

リスク認知と生活保障としての金融商品の需要形成プロセス ～生活リスクへの対応は生命保険、損害保険、預貯金、有価証券で異なるか～

公益財団法人 生命保険文化センター 林 晋

要旨

家庭のリスク対策として、保険は合目的な手段として最適であるが、実際には多目的に適応できる手段である預貯金で対応する傾向がある。

家計における保険需要の形成プロセスについては、水島が、保険に対する需要の出発点はリスクの認知に求められるが、同時に合理的な判断のもとで保障手段を的確に選択しているわけではないことを指摘している。さらに保険需要形成プロセスにおける論理的、合理的、体系的思考に対する行動の脆弱性から、実際の保険需要がかならずしも論理的にリスク認知から形成されるとは限らないことを示唆している。

保険はリスク保障手段であるが金融商品でもある。そこで同じ金融商品である預貯金や有価証券などをリスク保障手段として位置づけ、水島の示唆をリスク保障手段としての金融商品に拡張してみると、「リスク保障としての金融商品に対する需要の出発点はリスクの認知に求められる。」と同時に、「実際の金融商品に対する需要形成がかならずしも論理的にリスク認知から形成されるとは限らない。」となる。

マーケティングの分野では、一般に需要はニーズを出発点として説明され、「ニーズ⇒欲求⇒需要」のプロセスで形成されるとされている。これに水島の考えを重ね合わせ、リスク保障手段としての需要に読み替えると、「リスク認知⇒リスク保障欲求⇒金融商品の需要」でリスク保障手段としての金融商品の需要が形成されることになる。

この仮説を検証するために、死亡保障、老後保障、医療保障、介護保障の4つの領域に分けて、リスク保障手段としての金融商品（生命保険、損害保険、預貯金、有価証券）に対し、リスク認知を出発点とする需要形成のプロセスをパス解析により推計した。

その結果、リスク保障手段としての金融商品の需要は、保障領域と金融商品の種類の組み合わせにより、リスク認知から論理的に需要が形成されているタイプ、リスク認知から論理的ではないが需要が形成されているタイプ、リスク認知から需要が形成されていないタイプなど、6つのタイプの存在が明らかとなった。

特徴的な結果は次のとおり。

- ①医療保障領域で、リスク認知からリスク保障欲求へのパスは繋がるが、そこから4つの金融商品ともに需要へのパスが繋がらない。
- ②有価証券は4つの保障領域ともに、リスク認知からリスク保障欲求へのパスは繋がるが、そこから需要へのパスが繋がらない。