

2017年10月13日 全19頁

20年後の生命保険業界の行方

～既存の生命保険会社は経済・社会構造の変化の波に耐えられるか～

金融調査部 主席研究員 内野逸勢

[要約]

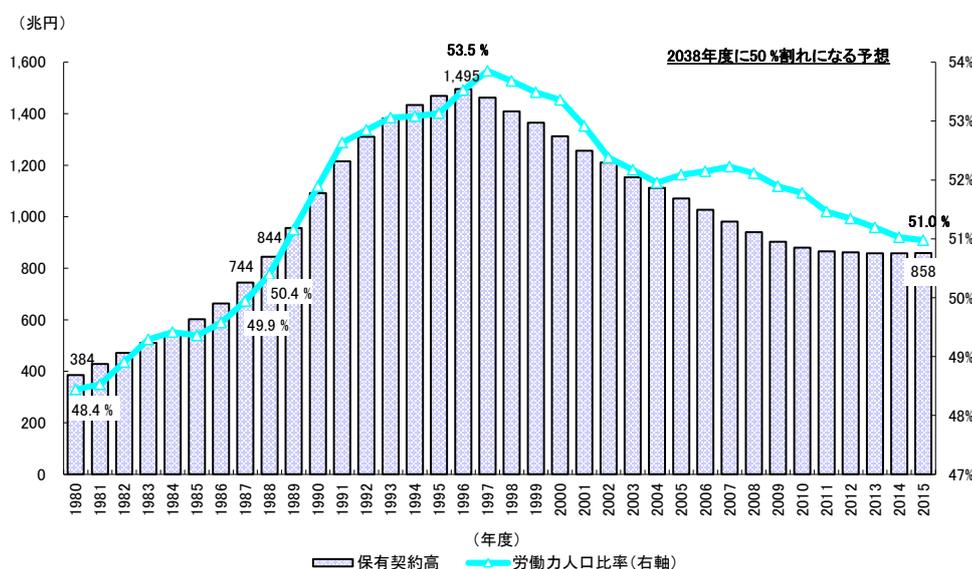
- 経済・社会構造の変化、技術イノベーションの波は生命保険業界にも及んでくる。20年後を想定するとビジネスの持続可能性について懸念される事項は以下の7つである。
- まず20年後に労働力人口比率が50%を下回れば、業界全体の保有契約高が2015年度の858兆円より13%低下（約100兆円減少）すると見込まれることである。次に、都道府県別では市場が縮小していく地域が一層増加し、全国ベースでビジネス展開している生保各社にとって、効率性の向上がより求められることである。第三に2035年には、現在の主要顧客層である団塊の世代のすべてが死亡平均年齢に達することである。第四に2020年には世帯数がピークアウトすることである。
- 第五に医療・介護費の上昇により社会保険料が増加することで民間保険のリストラが将来的にも続くことである。第六に将来のコア顧客層である現在の若年層の所得格差の固定化が見込まれ、家族形成にも影響を与えることである。最後に、顧客のニーズの多様化がさらに進展し、FinTech（IoT、ビッグデータ、AI）が生命保険会社の引き受けるリスク量、質を大きく変化させる可能性があることが挙げられる。
- 上記の懸念事項に対して、既存の主力商品で対応できるか、現在のコスト構造で収益の下方圧力に耐えられるかが主要経営課題となる。
- 大和総研の試算では、20年後に生保ビジネスの持続可能性を維持するためには、保有契約高で100兆円の維持が必要であるとの結論に至った。
- 複雑化しかつ迅速さが求められる商品開発の負担、事業費率の大幅な低下を20年後に見据えると、保険業界において本格的な再編が起こる可能性は否定できない。

1. 生命保険ビジネスの持続可能性を左右する主な構造変化

(1) 将来の労働力人口比率の低下により保有契約高は減少していく

日本の個人生命保険の市場規模は、総人口に占める労働力人口の比率が1997年度をピークに低下したことにより、保有契約高ベースでは1996年度の1,495兆円をピークに減少に転じ、2015年度は858兆円とピークの6割弱の水準となった（図表1）。労働力人口比率と保有契約高の推移の相関は高い。今後、10年ぐらい（2030年度ごろまで）は、労働力人口比率が現状の水準のまま推移すると予想されており、保有契約高が大幅に落ち込むことは想定しにくい。しかし、20年後（2038年度）には、労働力人口比率が50%を下回ることになる予想されており、2015年度の保有契約高から更に約100兆円減少し、約30年前の水準（1987年度744兆円）に落ち込むことが想定される。

図表1 個人生命保険の保有契約高と労働力人口比率の推移



(出所) 国立社会保障・人口問題研究所、総務省統計局、生命保険協会より大和総研作成

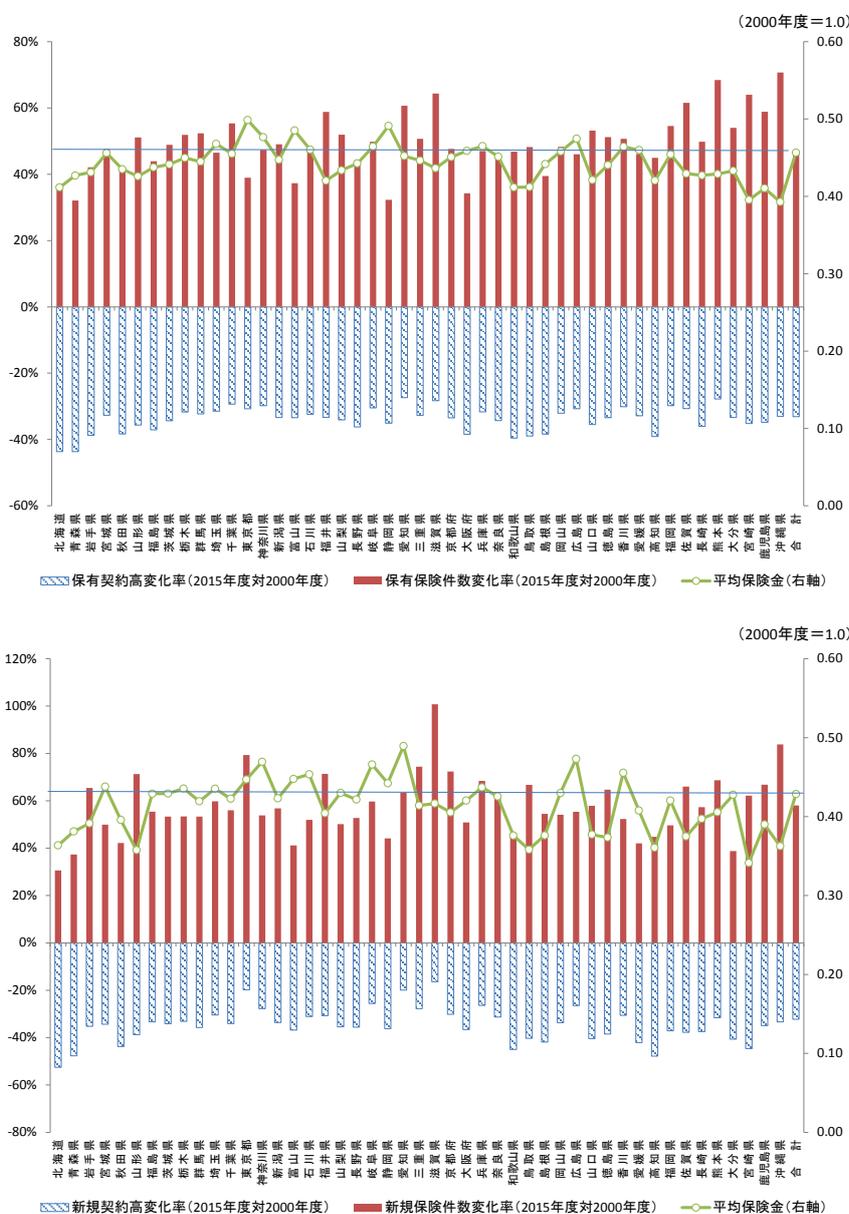
(2) 市場が縮小していく地域の増加（都道府県別の契約状況）

2015年度を15年前（2000年度）と比較したとき、都道府県別の保有契約、新規契約では、地域によって程度は異なるものの、保有・新規いずれも契約高が大幅に減少している一方、契約件数が増加しているため平均保険金が2000年度の半分以下の水準になっている。全国の保有契約合計では、契約高は33.1%減少し、契約件数が46.6%増加、平均保険金は0.46（2000年度=1.0）となった。同新規契約では、この間、契約高は32.3%減少し、契約件数が58.0%増加し、平均保険金は0.43となった（図表2）。この全国合計の数値と比較すると有望な市場（契約高の減少幅が小さく、契約件数の増加幅が大きい）は、宮城、東京、神奈川、富山、石川、岐阜、兵庫の7都県であり、低迷している市場（契約高の減少幅が契約件数の増加幅を上回っている）は、平均保険金が全国平均を

下回る水準にある市場)は北海道、青森、秋田、長野、島根、高知の6道県である。同様の比較において、平均保険金が新規、保有とも全国水準以下は30道府県あった。

新規・保有契約の金額および件数いずれにおいても上位10都道府県(東京、大阪、神奈川、愛知、北海道、埼玉、福岡、千葉、兵庫、静岡)の契約高の2015年度(2000年度)の構成比では、新契約が59.5%(58.0%)、保有契約が57.8%(57.3%)、契約件数の構成比では、新契約が2015年度57.5%(2000年度57.4%)保有契約が同56.9%(同57.8%)と、約6割のシェアを占める。今後20年間では、地方圏で人口減少が加速度的に進むことを考えると、上位10都道府県のシェアが一層高まると予想され、縮小する地方圏の市場を如何に効率よく営業展開し、既存の契約者を維持・管理していくかが全国展開している生命保険会社の共通の課題となろう。

図表2 都道府県別個人生命保険の保有契約(上)、新規契約(下)の状況



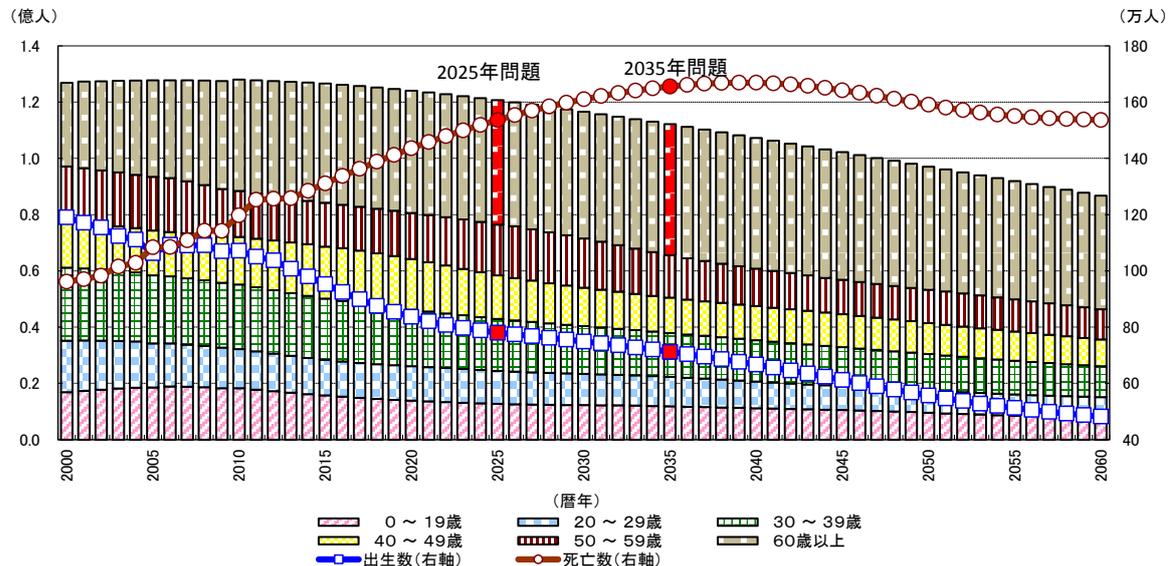
(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」データより大和総研作成

(3) ボリューム層の「団塊の世代」がすべて後期高齢者となる 2035 年問題

総人口が減少に転じ、すでに 2005 年に死亡数が出生数を上回ったことにより、人口構成比では 60 歳以上の割合が増加し続けている（図表 3）。60 歳以上の人口自体も 2000 年に 3,000 万人弱であったが、その後急増し、2015 年には 4,200 万人となった。このような状況下、生命保険会社の主要顧客である「団塊の世代¹」と呼ばれる人口のボリューム層すべてが後期高齢者（75 歳以上）となる“2025 年問題”がある。2025 年には、総人口は 2015 年比 4.6% 減少し、1.2 億人（翌年には 1.2 億人を割る想定）を辛うじて上回る水準となり、60 歳以上の人口は同 4% 増加して約 4,400 万人（全体の 37%）となる。「団塊の世代」は既存の主要契約者であるため、高齢者向けの既存商品（相対的に保険料が高い一時払い終身保険、年金・医療・介護保険等）の販売増による保険料収入の上昇にもつながる可能性がある。

ただし、地域による人口動態の違いを考慮すると、「団塊の世代」の大半は、これから高齢化を迎える都市圏に偏在することとなり地方圏の対応が問題となる。さらに現在、健康寿命が 70 歳を超える中、2025 年にかけては 70 歳でも活動的な人口はさらに増加すると予想される。このため昨年来、導入が本格化している健康年齢による保険料の柔軟な設定オプションがある健康年齢連動型の少額短期保険の普及も考えられる。これに伴い、前述した平均保険金の低下が示すように、商品の小型化・短期化の傾向が加速する可能性は否定できない。

図表 3 人口構成・出生数・死亡数の推移と将来推計



（出所）総務省統計局「人口推計」、厚生労働省「人口動態統計（確定数）の概況」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 24 年 1 月推計）」より大和総研作成

次の世代の人口のボリューム層であり、将来の“ミドル層”（40 歳代および 50 歳代）の核となる「団塊ジュニア²」は 2015 年には 40 歳代が中心であったが、2025 年にはすべてが 50 歳代

¹ 出所は内閣府「高齢社会白書」。1947～49 年に生まれた人。

² 出所は内閣府「高齢社会白書」。1971～74 年に生まれた人。

になる。このため 50～59 歳は 2015 年比 16%増加して 1,800 万人（全体の 15%）となる。“ミドル層”の年齢構成および世帯構造の変化がビジネスに与える影響は定年延長などの労働面に留まるものではなく、顧客のライフスタイルや消費構造等も含めて劇的な変化になると予想される。

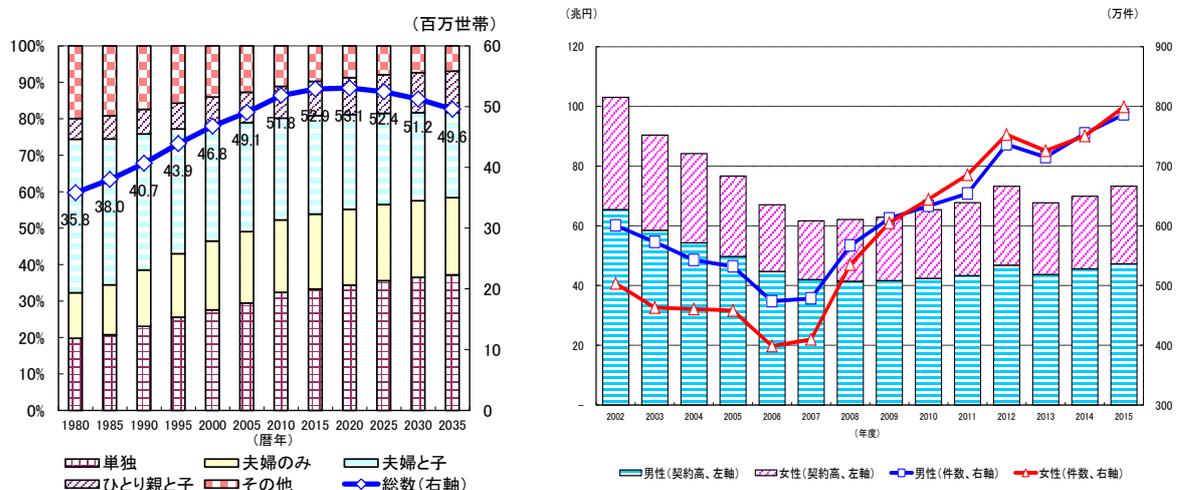
2035 年には、総人口は 2025 年比 7%減少して 1.1 億人程度となり、60 歳以上は 2025 年比 5%増えて全体の 42%（約 4,600 万人）となるが、50～59 歳の年齢層が 16%減少して約 1,500 万人になり、50 歳以上の年齢層の構成比は 55%となる。さらに同年には、「団塊の世代」はすべて死亡平均年齢に達することから死亡数がピークに近づき、加えて「団塊ジュニア」がすべて 60 歳以上となる“2035 年問題”に直面する。現在の主要顧客である「団塊の世代」および「団塊ジュニア」は大幅に減少し、保険金の支払いが急増すると想定される。2035 年以後は、死亡数がピークを迎える 2040 年ごろから 60 歳以上も減少していき、総人口の減少スピードが上昇する。

このように「団塊の世代」、「団塊ジュニア」という主要なターゲット層が入れ替わる 10 年、20 年後を見据えた長期的な戦略が、生命保険会社にとってこれまで以上に重要となってこよう。

（４）世帯数は 2020 年にピークアウト

人口減少にもかかわらず、前述したように生命保険の保有件数が伸び、保有高が下げ止まってきた主な理由は、世帯数が増加傾向にあったことであろう（図表 4 左）。これは、単身世帯数と核家族世帯数の増加が主因である。ただし、2020 年の 53.1 百万世帯をピークに世帯数は減少に転じると想定されており、ニーズの裾野の広がりによる恩恵も長くは続かないと考えられる。さらに 2035 年には世帯主 75 歳以上の世帯が 4 割を超えると想定されており、「団塊の世代」が大幅に減少していくことと重なることから、世帯数の減少スピードは上昇すると考えられる。

図表 4 家族類型別一般世帯数の推移と将来推計（左）と男女別新契約の推移（右）



（出所）左図：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）（2013年1月推計）」より大和総研作成

右図：生命保険協会「生命保険事業概況」より大和総研作成

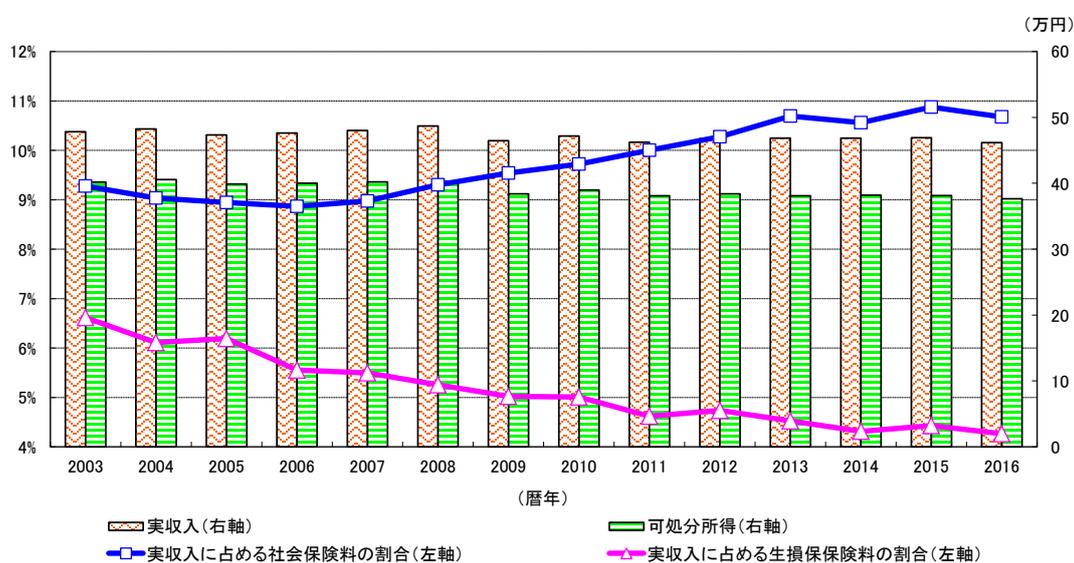
世帯数の増加は女性の単身世帯が増えたことにもよると考えられる。この結果、女性の契約者数は増加し、2010年度以降、女性の契約者数が男性の契約者数をおおむね上回ってきた（図表4 右）。母子家庭の増加、晩婚化の進展、働く女性の増加などによる家族形態の多様化や社会環境の変化等が背景にあるものと思われる。

（５）社会保険料の上昇に伴う家計の保険リストラが継続していく懸念

生命保険契約者が保険会社に支払う保険料という金額面について、消費者の家計収入との関係から分析すると、医療費・介護費の負担増による国民一人当たりの社会保険料の上昇により、実収入に占める社会保険料の比率が高まり、それとは逆に民間の保険会社に支払う保険料の比率が低下することが懸念される。

図表5に示すように、総務省の「家計調査」によれば、消費者の収入（実収入）、可処分所得は、リーマン・ショック後に減少したものの、その後は、ほぼ横ばいである。しかし、実収入に占める社会保険料の比率は上昇している一方、支払い保険料（損害保険を含む）の比率が低下し続けている。今後、さらに少子高齢化が進展すれば、構造的な問題により社会保険料の負担が増加し続けることが避けられないであろう。これによる支払い保険料への影響は大きいものと考えられ、上述の生命保険契約の数量面に加えて、金額面でも厳しい状況が続くと想定される。このため、将来的に家計の“保険のリストラ”は避けられないと考えられる。

図表5 1世帯当たり年平均1ヶ月間の実収入に占める社会保険料及び生損保保険料の割合



（注1）総世帯のうち勤労者世帯が対象。

（注2）「実収入」は世帯員全員の現金収入を合計したもの。「可処分所得」は「実収入」から税金、社会保険料などの「非消費支出」を差し引いた額。「保険料」は個人・企業年金保険料を含む。

（出所）総務省統計局「家計調査」より大和総研作成

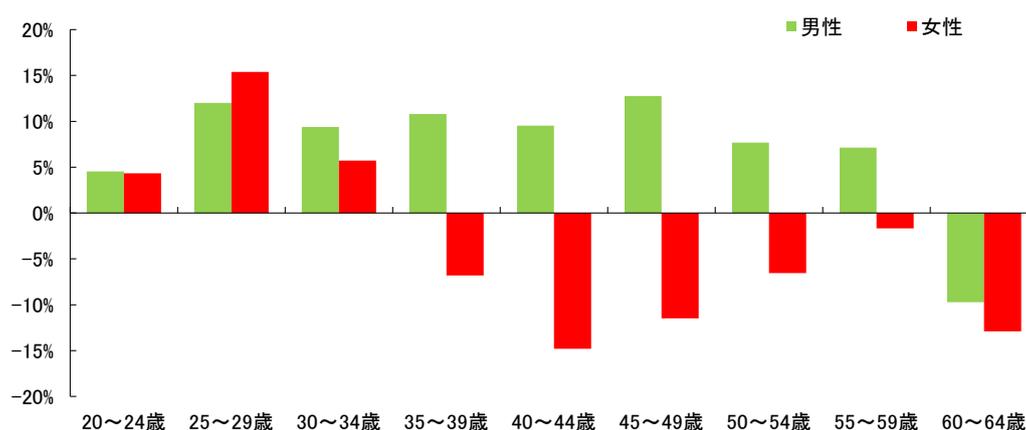
(6) 所得格差の固定化³の懸念（ターゲット層の購入行動の激変）

日本の場合、2000年代から所得格差の問題を強く認識するようになったことから、現在の若年層（30歳代半ば以下の世代）は所得格差に向き合ってきたと考えられる。若年層の所得格差の拡大が生み出す問題は、世代内、世代間において高所得者層と低所得者層とに二極化され、それが固定化していくことである。この状況が今後も続けば、現在の若年層が生命保険会社の10年後、20年後にターゲット層となる時期（40歳代から50歳代）にも、上記の“所得の二極化”が固定化したままと想定される。また約20年前に就職氷河期世代であった「団塊ジュニア」は、現在おおむね40歳前後と、社会の中核を担う“ミドル層”になっており、“ミドル層”の非正規雇用者の増加が指摘されている。現在はこのような非正規雇用問題に対する政策が実施されているものの、将来的にも所得格差は固定化される懸念は払しょくできない。上述の“保険のリストラ”を積極的にしなければならぬ顧客層の比率が高まっていくことも想定される。

例えば、図表6で見られるように、年齢層別ジニ係数の十分位分散係数（図表6注参照）の2001年から16年の変化率では、男女ともに34歳以下の年齢層の同係数の上昇が見られ、若年世代の格差が拡大している可能性が見て取れる。ただし、男性に関しては、若年層に加えて、35～59歳層における賃金格差も確認された。

若年層での所得格差の拡大、二極化、固定化は、家族形成にも影響を与えていると考えられる。厚生労働省の調査では、男性は、正規雇用者に比較して非正規雇用者の未婚率が高い。このため、男性の若年層の不安定雇用の増加は、家族形成を困難にし、少子化を加速させ、新規の単身世帯や低所得世帯を増やし、それが世代内、世代間の継続的な所得格差の固定化という悪循環を助長することになると考えられる。

図表6 年齢層別のジニ係数の十分位分散係数の変化率（2001年～2016年）



(注) 分散係数とは分布の広がりを示す指標の一つであり、一般に以下の数式により算出され、その値が小さいほど分布の広がりの程度が小さいことを示す。十分位分散係数 = (第9・十分位数 - 第1・十分位数) / (2 × 中位数)

(出所) 厚生労働省「賃金構造基本統計調査」から大和総研作成

³ 菅原 佑香、内野 逸勢「所得格差の拡大は高齢化が原因か～若年層における格差拡大・固定化が本質的な課題～」、『大和総研調査季報』2017年春季号 (Vol. 26) 掲載

将来的な日本の経済的格差の本質的な問題は、1) 年齢階級を問わず中間所得層の衰退と貧困層の拡大、2) 所得の適正な再配分政策が有効に機能しなければ、少子化や人口減少の進展により相続資産格差が拡大・固定化する——ことの2つと言えよう⁴。政府が様々な対策を実行に移しているものの、上記の問題の解決にかかる時間が長引けば長引くほど、将来にわたって格差の固定化が続くと容易に想定できる。問題の解決には、例えば労働とは何か、所得の再配分にはベーシック・インカムを導入を検討してはどうかなど、本質的な問題が山積みである。社会保険料の上昇とともに、将来の生命保険市場にも確実に影響を与える可能性が高い。

生命保険会社の若年層に対するマーケティング、適合する商品開発・販売などへの取り組みが進んでいるが、現在の若年層がミドル層になるときの所得格差の拡大、家族形成の変化への対応を長期的に検討していく必要があるだろう。

(7) 技術の進歩により自ら商品を選択しなくてもよい時代へ（究極のカスタマイズ化と生命保険商品のコモディティ化）

現状、個人生命保険のニーズの多様化とは、死亡リスクや生存リスク等の生命保険が保障するリスクを把握している消費者が、自分のリスクに見合った保険商品を能動的に選択することでニーズが分散＝多様化する状態を連想させるが、今後は技術の進歩により、自ら保険商品を選択するという能動的な行動すらも不要になることが考えられている。

その一つは究極的には個人に特化したカスタマイズ商品の登場が想定される。IoTの普及によって個人の特定データが随時収集可能になれば、引き受けるリスクが個人ベースとなり、特定の個人への保険商品あるいはそれに近い商品の組成が可能になる可能性もある。現状では、このような商品の開発はコストとの見合いにおいて難しいが、20年後には個人情報保護等の規制強化等の規制面での環境も整備され、究極のカスタマイズ商品の販売が可能となり、自ら商品を選択する必要がなくなる可能性がある。仮に個人に特化したカスタマイズ商品が難しくても、非常に発達したAIが個人に普及し、AIが商品を判断する可能性もある。もう一つは、遺伝子情報の開示等による保険会社が引き受けるリスク自体が変化する、つまり“究極のリスクのコモディティ化”が可能となることも否定できない。

2035年時点でも、AIがヒトの知能を超越することで発生する事象である“シンギュラリティ（技術的特異点）”とされる2045年まで時間があるため、AIの知能の上記の適用が難しいことも考えられる。ただし、いずれの場合にも現在の生命保険商品の組成の特性である長期の契約を前提とした、利差益、危険差益、費差益をベースとした商品設計は難しくなる可能性がある。契約期間の短期化、リスクの多様化およびコモディティ化を考えると、より損害保険商品に近い商品、あるいはそれに適合する組織に変化していく必要があるかもしれない。

⁴ 2014年にフランスの経済学者、トマ・ピケティ氏の『21世紀の資本』が出版される等、世界的にも「経済的格差」は注目されたが、同氏を含めて様々な識者の意見を集約すると、この2つが言える。

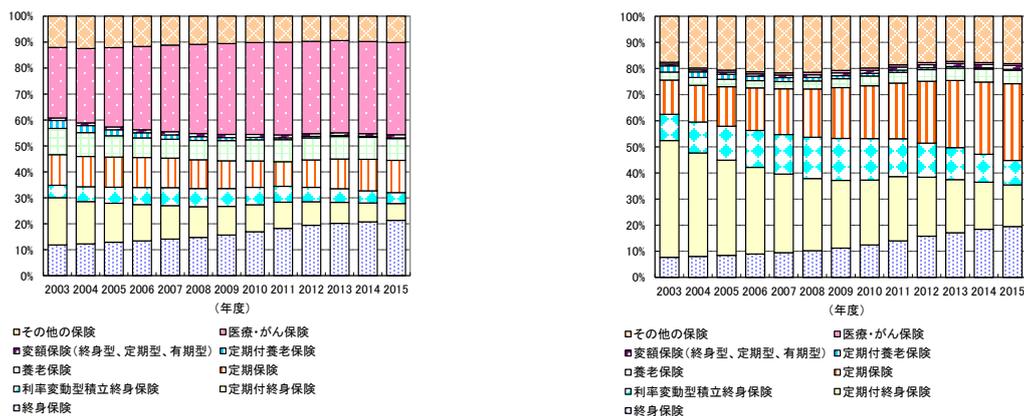
2. 構造変化への対応における既存の生命保険ビジネスの主な課題

(1) 現在の主力商品で対応可能か（保険契約期間の短縮化、保険商品の多様化）

上記7つの懸念される項目に対応するために、まず現在の主力商品（医療・がん保険、変額保険など）で対応は可能かどうかの問題となる。過去15年の全生命保険会社（41社）ベースの大きな変化は、主力商品が大型の定期付き終身保険から第三分野の保険（医療保険、がん保険、介護保険、傷害保険など）へ移行したことである（図表7）。第三分野の保険は件数ベースでの寄与度は高い（図表8）が、平均保険金では2015年度は2003年度の0.27百万円から0.11百万円と3分の1に近い水準となった（図表9）。

実際に保有契約高を増加させているのは定期保険、終身保険、その他の保険、変額保険、養老保険であり、保有件数、平均保有金額が安定している。保険金の平均金額（保有契約金額÷保有契約件数）は全保険商品の平均で2003年の10.5百万円から2015年の5.3百万円と約半分の水準となった。生命保険商品の契約期間の短期化、保険金の小規模化が進展していると言えよう。

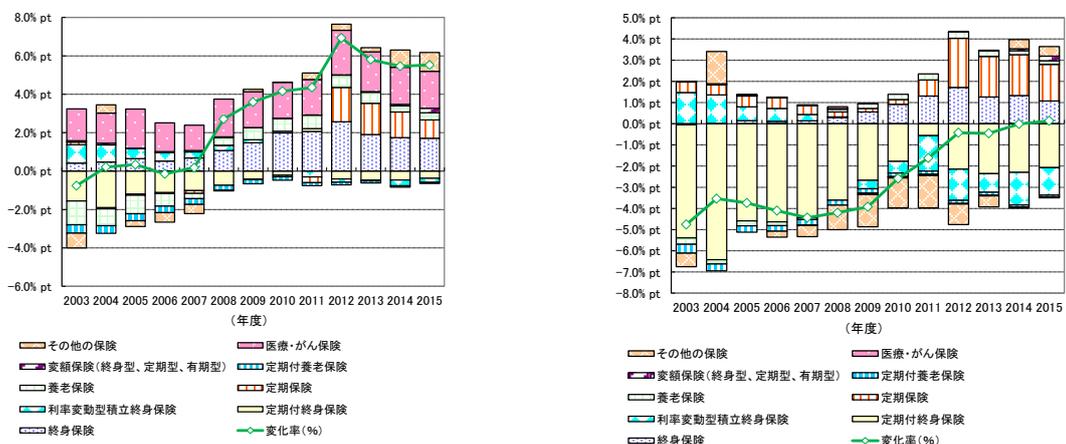
図表7 保有契約件数の保険種類別構成比（左）と保有契約高の保険種類別構成比（右）



(注) 全生命保険会社41社ベース

(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」より大和総研作成

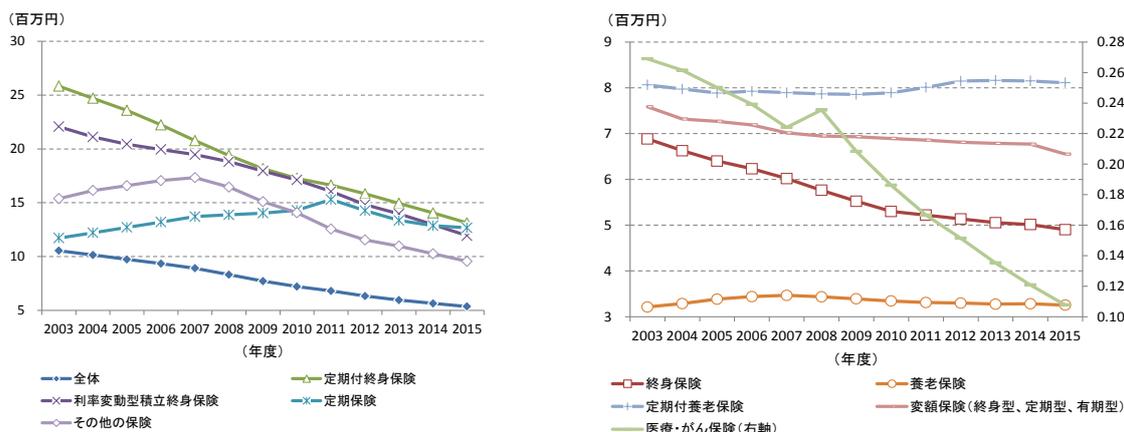
図表8 保有契約件数の保険種類別（左）と保有契約高の保険種類別（右）の変化率（寄与度）



(注) 全生命保険会社41社ベース

(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」より大和総研作成

図表9 保有契約平均金額の推移



(注) 全生命保険会社 41 社ベース

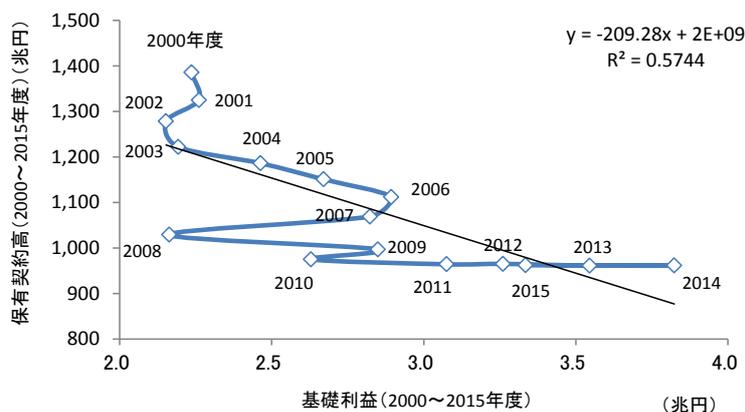
(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」より大和総研作成

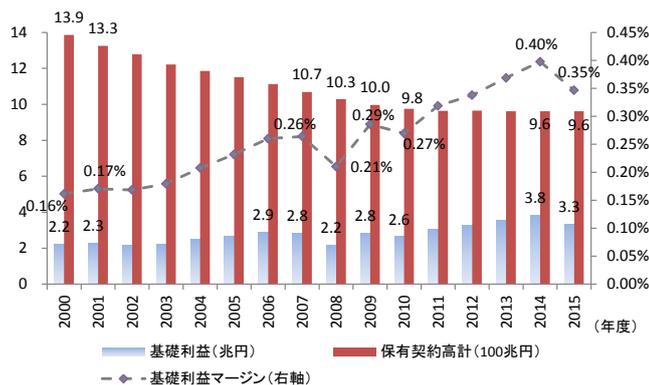
前述したように今後は、普及が想定される IoT による顧客情報と生命保険会社とのコネクティビティ（情報による接続の機会）の増加とともに、生命保険商品の多様化が想定されている。死亡率、罹患率等の顧客の静的データを活用した従来の商品から、健康状態を常時把握できる動的データを活用した商品への移行が進むこと、あるいは遺伝子治療などが積極的に活用され始めることなどにより、商品開発の変化、それに伴いアクチュアリーも役割も変化・多様化することが考えられる。既存の生命保険商品を開発・プライシング・販売する組織では、上記の変化・多様化への対応が難しくなることが想定される。

(2) 現在の収益構造で耐えられるか

図表 10 (上) に示す通り、過去 15 年間、全社ベースの基礎利益と保有契約高の推移を見ると逆相関が見られる。

図表 10 基礎利益と保有契約高 (上) と基礎利益マージン (下)





(注) 基礎利益マージン=基礎利益／(個人保険保有高+年金保険保有高)

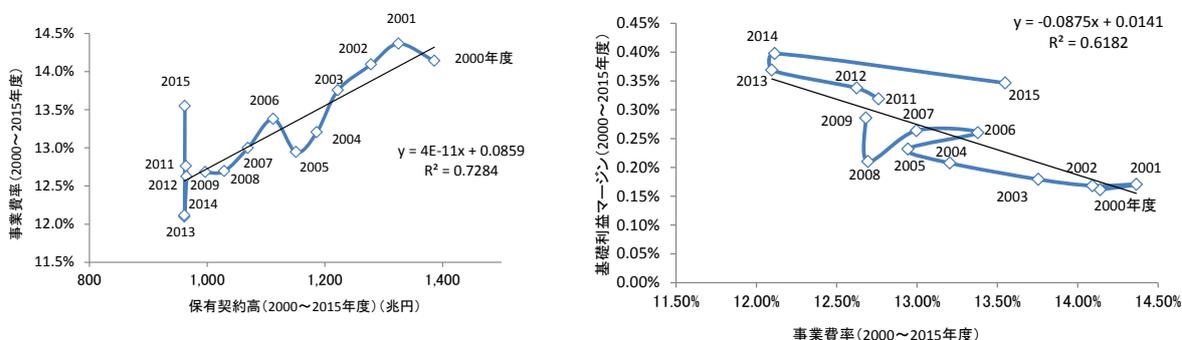
(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」データより大和総研作成

つまり、主に社会構造的な変化により保有契約高が減少する中で、基礎利益は増加してきた。基礎利益マージン(図表10注参照)も(図表10(下))上昇している状況が分かる。大型の終身保障の商品から、保険金がそれほど高くない第三分野商品への移行が進み、保有契約高に依存せずに保険料収入が稼げる保険商品の増加に注力する生命保険会社が増加してきた結果と考えられよう。

① 保有契約高の減少とともに事業費率は大幅に低下

図表11(左)に示す通り、全社ベースでは、2000年度から2013年度までは保有契約高の減少に伴い、事業費率(事業費⁵/保険料等収入)は低下する傾向にあった。ただし、2014年度以降は保有契約高が下げ止まり、事業費率は上昇した。一方、図表11(右)の通り、2014年度までは、事業費率の低下に伴い、基礎利益マージンはおおむね上昇してきた。ただし2015年度は事業費率が急激に上昇したため、基礎利益マージンは低下した。このため、事業費を低下させることで基礎利益マージンを改善させたと考えられる。

図表11 保有契約高と事業費率(左)、事業費率と基礎利益マージン(右)



(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」より大和総研作成

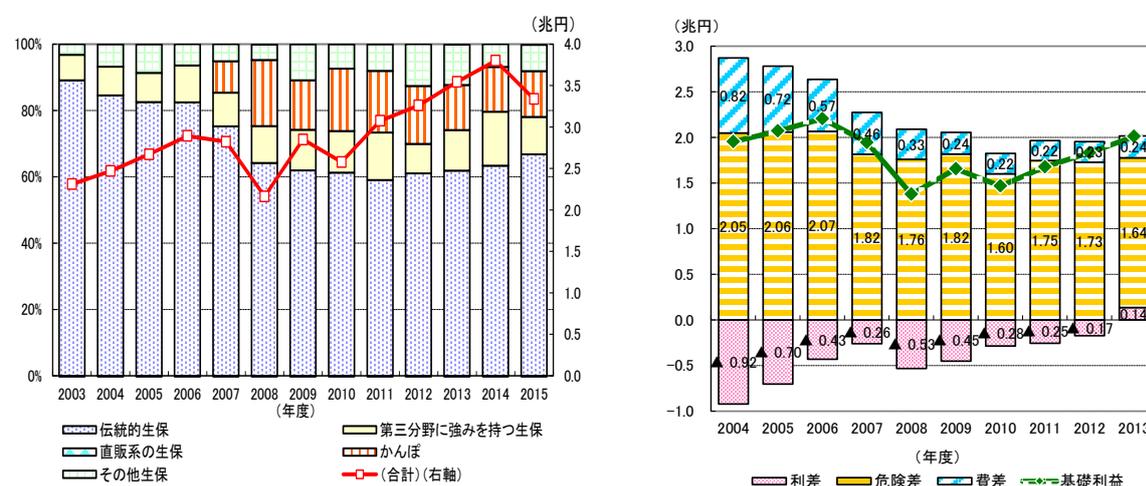
⁵ 新契約の募集及び保有契約の維持保全や保険金などの支払いに必要な経費。一般事業会社の販売費及び一般管理費に類似(生命保険協会)。

今後、生命保険市場がさらに縮小し、シェア競争が激化していく中、現状の保有契約高を維持しつつ、事業費の削減による効率性向上と基礎利益マージンの改善による収益力向上の両立はビジネスの持続可能性を高めるうえで重要と言えよう。

② 三利源の中の危険差益が現在の水準を維持できるか

全社ベースの基礎利益は、2015 年度には前年度比で減少したものの、リーマン・ショック後はおおむね増加傾向にあった（図表 12（左））。本稿では、生命保険会社を「伝統的生保」「第三分野に強みを持つ生保」「直販系の生保」「かんぽ」「その他生保」の5つの業態に分類⁶している。業態別では、伝統的生保の基礎利益の全体に占める割合が、2011 年度に60%に近い水準まで落ち込んだものの、2015 年度には70%近くまで回復している。

図表 12 業態別基礎利益の推移（左）と基礎利益と三利源（伝統的生保）（右）



(注) 図表中の5業態については脚注6参照。

(注) 図表（右）は伝統的生保のみ大同生命と太陽生命を除く7社。データの制約上、2013年度までのグラフ。

(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」より大和総研作成

図表 12（右）が示すように、基礎利益をおおむね示す⁷三利源（危険差益（死差益）、費差益、利差益）で見ると、本業の儲けである危険差益（死差益）が大部分を占める形で基礎利益

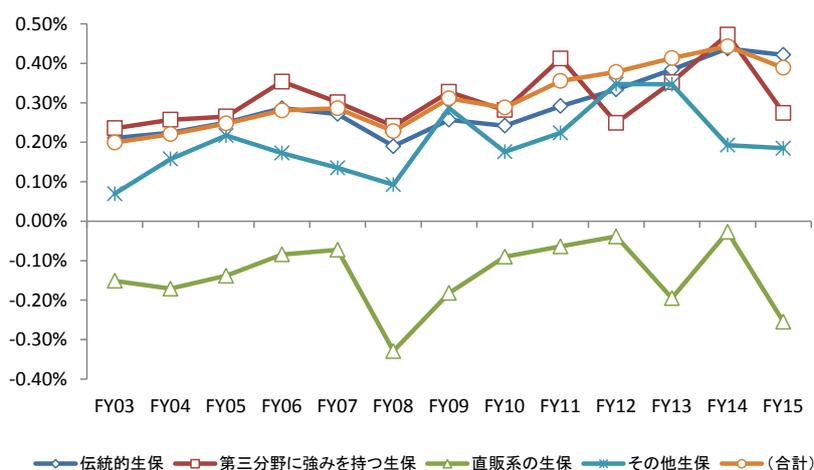
⁶分析にあたり、保険会社41社（2016年）を業態・特徴別に5つに分類した：①伝統的業態の生保9社（朝日、住友、第一、大同、太陽、日本、富国、三井、明治安田）、②第三分野に強みを持つ生保10社（アクサ、アメリカンファミリー、NKSJひまわり、オリックス、チューリッヒ、東京海上日動あんしん、AIG富士、三井住友海上あいおい、メットライフ、メディケア）、③直販系の生保3社（アクサダイレクト、ネオファースト（旧損保ジャパンDIY）、ライフネット）、④かんぽ、⑤その他の生保18社（エヌエヌ（旧アイエヌジー）、アリアンツ、カードィフ、クレディ・アグリコル、ジブラルタ、ソニー、ソニーライフ・エイゴン、第一フロンティア、T&Dフィナンシャル、SBI（旧ピーシーイー）、フコクしんらい、プルデンシャル、プルデンシャル ジブラルタ ファイナンシャル、マスマチュアル、マニュライフ、三井住友海上プライマリー、みどり、楽天）（注：社名は略称、2017年5月16日時点）。なお、便宜上、合併会社は遡及して合算している。（参考：『週刊東洋経済』、「生保・損保特集」）

⁷「三利源」については、生命保険会社の基礎的な期間損益の状況を示す指標である「基礎利益」の内訳として開示している会社が存在する（生命保険協会）。

を支えている。費差益については、2011年度まで減少し続けた後、ほぼ横ばい・微増で推移。一方、利差損（逆ざや）は、2008年度を除き、対前年度比でプラス寄与し続けており、2013年度には利差益に転じた。

業態別に基礎利益マージンを見ていくと、図表 13 に示す通り、伝統的生保の基礎利益マージン率が相対的に安定している。その一方、第三分野に強みを持つ生保、その他生保の基礎利益マージン率の安定度は相対的に低い。

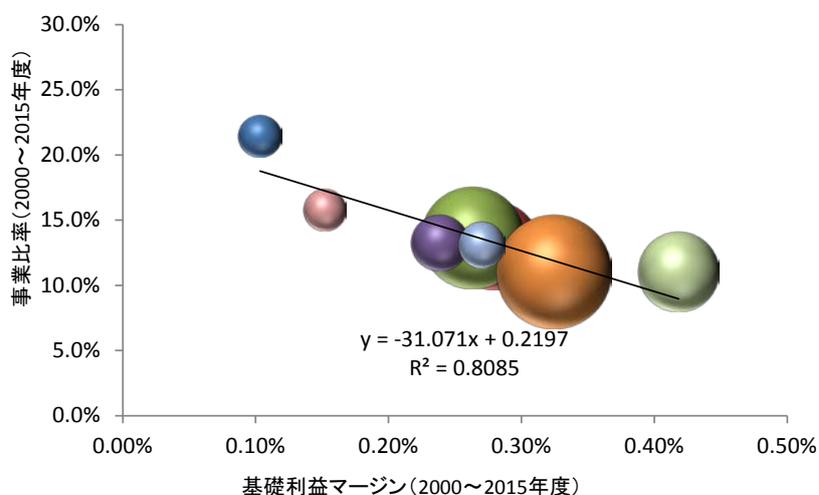
図表 13 生命保険業態別基礎利益マージンの推移



(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」データより大和総研作成

大手の伝統的生保においては、基礎利益マージンを改善するために事業費率をかなり下げてきた可能性があり、先行きの収益構造の変化を想定していた戦略と考えられる（図表 14）。

図表 14 伝統的生保の個別の基礎利益と事業費率の関係（2000年度から2015年度平均）



(注) 円は保有契約高の大きさを示す

(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」より大和総研作成

3. 20年後にビジネスの持続可能性を高めるために必要な条件

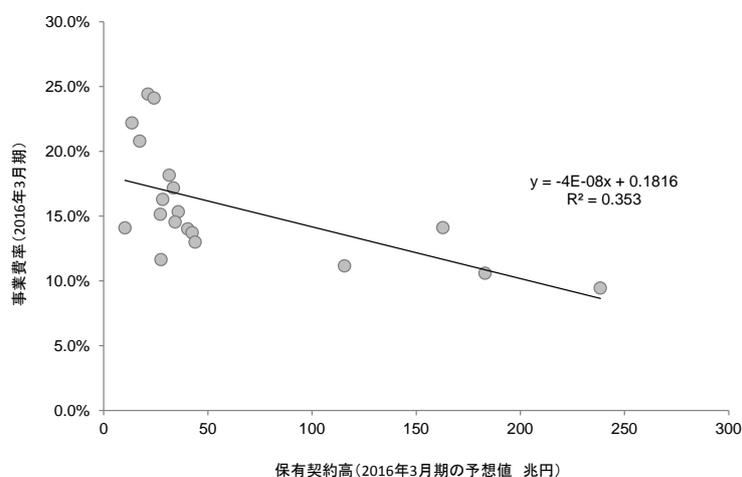
(1) 100兆円の保有契約高の規模の維持

生命保険会社41社(脚注6)の中で小規模な生命保険会社を除いた大手26社⁸の保有契約高と事業費率を見ると、相対的に保有契約高が大きい会社は事業費率が低い(図表15)。このため費差益が低下している中、生保ビジネスの持続可能性を高めるためには保有契約高の規模を維持・拡大することが重要と考えられる。

図表16は、大手26社の20年後の基礎利益マージンの状況を試算⁹したものである。20年後の2036年3月期には、保有契約高ベースで100兆円規模のすべての会社は基礎利益マージンが黒字となった。

100兆円の規模を維持できる生命保険会社は、生命保険業界の構造的変化による収益低下の圧力に対する耐性が相対的に強いと考えられる。本格的な業界の構造変化の芽は、業界の内外の競争、テクノロジーの発展、あるいは消費者から、出てくると考えられる。この構造変化に対応できない生命保険会社は保有契約高を積み上げることができず、基礎利益マージンを安定的に維持するための各三利源のボラティリティへの対応が難しくなる。特に、費差益の部分への根本的な改善が求められると考えられる。

図表15 生命保険会社(26社)の保有契約高(2016年3月期)と事業費率



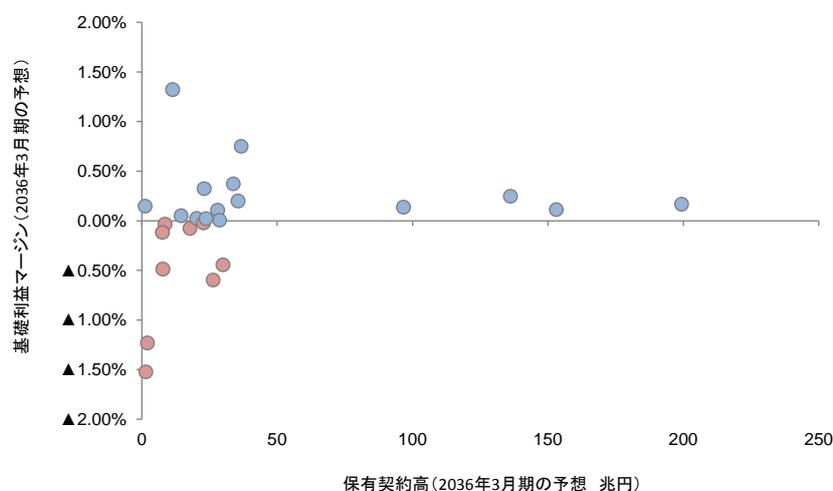
(注) 26社は脚注8参照。保有契約高は個人保険に団体保険を加えたもの。

(出所) 各生命保険会社ディスクロージャー誌、総務省統計局「平成27年国勢調査 年齢・国籍不詳をあん分した人口(参考表)」(各年10月1日現在の総人口(日本における外国人を含む))により大和総研作成

⁸ 保有契約高1兆円以上の以下の26社。伝統的業態の生保9社(朝日、住友、第一、大同、太陽、日本、富国、三井、明治安田)、第三分野に強みを持つ生保7社(アクサ、アメリカンファミリー、NKSJひまわり、オリックス、東京海上日動あんしん、三井住友海上あいおい、メットライフ)、その他の生保10社(エヌエヌ(旧アイエヌジー)、ジブラルタ、ソニー、第一フロンティア、T&Dフィナンシャル、フコクしんらい、プルデンシャル、マスマニューチュアル、マニユライフ、三井住友海上プライマリー)。

⁹ 労働力人口比率と保有契約高の相関が強いとの前提の下、各社の20年後(2036年3月期)の保有契約高を、(2036年の生産年齢人口の2016年比の減少率)×(各社の2016年3月期の保有契約高)により算出。2036年3月期の基礎利益を(各社の2036年3月期の保有契約高)×(2016年3月期の基礎利益マージン※事業費を加算)−(2016年3月期の事業費)で算出。基礎利益マージンは、同基礎利益を同保有契約高で除して算出。

図表 16 生命保険会社（26 社）の 20 年後の保有契約高と基礎利益マージン



(注) 20 年後の保有契約高は 2016 年 3 月期の保有契約高と生産年齢推計人口により算出。
 (出所) 各生命保険会社ディスクロージャー誌、総務省統計局「平成 27 年国勢調査 年齢・国籍不詳をあん分した人口 (参考表)」(各年 10 月 1 日現在の総人口 (日本における外国人を含む)) により大和総研作成

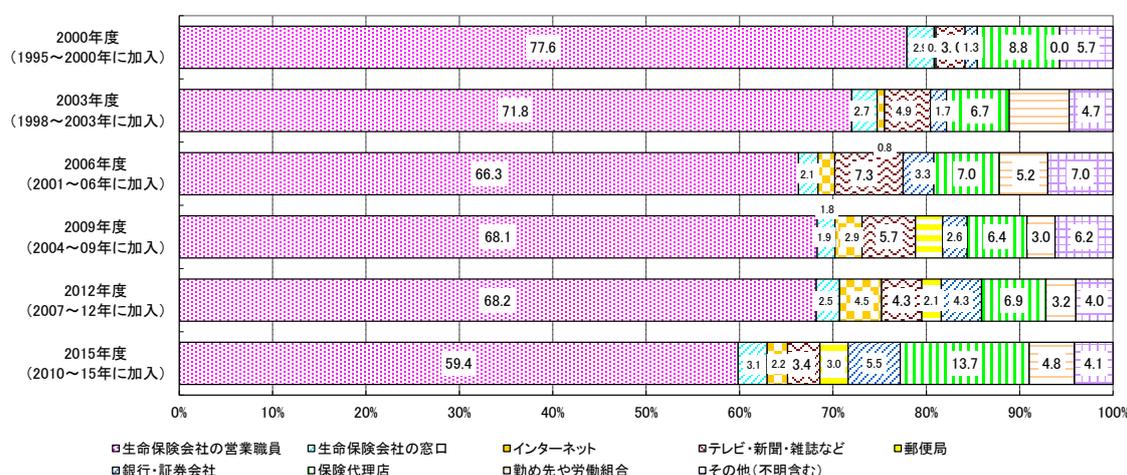
生命保険会社の経営は、その事業の特性上、基本的には、生命保険の保有契約高の規模が大きいかほど基礎利益が大きく、収益基盤が安定するストック型経営といえる。このため、伝統的生保は、他の業態と比べ、リーマン・ショックで利差損が大きく拡大した際も、危険差益（死差益）のバッファーがあり、トータルの基礎利益は比較的安定して推移してきた。裏返せば、伝統的生保にとって危険差益（死差益）を安定的に確保していくことが、将来的に企業価値を向上させていくために、特に重要である。

現状では、第三分野の保険契約の伸びによって危険差益を確保できていることから、死亡保険等の保有契約高の減少による死差益の減少を吸収できている。しかし、新規契約の動向を見ると、死亡保険の保有契約高の減少は今後も継続し、これによる死差益の減少は回避できないと想定される。さらに、第三分野の保険についても、この先、高い成長が期待できない可能性があるため、危険差益の下方圧力は、今後強まることが予想される。想定される危険差益（死差益）の落ち込みをカバーするためには、これまで以上に事業費の削減が必要となり、費差益を確保していくことが重要となろう。同時に、今後、運用環境が変化の中で、運用リスクの取り方と予定利率の決め方が利差益を変動させ、生命保険会社の企業価値を変化させる要因の一つとなるであろう。ビジネスモデルの改革、業界を超えた再編、海外への事業展開を含め、日本の生命保険会社は、今まで以上に様々な戦略を打っていく必要に迫られよう。

(2) 販売チャネルの多様化の進展と保険グループの変化

生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」において、購入チャネルの調査が実施されている（図表 17）。1990 年代の中ごろから 2000 年において、消費者の生命保険商品の購入チャネルは生命保険会社の営業員が 8 割近くを占めていたが、その後、2006 年度以降の調査では 7 割を切り、2015 年度には 6 割を切るという形で、多様化が進んでいる。また 2007 年 12 月に全面解禁された銀行・証券会社の窓口販売では、2000 年度調査の 1.3%から直近の 2015 年度調査では 5.5%まで上昇している。期待された「インターネット」の販売比率は、2000 年度調査の 0.2%から 2012 年度調査では 4.5%と急上昇したものの、2015 年度調査では 2.2%まで急落している。インターネット生保の登場など、有力な販売チャネルとして期待されたものの、消費者からの支持を得られていない。

図表 17 保険契約の販売チャネル



(出所) 生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」より大和総研作成

特筆すべきは、「保険代理店」である。2000 年度調査の 8.8%の水準から 2015 年度には 13.7%と大幅に上昇し、着実にシェアを拡大している。この背景には、保険代理店の販売チャネルとしての信頼性を向上させることとなった 2016 年度に施行された保険代理店の規制強化を目的とした保険業法の改正がある。この結果、大手生保が保険代理店事業への参入を活発化させている¹⁰。

このような販売チャネルの多様化に伴い、保険会社の組織構造は大きく変化していく必要があると考えられる。例えば、第一生命ホールディングスは、販売チャネルを意識した商品・銀行窓口専用販売業者（年金と終身の定額と変額（各々円貨・外貨）保険を販売）である第一フロンティア生命、保障型（医療・収入、健康年齢別の商品販売）保険商品を主に通販・ネットチャネル、保険ショップを通じて販売するネオファースト生命、というように販売会社別の保険商品を揃えて、グループ会社全体の収益性を高めようとしている。

¹⁰日本生命がライフサロンを買収。住友生命も「ほけん百花」という保険代理店子会社を通じて参入。

(3) FinTech (金融イノベーション) による保険業界の構造変化

(生命) 保険業が、金融業態と比べて最も FinTech の影響を受けると想定される。保険業自体の既存の主力の個人生命保険商品が売れなくなる (生命保険分野における保険引受リスクの機会が減少する)、死亡率等の静的データではなく IoT によって収集した動的データに基づいて保険引受リスクを評価し、商品を組成するという事業環境の変化が見て取れる (図表 18)。

図表 18 FinTech による保険業の変化のシナリオ

保険業のバリュー・チェーンのアンバンドル化 (将来的に想定される以下3つのシナリオ)	
① リスクのコモディティ化	リスク・プロファイルの標準化が業界全体で進む
② IoT により収集した特定個人の詳細な一次データの活用	保険会社は単一保険契約で自動車、住宅、健康、傷害などの複数のリスクをカバーする特定個人向けの保険商品の販売が主流になる
③ 特定個人のデータ収集を基礎とした保険リスクの引受	マスの保険市場が分断し、中小の保険会社でも特定の専門商品で生き残れる。大規模な保険会社においても、ニッチかつ収益性の高い市場に集中する戦略を採用する
保険におけるコネクティビティの増加 (将来的に想定される以下3つのシナリオ)	
① IoT (センサー) の更なる個人への普及	保険会社は、個人のリスク・プロファイルを追跡し、継続的に再定義することを可能にする。
② データに基づく個人の保険リスクの積極的な管理	保険会社は、顧客に装着したセンサーを通じて、より頻繁に顧客と相互にコンタクトが可能となり、事前にリスクマネジメントに参加することができる。
③ 第三者へデータビジネスの機会が与えられる	保険会社は、センサーを通じて個人に特定されたデータを収集することで、顧客の個人の特性、ライフスタイルの全体像をつかむことができる。販売業者や外部業者とデータを連携させることで、より有益な情報を顧客に提供することができる。

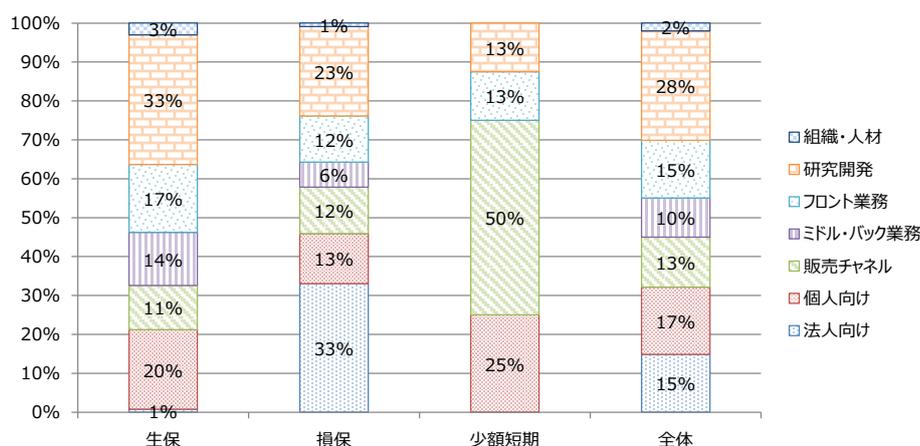
(出所) 世界経済フォーラムの報告書 World Economic Forum, “The Future of Financial Services” から大和総研作成¹¹

足元の国内生命保険会社の FinTech への対応を見ると、AI を活用し、センサーによって収集した顧客の一次情報 (動的情報=ビッグデータ) を商品開発に結び付けていくかが最大のポイントとなっている。関連する公表情報の件数 (2015/1/1~2016/11/30) を積み上げると、生命保険業界における FinTech の適用件数は延べ 132 件となった。サプライチェーンを意識して、「組織・人材」⇒「研究開発」⇒「ミドル・バック業務」⇒「フロント業務」⇒「販売チャネル」⇒「個人向け」⇒「法人向け」に適用範囲を7区分設定し、各区分の比率を算出した。

それによると「研究開発」(全体の 33%) が最も高く、「個人向け」(同 20%)、「フロント業務」(同 17%)、「ミドル・バック業務」(同 14%)、「販売チャネル」(同 11%)、「組織・人材」(同 3%)、「法人向け」(同 1%) の順となった。

¹¹ 町井克至、内野逸勢「FinTech から金融イノベーションへ～金融業のエコシステムに影響を与えるイノベーションとは～」、『大和総研調査季報』2016年7月夏季号 (Vol. 23) 掲載

図表 19 各保険会社分類のFinTech 活用対象の比率（公表情報ベース、2015/1/1～2016/11/30）



(注1) 金融庁「免許・許可・登録等を受けている業者一覧」より、生命保険会社免許一覧（平成28年10月3日現在41社）、損害保険会社免許一覧（平成28年10月3日現在51社）、少額短期保険業者登録一覧（平成28年12月6日現在88社）の全保険会社（180社）を対象とした。外国保険会社については、国内向けの公表情報（日本語ウェブサイト）のみを国内事例として調査した。

(注2) 端数処理の関係で合計が100%にならない場合がある。

(出所) 各社ウェブサイトより大和総研作成

図表19における生保の「研究開発」では、「外部連携」が最も多く、主な提携先は、AI等を活用したデータ分析ノウハウを持つIT企業、他保険会社・再保険会社、大学等研究機関、銀行、レセプトデータ等を持つ健保組合向けサービス事業者などであった。その他の「研究開発」では、「ビジネスコンテスト・スタートアップ支援・FinTechファンド」と、「AI・ビッグデータ活用」（＝健康診断、レセプト、医療記録データ等を深層学習などのAIで分析）が同件数で続いた。なお、データ活用については、ウェアラブル端末を活用して個人の日常的な活動データを収集し、生活習慣病等の疾病との因果関係を分析して新たな保険商品やサービスの開発を目指す「IoT活用」の事例も確認された。また、「個人向け」では、健康指標の改善による「保険料割引」や、健康増進を支援するためのスマートフォンアプリケーションやウェブサイトにおける健康増進コンテンツ発信などの「付加サービス」が導入されている。さらに、「フロント業務」では、「引受高度化」に含まれる、独自健康指標の算出、引受審査指標の拡張、保険業に強いグローバル大手IT企業の自動引受査定エンジンを活用した引受審査自動化などの事例が複数確認された。

生命保険業界のシナリオと足元の国内生命保険会社の対応状況を踏まえると、将来的には顧客の動的な一次データが急激に増えること、これまでよりも顧客の個別カスタマイズされた商品の開発力が問われること、ミドル・バック業務のエクゼキューション・顧客フォローサービスからフロント業務までのサプライチェーン全体の効率性ととも生産性が求められること、などが競争力強化のポイントとして挙げられる。ただし、生命保険業界以外の他社が、動的データを収集することに長け、生命保険関連のリスクを引き受けることが可能となった場合、生命保険業界のバリュー・チェーン自体がアンバンドルされる可能性も否定できない。

まとめ

生命保険会社の基礎利益マージン率の安定度を見ると、バリュー・チェーンのアンバンドルというよりも、伝統的生保が上記の経営課題に対応しつつ、安定した収益構造を形成していくことが、比較的確率の高い想定シナリオとして考えられる。伝統的生保の中でも、理想型とされるのは、ターゲット顧客の異なる販売チャネルのコストに見合った収益構造の構築を目指した会社の設立ではなかろうか。商品構造がより短期でリスクが多様化してくるとすれば、損害保険会社の組織および収益構造に類似したビジネスモデルが求められる可能性も否定できない。生命保険会社としての付加価値を如何に維持していくか、保険業界全体、あるいは金融業界全体を巻き込んだ“変革”が必要になるのではない。

“変革”の最初の段階として業界内の再編も考えられよう。過去を振り返れば、2000年代前半の再編の芽は、予定利率の低下によって、引き起こされる可能性があった。確かに、大手生命保険会社の経営統合、損保会社の参入などの再編はあったが、本格的な再編までには至らなかった。ただし、今後は、前述したようにビッグデータのAIによる活用が進めば、個別顧客への究極的なカスタマイズ、保険引受リスクの多様化（期間、種類など）によるアクチュアリー機能の多様なリスクへの早期対応、販売チャネルごとのコストに見合った商品の品揃え、などが本格的な再編の芽となっていく可能性を否定できない。

以上