

## REPORT III

# バンカシュランス（銀行による保険販売） が進展する韓国生命保険市場

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

### 1. はじめに

1997年、通貨危機に見舞われIMF(国際通貨基金)に支援を要請するに至った韓国では、生命保険会社も大きく傷ついていた。韓国政府は多額の公的資金を投入し、銀行、保険会社等、金融機関の建て直しを図ったが、その過程で、金融機関の顔ぶれも大きく変わった。33の生保会社があった生保市場では、2003年までの間に14社が破綻した。同時期、わが国では7つの生保会社が破綻し生保業界は厳しい環境下におかれていたが、隣国の生保業界はより大きな試練に直面していたのである。一連の立て直し策の中、韓国における生保監督のあり方も大きく変化した。販売面ではわが国と前後してバンカシュランス（韓国では銀行窓販を欧州風にバンカシュランスと呼ぶ）が解禁された。

本稿では、わが国生保市場と多くの類似性を有する韓国の生保市場におけるバンカシュランスの状況を見る。これにより、わが国生保市場の今後を考える上での示唆としたい。

### 2. 日韓生命保険市場の類似性と異質性

#### (1) 日韓生保市場の類似性

韓国の生保市場はわが国の生保市場とよく似

た構造を持っている。

日韓とも生命保険がよく普及した国である。生命保険料収入額で見れば、韓国は世界第7位の生保市場である（日本は第2位）。普及度合いの目安としてGDP（国内総生産）に対する保険料の比率を見ると韓国は保険料の実額では上位の米国やフランスを上回る。

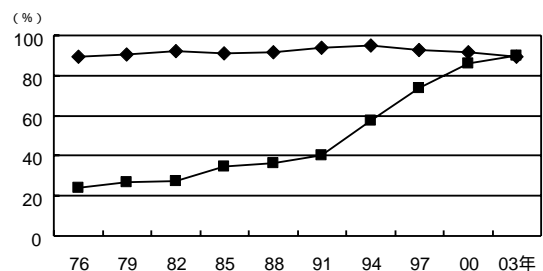
図表 - 1 生命保険料収入の対GDP比率（%）

米国	日本	英国	フランス	ドイツ	イタリア	韓国
4.2	8.3	8.9	6.4	3.1	4.9	6.8

（資料）スイス再保険 “sigma No.2/2005” より

また日韓は、世界的に見て例がないほど生命保険の世帯普及率が高い国である。2003年の調査では韓国の生命保険世帯普及率は89.9%となっており、わが国の89.6%を若干上回っている。日本の世帯普及率はバブル後の10年間ほど、低下傾向にあるが、韓国では通貨危機を経たにも

図表 - 2 日本と韓国の生命保険世帯普及率の推移



（資料）韓国生命保険協会 “Life Insurance Business in Korea”  
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

かわらず、90年代、一貫して世帯普及率が上昇トレンドを描いてきた。生命保険が受け入れられた国ということができよう。

こうした高い普及率をもたらした販売チャネルが女性を中心とする営業職員であった点もわが国と共通している。近年、営業職員数は減少傾向にあるが、いまだに生保販売のメインチャネルとしての地位を維持している。

2006年現在の生保会社数は22社である。近年は外資系生保のシェアが高まってきている。この点もわが国生保市場と似通ったトレンドとなっている。

図表 - 3 マーケットシェアの推移  
- 保険料収入による (兆ウォン、%)

		03年		04年	
		金額	シェア	金額	シェア
国内系 (12社)	三大生保会社	36.3	72	36.8	68.5
	その他	7.3	14.4	8	15
	国内生保会社小計	43.6	86.4	44.9	83.5
外資系 (11社)		6.8	13.6	8.8	16.5
合計 (23社)		50.4	100	53.8	100

(資料) 韓国生命保険協会 “Life Insurance Business in Korea” より  
2005年度に1社撤退し、現在は22社となっている

なお、韓国の生保会社は3つのグループに区分できる。図表 - 3の「三大生保会社」とは三星、教保、大韓の3社である。その他の国内資本の会社が「その他」国内会社に分類される。2003年度から2004年度への変化で見れば、三大生保がシェアを落とし、外資系生保とその他国内生保がシェアを増やした形となっている。その中でも外資系生保会社の伸びは著しい。

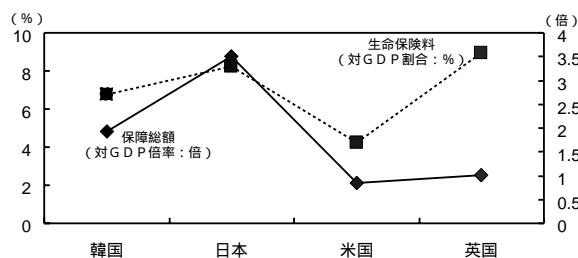
## (2) 日韓生命保険市場の異質性

一方で、両国の生保市場にはいくつかの相違点が見られる。

大きく違うのは、死亡保障に対する取り組みであろう(図表 - 4)。死亡保障総額がGDPの何倍にあたるかの倍率に注目すると、韓国の倍率は米国や英国に比べればその倍近い水準にあるものの、日本の倍率に比べれば半分程度に

すぎない。日本の生保市場が死亡保障の高倍率化を追求し、保障重視のマーケットとして育ってきたのに比べれば、韓国の生保市場は貯蓄の手段としての生命保険という欧米的な色彩も帯びつつ発展を遂げてきたという側面が強い。

図表 - 4 GDPと生命保険料/死亡保障額の関係

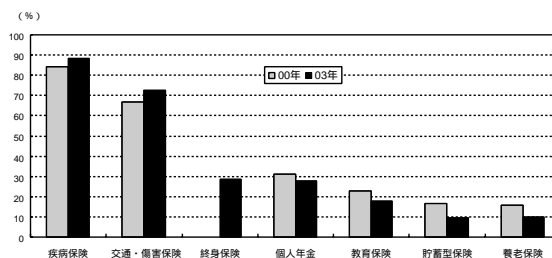


(注) 日米英の保障総額は個人保険の保障総額

(資料) スイス再保険 “sigma No.2/2005” 各国生命保険協会 統計データより作成

この状況は、先の世帯普及率調査結果の中にも見ることができる。商品別の普及率でみると、韓国の高い世帯普及率を裏付けている商品は、病気と診断されたときや入院時に給付を受けられる疾病保険や交通事故にあったときに保険金が支払われる交通・傷害保険であることがわかる。わが国における死亡保障商品の代表格である終身保険の普及率は、2000年調査時点では0.1%とほとんどゼロの状態であった。

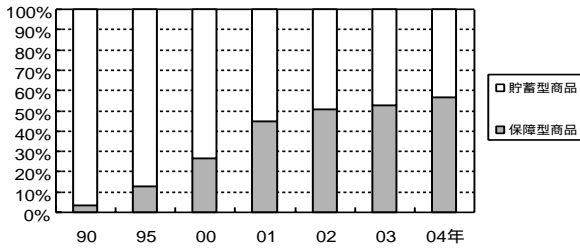
図表 - 5 商品別世帯普及率



(資料) 韓国生命保険協会 “Life Insurance Business in Korea” より

90年代半ばまで、韓国の生保市場では貯蓄型の商品が事業の中心をなしていた。死亡保障型の商品に目が向けられたのは最近のことである。近年、保障型の商品の事業ウエイトが増大してきている。なお、貯蓄型保険商品とは、生存時に支払われる保険金・給付金が払込保険料を超過する商品をいう。

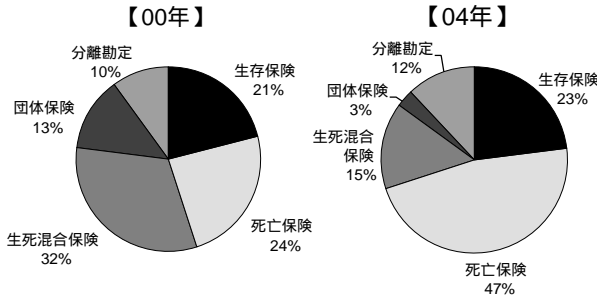
図表 - 6 収入保険料の構成  
(保障型商品/貯蓄型商品)の推移



(資料) 韓国生命保険協会 “Life Insurance Business in Korea” より

もう少し細かく商品分野別の収入保険料を見た図表 - 7でも、死亡保険(終身保険、定期保険、疾病保険、交通・傷害保険等)の構成比がここ4年の間に大きくアップしている。終身保険等、死亡保障型の商品は契約期間が長いので生保会社の収益も安定する。近年、韓国の生保会社の収益が安定してきた背景には、韓国経済の回復とともに生保会社が死亡保障型の商品への取り組みを強めてきたことがあるとされる。

図表 - 7 商品区分別収入保険料の構成比



(資料) 韓国生命保険協会 “Life Insurance Business in Korea” より

死亡保障型の商品への取り組みの契機となったのは、富裕層にターゲットを絞り、よく教育された男性営業職員を通じて終身保険を販売する外資系生保会社の動きである。こうした戦略をとった外資系生保会社の成功が国内各社の戦略をも変更させた。

### 3. 韓国のバンカシュランスの状況

わが国の銀行窓販は2001年4月に第一次解禁が行われ、2002年10月に第二次解禁として個人年金の販売が解禁されて本格化した。その後、昨年12月には第三次解禁として一時払終身保

険、期間10年以内の養老保険等の販売が解禁された。特に問題が生じなければ2007年の12月に全面解禁されることとなっている。

これに対し、韓国では以下のような形でバンカシュランスが導入されている。金融機関の提携保険会社数に関する規制や金融機関と保険会社間の不公平な提携関係の防止に関する規制など、わが国にはない規制も設けられている。

#### (1) バンカシュランスの実施スケジュール

韓国におけるバンカシュランスのスタートはわが国よりも遅かった。2003年8月30日にバンカシュランスの第一段階として、信用生命保険と貯蓄型保険商品の金融機関による販売が認められた。その後、昨年4月に満期返戻金のない第三分野商品(疾病・傷害・介護保険など)が解禁された。「金融機関での販売の容易性、不公正取引の可能性などを勘案して(韓国保険業法第91条)」段階を区切って実施する考え方は、わが国の銀行窓販がこれまで3つの段階を経て実施されてきたのと同様である。

バンカシュランスの実施スケジュールは、当初は2007年4月の全面解禁に向けて、3段階で解禁する予定となっていたが、修正が加えられた。当初スケジュールでは個人向けの保障型商品全般の解禁が予定されていた2005年4月に実際に解禁されたのは、満期返戻金のない第三分野の保険商品のみとなった。個人向けの保障型

図表 - 8 韓国におけるバンカシュランスの実施スケジュール

当初のスケジュール		見直し後のスケジュール	
2003年8月	個人向けの貯蓄型商品 (例)年金 教育保険 養老保険 信用生命保険	2003年8月	個人向けの貯蓄型商品 (例)年金 教育保険 養老保険 信用生命保険
2005年4月	個人向けの保障型商品	2005年4月	第三分野の保険商品 (満期返戻金のないもの)
2007年4月	すべての生命保険商品 (団体年金等を含む)	2006年10月	第三分野の保険商品 (満期返戻金のあるもの)
		2008年4月	保障型商品 (終身保険 重度疾病保険等)

(資料) 韓国生命保険協会資料等から作成

商品については、2006年10月に満期返戻金のある第三分野商品、2008年4月に終身保険や重度疾病保険を含む保障型商品全般、という形で段階を踏んで解禁される。損保の個人自動車保険も2008年4月の解禁へ先送りされた。最終的な全面解禁が行われる日程は定められていない。

## (2) バンカシュランスの運営ルール

### バンカシュランスを認められる金融機関

銀行、証券会社、相互貯蓄銀行、クレジットカード会社が保険販売を認められる。すでにバンカシュランス類似のサービスを提供している全国農業協同組合、郵便局等は、バンカシュランスを認められる金融機関とは区別される。

### バンカシュランスの方式

金融機関は、i) 代理店またはブローカーとして保険会社と販売提携する、ii) 保険会社を買収する、iii) 子会社として保険会社を設立する、のいずれかの形でバンカシュランスサービスを提供できる。

### 大規模金融機関の複数保険会社との提携義務

2兆ウォン(約2,000億円)以上の資産を有する大規模金融機関は特定の保険会社の専属代理店になることができない。また、1つの保険会社から提供を受けた商品の販売額が自らの全販売額に占める割合は25%<sup>(注1)</sup>以下に制限される。このため、大規模金融機関は最低4社以上の保険会社と販売提携を結ばなければならない(25%×4社=100%)。この上限規制は、当初は49%とされていたが2005年4月に25%に引き下げられた。

これは、大規模金融機関が特定の保険会社との排他的な提携関係に入ることによってもたらされる独占状態を防止し、中小保険会社に金融機関と販売提携する機会を与えることを目的とする規制である。

なお、資産2兆ウォン未満の金融機関につい

ては、こうした規制は設けられていない。

### 保険販売デスクの分離と販売の店舗内限定

保険商品の販売は金融機関の支店内で、銀行業務デスクと分離され専門に設けられた保険販売デスクでのみ販売できる。訪問販売や電話マーケティングは禁じられている。ただし、インターネットを通じた不特定多数の顧客へのサイバーマーケティングは認められる。

### 販売担当者の数

販売担当者の数は各店舗2名に制限される(この規制は2008年3月までの期限付き規制である)

販売担当者は貸出等の職務をあわせ行うことを禁じられる。また販売担当者以外の金融機関職員が保険を販売することや紹介することも禁じられる。

なお、金融機関が保険会社での保険販売経験を有する営業職員を雇用して活用する場合には、各店舗2名という人数制限の枠外となる。この場合、i) 採用する営業職員が2年以上の保険販売経験を有していること ii) 保険会社における前職を退職して6ヵ月以上経ていること iii) 新たな雇用期間は1年以上であること、が条件である。

### 消費者と金融機関の関係

金融機関がローンを実施するための条件として保険の購入を求めることは禁じられる。

また、金融機関は自らが保険代理店として行いうることと禁じられること等(例:金融機関自身は販売代理店として活動しており、リスクを引き受けるのは保険会社であるということ)を保険販売の前に説明することが義務づけられている。

さらに金融機関は消費者が保険購入に関する決定を行うに十分な情報を与えることを求められており、顧客から必要な説明を受けたとの確

認を取り付けなければならない。

**保険会社と金融機関の関係 - 優越的な立場を濫用した不公正な取引の禁止**

韓国では、金融機関が保険会社に対して行う優越的な地位の濫用に対し厳しい見方がなされている。監督機関である金融監督院が行ったバンカシュランスに関する検査においても、金融機関が自らの販売の怠慢（例：完全に説明することなく販売）により生じた責任を保険会社に転嫁したケースのような不公正な行為が指摘されている。このため、保険会社と金融機関との間の不公正な取引を防止するための規制がかけられている。

保険会社と金融機関のバンカシュランス契約の期間は3年以上でなければならない。また金融監督院が、金融機関が保険会社を相手に以下のような行為を行った場合には不公正な取引にあたりと通知している。

- i) 金融機関への投資を行うこともしくは預金をするよう圧力をかけること
- ii) バンカシュランスに関する経費の分担や保険会社スタッフの配置を要求すること
- iii) 超過的な販売手数料、保険会社の収益の非合理的な分配を要求すること
- iv) 金融機関が加入する団体保険の保険料の割引を要求すること 等

このうち、iii) の手数料に関しては厳しい見方がある。一部の中小保険会社や外資系保険会社の中には、シェアを拡大するために、金融機関に高い販売手数料を提示したり、貯蓄型の保険商品に高い金利を保証するものがあるが、これが結果的に保険会社の収益性を悪化させるのではないかという懸念が持たれているのである。そこで金融機関への過度な販売手数料の設定を防止するための措置が講じられている。

**(3) バンカシュランスの実績**

2005年10月現在、生保会社22社のうち19社がバンカシュランスチャンネルを活用している。新契約の販売指標として初回保険料を取ると、バンカシュランスの販売シェアは、スタート当初の2003年9月～2004年3月で51.6%を獲得し、以降も2004年度が46.7%、2005年4月～10月が49.0%と、たいへん大きなものになっている<sup>(注2)</sup>。

図表 - 9 バンカシュランスの販売シェア  
(初回保険料基準)

03年9月～04年3月	04年度	05年4月～10月
51.6%	46.7%	49.0%

(資料) 韓国生命保険協会 統計月報より作成

バンカシュランスで販売している個人貯蓄型保険に限ってみれば、その販売シェアはさらに大きくなる。韓国生命保険協会の年次報告書に掲載されている図表 - 10によれば、2003年9月～2004年11月のバンカシュランスの販売シェア(初回保険料基準)は、生命保険全商品を基準とすれば44.5%、個人貯蓄型商品のみに限れば66.2%であった。

図表 - 10 バンカシュランスの販売シェア  
(03年9月～04年11月)

	生保業界計(億ウォン)		バンカシュランス 実績(億ウォン)	バンカシュランスのシェア(%)	
	全商品	個人貯蓄型商品		全商品中	個人貯蓄型商品中
初回保険料	903	607	402	44.5	66.2
収入保険料合計	6,515	2,783	492	7.5	17.7

(資料) 韓国生命保険協会 “Life Insurance Business in Korea” より

バンカシュランスの開始にあたり、銀行は2012年までの間に15～20%のシェアをとるだろうとの予測があったという。しかし、販売実績は見通しを大幅に上回った。

満期返戻金のない第三分野商品の販売が解禁された2005年4月～6月のバンカシュランスの状況を調べた金融監督院の発表では、110の金融機関(17銀行、21証券会社、72相互貯蓄銀行)がバンカシュランスに取り組んでいた。

第三分野商品が解禁されたにもかかわらず、販

売商品の99.9%は第一段階に解禁された個人貯蓄型商品であった。貯蓄型商品の中でも一時払の個人年金が多い。この点は、わが国における銀行窓販と同様である。

#### 4. バンカシュランスの問題事例

金融監督院はバンカシュランスに関する検査を何度か実施している。検査では、拡販を急ぐあまり、消費者に対して不正な販売を行った事例や、保険会社に対して不公正な要求を行った事例が発見された。これが、販売が急激に拡大したことと相まって、解禁スケジュールの見直しにつながった。

金融監督院が2004年10月から1ヵ月にわたり大手銀行8行の本店と66の支店、保険会社11社を対象に実施した検査では、銀行から保険を購入した中小企業3,100社へのアンケートが行われ、疑わしい店舗を特定して検査が行われた。この結果、2005年2月、8行は不正行為を行っていたとして懲罰を受けている。

主な不正行為としては、ローンを実施する条件として保険の加入を勧める抱き合わせ販売、保険の販売担当者は貸付業務を行ってはならないとする規制に反して保険の販売担当者が貸付業務を行っていたケース、逆に資格のない貸付担当者が保険販売を行っていたケース、商品説明や本人確認をおろそかにしたまま販売した不完全な販売等があった。

#### 5. おわりに

韓国のバンカシュランスが爆発的とも言えるような拡大を果たした背景には、韓国の生保市場が貯蓄型の商品に親近性のある市場であったという事情があると思われる。わが国でも、個人年金分野に限れば銀行はもはや主要チャネルの地位を占めている。諸外国の事情をみても金

融機関は貯蓄型商品の販売に適した販売者である。その一方、韓国で第三分野商品に対して金融機関が積極的でないように、銀行が保障型の商品を販売して成功している例はほとんどない。今後、韓国の生保会社には、貯蓄型商品市場においてはバンカシュランスを活用し、営業職員網では今後の成長分野である死亡保障型の商品を販売するというチャンネルマネジメントが求められるだろう。そのため営業職員網には保障型商品の販売スキルの構築が求められる。

韓国では、コングロマリット化を見据えるような欧州的な監督の視点と金融機関の優越的な地位の濫用からの中小保険会社の保護といったアジア的な調和型の監督の視点が融合して、金融監督が行われている。韓国と同様、銀行の強い顧客支配力が見られるわが国においても、金融機関と保険会社の関係に関する視点は必要なものであるかもしれない。

#### 主要参考文献

- ・李洪茂「韓国における生命保険会社の破たん処理」生命保険論集第146巻2004年3月
- ・李秉爽「韓国におけるバンカシュランス導入をめぐる動向 - 法整備の観点から - 」生命保険論集第145巻2003年12月
- ・申文植「バンカシュランスの先進事例に学ぶ - 韓国におけるその展開現況と今後の課題」共済と保険2004年1月号
- ・李洪茂「バンカシュランスの保険業界への影響を考える - 韓国における導入・対応からの検証 - 」共済と保険2004年8月号
- ・韓国金融監督院ホームページ掲載情報
- ・韓国生命保険協会年次報告書およびホームページ掲載情報

(注1) 金融機関(関連持株会社を含む)が15%以上の株式を保有している保険会社と販売提携している場合には、該当する保険会社の商品の販売額を合算して33%が上限となる。

(注2) この計算では、月払、年払等の区分をすることなく初回保険料を基準にして計算しているため、一時払商品の販売が多いバンカシュランスのシェアが高く出がちであることには注意が必要である。