

## 生命保険市場のマルチチャネル化と事業の拡大

井上 武

### 要 約

1. 1990年代以降、保険契約の伸び悩みが続く中で、新商品や新サービス、新規参入の活発化、保険窓販の進展など保険会社を取り巻く環境は大きく変化している。
2. 米国においては1990年代を通して、生命保険業界に、競争の激化と経営統合の進展、販売チャネルのマルチ化、年金事業のウェートの増大といった大きな変化が見られた。
3. わが国の生命保険市場は、新規参入による競争の激化と市場の分散化が進む一方で、米国同様に販売チャネルのマルチ化と年金事業のウェートの増大が今後進展するものと予想される。
4. 生命保険会社は、伝統的なものから変化し複雑化しつつある経営リスクを適格に把握して管理し、経営の意思決定を行っていく仕組みを整えていくことが、当面の重要な経営課題となろう。

### はじめに

1990年代、わが国の生命保険業はバブル経済の崩壊によって大きな転機を迎えた。経済の長期低迷による保険契約の伸び悩み、護送船団方式から競争方式への金融行政の移行により、生命保険会社の経営環境は大きく変わった。新商品、新サービスの展開や新規参入が活発化し、また、証券会社や銀行による保険の窓販が解禁されたことにより、これまでの縦割りの競争から、他の金融サービスを巻き込んだより広い範囲での競争が展開されつつある。

本レポートでは、諸外国の中でも市場規模や、主要商品及びチャネルの構成、歴史的な発展の推移などから、わが国にとって最も参考となるであろう米国の保険業界の現状を概

観し、今後のわが国の保険業界の展望について考察してみたい。

### 米国の生命保険業界

1. 生命保険会社数の減少と大手への集中  
年間の生命保険料収入の規模で見ると、米国は世界最大の生命保険市場である<sup>1</sup>。しかし、生命保険会社の数は非常に多く分散化された市場となっている。2004年末時点の生命保険会社の数は1,123社と主要国の中でも飛び抜けて多い。これは、銀行業務と同じく、米国では保険事業が州レベルで規制されてきたという制度上の特徴を反映しているともいえよう(図表1)。

しかし、こうした状況に、近年、大きな変化が見られつつある。依然として生命保険会社の数は多いものの、その数は1988年の

2,343 社をピークとしてほぼ一貫して減少を続け、2004 年末までにその数が半減しているのである（図表 2）。米国では近年、大手保険グループによる活発な M&A など、急速なコンソリデーションの波が生命保険業界に訪れている。その結果として、市場の寡占化は大きく進み、大手 10 グループの市場シェアは 10 年前の 4 割弱から 2004 年には 5 割超にまで高まった<sup>2</sup>。

また、統合の流れの中で観察される点として興味深いのは、生命保険の中でもいくつかの商品ラインに別れて統合が進んでいる点である。すなわち、各社は総合的な生命保険会社を目指すよりも、むしろ、特定の商品に特化して競争力の強化を図る傾向が強くなっている。不採算部門を切り離した買収や、最近

では、部門を対象とした M&A も活発化している。図表 3 は主要な生命保険商品のラインごとに保険料収入上位 10 社のランキングを見たものであるが、特定の商品ラインに特化した保険会社があることや、大手保険会社においても得意とする分野が異なる状況が見て取れる。

こうした変化の背景にある大きな要素としては、米国生命保険市場の成熟化と競争の激化があげられる。米国では生命保険市場が成熟化する中で、企業として成長するために有機的な成長に頼るのは難しくなっており、M&A などを利用して企業を成長させるインセンティブが高まっている。

また、競争の激化が商品の収益性の低下を招き、規模の経済を通じた更なるコスト効率の改善が求められる状況となっている。例え

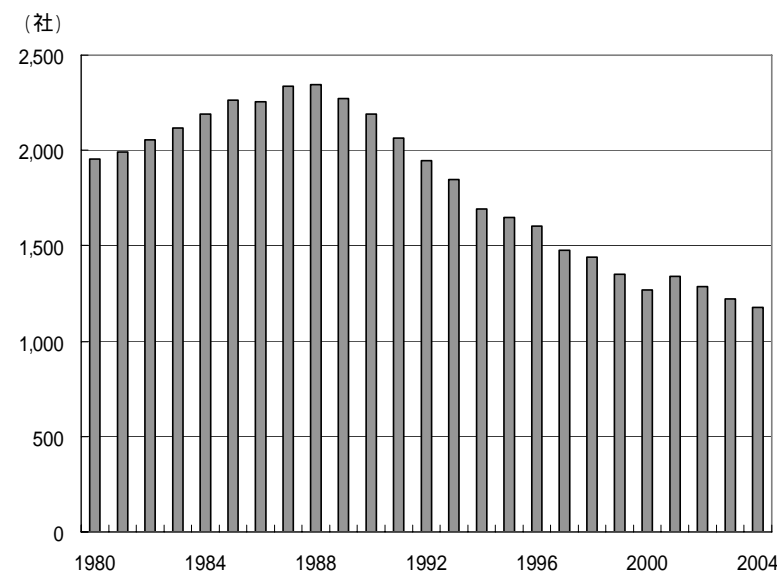
図表 1 主要国の生命保険市場

	米国	カナダ	英国	フランス	ドイツ	イタリア	日本
保険料収入	495	30	190	129	85	82	387
保険会社総資産	4,159	225	1,996	1,343	927	485	1,754
保険会社数	1,123	108	204	118	106	109	40

（注）イタリアの総資産は 2002 年の数値。

（出所）スイス再保険会社経済調査・コンサルティング部「シグマ 2006 年第 1 号」より

図表 2 米国の保険会社数



（出所）American Council of Life Insurance

図表 3 商品ライン毎に見た純保険料収入上位 10 社

順位	個人保険	個人年金	信用保険	団体保険
1	AIG Life Group	Hartford Life Group	CUNA Mutual Group	Metropolitan Life & Affiliated
2	Northwestern Mutual Group	AIG Life Group	AIG Life Group	Prudential of America Group
3	New York Life Group	Allianz Insurance Group	Assurant	Hartford Life Group
4	Metropolitan Life & Affiliated	Metropolitan Life & Affiliated	Household Insurance Group	CIGNA Group
5	Prudential of America Group	Lincoln National Corp	Citigroup	Aetna Group
6	ING USA Life Group	TIAA Group	Minnesota Mutual Group	UnumProvident Group
7	MassMutual Financial Group	Pacific Life Group	AEGON USA Inc	New York Life Group
8	AEGON USA Inc	Citigroup	Zurich Ins Group	Minnesota Mutual Group
9	AXA Financial Group	Jackson National Group	JMIC Life Group	MassMutual Financial Group
10	State Farm Group	New York Life Group	Combined A&H Group	ING USA Life Group

順位	団体年金	団体障害・医療	その他障害・医療	再保険
1	ING USA Life Group	UnitedHealth Group	AFLAC Incorporated Group	Metropolitan Life & Affiliated
2	Manulife Financial	WellPoint Group	AIG Life Group	Allstate Financial
3	Prudential of America Group	Health Care Service Corp	Conseco Insurance Group	Swiss Reinsurance Group
4	AXA Financial Group	CIGNA Group	UnumProvident Group	Great-West Life Group
5	Metropolitan Life & Affiliated	Aetna Group	WellPoint Group	AEGON USA Inc
6	MassMutual Financial Group	Metropolitan Life & Affiliated	Health Care Service Corp	Hartford Life Group
7	AIG Life Group	Guardian Life	Combined A&H Group	Lincoln National Corp
8	AEGON USA Inc	Assurant	Genworth Financial Group	ING USA Life Group
9	Hartford Life Group	Humana Group	Torchmark Corp	UnitedHealth Group
10	Nationwide Life Group	Blue Cross & Blue Shield of FL	Blue Cross & Blue Shield of FL	CIGNA Group

(注) 2004 年の実績。また、全生命保険商品からの純保険料収入が上位 5 番手に入る会社についてスクリーンを付している。

(出所) AM ベスト社「Best's Aggregates & Averages」

ば、米国では死亡率の低下という要因があるものの、過去 10 年余りで定期保険の保険料が半減する状況となっている<sup>3</sup>。

さらに、価格競争が一巡した後は、商品の特徴や機能に競争の焦点が移ってきており、昨今では、商品が複雑化する中で、商品の開発力、保険引受におけるリスク管理能力が重要な経営課題となってきた。保険監督当局は、こうした生命保険業界における商品特性の変化を反映して、定期保険や年金商品の責任準備金の積立基準や資本規制などを改定してきている<sup>4</sup>。これらに対応するためには、高度なリスク管理システムの整備や、また、場合によっては資本市場へのアクセスも重要な要素となるため、小規模な会社よりも規模の大きな企業が有利な環境となってきた<sup>5</sup>。

このような競争の激化から集約化へ向かう動きと密接な関係にあるのが、米国の生命保険業界で生じている構造的な変化のもう一つ、保険の販売チャネルの多様化である。

## 2. 販売チャネルの変化

90 年代に入ってから、米国における保険

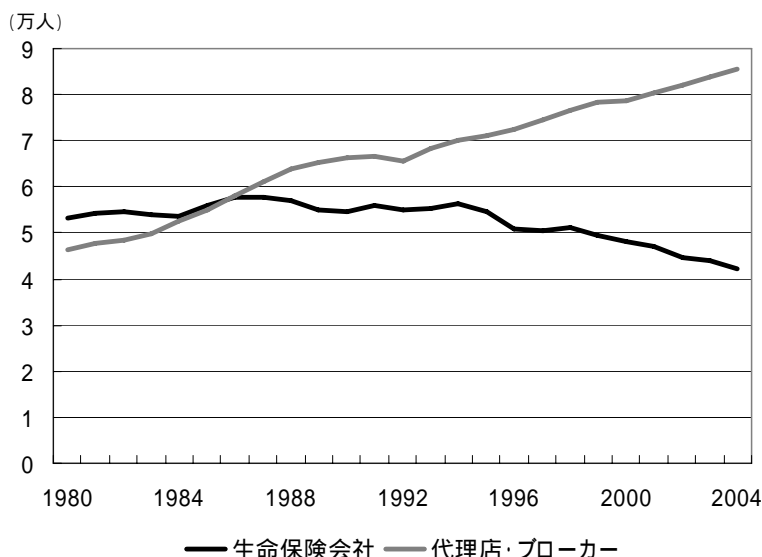
の販売チャネルは大きく変容してきている。かつて米国においても、わが国同様、保険会社の専属の営業職員（キャリア・エージェント）が保険販売の中心を占めていた。ところが、近年は、複数の保険会社の商品を取り扱う代理店や独立の販売人、ブローカー、FP、証券会社、銀行といった外部のチャネルの活用が進み、保険の販売チャネルが多様化してきている。

80 年代初頭には、専属営業職員の個人保険販売に占めるシェアは 6 割以上であったが、2003 年にはこの比率は 4 割を切る水準にまで低下してきている。

こうした状況は、保険業界全体の人員構成の変化にも現れている。保険を販売する外部チャネルの従業員数が増加を続ける一方で、生命保険会社の従業員数は 90 年代の半ば以降減少傾向にある（図表 4）。

銀行による年金商品の販売や<sup>6</sup>、FP、証券ブローカーなど他の投資商品を取り扱う業者による保険販売の増加が顕著となったのは、生命保険会社において投資性の強い商品の取

図表4 生命保険会社および代理店、ブローカーの従業員数の推移



(注) 生命保険会社は健康保険会社を除いた数値。代理店・ブローカー数は、生命保険以外の保険の代理店、ブローカーを含んだ数値。  
 (出所) American Council of Life Insurance

り扱いが拡大した 90 年代半ば頃からである。銀行、保険、証券の全面的な相互参入を可能とした 1999 年のグラム・リーチ・プライリー法 (GLB 法) は、この流れをさらに加速化させている。また、90 年代を通して、消費者の間に、退職資金のための貯蓄や投資について独立したプランナーやコンサルタントに相談するという習慣が普及するにつれて、保険においても、独立した第三者から商品を購入することが広がっていったものと考えられる。

生命保険会社の観点からすると、外部チャネルは専属営業職員と比べるとコストが安い。価格競争によってコスト効率が求められる環境下では、その活用が重要な選択肢となった<sup>7</sup>。一方で、外部チャネルは原則として競合他社にもオープンであるので、更なる価格競争に巻き込まれることが不可避となる。加えて、外部チャネルの活用は解約率を引き上げることもつながる。

こうした中、各生命保険会社においては、既存の専属営業職員チャネルを活かしつつ、商品特性に応じて外部の販売チャネルを使い

分けるマルチチャネルの運営が重要な経営の課題となっている。一般的には、特約付きの終身保険のように複雑かつ収益性の高い商品については専属営業職員、競争の激しい定期保険やユニバーサル保険<sup>8</sup>については独立の販売人やブローカー、比較的簡易な定期保険や年金商品については銀行や証券ブローカーといった組み合わせが、保険会社と販売員双方にとっても利害が一致し、適したものだといわれている。

これらの組み合わせを最適化させるのと同時に、固定費の高い既存の専属営業職員チャネルについては、M&A などを活用して規模の経済をさらに効かせることにより効率化を追求していくというのが現在の米国保険会社の姿といえよう。

### 3. 年金事業の重要性の増大

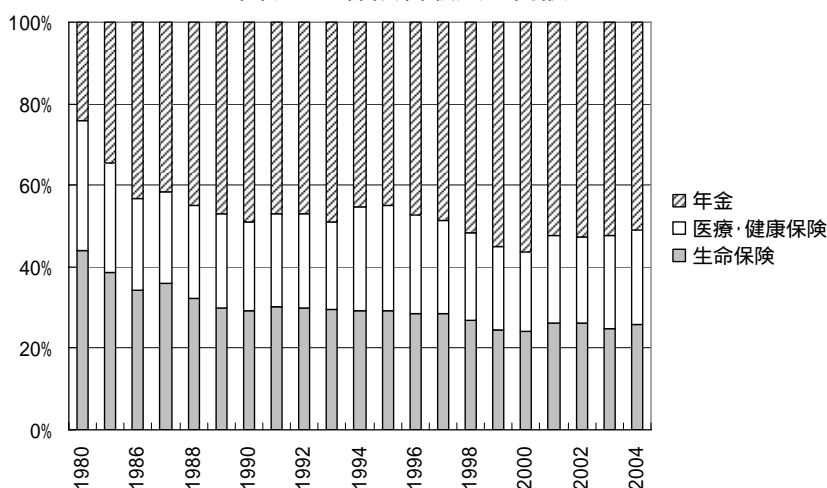
最後に、販売チャネルにも大きな影響を与えている米国生命保険業界のもう一つの大きな変化として、年金事業の重要性の拡大があげられる。米国においても高齢化の進展に対応した年金制度の構築は社会保障政策上重要な論点と

なっている。米国政府は各種の税制上の優遇策を導入することで、もともと貯蓄率の低い家計の退職へ向けた貯蓄を促す施策をとってきた。こうした中、7,000 万人以上に上るベビーブーマー世代が退職時期に近づくにつれ、金融業界では、退職へ向けた貯蓄（以下、退職貯蓄）に関連するサービスを提供することが重要なビジネスとなってきている。

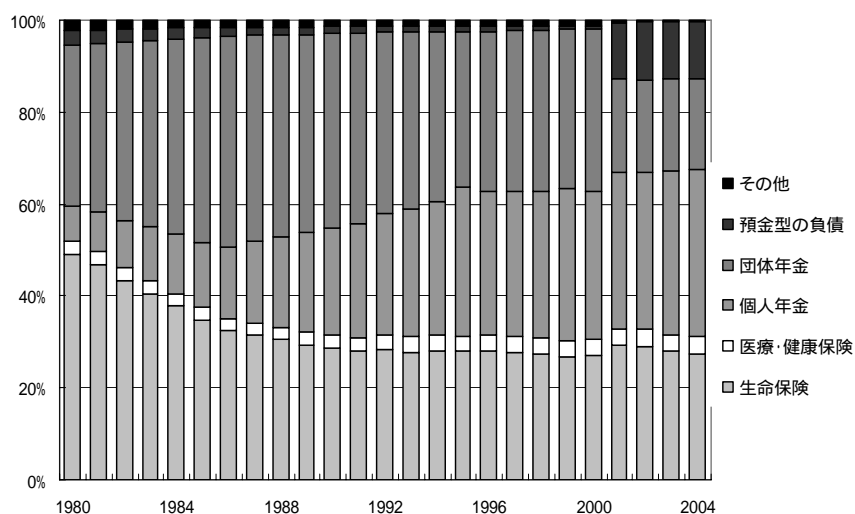
生命保険会社においても例外ではなく、事業全体に占める年金業務のウェイトは 80 年代以降急速に高まり、今や生命保険以上の割

合を占める状況となっている。図表 5 は米国保険業界全体の保険料収入の内訳を見たものであるが、年金からの収入は 1986 年以降、生命保険の収入を上回り、1998 年以降は生命保険と医療・健康保険を足した収入を上回っている。2004 年は全体の約 5 割が年金からの収入となっている。また、図表 6 は責任準備金について同様に内訳を見たものである。年金の責任準備金は、1982 年以降、生命保険及び医療・健康保険の責任準備金合計を上回っており、2004 年末時点では責任準

図表 5 保険料収入の内訳



図表 6 責任準備金の内訳



- (注) 1. 1986 年以降の年金からの収入は、NAIC (全国保険監督官協会) による団体年金の報告基準の変更に  
より大きく増加している。  
2. 2001 年以降の年金からの収入には GIC (利率保証契約) などの預金型の契約からの収入を含まない。  
3. 2003 年以降は、フラタernal (共済) の数値が含まれる。

(出所) American Council of Life Insurance

備金全体の約7割が年金となっている

年金商品は他の貯蓄商品と性格が似ているため、銀行や証券ブローカー、FPといったチャンネルが積極的に利用されている。このように、販売チャンネルの制約が小さいことから、新規参入が比較的容易な分野となっている。上位10社のうち4社が欧州勢で占められるなど、外国の保険会社が米国に進出する際の足掛かりにもなっている。

退職世代の増加にともない、昨今は、人々の関心が、退職までの資金の積立から、退職後の資金フローの確保に広がりを見せてきている。こうした中、保険会社の終身保障や医療保障などを組み合わせたサービスについてニーズが増大しており、今後も生命保険会社にとって、年金をベースとした事業のウェイトが高い状況が続くものと思われる。

## わが国の生命保険業

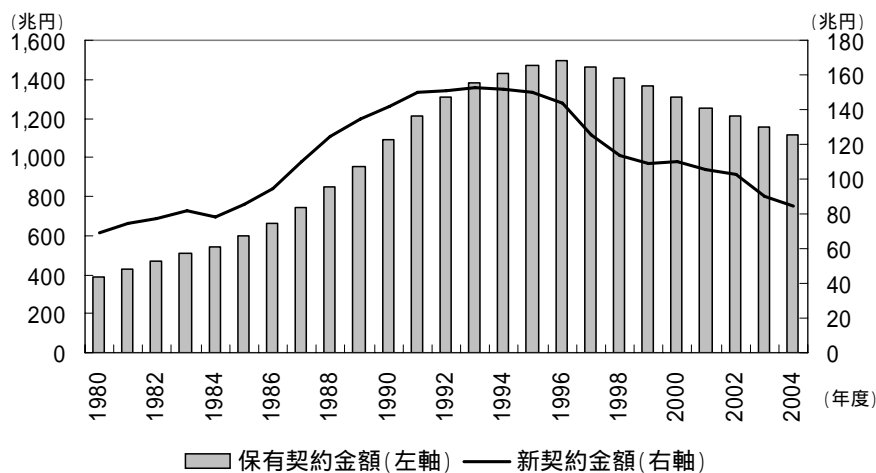
### 1. 成熟化した生命保険業界

業界全体の年間の生命保険料で計った場合、日本は米国に次いで世界で2番目の生命保険市場となる<sup>9</sup>。ただし、国民一人当たりが年間に支払う保険料で見ると日本は米国の1.8倍<sup>10</sup>、GDPに対する生命保険料の比率、また、生命保険でカバーされている保障額について見ても日本は米国の約2倍となっている<sup>11</sup>。一人当たりGDPに両国でほぼ差が無いことを考えると、家計による保険の利用状況という点では日米が大きく逆転する姿が浮かびあがる。

また、生命保険の利用状況を家計の保険加入率で見ると、日本は約9割の家計が簡保も含めて何らかの保険に加入している一方で、米国では7割弱の家計しか生命保険を保有していない<sup>12</sup>。両国においては所得分布に大きな違いがあるものの、この数値を見ても日本において保険の利用が如何に普及しているかがわかる。

このように日本の生命保険市場は国際的に見ても最も成熟した市場の一つといえるが、

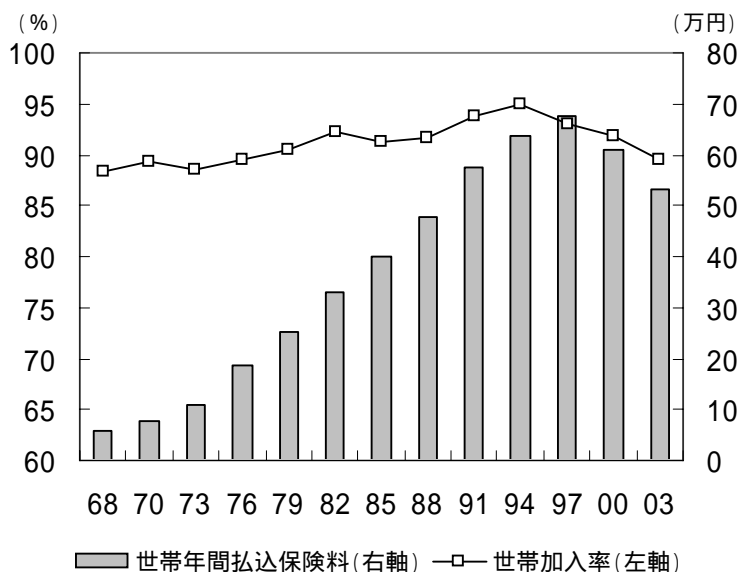
図表7 生命保険の新契約金額及び保有契約金額の推移



(注) 個人保険、個人年金、団体保険の合計。

(出所) 生命保険文化センター、生命保険協会資料より野村資本市場研究所作成

図表 8 生命保険の加入率と年間払込保険料の低下



(注) 個人保険、個人年金、団体保険の合計。  
 (出所) 生命保険文化センター、生命保険協会資料より野村資本市場研究所作成

バブル経済の崩壊以降、市場に転機が訪れている。図表 7 は生命保険の新契約金額及び保有契約金額の推移を見たものであるが、90年代半ば以降現在まで減少が続いていることが見て取れる。また、図表 8 は生命保険の加入率と世帯当りの年間の支払い保険料について見たものである。生命保険市場が縮小に向う直接のきっかけとなったのは、1990年代半ば以降相次いだ生命保険会社の破綻であったが、これに経済低迷による家計の見直しなどが相まって、飽和に達したわが国の生命保険市場が、曲がり角を迎えているのは明らかであろう。

## 2. 少数寡占から分散化へ

市場が調整に向かう中で、日本においては大手のシェアが減少し、市場が分散化するという世界的に見られる寡占化とは逆の流れが観察される。元来、日本の生命保険市場は、きわめて少数の大手保険会社が圧倒的なシェアを確保する特徴的な市場であったが、この

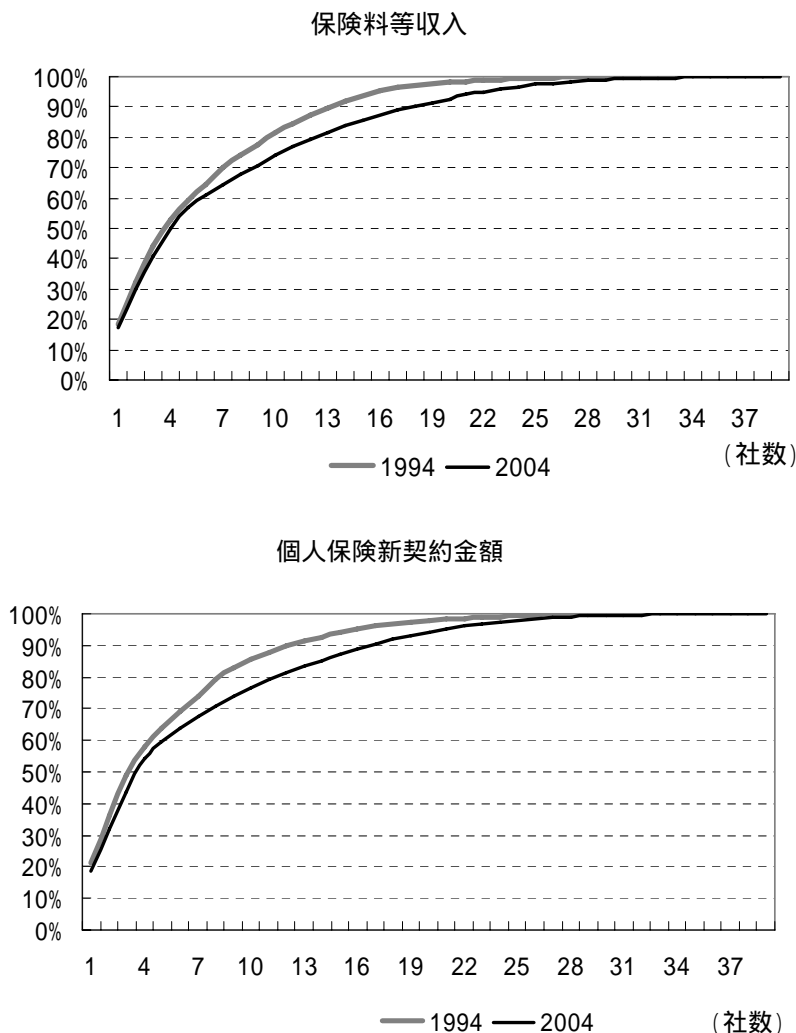
状況に変化が訪れているのである。

図表 9 は 1994 年と 2004 年の保険料収入と個人保険の新契約金額について、大手から順に累積シェアを計算し比較したものである。保険料収入では上位 10 社のシェアはこの 10 年で約 8% 低下し、個人保険の新契約金額では 9% 低下している<sup>13</sup>。また、この 10 年間で上位 10 社のうち 4 社の顔ぶれが変わり、その大部分が外資系や新規参入の保険会社となっている<sup>14</sup>。

市場の分散化が進んでいる背景には、日本の生命保険市場で生じている構造的な変化を、外資系会社や新規参入会社がいち早く捉えて、それに対応した商品やサービスを展開し成功していることを表わしているともいえよう。例えば、コンサルティング的な手法を利用することで、家計が既に保有している契約の見直しを実行し、同時に低料率の新商品<sup>15</sup>を売り込むといった手法もその一つである。

## 3. 年金市場の隆盛とチャネルの変化

図表9 保険料収入および個人保険新契約金額の累積シェア



(出所) 保険研究所「インシュアランス生命保険統計号」より野村資本市場研究所作成

新規参入組みがシェアを拡大させているもう一つの要因として、第3分野や年金といった人口動態の変化によってニーズが拡大している分野に対応した商品を積極的に取り扱っているということもあげられよう。

日本は先進国の中でも最も早いペースで高齢化が進んでおり、米国同様に深刻な問題となっている。米国と比べて社会保障制度が充実しているという面があるものの、日本においても潜在的に年金や医療保険のように退職後の所得を補うような商品に対するニーズは高いものと思われる。

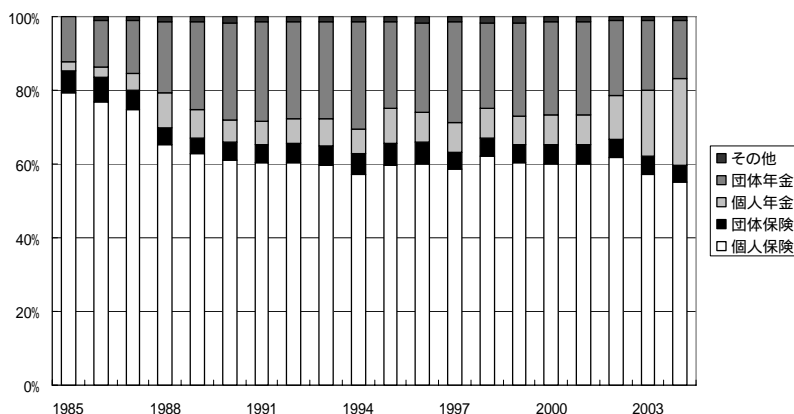
80年代後半から90年代の前半にかけて、

日本においても保険会社の年金商品に対する需要が高まった時期があったが、その後、保険会社の破綻において年金契約に負担が求められたことや、運用環境の悪化により保険会社が年金商品の取り扱いを消極化させたことなどから、生命保険会社における年金事業のウェイトも4割程度で横ばいを続けてきた(図表10、11)。

ところが、近年、証券会社や銀行の窓口による年金商品の販売が解禁されたことをきっかけに<sup>16</sup>、個人年金の販売が急拡大しつつある。年金商品は、貯蓄商品であることや加入手続きが簡便であること、また、販売機関に

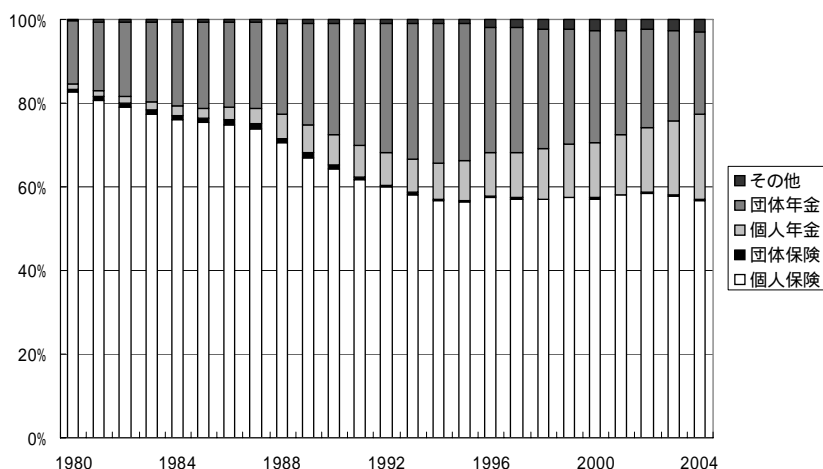


図表 10 種類別保険料収入の推移



(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」、生命保険文化センター「生命保険ファクトブック」より野村資本市場研究所作成

図表 11 責任準備金の構成



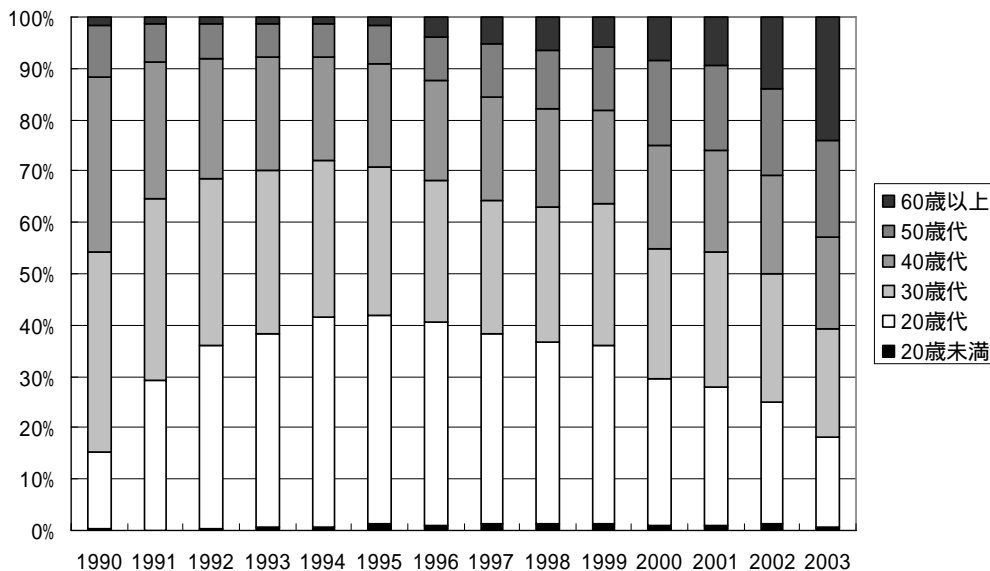
(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」、生命保険文化センター「生命保険ファクトブック」より野村資本市場研究所作成

は手数料収入がもたらされることなどから、取り扱いを積極化させている金融機関も多い。年金の新規の契約件数について、年代別に状況を見ると、退職を間近に控えた世代や退職世代の割合が増加しており、日本においても米国同様、退職後の資金フローを確保するためのサービスに対する需要が高まっていることが示唆される(図表 12)。

このような年金商品の窓販を皮切りに、日本でも保険の販売チャネルのマルチ化が急速に進んでいる。特に、海外において銀行窓販

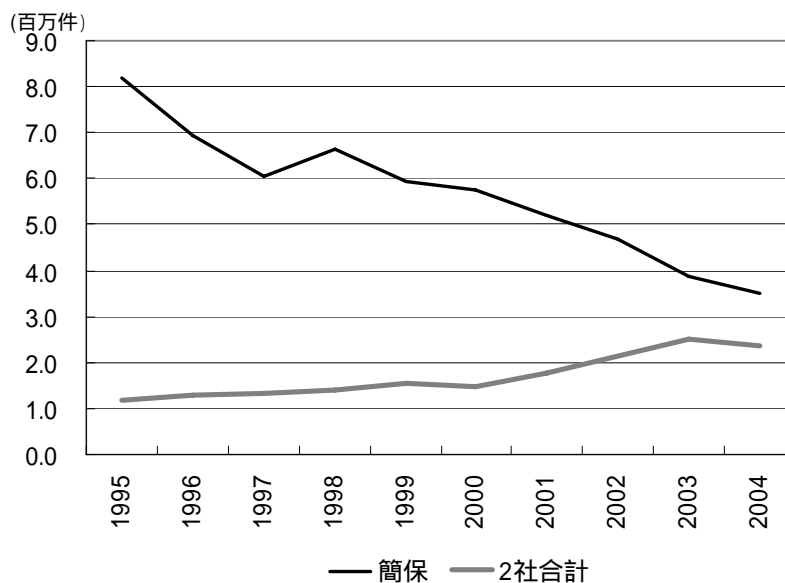
やマルチチャネルの運営に経験のある外資保険会社は、既存の専属営業職員を通じた販売に対するこだわりが低く、日本においても提携などを活用して、積極的に外部チャネルを活用する動きに出ている<sup>17</sup>。

図表 12 年代別に見た個人年金新契約件数のシェア



(出所) 生命保険協会「生命保険事業概況」、生命保険文化センター「生命保険ファクトブック」より野村資本市場研究所作成

図表 13 簡保と外資保険会社 2 社の新契約件数の推移



(注) 外資保険会社 2 社の値は、簡易保険と競合する商品を主力商品の一つとしているアリコジャパンとアメリカンファミリー生命の合計値。

(出所) 日本郵政公社統計データ、保険研究所「インシュアランス生命保険統計号」より野村資本市場研究所作成

こうした中、今後の日本の生命保険事業において、注目されるのが、簡易保険（簡保）の動向である。簡保は、日本におけるバンクシュアランス（銀行における保険商品の販

売）の先駆けともいえる存在である。全国 20,215 局にのぼる郵便局で、無審査、小口の簡易保険を販売し、世界最大<sup>18</sup>の保険提供機関にまでなった。ただし、近年の保険市場の

縮小は簡保にも影響を与えており、新規の契約、保有契約は 1999 年以降減少を続けている。また、近年、簡保の主力商品である小口の保険分野では外国保険会社との競争が激しくなっている（図表 13）。

2007 年 4 月の郵政公社の民営化以降、暫くは業務規制が残るものの、今後は分割された 4 事業会社と民間機関との間の提携なども実現しやすくなるものと思われる。世界最大の顧客基盤を有する簡保は民間保険会社にとっても魅力である。また、今後、ニーズが拡大すると思われる年金や医療保険といった分野では、死亡保障商品と比べて、顧客との接触頻度が増加し、如何に効率的にかつ密着したサービスが提供できるかが重要となる。この場合、郵便局の窓口ネットワークは大きな価値を持つものと思われる。今後の 4 事業会社の運営次第では、保険業界に更なる地殻変動をもたらされる可能性もあろう。

#### ・終わりに

米国とわが国の生命保険市場においては、市場が統合へと向かっているのか、分散化が進みつつあるのかという点では反対の現象が観察されるものの、価格競争の進展や、販売チャネルのマルチ化、年金や医療保険といった生存保障分野の事業ウェイトが高まりつつあるという共通の現象も数多く見られる。このような環境の変化によって、生命保険会社が経営上抱えるリスクの内容も伝統的なものから変化しつつある。

年金などの生存保障型の商品においては、従来に増して資金運用や資金フローの管理がより重要となってくる。また、金融技術の進展によって、保険会社が利用できる金融商品、投資対象も多様化し、デリバティブや再保険などを活用することで、状況に応じて負債のリスクを部分的に切り離したり、付加するといった取引も活発化してきている。これらの

結果、金融資本市場の動向が生命保険会社の経営にもたらす影響が複雑化してきている。

これまで、米国ではリスク・ベースド・キャピタル（RBC）、日本ではソルベンシー・マージン比率などの指標が、保険会社の支払い能力を計るために監督当局などによって利用されてきた。しかし、近年、保険会社が抱えるリスクが複雑化する中で、こうした画一的な計算式を当てはめる手法ではなく、より個別の保険会社が抱えるリスクを的確にとらえ、保険会社の長期的なリスク管理能力を総合的に判断する制度を導入することが世界的な潮流となってきている<sup>19</sup>。契約者や投資家が保険会社の支払い能力を判断するために利用できる格付けを公表している格付け機関においても、保険会社のリスク管理能力を判断するための新しい基準を導入する動きが出てきている<sup>20</sup>。わが国においても、金融庁が 2005 年の 8 月に出した保険会社に対する総合的な監督指針において、各社の状況に合わせたストレス・テストの実施が求められている。また、この他にも、会計基準の国際化などによって保険会社のリスク管理に関する情報の充実などが期待されている。

保険会社においては、これらの要求に応えることはもとより、変化し複雑化する経営リスクを的確に把握して管理し、経営の意思決を行っていく仕組みを整えていくことが、当面の重要な経営課題となろう。

<sup>1</sup> 世界各国の保険市場について毎年統計をまとめているスイス再保険会社経済調査・コンサルティング部によると 2004 年の米国における生命保険収入の総額は 4,948 億ドルで世界 1 位。ちなみに世界 2 位は日本で 3,868 億ドル。

<sup>2</sup> スイス再保険会社経済調査・コンサルティング部「シグマ 2006 年第 1 号」より。

<sup>3</sup> スイス再保険会社経済調査・コンサルティング部「シグマ 2004 年第 4 号」より。

<sup>4</sup> 米国では 90 年代初頭までは、定期保険については毎年保険料が改定されるタイプの商品が中心であったが、その後の競争の結果、現在では 10 年定額、20 年定額といった商品が主流となっている。保険料率の保証期間の長期化により保険会社のリスクが増加することから、当局は責任準備金の積み増しを求める規制を 2000 年 1 月 1 日に導入した。また、変額年金においても、最低死亡保険金保証、最低年金原資保証、最低解約金保証など、競争により様々な保証が保険会社から提供されるようになり、こうした保証を提供することによるリスクの的確な把握と準備金による手当てを求める制度改正が 2005 年から開始されている。

<sup>5</sup> 最近では、資本拡充の手段として、株式の発行だけでなく、保険債務の証券化や非伝統的な再保険などが活用されている。こうした手法は複雑でコストも高いため、規模の大きな会社ほど利用コストも低くなり有利となるといわれる。

<sup>6</sup> 米国では従来から、国法銀行法 92 条によって人口 5,000 人以下の地域にある国法銀行においては保険の販売が認められていたが、90 年代の半ば以降、銀行による年金商品の販売が急速に拡大した。

<sup>7</sup> Conning, Research & Consulting 社の調査によれば、1998 年当時の加重平均新規保険料 100 に対するコストで見ると、専属チャネルのほうが平均で約 15 - 25% コストが高くなっている。さらに専属チャネルと外部チャネルでほぼ水準が変わらない手数料を除いたベースだと、約 40% 専属チャネルのコストが高い。

<sup>8</sup> 保険料の払い込みについて、時期や金額に自在性を持たせた生命保険。払い込まれた保険料は、死亡保障部分と積立ファンドに充当する部分に分けられる。積立ファンドの運用については保険会社が運用するタイプと投資信託などによって運用するタイプ（変額）とがある。

<sup>9</sup> 脚注 1 を参照のこと。

<sup>10</sup> 2004 年は米国 1,692 ドル、日本は 3,044 ドル。日本は 2004 年度の数値。スイス再保険会社経済調査・コンサルティング部「シグマ 2005 年第 2 号」より。

<sup>11</sup> GDP に対する生命保険料の比率は、米国 4.22% (2004 年)、日本 8.26% (2004 年度) である (スイス再保険会社経済調査・コンサルティング部「シグマ 2005 年第 2 号」による)。また、個人保険、団体保険の保障額合計が GDP に対してどれくらいの規模であるかについて見ると、米国は 148% (2004 年)、日本は 301% (2004 年度) であった (American Council of Life Insurance 及び生命保険協会資料等より)。

<sup>12</sup> 日本は生命保険文化センター「平成 15 年度生命保険に関する前項実態調査」、米国は連邦準備制度理事会「Survey of Consumer Finance, 2004」による。

<sup>13</sup> ちなみに、1994 年当時の会社数は国内系、外資系含めて 30 社、その後、損害保険会社や外資系が進出したことによって、生命保険会社数は 39 社となっている。

<sup>14</sup> 保険料収入ではアリコジャパン、ハートフォード生命、アメリカンファミリー生命、アイエヌジー生命、個人保険新契約金額ではソニー生命、ブルデンシャル生命、富国生命、アリコジャパンが新たに上位 10 社にランクインしている。

<sup>15</sup> 配当や解約返戻金を抑えたり、喫煙などのリスクを区分することで低料率を実現した新商品などが投入された。

<sup>16</sup> 1999 年 4 月より証券会社経由、2002 年 10 月より銀行経由の年金商品の販売が解禁された。

<sup>17</sup> アリコ・ジャパンは 2004 年 10 月に住友生命の販売チャネルでアリコのがん保険を販売することで提携。アクサ生命は 2005 年 8 月に三井生命の販売チャネルでアクサ生命の長期傷害保険、朝日生命の販売チャネルでアクサの遡増定期保険を販売することで提携。また、2005 年 9 月には、エトナヘイワ生命を買収して進出したマスニューチュアルは専属のコンサルティング営業チャネルを廃止し、ピーシーエー生命も専属のフィナンシャル・アドバイザー・チャネルを廃止し、提携チャネルに特化することを打ち出している。

<sup>18</sup> 2004 年の保険料収入で計った場合。

<sup>19</sup> 銀行業と保険業を兼業する機関が多い欧州においては、2010 年導入を目標として、保険業の新しい自己資本規制 (ソルベンシー ) に銀行の自己資本基準 (パーゼル ) と同容なエコノミック・キャピタルのコンセプトを採用する方向での議論が進んでいる。既に、英国やスイス、オランダなどにおいて類似のコンセプトを活用した監督基準の変更が実施されている。また、先述したように、米国では変額年金など投資型の商品における商品の複雑化に伴い、2005 年より監督機関が保険会社に対して確率論的なモデルを使ってリスクを把握することを求めている。

<sup>20</sup> S&P は格付けを行う際の分析項目の一つに新たに ERM (Enterprise Risk Management) を加え、米国では 2006 年からレビューを開始する予定である。ムーディーズは格付け分析の向上プログラム (Enhanced Analysis Initiative) の一つとして RMA (Risk Management Assessment) について、年 1 回のレビューを開始している。