

消費者とソルベンシーマージン基準

高千穂大学商学部

恩蔵 三穂

1. 消費者視点のソルベンシーマージン基準

(1) ソルベンシーマージン基準の捉え方

【従来】

保険会社の健全性を示す一つの指標（行政監督上の指標）としての機能

↓

【ディスクロージャー後】

行政監督上の指標としての機能だけでなく、契約者による保険会社選定の指標としての機能も追加

→行政当局や保険会社だけでなく、一般消費者もソルベンシーマージン比率とは何かを理解する必要性が高まっている（自己責任論）

(2) 留意点

- ・消費者がソルベンシーマージン比率の優劣に目を奪われている
→保険会社がソルベンシーマージン比率を無用に高めようとしていないか
- ・過去にソルベンシーマージン比率が200%を超えていても破綻したケースがある
→消費者による信頼性は十分あるのか

(3) ソルベンシーマージン基準に求められるもの

- ・わかりやすさ：そもそもソルベンシーマージン基準はどう捉えるべきかを理解したい
- ・信頼性：ソルベンシーマージン比率は保険会社の実態を十分に現し、客観性のあるものであってほしい

2. ソルベンシーマージン基準の方向性

(1) ソルベンシーマージン基準設定の困難性

- ・適切な基準：不健全な保険会社を早急に見極めることができる
- ・厳しすぎる基準：不健全でない保険会社の経営に悪影響を及ぼす可能性がある
(例：内部留保問題、風評リスク等による資金流失や破綻→消費者に影響大)

(2) 方向性

- ・不健全な保険会社を追求するとともに、ソルベンシーマージン基準によって、保険会社に経営の健全性を高めるインセンティブを与えるといった方向性はあるのだろうか
- ・消費者がソルベンシーマージン比率を保険会社選定の一つ的手段と用いている以上、ある程度、弾力的なソルベンシーマージン比率の算出方法は可能だろうか

3. 消費者から見た疑問点

(前提) ソルベンシーマージン基準を導入した頃と現在の事業環境は大きく異なる

(1) マクロ的視点

- ・超低金利時代に導入されたソルベンシーマージン比率は、金利が上昇したケースに対応できているのか
- ・ソルベンシーマージン比率は、新規参入の保険会社と従来からある保険会社と同等に扱うことは妥当なのか
- ・通常の予測を超えるリスク毎に必要な自己資本水準が異なるのは整合性があるのか

(2) ミクロ的視点

- ・各保険会社で保有契約規模が異なっているが、それぞれの実態を反映させるためには、一律のリスク係数をかけていいのか (例：保険リスク)
- ・各保険会社で資産ポートフォリオが異なっているが、それぞれの実態を反映させるためには、一律のリスク係数をかけていいのか (例：価格変動等リスク→投資分散効果)
- ・株式のリスクウエートを大きくする場合、他との調整は必要になるのだろうか
(例：ソルベンシーマージン比率が収束する値→低下)

(3) その他