



2015年2月5日 森本紀行はこう見る

保険の未来とバンドリングの高度化

生存を付保対象の事故とした生存保険が、年金保険です。そこでは、早死にする人が長生きする人を助ける。死亡を付保対象の事故とした死亡保険が、普通の生命保険です。そこでは、長生きする人が早死にする人を助ける。保険は、ただのこれだけの相互扶助です。さて、これからの保険は、この単純にして不変の原理の上に、どのような付加価値を創造できるというのか。

生命保険にはいって、死ぬことがなければ、保険料は戻ってきません。それを無駄だと思ふ人は、保険の仕組みを理解しない人ですし、死んで保険料を取り戻そうと思ふ人は、おかしい人です。そもそも、死亡保険金を自分で受け取ることなど、不可能ではないですか。

さて、同じ理屈で、生存保険である年金保険にはいって、生きることがなければ、つまり、死んでしまえば、保険料は戻ってきません。それを無駄だと思ふ人は保険の仕組みを理解しない人ですが、何がなんでも生き延びて保険料を取り戻そうと思ふ人は、まともな人です。もっとも、死ねば、悔しがることもできませんが。

それは、純粋な保険機能のこと、あるいは保険理論の話であって、現実にある保険には、貯蓄等の他の要素を抱き合わせたものが多いのではないですか。

それは、金融商品のバンドリングの問題です。なぜ英語でいわなければならないのか、よくわかりませんが、日本の弊風ですから、しかたありません。バンドリングとは、束にすること、要は、抱き合わせることであって、複合的機能をもった金融商品を作ることです。

もっとも、英語にしておく、アンバンドリングということで、バンドリングの逆向き、即ち、複合金融商品の各機能要素への分解を表現できるという利点があります。

日本では、生命保険は、保険としてよりも、貯蓄商品として発展してきました。しかし、保険会社は、規制によって保険事業を営む会社として厳格に定義されているので、保険要素のない貯蓄商品を扱うことはできません。そこで、貯蓄商品に保険をバンドリングして、貯蓄型の保険を作ったのです。それが、養老保険です。

養老保険の場合、満期保険金と死亡保険金が一致しています。純然たる保険の場合、満期保険金はありません。つまり、養老保険は、満期保険金を積み立てるという貯蓄要素に、死亡保険の支払いという保険要素をバンドリングして、作られているのです。



なぜ、貯蓄重視だったのでしょうか。

戦後復興政策の影響が大きいと思われます。戦後復興の原資は、零細な国民貯蓄の集積に基づいていました。零細貯蓄を効率的に吸収するためには、大蔵省による強力な規制と徹底した金融機関保護の政策が必要だったのですが、保険会社も、その戦後復興金融体制の重要な一翼を担っていたのです。

いうまでもなく、こうして銀行や保険会社を集積された零細貯蓄は、巨大な塊となって、産業界へ投融资されて、日本の高度経済成長を実現させたのです。この仕組み、昭和の 50 年くらいまでは、非常に有効に機能していたのです。

逆にいえば、昭和 50 年ごろには、貯蓄集積の必要性は低下していたのですね。

経済環境の変化により、保険の社会的機能は、貯蓄から死亡保障へ移行していきます。具体的には、物価が大幅に上昇し、実質的な国民所得も上昇していたのですから、養老保険では、死亡保障の保険金額が少なすぎるようになったのです。

そこで、保険会社は、死亡保険金額を満期保険金額の 10 倍にする、さらには、20 倍、30 倍、40 倍にするというふうに、死亡保障の比重を急速に引き上げていきます。これが、定期付養老保険です。

40 倍ともなれば、圧倒的に保険の比重が高く、貯蓄要素は小さなものになります。もはや、主役は、保険です。貯蓄を主役として、保険を付加した養老保険から、保険を主役として、底辺に貯蓄を置いた定期付養老保険への転換です。このあたりから、保険会社は、保険会社らしくなったのです。

それでも、なぜ、底辺の貯蓄要素は残り続けたのでしょうか。

一つには、慣習の問題というか、惰性というか、養老保険の進化という商品開発の路線が踏襲されたからでしょう。

しかし、より重要なのは、貯蓄部分から発生する利差益だったと思われます。当時の金融環境では、保険会社は、約束していた予定利率を上回る投資収益を実現していて、それを積極的に顧客に配当還元していました。この期待配当の魅力は、保険の営業上、重要な役割を演じていたのです。

日本人は掛け捨てを嫌うという説もあったようですが。

掛け捨て保険というのは、死亡せずに満期を迎えたときは、既払い保険料が戻ってこない保険、要は、純粋な死亡保険のことをいうのです。保険料が戻らないのは、保険なのだから、当たり前であるにもかかわらず、「捨て」という否定的な表現を用いるところに、貯蓄部分のない、即ち、満期保険金のない



い純粋な死亡保険への評価が表れています。

通説では、掛け捨てを嫌うのは、日本人の文化的選好なので、保険商品の開発に際しては、どうしても、貯蓄要素をバンドリングする必要があったのだとされているようです。

しかし、保険会社の営業政策として、養老保険が重視されていたことから、純粋な生命保険は、事実として、販売すらされておらず、顧客には、選択の余地がなかったのです。故に、掛け捨て保険が顧客の支持を得ていなかったとまでは、いい切れないと思われれます。もしかすると、掛け捨てという用語自体、当時の保険会社の否定的営業話法から生まれたのかもしれませんが。

確かに、現在では、貯蓄要素をもたない純粋な生命保険、つまり、古い言葉でいえば、掛け捨て保険も、広く受け入れられているようですね。

その大きな理由は、貯蓄部分がなくなる分だけ、保険料が安くなるからでしょう。バンドリングというのは、あからさまに言って、抱き合わせ販売なのですから、自分のいらぬものまで、抱き合わされている場合があります。消費者として、自分にとって不要な機能にまで、お金を払う必要はないのです。

しかも、ここには、抱き合わせ商法通有の悪弊が入り込む余地があります。つまり、抱き合わせることで、単品の価格が不透明となり、全体が割高に価格設定される可能性です。

故に、消費者が賢くなれば、自分の望む死亡保障だけに対して一番安い保険料を支払い、貯蓄は、別途、広い選択肢のなかから自由に選ぶ、そのような消費行動になっていくわけです。消費者が変われば、保険会社も変わらなくてはならない。まさに今、そのような本質的な変革がはじまりつつあるのです。

故に、死亡保険の流れは、バンドリングからアンバンドリングへ、ということです。

バンドリングのあり方は、生存保険である年金保険についても、同じでしょうか。

例えば、純粋な死亡保険では、生命表から推計される死亡率に基づいて、保険金の支払額を予測し、その予測金額と等しくなるように収入保険料額を算定してあります。これを、保険理論では、収支相等の原則といっています。

当然ですが、収支相等は、被保険者集団の全体について成り立ちます。故に、個々の被保険者についていうと、自分の保険料は、必ず、他者の死亡保険金に充当されていくので、満期がきても何も残らないのです。

この純粋な生命保険の上に、貯蓄要素を抱き合わせることは、自由自在です。バンドリングが容易で自由なら、逆に、アンバンドリングも容易で自由です。

ところが、年金保険の場合は、かなり難しいのです。なぜなら、年金保険の場合は、それが年金である以上、保険料を支払う期間と年金を受け取る期間とが、不一致になるからです。保険料を払いながら、



年金を受け取るということは、商品の性格上、あり得ないのです。

そうしますと、年金支払い開始時点までに、保険料は前納されていなければなりません。ここでも、収支相等の原則が働きますから、前納されている保険料の総額は、生命表から推計される年金支払額の現在価値と一致しています。

さて、これが純粋な年金保険であれば、年金支給開始直後に死亡しても、遺族には、一円も前払い保険料は返還されません。これは、保険なので、理の当然なのですが、さて、それで、一般人の感覚に適合するでしょうか。これが、第一の問題です。

また、年金支払い開始時までの保険料積立期間中に死亡した場合は、どのような商品設計にしておいたらいいでしょうか。少なくとも既払いの保険料だけは遺族に返還できるようにしておかないと、顧客の理解を得にくいのではないかと、これが、第二の問題です。

生存保険の保険料を死亡時に返すためには、死亡保険や貯蓄をバンドリングしないといけないですね。

純粋な生存保険としての年金保険ならば、理論的に、死亡すれば、保険料は戻りません。付保対象の事故は、生存なのであって、死亡ではないのですから、これは、理の当然です。

しかし、この保険理論を合理的に理解できる人は、決して多くはない。普通の人には、簡単には、受け入れられないでしょう。そこで、保険会社の営業政策としては、死亡保険や貯蓄をバンドリングして、商品設計することにならざるを得ないのです。

故に、年金保険の場合は、むしろ、バンドリングの工夫にこそ、保険会社の付加価値源泉があるといわざるを得ず、流れは、アンバンドリングへ、ではなく、バンドリングの高度化へ、です。

人口動態の変動は、死亡保障から生存保障への重点の移行を不可避にしているはずですから、年金保険は成長分野ですね。

戦後、貯蓄が重要であったときには、貯蓄を主役として、死亡保障を付加した養老保険が保険会社の主力だったのです。その後、経済成長とともに、主役は、貯蓄から死亡保障へ移行します。そして、高齢化社会の到来とともに、主役は、死亡保障から、生存保障へ移行する。今まさに、その大きな転換が本格化しているのです。

生きるということが、死ぬことよりも、事故として、重大な意味をもつ、それが、高度に成熟化した現代社会の病理的現実なのですね。

生きることの危険は、第一に、老後生活資金の枯渇ですが、第二には、医療費負担です。故に、安



心して長く生きられるためには、両方の危険が上手に付保されていなければいけない。これに対して、バンドリングで対応するのか、アンバンドリングで別々の保険で対応するのかは、保険会社の高度な商品政策の問題であり、消費者の選択の問題です。

しかし、流れとしては、生存保障を中核にして、死亡保障・貯蓄・医療費保障をバンドリングする方向へ向かうのではないかと思います。生存保障の年金保険自体が、バンドリングに馴染むものだからです。

ただし、もちろんのこと、各要素についての保険料の公正妥当性が保証されたうえで、バンドリングされなくてはなりませんし、消費者の個別の需要に対して適切に対応できるように、設計の自由な選択肢も必要です。死亡保障で起きているのと同じように、今や、賢い消費者の選択を前提にせざるを得ないからです。

わかりにくい商品設計になりそうですね。

金融庁は、重点施策の第一番として、金融機関に対して、「顧客ニーズに応える経営」を求めています。その背景の一つが、ここにあります。

従来の金融規制の考え方では、真の「顧客ニーズ」に適合していなくとも、十分に説明がなされ、顧客が説明を確かに受けたという事実の確認があれば、販売された金融商品は、形式的に「顧客ニーズ」に適合していたことになったのです。つまり、既定の商品先にありきでも、ルール遵守により、それと「顧客ニーズ」との適合を擬制できたのです。

しかし、金融庁の新しい「金融モニタリング基本方針」では、「顧客ニーズに応える経営」は、ルールではなく、プリンシプルとして機能します。金融庁もまた、英語を使う悪弊に染まっているのですが、プリンシプルとは、原理原則であり、行動指針です。ここでは、真の「顧客ニーズ」先にありきで、それに適合するように、商品が選択され、設計されたかという実質の検証が求められるのです。

ルールのもとでは、説明で済みました。プリンシプルのもとでは、説明ではなくて、顧客の視点に立った選択と設計が求められるのです。わかりにくい商品設計という表現自体が、説明を前提にしたルール主義の考え方です。プリンシプルのもとでは、結果的に、いかに複雑な設計の商品になろうとも、顧客との対話のなかから、一つ一つの要素を足し上げていくわけですから、わかりにくいはずはないのです。

仕上がりは、バンドリングでも、顧客との対話は、アンバンドリングです。プリンシプルのもとでのバンドリング、あるいはアンバンドリングされたものの再バンドリング、この英語濫用の悪弊の極みこそ、これからの保険のあり方です。

以上

次回更新は 2 月 12 日(木)になります。