

保険料と保障の規模からみた主要国の生保市場

保険研究部門 松岡 博司
matsuoka@nli-research.co.jp

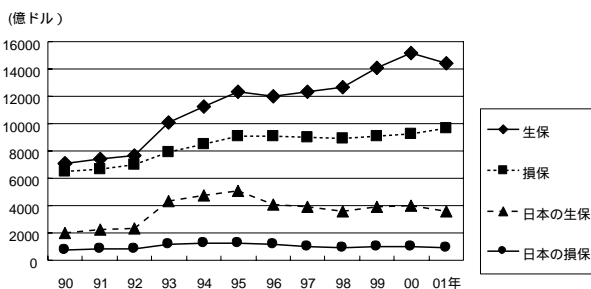
1. 保険料収入で見た世界の生命保険市場

(1) 生命保険料収入世界合計の動き

伸び悩む日本の生命保険料収入を尻目に、世界の生命保険料収入合計額は、90年代、着実に増加してきた。世界的に見れば生命保険は成長産業である。高齢化の進展と財政窮乏に伴う社会保障の見直し等を受け、自助努力による将来保障の必要性が認識されたことが背景にある。

一方、損害保険料収入は伸び悩みぎみである。このため損保会社が生保事業に参入しようとする傾向が見られる。

図表 - 1 世界の生命保険料と損害保険料の推移



(資料) スイス再保険 "sigma" 各号より作成

ただし2001年の世界の生命保険料合計額は前年より減少した。主たる原因は主要国の株価低迷である。欧米主要国の生保市場では、変額保険、変額年金等の投資型商品が主力商品としての地位を占めるようになってきている。このため、

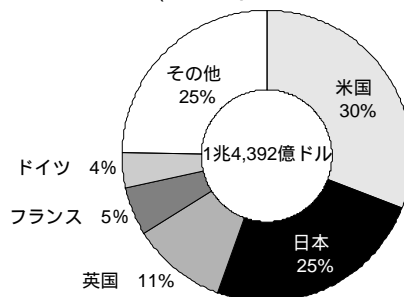
株価が好調な時期には大量の資金が生保に流入し、株価の低迷とともに資金流入額がしばむという構造となっている。

なお本稿では、生命保険料収入額については、スイス再保険会社が毎年発表しているデータを使用している。日本の生命保険料には簡易保険・JA共済等が含まれている。ドル換算の保険料であるため為替変動の影響を受ける等の問題はあがあるが、統計の連続性があり、重要な指標を与えてくれるデータとなっている。

(2) 生命保険料収入国別シェア

生命保険料収入額は先進国に偏っている。特に上位5カ国のシェアは大きく、5カ国だけで世界の生命保険料の4分の3を産出している状況にある。以下では、生命保険料収入の絶対額が大きい「米日英仏独」を「保険料収入上位5カ国」と呼ぶこととする。

図表 - 2 生命保険料収入上位5カ国の世界シェア(01年)



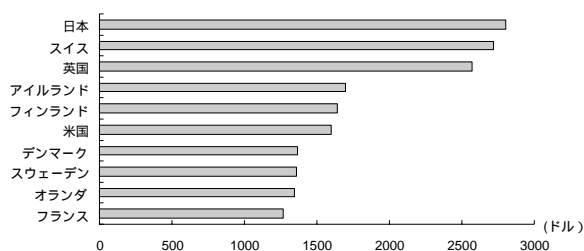
(資料) スイス再保険 "sigma No.6/2002" より作成

2. 保険料と保障額でみた市場構造

(1) 人口1人あたり生命保険料

生命保険料収入額を人口で割った1人あたり保険料額では、日本、スイス、英国が他国を引き離している。保険料収入上位5カ国の中で、日英と米仏独の格差は大きい。

図表 - 3 人口1人あたり生命保険料上位10カ国 (01年)

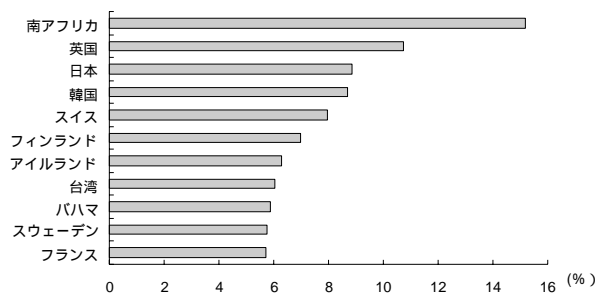


(資料) スイス再保険 "sigma No.6/2002" より作成

(2) GDPに対する生命保険料の割合

経済規模としてのGDPに対する生命保険料収入の割合では南アフリカが突出しており、英国が次いでいる。日本は韓国と同程度で第3位である。ここでも、米仏独の影は薄い。

図表 - 4 生命保険料の対GDP比率上位10カ国 (01年)



(資料) スイス再保険 "sigma No.6/2002" より作成

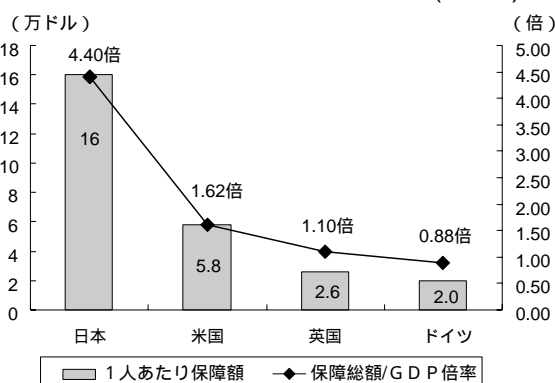
保険料収入上位5カ国は、人口規模や経済規模から見ても生命保険料の比率が大きな日英とそれほどでもない米仏独という2つにグループ分けできる。

(3) 死亡保障額

次に、新たな指標として死亡保障額（契約保険金額の合計額）を取る。日米英独4カ国の中では、人口1人あたり死亡保障額、死亡保障総

額の対GDP倍率の両方で、日本の数値が飛び抜けて大きい。生命保険料の人口1人あたり額や対GDP比率で日本と並ぶ英国は、死亡保障額を基準とすると目立たなくなる。ちなみにフランスには、死亡保障額の統計がない。

図表 - 5 人口1人あたり生命保険保障額と保障総額の対GDP倍率(00年)



(資料) 生命保険協会「国際生命保険統計」、生命保険文化研究所「主要国生命保険統計要覧」等より作成

日本の数値には簡易保険「JA共済を含む」
ドイツの保障額は99年の数値を、英国の保障額は個人生命保険のみの数値を使用して作成

3. 貯蓄商品の可能性

上記の各データは、英国の生保市場では貯蓄性の強い商品が主流であることを反映している。つまり、英国の消費者は、死亡保障ではなく、一定の投資収益を期待して生命保険料を支払っている。こうした事情は英国に限らない。冒頭で述べたとおり、海外の生保市場は、多かれ少なかれ貯蓄志向の強い市場となっている。これに対し日本で生保といえば、万一の場合の医療費や家族の生活を保障する商品としての意味合いが強い。

生保市場の在り方には各国固有の歴史、国民性等が反映している。しかし、高齢化や社会保障の見直し等が大きな課題として存在する状況は、わが国も各国も変わらない。

わが国でも今後、変額年金など、投資型生命保険商品の発展する余地があると言えそうである。