

## 生損保

## 【要約】

- グローバルの生命保険市場は、中国で2018年の高利回り商品募集停止による落ち込みの反動増が生じるなどして、2019年は全体も成長軌道に戻ると見込む。国内生命保険市場は、長引く低金利が特に貯蓄型保険の商品性に影響して縮小を見込む。グローバルの損害保険市場は、最大市場の米国で自動車保険の成長が継続し、中国でも自動車保険の契約数・保険料が共に増加して拡大を続けるだろう。国内損害保険市場は、2020年度にかけて消費増税や高齢化、自然災害増加による保険料率引き上げにより、一定の成長を見込む。
- 2024年にかけては、欧米やNIEsといった成熟市場の伸びが限定的である一方、中国を始めとしたアジアが経済成長や政策面の後押しを受け、グローバル市場の伸びをけん引すると見込む。国内生命保険市場は寿命延伸や家族構成員数減少に伴って死亡保障から生存保障を重視する傾向が強まると共に、低金利環境が継続して貯蓄型商品の需要が減少して微減基調と見込む。国内損害保険市場は人口減少や自動車保有の質的・量的変化に伴って主力商品の伸び率が鈍化する一方、各社が注力する新種保険が高い成長率を維持すると見込む。
- 日本企業のプレゼンスは現状では高いものの、長期的には人口減少等の影響が避けられない。日本企業は国内市場で収益極大化を進めると同時に、生命保険分野では高齢化等の今後世界が直面する先進的な課題に対して社会と連携して独自の対応力を磨き、損害保険分野では新たなリスクの商品化を進める必要がある。さらに、国内で培った強みを発揮出来る海外市場を見極めて事業展開し、収益力や成長性を高める戦略が求められる。

## I. 需給動向

【図表 23-1】需給動向と見通し(グローバル需要)

(億ドル)	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
グローバル需要	生命保険	19,090	19,686	20,269	23,044	-
	前年比増減率(%)	▲0.1%	+3.1%	+3.0%	-	+3.2%
	損害保険	17,603	18,253	18,879	21,655	-
	前年比増減率(%)	+3.6%	+3.7%	+3.4%	-	+3.5%

(注) 指標は保険料収入の海外主要地域の会計年度末時点の合計値。保険料収入は Swiss Re の「保険料ボリューム」の定義に準ずる

(出所) Swiss Re, Sigma より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 23-2】需給動向と見通し(国内需要)

(億円)	指標	2018年度 (実績)	2019年度 (見込)	2020年度 (予想)	2024年度 (予想)	CAGR 2019-2024
国内需要	生命保険	339,159	330,423	326,827	322,957	-
	前期比増減率(%)	+4.5%	▲2.6%	▲1.1%	-	▲0.5%
	損害保険	94,140	96,300	99,205	103,818	-
	前期比増減率(%)	+1.5%	+2.3%	+3.0%	-	+1.5%

(注) 指標は保険料収入の数値。保険料収入の定義は、生命保険が生命保険協会資料における「保険料」、損害保険が日本損害保険協会資料における「元受正味保険料」の定義に準ずる

(出所) 生命保険協会及び日本損害保険協会公表データより、みずほ銀行産業調査部作成

先行き5年のグローバル・国内需要予測のポイント

- 先進国市場は、生損保共に成熟段階にあり、契約数増加は頭打ち。保険料率の動向が影響
- アジア新興国市場は、所得水準向上と政策面の後押しで保険普及率が上昇し、高成長が続く
- 国内生命保険市場は、低金利環境下で貯蓄型保険の商品性低下と生存保障シフトが進む
- 国内損害保険市場は、保険料率引き上げや新種保険増で成長も、自動車保険が頭打ち

1. グローバル需要 ～先進国市場で伸び率は頭打ちも、新興アジア諸国が成長をけん引

【図表 23-3】 グローバル生命保険市場の見通し（保険料収入）

（億ドル）	地域	2018年 （実績）	2019年 （見込）	2020年 （予想）	2024年 （予想）	CAGR 2019-2024
生命保険	米国	5,934	6,070	6,178	6,596	-
	前年比増減率（%）	+2.4%	+2.3%	+1.8%	-	+1.7%
	ユーロ圏	5,917	5,999	6,074	6,477	-
	前年比増減率（%）	▲0.5%	+1.4%	+1.3%	-	+1.5%
	中国	3,134	3,396	3,675	4,952	-
	前年比増減率（%）	▲5.4%	+8.4%	+8.2%	-	+7.8%
	NIEs	2,836	2,879	2,919	3,175	-
	前年比増減率（%）	▲0.3%	+1.5%	+1.4%	-	+2.0%
その他アジア	1,269	1,341	1,423	1,844	-	
前年比増減率（%）	+5.8%	+5.6%	+6.2%	-	+6.6%	

（注）NIEs は韓国・台湾・香港・シンガポール、その他アジアは ASEAN（インドネシア・マレーシア・フィリピン・タイ・ベトナム）及びインド

（出所）Swiss Re, Sigma より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 23-4】 グローバル損害保険市場の見通し（保険料収入）

（億ドル）	地域	2018年 （実績）	2019年 （見込）	2020年 （予想）	2024年 （予想）	CAGR 2019-2024
損害保険	米国	8,760	9,017	9,245	10,174	-
	前年比増減率（%）	+2.6%	+2.9%	+2.5%	-	+2.4%
	ユーロ圏	4,601	4,685	4,766	5,130	-
	前年比増減率（%）	+0.9%	+1.8%	+1.7%	-	+1.8%
	中国	2,615	2,870	3,130	4,311	-
	前年比増減率（%）	+12.0%	+9.7%	+9.1%	-	+8.5%
	NIEs	1,139	1,166	1,192	1,338	-
	前年比増減率（%）	+2.2%	+2.4%	+2.2%	-	+2.8%
その他アジア	489	515	546	702	-	
前年比増減率（%）	+10.4%	+5.5%	+6.0%	-	+6.4%	

（注）NIEs は韓国・台湾・香港・シンガポール、その他アジアは ASEAN（インドネシア・マレーシア・フィリピン・タイ・ベトナム）及びインド

（出所）Swiss Re, Sigma より、みずほ銀行産業調査部作成

(1) 生命保険

2019 年は中国で反動増が生じ、主要地域全体で成長軌道に戻る

2019 年における海外主要地域の生命保険料収入は 1 兆 9,686 億ドル(前年比+3.1%)と、中国で生じた前年の大幅な減少からの反動増が主導する形で全体の成長率も回復すると見込む(【図表 23-3】)。中国では、2018 年に規制当局による行き過ぎた高利回り商品の販売停止等で縮小したが、2019 年は政府による販売支援が講じられ、反動増が期待される。中国の生命保険市場は過去 10 年余り 10%超の成長を続けてきた中、2018 年に一時的に減速したが、今後は所得向上等を背景に比較的高い成長率に戻るものと予測する。米国では、労働省主導のフィデューシャリー規則が金融商品の選択肢を狭め生命保険需要にも悪影響を与えていたが、トランプ大統領の見直し指示により 2018 年に無効化して同年に反動増が生じていた<sup>1</sup>。2019 年も 2018 年と同様に、増加傾向が続くものと見込む。

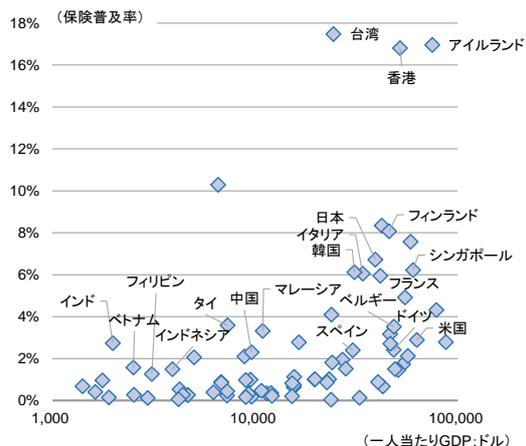
2020 年以降は世界経済成長鈍化の影響があるも、アジアがけん引して堅調

2024 年における海外主要地域の生命保険料収入は 2 兆 3,044 億ドル(年率+3.2%)と、世界経済の成長が鈍化する中、中国やその他アジアが全体をけん引し、中期的にも堅調な成長が続くと見込む。中国やその他アジアでは比較的高い経済成長が続くと共に、保険普及率(GDP に占める保険料収入の割合)が上昇して、保険料収入は高い伸びとなるだろう。他方、米国や NIEs は、保険普及率が既に頭打ちであるため、高成長は見込みづらい。

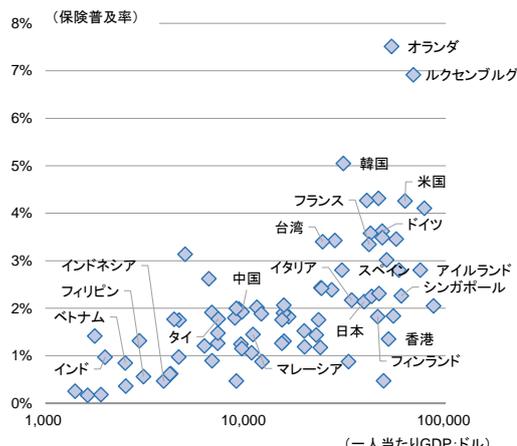
保険普及率は所得向上に伴って上昇する傾向

保険普及率は生損保共に一人当たり GDP の増加に伴って上昇し、概ね 10,000 ドルを越えて以降上昇ペースが加速する傾向にある(【図表 23-5、6】)。これは、経済成長による所得水準向上によって、生命保険では働き手に対する経済的な保障が意識されることや保険料を拠出する経済的余裕が生まれ、損害保険では自動車や住宅といった資産を保有することが背景にある。

【図表 23-5】 生命保険:各国の一人当たり GDP と保険普及率(2018 年)



【図表 23-6】 損害保険:各国の一人当たり GDP と保険普及率(2018 年)



(出所)【図表 23-5、6】とも、Swiss Re, Sigma より、みずほ銀行産業調査部作成

<sup>1</sup> オバマ前政権下で労働省は退職資金を運用する投資家が十分に保護されていないとしてフィデューシャリー規則を改正し、段階的施行を開始してきたが、金融業界はコンプライアンス費用と商品選択の制約が増加することに対する懸念を表明。2017 年にトランプ大統領が同規則の撤回または改正を求める覚書に署名して完全施行が延期となった後、2018 年に無効が確定した。

米国は世界最大の市場ながら成長余地は限定的

米国は単一国として最大の市場だが、若年層において保険加入の優先度が低下して生命保険普及率が微減傾向にあるなど成熟段階にあり、成長余地が限定的である。特にミレニアル世代は近年、消費者層としての存在感が増しているが、保険よりも各種ローン返済やその他支出を優先する傾向にあり、保険料収入の大宗を占める年金保険は当局の規制で商品性が落ちるなどマイナス影響が生じている。今後も全体として保険普及率の上昇が見込みづらいため、市場の成長は経済成長程度の伸び率にとどまるだろう。

欧州は成熟段階にあり、規制面の影響も大きい

欧州は地域別で見れば保険普及率が世界トップレベルと既に成熟市場であり、保険料支出額も他地域対比大きい。また、欧州の保険商品は投資的性格が強いことから当局の規制によってコンプライアンス費用がかさむ傾向にあり、保険料率の設定では男女間格差を設けられないなどの制約が存在する。また、保険会社に対する健全性指標の規制強化で保険金支払いに備えた資本水準が厳格化されるなど規制面の制約も増え、高リスク・高保険料率の保険引受を減少させる動きもあることから、成長余地は米国と同様に限定的だろう。

中国の保険普及率は低いが経済成長と政策的な後押しで上昇し、高成長

中国は過去 10 年間で市場が 3 倍近く成長しており、単一国としては米国に次ぐ巨大市場の地位を確立しつつある。足下の生命保険普及率は 2.3% (2018 年) と主要な他国対比で依然として低い水準にあるが、中国政府は 2020 年までに「一人当たり保険料(生損保合算)支出 3,500 元(約 500ドル)」「保険普及率 5.0%」を目標として掲げ、普及を後押ししている。今後も経済水準の向上と共に、生命保険による経済的な保障ニーズが高まるものと想定されることから、加入数が順調に増え、今後高い成長が継続すると見込む。

NIEs は少子高齢化を受け既に高い保険普及率にある

NIEs は生命保険普及率が日本以上の水準にあり、特に台湾は 17.5% (2018 年) と世界トップである。台湾では少子高齢化が進行し、老後などの将来不安によって貯蓄志向が高く、資産運用手段として生命保険が活用されている。韓国は 2018 年の合計特殊出生率が 0.98 人で世界最低となるなど、台湾同様に老後への備えが意識されやすい環境にあり、保険の活用が進んでいる。香港は 2018 年に男女共に平均寿命が世界一位であり、高齢化に伴うニーズが同様に高い。シンガポールでは保障性商品を中心に保険料の支出額が増えたが、事故後の損害額に対して保険金による保障額の不足分が依然として大きい状況にある。以上より、NIEs では先進国対比で社会保障が手薄な環境下で今後も少子高齢化が進行し、補償ニーズが大きいいため、高水準な普及率が維持され、年率+2%程度の成長を見込む。

その他アジアでの普及は足下で限定的も、経済成長に伴って拡大

その他アジアではいまだ生命保険の認知度が低く、一部で保険料とは別に契約に高額なコストがかかる状況にあり、成長余地は大きいものの足下で普及は限定的である。但し最近ではインドで政府が低所得者層にも金融サービスへのアクセスを提供する金融包摂措置を実施するなど、政策的な後押しも期待される。経済成長に加えこのような取り組みが進み、その他アジアも中期的には中国と同様に普及が加速するだろう。

## (2) 損害保険

2019年は引き続き底堅く推移

2019年における海外主要地域の損害保険料収入は1兆8,253億ドル(前年比+3.7%)と、世界経済の成長鈍化の影響を受けるも、新興国の成長により、全体として堅調な成長を見込む(【図表 23-4】)。国別では、最大市場の米国で自動車保険がけん引して堅調な成長を維持し、欧州ではドイツで自動車保険や火災保険が堅調と見込む。中国では政府による新エネ車への補助金減少等を受けて自動車保有台数増加ペースが鈍化するが、傷害保険等の自動車保険以外の分野が伸びて成長率の水準は引き続き高いと見込まれることから、海外主要地域全体としても堅調に推移するだろう。

中期的にも自動車保険が伸び、保険対象拡大等も追い風となり、堅調に推移

2024年における海外主要地域の損害保険料収入は2兆1,655億ドル(年率+3.5%)と、中期的にも堅調な成長が続くと見込む。各国損害保険業界において自動車保険は依然として主力商品であるが、2024年にかけても各国の自動車保有台数増加と経済成長に伴って、保険契約件数と保険料が共に増加する見込みであることが全体として堅調な成長の背景に挙げられる。産業構造の変化や経済成長に伴い、保険加入の対象が拡大して損害保険普及率は上昇すると見込む。特に中国・その他アジアでは、所得向上が損害保険普及率上昇に寄与し、海外主要地域全体の成長をけん引するだろう。

米国では自動車保険料率上昇により拡大

米国は単一国として世界第二位の中国を大きく上回る世界第一位の市場であり、中でも自動車保険は損害保険料収入全体の概ね半分を占め、加入台数が2.7億台に達するなど規模が大きい。事故歴のあるケースも高い料率で引き受ける仕組みがあること等により、保険料水準の上昇がけん引する形となり、先進国としては比較的高い成長を見込む。

欧州では自動車保険で契約数頭打ちも、企業関連保険が伸びて緩やかに成長

欧州は主力商品の自動車保険で契約数が頭打ちとなるも、近年は自動車の高度化進展に伴う高価格化等を背景に保険料率が上昇しており、今後も堅調に推移すると見込む。しかしながら、生命保険と同様に規制強化を受けて、高リスクなケースの引受が減少する可能性がある点はマイナス要因である。一方、財産保険が自動車保険と同等の規模を有し、運送保険等と共に成長することから、全体としては緩やかな成長率で推移すると見込む。

中国では自動車保険の契約数・保険料率が共に上昇すると共に企業向けも成長

中国は単一国として既に世界第二位の市場であり、以前と比べれば鈍化するものの、今後も中期的に年率+8.5%と高水準の成長を見込む。自動車保険は損害保険市場に占める比率が7割程度と高く、大きな主力商品である。経済成長に伴って地方でも自動車保有台数が増加し、交通事故等のリスクに対する意識向上や自動車の大型化・高額化が同時に進み、契約件数・保険料率が共に上昇することで高い成長率が見込まれる。また、政策面の後押しが生命保険と同様にあることから、今後も社会的にリスクに対する意識が高まり続けるだろう。政府は産業界に対してもIoT・ビッグデータの活用と同時にリスクへの備えを推奨しているため、個人だけでなく企業でも損害保険の活用が進むものと見込まれる。また、経済成長と一帯一路政策によって、国内外の建設プロジェクトが引き続き堅調で、中国企業による建設契約が大きく増加しているため、自動車保険以外にも成長するだろう。

NIEs では生命保険ほどに保険普及率が高くなく、今後の上昇が見込まれる

NIEs の保険普及率は、生命保険ほどに突出していない。資産保護に対する意識が現状では日米欧対比低位だが、顧客の多様なニーズに応える各種商品が増えていることを受け、保険普及率が中期的に上昇することで損害保険市場は成長すると見込む。なお、韓国では保険普及率が 5.1%と高いが、全体の 62% (2017 年) を占める傷害・医療保険が社会保障制度不安によって成長していることが背景として挙げられる。自動車保険の占める割合は 21% (2017 年) に過ぎないが、近年は自動車保有台数の増加や輸入車等の高価格車増加による保険料率上昇で高い成長率にあり、損害保険市場全体の成長が続くだろう。

その他アジアも所得向上に伴い成長

その他アジアの損害保険市場は特に自動車保険の占める割合が高いが、これは火災保険や家財保険といった分野が未成熟であることを示しており、今後は当該分野の成長も見込まれる。現在のところ損害保険商品に対する社会的な認知度は低く、適切な販売チャネルの未整備など、普及に向けた障壁は多岐にわたるものの、所得向上の高まりを背景に所有物の損害リスクに備える傾向が強まるだろう。

## 2. 内需 ～生命保険は死亡保険減で縮小基調、損害保険は保険料率引き上げで堅調

### (1) 生命保険

日本の生命保険市場は足下で世界第二位の規模も、縮小基調

日本市場は足下で世界第二位の規模ながら、2016 年度に予定利率引き下げによって保険料収入の大きい終身保険が一段と縮小し、低金利環境が長期化する中、2017 年度には一度中国に抜かれて世界第三位となっていた。今後も低金利による一時払い終身保険の減少や、死亡保障から保険料収入の単価が小さい生存保障へのシフトを受けて、縮小基調となる見込みである。

2019 年度は市場をけん引してきた一時払い終身保険が縮小

2019 年度における国内生命保険料収入は、世界的な低金利環境の進行によって市場が縮小し、33 兆 423 億円 (前年度比 ▲2.6%) と見込む【図表 23-7】。低金利長期化を受けて円建て一時払い終身保険の販売停止が拡大し、予定利率の高さが魅力だった外貨建てでも金利の絶対水準が低下しているため、終身保険における投資運用面の商品性低下は避けられない。終身保険を中心とした一時払いの貯蓄型保険は、契約時の保険料収入が大きく、2007 年に銀行での窓口販売 (窓販) が全面解禁されて以降、市場の伸びをけん引してきたが、一転して需要減の主因となるだろう。

低金利環境の継続は 2020 年度以降も需要の下押し圧力に

2024 年度における国内生命保険料収入は、低金利環境の継続による商品性の低下が続くことが影響して、32 兆 2,957 億円 (年率 ▲0.5%) と見込む。予定利率算定の実質的な基準となる標準金利 (円建て) は 2016～2017 年にも引き下げられてきたが、足下における市場金利水準の更なる低下を受けて 2020 年 1 月には史上初の 0% となる。こうした状況下、商品性が低下する終身保険は低調な販売状況が続くだろう。一方、長寿化に伴う死亡リスク低下が進み、有期保障型の商品性が高まることから、定期保険は増加を続けると見込む。しかし、保険料収入は終身保険に代表される貯蓄型の保険対比小さいため、需要の反転には繋がらないと見る。

死亡保障から生存保障へのシフトが続く

終身保険や定期保険を含む死亡保険は、これまで主要な生命保険商品であったが、長期的に減少傾向をたどってきた。これは日本人の長寿化が進む中、契約者のニーズが死亡後の遺族に対する保障(死亡保障)から、事故や罹患時の生存や回復のための保障(生存保障)へシフトしていることが背景として挙げられる。さらに、先進医療等の技術進歩に伴う医療費の高額化、社会保障の自己負担額増加や寿命延伸に伴う老後資産への不安の高まりから、医療・介護負担や疾病等による所得減少等に備えるニーズが増加している。こうした傾向は今後も強まると考えられるため、医療保険やがん保険に代表される傷害・疾病・介護保険分野(生存保障)は、中期的に成長を維持し、市場全体が縮小基調にある中で数少ない成長要因になると見込む。

## (2) 損害保険

日本の損害保険市場は自動車保険を主力商品として世界第四位の規模

2018 年度における国内損害保険料収入は、単一国として米国・中国・ドイツに次ぐ世界第四位である。日本では自動車損害賠償責任保険(強制保険。通称、自賠責)と自動車保険(任意保険)といった広義の自動車保険が、収入保険料の過半を占めている。また、事業環境面に着目すれば、二番目に割合が高い火災保険は大規模自然災害等によって、時に保険金支払いが膨大となる一方、自動車保険は保険金支払いが安定しており、長期的に交通事故減少が続くなどして収益性も高く、各社の主力商品となっている。

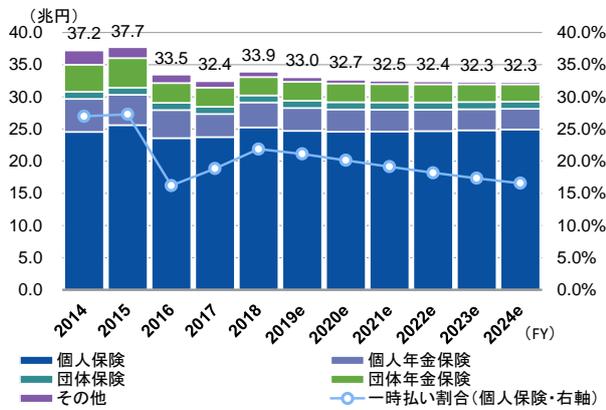
2019 年度は主に各種主要商品の保険料率引き上げにより拡大

2019 年度における国内損害保険料収入は、各種主要商品の保険料率引き上げを受けて 9 兆 6,300 億円(前年度比+2.3%)と見込む(【図表 23-8】)。自動車保険は、自動ブレーキ等の安全装備普及拡大による保険金支払い減を受けて、2018 年度に保険料率引き下げを行った影響で縮小していた。2019 年度は消費増税による修理費等の増加や、民法改正で人身事故時の保険金額が増加することを背景に、2020 年 1 月に保険料率引き上げが実施されるため、微増に転じる。火災保険では自然災害の多発・激甚化や災害に伴う老朽化設備への被害増加を背景に、傷害保険では怪我や後遺症の発生が相対的に多い高齢者の契約比率が高まることを背景に、両者とも 2019 年 10 月に保険料率を引き上げたことで市場が拡大すると見込む。

2020 年度も保険料率引き上げが寄与

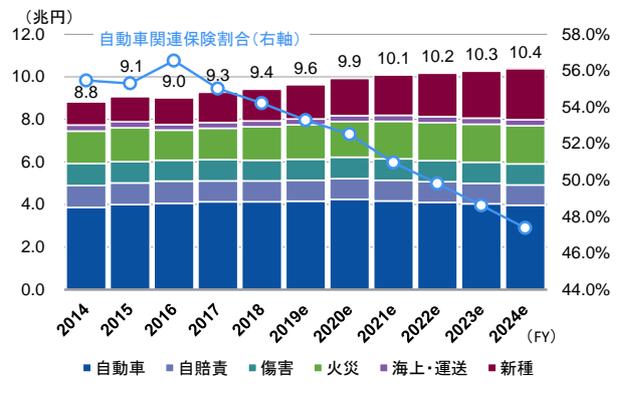
2020 年度における国内損害保険料収入は、人口減少等の構造的な下押し要因が存在するものの、2019 年度に行われた保険料率引き上げが通年で寄与し、追加の引き上げも行われるため成長率が同+3.0%に上昇すると見込む。

【図表 23-7】生命保険：国内市場の推移



(出所) 生命保険協会資料より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 23-8】損害保険：国内市場の推移



(出所) 日本損害保険協会資料より、みずほ銀行産業調査部作成

中期的には新種保険が成長も、自動車保険が縮小に転じ、全体の成長率は低下

2024 年度における国内損害保険料収入は、10 兆 3,818 億円（年率+1.5%）と見込む。中期的には企業経営リスクの認知度上昇等を背景に、賠償責任保険を含む新種保険が堅調に伸びると見込む。火災保険は自然災害の多発・激甚化による消費者のリスク対応意識の高まりも受け、堅調に推移するだろう。他方、人口減少や自動車保有台数減少に伴う加入件数の減少に加え、自動車ブレーキ普及等により交通事故減少が継続して保険料率引き下げが行われ、自動車保険は縮小基調に転じるだろう。

自動車保険は中長期的に保有台数減少や利用形態の変化がマイナスに影響

中長期的に、人口減少や若者を中心とする車離れが継続し、自動車保有台数は減少傾向をたどる上に、保険料率の低下も続くだろう。また、人々の自動車への関わり方は従来の「所有」から、カーシェアリングなどの「利用」へ変化する流れが加速すると考えられる。そのため、自動車保険加入者は個人からカーシェアリング事業者にシフトする動きが一部で大きくなり、ドライバー単位で見れば短期・小口化すると考えられる。こういった自動車利用形態の変化は、自動車保険の契約数・保険料率の両面にマイナスの影響を与えるため、今後の成長は見込みづらい。

新種保険は中長期的に拡大が見込まれる

新種保険は、中期的にも市場が拡大すると見込む。新種保険分野は建設工事、動産総合、機械、賠償責任・費用・利益など対象が多岐にわたっており、足下においても新たな産業創出に伴って新しいリスクが発生することから、サイバー保険などの新しい商品が生まれている。社会環境の変化やテクノロジーの進歩に伴って、新たなリスクの算定も可能になりつつあり、損害保険各社も新種保険を成長分野と見て注力していることから、今後も高い成長が見込まれる。

## II. 日本企業に求められる戦略

保険市場の特性  
と日本企業のシ  
ェア

保険事業は各国の経済状況、生活様式、社会保障制度と政府・金融当局の方針を反映した規制下で運用されるため、各国固有の影響を大きく受け、市場の独自性が強い。日本では外資への開放など自由化が進んできたが、依然として生損保共に日本企業が4分の3以上のシェアを有する。なお、各国市場とも同様な背景があることから、グローバルトップ企業のグローバル市場に占めるシェアは生損保共に2%台<sup>2</sup>に過ぎない。

良好な母国市場  
に恵まれた日本  
企業

日本市場は、生命保険分野では契約高の大きい死亡保険がけん引する形で成長し足下では世界第二位、損害保険分野では日本が世界第三位の自動車保有台数を有することから自動車保険がけん引して世界第四位と規模が大きい。長生き・健康志向等で平均寿命は伸び続け、受療率(推計患者数/推計人口)も低下傾向にあり、交通事故等も趨勢的に減少するなど、日本企業は良好な母国市場に立脚して事業展開し、危険差益<sup>3</sup>を主軸として収益を拡大してきた。このような日本市場において高いシェアを有する日本企業のプレゼンスは、グローバル視点でも高いレベルにあると言える。

保険市場の変  
化：人口減少等  
に起因する構造  
的な縮小は不可  
避

しかしながら、日本では人口減少や高齢化が不可避であり、これら構造的な縮小要因による市場の量的変化を所与のものとした事業の強化が必要である。人口減少等は、家族構成員数の減少や自動車保有台数の減少に繋がり、生損保市場の中長期的な下押し要因となる。日本市場はこうした量的な変化に加え、生命保険分野では死亡保障から生存保障へニーズが変化し、損害保険分野では自動車利用のあり方自体が変わるなど、質的な変化も受けている。こうした変化により、主力商品の保険料収入は中長期的に減少傾向をたどると考えられる。

保険外領域の拡  
大：予防・予測に  
資するソリューシ  
ョンが求められる

さらに、社会的なニーズは保険による経済的な保障から、罹患や死亡、事故を未然に防ぐ保険外の「予防・予測」領域におけるソリューションへ拡大しつつある。足下においても、生命保険では健康状態に応じた保険料割引制度の拡充や、健康増進に資する付加サービスが注目されている。今後これらの取り組みが強化され、契約者は健康を維持し、その結果保険会社では保険金支払いが減り、政府は社会保障費削減が可能となる「三方よし」を実現することが期待される。こういった社会的ニーズに対して生命保険会社は、事業としてどのような具体策を打ち出せるかが問われるだろう。自動車保険では、ドライバーのスマートフォンのGPS・センサーの活用や、ドライブレコーダー等の車載機提供を通じて収集した運転特性データに基づく事故回避サポート等が既に提供されている。自動ブレーキ等のハード面からだけでなく、保険周辺のソフト面から安全運転を支援し、事故予防を推進する取り組みと言え、今後も更なるサービス高度化が求められる。

<sup>2</sup> 世界の保険料収入に占めるシェアトップ(2017年)は、生命保険では独 Allianz が2.9%、損害保険では米 State Farm Insurance が2.9%と見込まれる。

<sup>3</sup> 危険差益とは、保険料算定時に想定した保険事故発生率に基づく保険金・給付金等支払予定額と実際の保険金・給付金等支払額との差額。

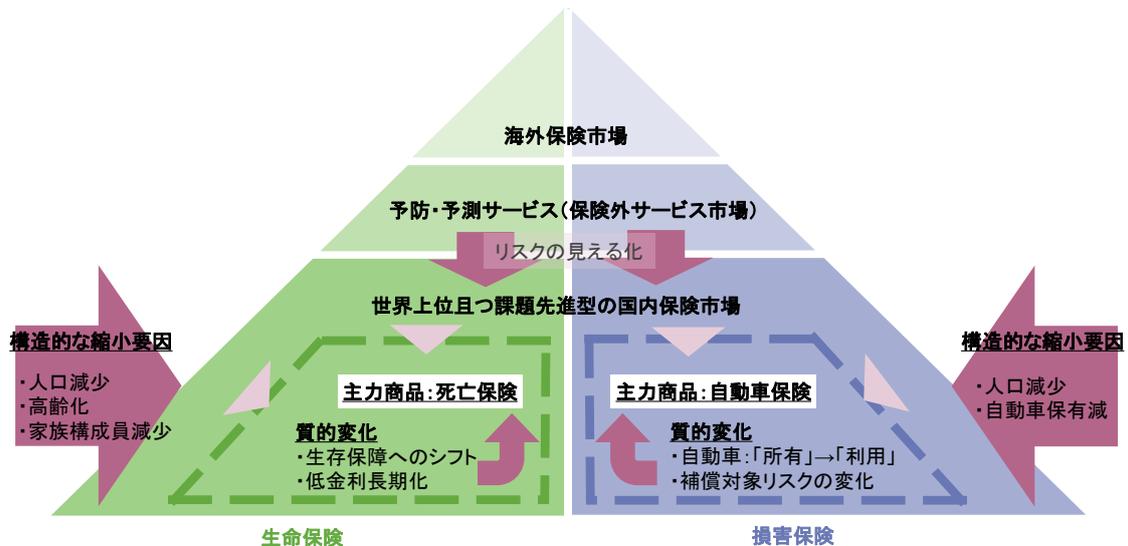
ディスラプターのもたらす影響には注視が必要ながら、共同して事故予防・危険差益の獲得に取り組むことが有効

海外展開の方向性：課題先進国の母国市場で培った強みを活かした展開も有効

将来的には AI・IoT 等を活用したテクノロジーの進歩によって、多種多様なリスクに対する分析・理解が進むだろう。それらデータを用いて異業種のディスラプターがリスク予測・管理を高度化することで、保険商品の必要性は低下する可能性がある。リスクの「見える化」が進み、リスクに備える必要性自体が下がることで、保険の持つ本質的価値が消滅する可能性も長期視点ではあるだろう。但し、多様なリスクの定量化・予測精緻化には相当の時間を要すると考えられる。保険会社は、長期目線において保険商品のディスラプターとなり得るテクノロジー企業を巻き込む形で利用して、事故の予防・予測に努め、共同して危険差益を維持・拡大することが収益極大化に有効だろう。

高齢化等が進む日本には、他国に先行して社会的課題への対応が求められ、同様の課題は欧米・アジアでも生じているか、または将来的に大きな課題となるだろう。短期的な収益拡大の観点では、日本企業は国内で稼いだ資金を活用した M&A で収益貢献を見込みやすい成熟市場を取り込みつつ、将来的な成長が見込まれるアジア新興国市場へも同様に展開することが選択肢となる。但し、日本企業は資金力を武器にパワーゲームでのみ戦うのではなく、母国市場の変化に合わせた多角的な対応力の強化を通じて、海外の有力企業との差別化を実現することも出来るだろう。日本企業各社固有の強みを携えた海外展開は、単なる収益の上乗せだけでなく、その強みを現地市場と掛け合わせた事業展開も可能とするだろう。このように、母国市場の長期的な社会ニーズの潮流を捉え、これまでの主力商品に限定せず幅広い収益源を確保していく戦略が、グローバル市場における日本企業の強み創出のためにも重要である（【図表 23-9】）。

【図表 23-9】日本企業の事業領域の位置付けと国内市場の変化



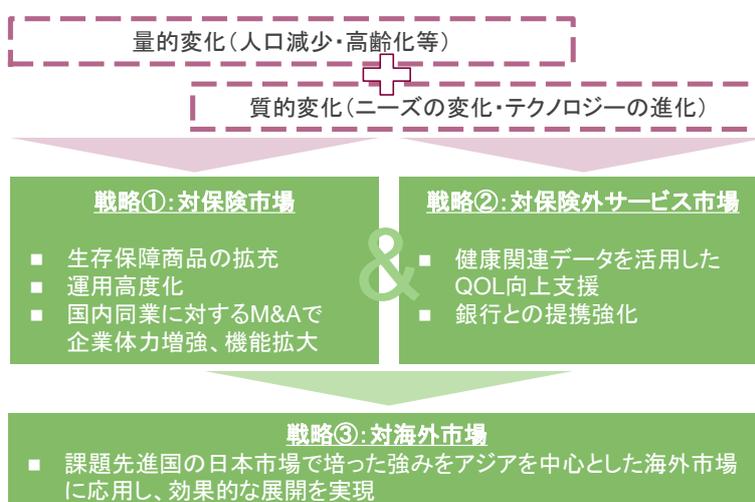
(出所) みずほ銀行産業調査部作成

(1) 生命保険分野で求められる戦略

対保険市場の戦略：生存保障商品の拡充による長生きリスクへの対応

生命保険分野では、「長生きリスク」への備えに資する生存保障の提供強化がますます重要となる。少子高齢化と膨張が避けられない財政を考慮すれば、公的社会保障における自己負担増が現実味を帯びてくるだろう。今後、社会保障制度に依存した生活が難しくなることも考えられ、日本企業には民間の医療・介護保険の需要が増加する可能性も念頭に置き、社会ニーズに沿った生存保障タイプの商品を拡充するなどの対応が求められるよう（【図表 23-10】）。

【図表 23-10】日本の生命保険会社に求められる戦略



(出所) みずほ銀行産業調査部作成

対保険市場の戦略：低金利長期化に対する運用高度化

世界的に進行する低金利への対応も必要である。海外資産等への投資対象多角化も重要な選択肢だが、公社債に代表される現状の有価証券投資は既に運用難に陥っていると言える。今後長生きリスクへの備えを担い、社会保障制度の一部を生命保険業界が肩代わりして運用資産が増加する可能性を考慮すれば、海外勢が手掛けるのと同様に、個別資産への投資や各種ストラクチャード・ファイナンスの活用等を通じた運用高度化が必要となるだろう。

対保険市場の戦略：国内同業へのM&Aによる規模拡大が求められる可能性

こういった次世代型の取り組みを進めるためにも、国内同業に対するM&Aを活用して規模拡大を図ることは経営上重要である。上位3社が国内シェア8割超を占める損害保険業界と異なり、生命保険業界では依然シェアが分散している。企業体力に乏しければ、新たな社会ニーズに対応した新型商品への対応強化や運用高度化が難しくなると共に、データ利活用等の保険外を含む新たな領域への機能拡大のハードルは高くなる。今後縮小基調にある日本市場で、質的变化や社会ニーズに対応した機能強化を図るための企業体力増強に向け、効果的なM&Aを実現する経営戦略がより一層重要となる。

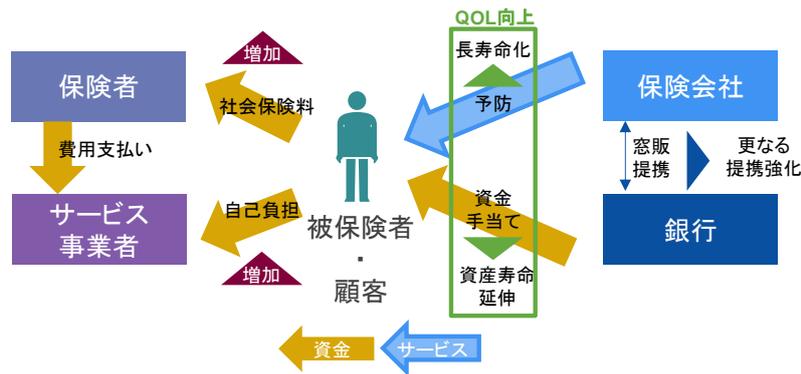
対保険外サービス市場の戦略：健康関連データの利活用

保険外サービスにおいて中長期的には、健康保険組合や介護事業者と組んで、疾病予防推進策や介護予防策を提供し、危険差益を維持・拡大しつつ、契約者の QOL (Quality of Life: 生活の質) 向上を支援する取り組みが重要となるだろう。また、日本にはレセプト情報・特定健診等情報データベース (National Database: NDB) や介護保険の請求等に係るデータを国が悉皆的に収集した介護データベース (DB) が存在し、世界に類を見ない規模の良質な医療・介護情報の蓄積がある。今後は社会保障財政逼迫を緩和するため、これら DB の民間活用を進めることも視野に入れる必要が出てくるだろう。生命保険会社が DB を有効に活用するケイパビリティを構築出来れば、データ分析結果から健康増進サービスによる効果的な予防策を講じ、またその知見を次世代型の保険商品に役立てることも可能となるだろう。

対保険外サービス市場の戦略：資金需要を創出し、既に窓販で協働する銀行と提携強化

QOL 向上には「予防」のみでなく、予防を実現した後に豊かな生活を送るための「資金」も必要となるため、顧客に対する資産運用や資金調達といった総合的な金融コンサルティングのニーズが高まるだろう。データ利活用を通じたより正確な余命分析や効果的な予防が可能となれば、余命に応じて必要な老後資金を算定し、個人に対してより実態に即した運用アドバイスや効果的な資金調達スキームを提供することが可能になる。こういった資産寿命延伸の観点では、生命保険会社にとって既に窓口販売で提携する銀行と手を組むことも有効な戦略と考えられる。予防によって延伸した余命分析結果に基づき協働して資金需要を創出し、顧客の資産寿命延伸に資するサービスを提供出来れば、保険外領域での付加価値向上に資する有効な取り組みとなるだろう（【図表 23-11】）。

【図表 23-11】 QOL 向上に向けた顧客への新たな関わり方



(出所) みずほ銀行産業調査部作成

対海外市場の戦略：アジアにおいて日本で培ったノウハウを活用して事業展開

海外市場については、国内で培った高齢化や長生きリスクへの対応力、健康増進のノウハウを活用してアジアへの展開を強化する必要がある。保険普及の進む NIEs では、平均寿命が日本と同等な長さであり、老後資金の手当てや老後不安といったニーズに対応した事業展開も有効だろう。中国・インドは巨大な人口を抱え、日本企業が強みを発揮出来る高付加価値な商品・サー

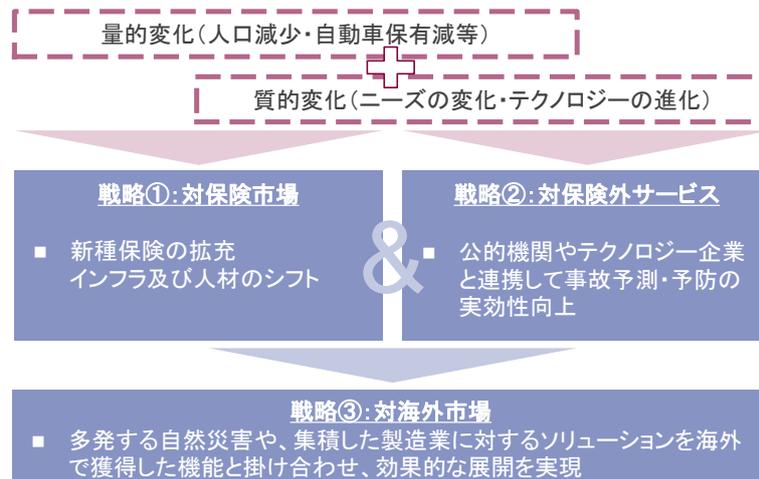
ビスを求める層でも一定規模を確保出来るため、取り組みを強化すべき市場である。ASEAN も高い成長が見込まれる市場であり、更なる展開が求められる。規模・成長性を有するアジア市場では各国有力企業の競争が激しいが、その中で優位性を構築するために、課題先進国の日本で培った商品力やノウハウ、QOL 向上等に資する保険外サービスが活用出来るだろう。

## （2）損害保険分野で求められる戦略

対保険市場の戦略：新種保険への対応強化

損害保険分野では、自動車保有台数の減少や自動車の利用形態が変化することで、主力の自動車保険が中長期的に頭打ちとなる可能性があるため、新種保険の強化が重要である。新種保険では賠償責任保険などの企業向けが主力だが、保険商品の対象となる事業内容は各社各様であるため、保険会社は顧客企業固有の事業リスクを抱えなければならない。しかし実際には、保険事故・リスク情報が不足していることから、保険料の設定や引受は概して難易度が高い。また、新しいリスクの存在が社会的に認知されていない場合も多く、拡販は途上にある。保険会社は従来の主力商品に偏重したインフラ及び人材育成からのシフトを進めると共に、業界共同で専門の料率算出機構を設立する取り組みも必要となるだろう。保険会社自身のリスク・マネジメントの観点でも、保険対象多様化への取り組みを進めることは、保険事業のリスク分散にも有効だろう（【図表 23-12】）。

【図表 23-12】日本の損害保険会社に求められる戦略



（出所）みずほ銀行産業調査部作成

対保険外サービス市場の戦略：自然災害リスクを公的機関や事業会社と連携して予測・迅速な把握を可能に

損害保険業界において、近年地球規模で激甚化する自然災害は、保険事業上の大きなリスクであるが、その対応力を差別化に活用することも出来るだろう。日本では損害保険会社が地震や津波、洪水による被災情報を数多く有し、全国ハザードマップが自治体によって広く整備され、研究機関が世界最先端の災害メカニズムや防災に関する研究を進めている。足下では各社が研究機関や事業会社と組んで自然災害予測システムやマップの作成に着手しており、被害の予測や災害発生直後の迅速な被害把握が可能になるようとしている。こういった知見の蓄積を活用した、より効果的なリスク軽減に資するソリューションを打ち出すことが出来れば、自然災害リスクに対する保険外の新たな需要の掘り起こしに繋げることも可能となるだろう。

対保険外サービス市場の戦略：事業中断リスクの予測・回避

日本の製造業では大企業に限らず、中小企業もサプライチェーンが拡大し構造も複雑化しているため、故障・災害時の事業中断リスクに対する認知度が高まっていると言える。さらに更新が進まず老朽化した設備も、事業中断リスク増大を招いている。そのような中、IoTを活用した製造業向け故障予知診断を損害保険会社が事業会社と組んで提供し、故障予知時には臨時点検費用を保険金で賄うサービスも一部で始まっており、今後も同様な取り組みが増えるものと考えられる。このように自然災害の多発する厳しい環境下、高度に発達したサプライチェーンを築き多様な設備を有する日本の製造業は、リスク対応の必要性が高く、効果的なソリューション提供が求められる。また損害保険会社にとっても、保険商品を提供すると共に関連するリスク情報を収集・解析するために、防災関連情報や製造現場の稼働状況を把握・活用することは重要である。

対保険外サービス市場の戦略：技術やデータを持つ公的機関や事業会社との連携が肝要

効果的なデータ利活用は重要な観点ながら、損害保険会社が単独で自然災害や製造プロセスのリスクを把握することは現実的ではないだろう。損害保険会社は知見や技術、データベースを有する公的機関や事業会社と連携してリスクの定量化・精緻化に取り組むと共に、事故の予測・予防が危険差益獲得に繋がる保険事業の特性を活かしてリスク軽減や危険回避を図ることが収益面でも有益であろう。

対海外市場の戦略：欧米市場で収益及び知見・機能を取り込み、新興国市場参入で成長を図る

海外展開において、成熟段階ながら日本対比で相対的に成長率が高く、先進的な取り組みの進む欧米は日本企業にとっても各種ノウハウを吸収出来る等の観点で重要な市場と考えられる。欧州では財産保険等の新種保険市場が発達しており、米国では再保険市場を活用して様々な得意領域を有した保険会社が存在する。こういった欧米企業へのM&Aによって、日本企業は市場を獲得すると共に、将来的な拡大が見込まれながら手薄な新種保険領域の機能強化を図ることが可能となるだろう。また、新興国では伝統的な損害保険市場の拡大が期待出来るため、日本企業には将来の巨大市場を押さえるためにも積極的な展開が求められる。その際に日本企業は、日米欧で培った先進的な知見・機能を活用して競争力を発揮し、新興国で効果的な展開を実現することが期待される。

### （3）戦略方向性のまとめ

日本企業のプレゼンス向上には海外展開が不可欠だが、まず母国市場で優位性を高める戦略を講じることが重要

国内市場は世界上位の規模ながら成長が頭打ちの状況にあり、日本企業は海外展開が避けられないものの、海外市場における日本企業のプレゼンス向上は途上の段階にある。日本企業は実際に、中長期的な縮小が避けられない国内市場への危機感から海外に成長を求め、M&A 等の具体策を打ち出している。しかしながら、海外有力企業との競争が激化する海外市場の開拓は容易ではなく、同時に国内を中心とした社会ニーズの変化に合わせた取り組みを強化しなければならない。日本企業はまず母国市場で収益極大化に努めて業容を拡大するなど優位性を高めると共に、国内の社会的課題に向き合って自社の差別化の確立と競争力強化に資する戦略を講じることが、海外展開を有利に進める上でも重要となるだろう。

みずほ銀行産業調査部

金融チーム 豊川 晃範

akinori.toyokawa@mizuho-bk.co.jp

©2019 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。