



ジェロントロジー ジャーナル

少子高齢社会における生命保険 マーケットの推計

～死亡保障商品に注目して～

生活研究部門 研究員 久我 尚子
e-mail : kuga@nli-research.co.jp

1—はじめに

1 | 少子高齢化の進展による人口減少

日本では先進諸国でも類をみない速度で少子高齢化が進展している。総人口は2005年を境に減少することが予測されており、特に15歳から64歳の生産年齢層の減少幅は大きい(図表-1)。生産年齢人口は2005年では8,442万人を示すが、2055年には4,595万人の約半分の規模へ、2105年には2,263万人の約4分の1の規模へと縮小する。

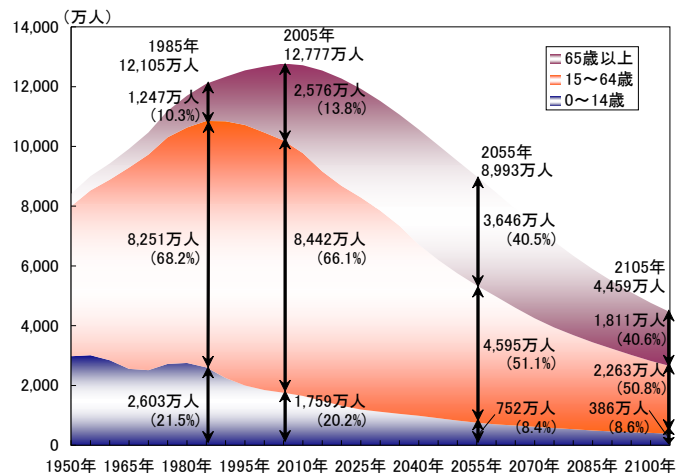
人口動態の変化は、当然ながら企業の経営戦略に影響を与える。一般消費者向けの多くの産業では販売対象数は人口の多寡によって決まるため、人口が減少す

ると販売対象の規模はおのずと縮小してしまう。また、少子化によっては、子ども向け商品を扱う産業では、より直接的に販売対象の規模が縮小する。よって、これらの産業では様々な経営戦略上の工夫が必要となる。例えば、自社の商品ラインナップを人口構造に合う形に調整を図る、消費者が減るのであれば自社商品の対象セグメントを広げる、もしくはマーケットを国外へ広げる、一人当たりの商品の購入回数やサービスの利用頻度を増やす、また、商品の生産効率を上げる、といった具合だ。

2 | 縮小する生命保険マーケット

生命保険も生産年齢層の人口減少に大きな影響を受ける商品の一つである。生命保険事業は、一家の働き手の万一を保障する死亡保障商品により支えられている。死亡保障商品は個人保険の保有契約

[図表-1] 日本の将来推計人口



(資料)総務省「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成18年12月推計)－推計結果表－表1.出生中位(死亡中位)推計」－表1-9 男女年齢各歳別人口」から、ニッセイ基礎研究所作成

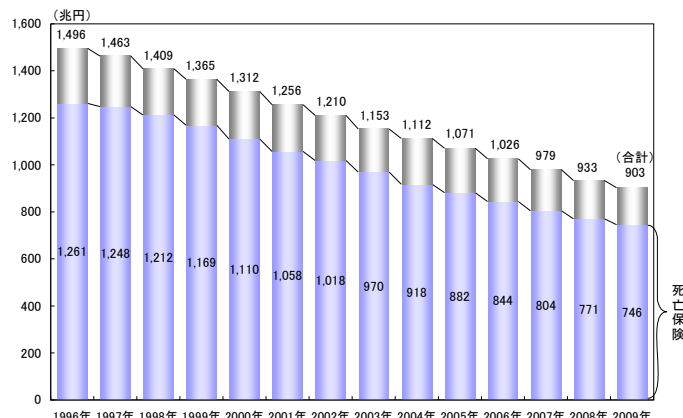
高の約8割（図表－2）、新契約高の約8割を占める（注1）。しかし、少子化のほか非婚化や晩婚化、非産化の進展によって、残された家族の生活保障を必要とする層が減少するため、生命保険事業を支える死亡保障商品の主要な販売対象の規模は減少する。事実、生命保険の保有契約高は減少し続けており、1996年のピーク時の6割強の規模にまで縮小している。また、死亡保険の保有契約高も約6割の規模にまで縮小している。

少子高齢化による人口減少が続く中で、生命保険事業において、前節で記したような経営戦略上の施策などで大々的な事業構造の転換を行わなかった場合、人口動態の変化のみで単純にマーケットを推計すると生命保険マーケットはどのよう

に推移するのだろうか。この推移を明らかにすることにより、今後ますます少子高齢化が進展する日本社会において生命保険事業の展開を検討するにあたり、何らかの示唆を与えることができるだろう。

本稿では、日本の将来推計人口に基づき、2055年までの生命保険マーケットを推計することを目的とする。具体的には、生命保険マーケットの中でも、より直接的に、より近い将来、特に生産年齢層の人口動態変化の影響を受けると考えられる個人保険の新契約件数・新契約高及び保有契約件数・保有契約高について推計結果を示し考察を行う。

〔図表－2〕 個人保険保有契約高の推移



（資料）保有契約高合計値は社団法人生命保険協会「生命保険事業概況」、死亡保険の保有契約高は株式会社保険研究所「インシュアランス生命保険統計号」の個人保険のうち死亡保険の保有契約高から、ニッセイ基礎研究所作成

2——推計方法と用いたデータ

1 | 新契約件数・新契約高の推計

2010年から2055年までの個人保険の新契約件数・新契約高について性年齢階層別に推計する。各年度の新契約件数・新契約高は、2009年度の新契約件数・新契約高実績値（図表－3）に対して、各年度の将来推計人口の変化率を乗じて求める（式(1)・(2)）。

$$\text{性年齢階層別新契約件数} \quad \text{新契約}N_{t, \text{sex}, \text{age}} = (\text{新契約}N_{09, \text{sex}, \text{age}} / P_{09, \text{sex}, \text{age}}) \times P_{t, \text{sex}, \text{age}} \quad (1)$$

$$\text{性年齢階層別新契約高} \quad \text{新契約}S_{t, \text{sex}, \text{age}} = (\text{新契約}S_{09, \text{sex}, \text{age}} / P_{09, \text{sex}, \text{age}}) \times P_{t, \text{sex}, \text{age}} \quad (2)$$

尚、式中の新契約 $N_{t, \text{sex}, \text{age}}$ はt年度の各性年齢階層の新契約件数、新契約 $N_{09, \text{sex}, \text{age}}$ は2009年度の各性年齢階層の新契約件数、 $P_{09, \text{sex}, \text{age}}$ は2009年度の各性年齢階層の人口、 $P_{t, \text{sex}, \text{age}}$ は2009年度の各性年齢階層の人口を示し、新契約高も同様である。 $P_{t, \text{sex}, \text{age}}$ については、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成18年12月推計）-推計結果-推計結果表-表1. 出生中位(死亡中位)推計-表1-9. 男女年齢各歳別人口」を用いる。

[図表-3] 2009年度新契約件数・新契約高の性年齢階層別実績値、及び人口一人あたりの新契約件数・新契約高

	男性				女性			
	件数 (件)	人口1人 あたりの件数 (件/人)	金額 (百万円)	人口1人 あたりの金額 (万円/人)	件数 (件)	人口1人 あたりの件数 (件/人)	金額 (百万円)	人口1人 あたりの金額 (万円/人)
0～9歳	557,603	0.098	1,295,785	22.9	480,196	0.089	1,039,602	19.3
10～19歳	408,678	0.066	2,180,783	35.4	372,473	0.063	1,718,781	29.3
20～29歳	1,183,711	0.160	9,991,044	135.3	984,359	0.140	4,917,472	69.9
30～39歳	1,552,133	0.167	14,764,797	159.1	1,212,255	0.134	5,463,613	60.5
40～49歳	1,013,865	0.123	8,015,305	97.1	974,065	0.119	3,648,956	44.8
50～59歳	723,236	0.086	3,563,175	42.5	907,461	0.107	2,350,124	27.7
60歳以上	684,936	0.040	1,832,359	10.8	1,118,727	0.052	2,125,678	9.9
合計	6,124,162	0.099	41,643,248	67.0	6,049,536	0.093	21,264,226	32.5

(資料) 新契約件数及び新契約高の性年齢階層別の合計値は、社団法人生命保険協会「生命保険事業概況-年次統計-平成21年度保険種類別契約高、及び年齢階層別・男女別統計表」、人口1人あたりの契約件数及び金額を算出するための人口は、国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集(2011)-II.年齢別人口-表2-2.性,年齢(5歳階級)別総人口および日本人人口:2005,2009年」より、ニッセイ基礎研究所作成

2 | 保有契約件数・保有契約高の推計

2010年から2055年までの個人保険の保有契約件数・保有契約高について推計する。尚、保有契約については、新契約の推計で用いたような性年齢階層別の実績値を入手できず、合計値しか入手できなかったため、合計値のみの推計とする。

各年度の保有契約件数は、前年度の保有契約件数に当該年度の新契約件数を加え、当該年度に消滅した契約件数を減ずることで求められる(式(3))。保有契約高も同様である(式(4))。

$$\text{保有契約件数} \quad \text{保有}N_t = \text{保有}N_{(t-1)} + \text{新契約}N_t - \text{消滅}N_t \quad (3)$$

$$\text{保有契約高} \quad \text{保有}S_t = \text{保有}S_{(t-1)} + \text{新契約}S_t - \text{消滅}S_t \quad (4)$$

消滅については、解約・失効、満期、死亡などいくつかの事由が考えられるが、個別に推計するために十分なデータが得られなかったため、前年度保有契約と新契約以外の増減分をまとめた形で推計する。具体的には、実績値に基づく固定比率(新契約から純増加分を減じたものの前年度保有契約に対する割合の5ヵ年平均値)を前年度の保有契約の値に乘じることで求める。固定比率を算出するためのデータは、社団法人生命保険協会「生命保険事業概況-年次統計-平成21年度保険種類別契約高」と旧日本郵政公社「ディスクロージャー誌(簡易保険の契約状況に相当する部分)」を用いる。

尚、式中の保有 N_t はt年度の保有契約件数、新契約 N_t は前項で推計したt年度の新契約件数、消滅 N_t はt年度の消滅した契約件数を示し、保有契約高も同様である。尚、推計の出発点となる2009年度の保有契約のデータは、社団法人生命保険協会「生命保険事業概況-年次統計-平成21年度保険種類別契約高、及び契約成績一覧表(異動項目別)」を使用する。

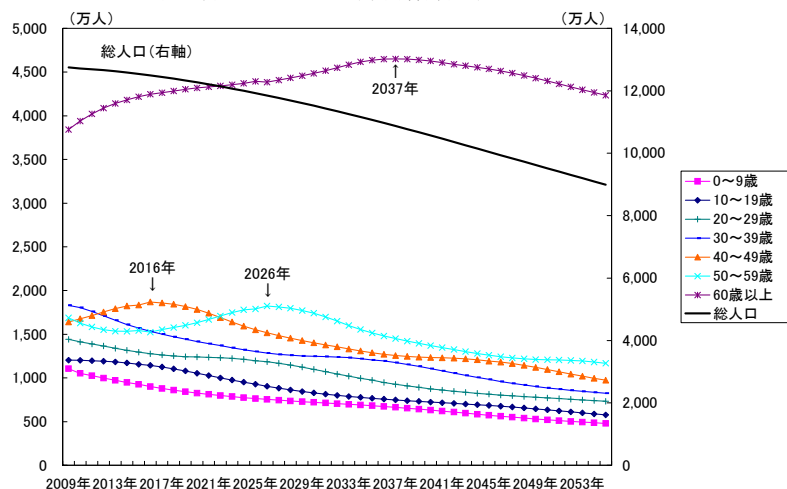
3—推計結果と考察

1 | 性年齢階層別日本の将来推計人口

生命保険マーケットの推計結果を示す前に、まず、日本の将来推計人口を示す（図表－4）。

日本の総人口は、2009年に約1億2千7百万人を示すが、2055年には9千万人を切り、約7割の規模へと縮小する。また、少子高齢化の名の通り、30歳代以下の人口は、ほぼ単調に減少し、60歳以上の人口は2037年に向けて増加した後、ゆるやかに減少していく。40

[図表－4] 日本の将来推計人口（年齢階層別）



(資料) 2009年は国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集(2010)」、2010年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成18年12月推計) 将来推計人口出生中位(死亡中位)」から、ニッセイ基礎研究所作成

歳代と50歳代は、それぞれ2016年と2026年にピークを迎え、その後減少していく。40歳代と50歳代のピークは1971年から1974年生まれの第二次ベビーブーム世代が当該年代を迎えるためであり、2037年の60歳以上のピークにも影響を与えている。尚、性別に見ても年代別推移は同様だが、人口規模の縮小度合いには若干差があり、男性は7割弱、女性は7割強の規模へ縮小する（図表略）。

2 | 個人保険の新契約件数・新契約高の推計

I) 新契約件数の推計（全体）

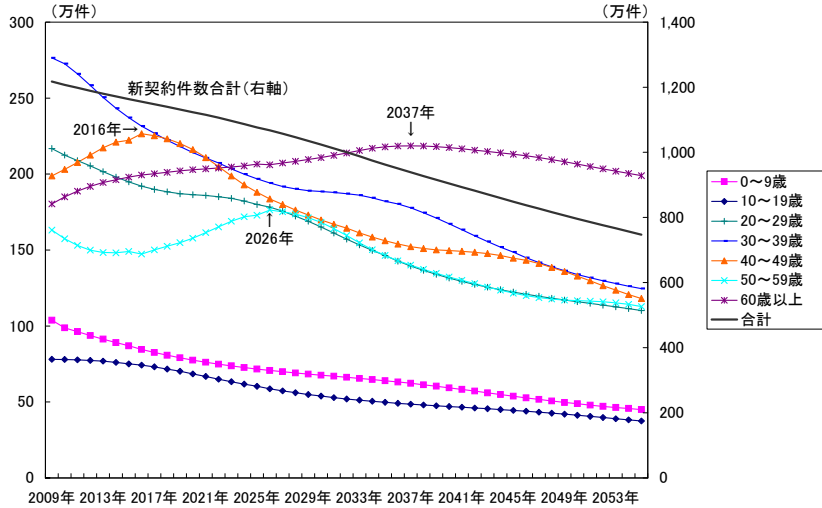
次に、生命保険マーケットの推計として、個人保険の新契約件数の推計結果を示す（図表－5）。

新契約件数は、人口減少に伴い、単調に減少していく。新契約件数は、2009年に合計約1,200万件を示すが、2055年には約750万件となり、約6割の規模へと縮小する。

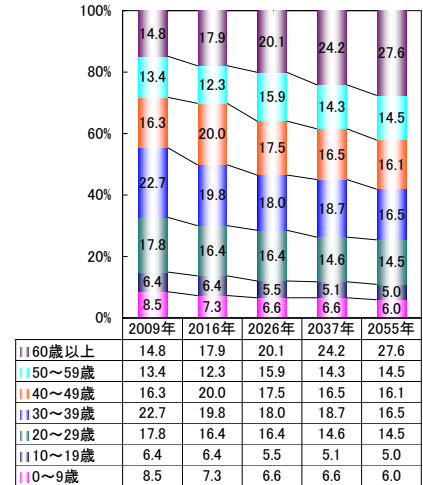
年代別に見ると、将来推計人口と同様に、30歳代以下はほぼ単調に減少、60歳以上は一旦増加した後、ゆるやかに減少していく。40歳代、50歳代、60歳以上はそれぞれ2016年、2026年、2037年にピークを示すが、これは前項で述べた第二次ベビーブーム世代の影響と考えられる。

これらの変化により、新契約における年代構造は大きく変わっていく（図表－6）。新契約における年代別シェアは、2009年は30歳代が最も高かったが（22.7%）、2016年には40歳代（約2割）、2022年以降は60歳以上（3割弱）が首位を奪う。60歳以上のシェアは、2009年は14.8%に過ぎなかったが、他年代との差を拡大するように増加していく。また、30歳代以下の若年層のシェアは、2009年は約6割を占めるが、2055年には減少し、40歳代以上の中高年層が代わって約6割を占めるようになる。つまり、新契約における年代構造は若年層から中高年層へと移っていく。よって、生命保険商品の新規販売を考える際、今までと異なる年代構造を持つ販売対象を考えなくてはならない。

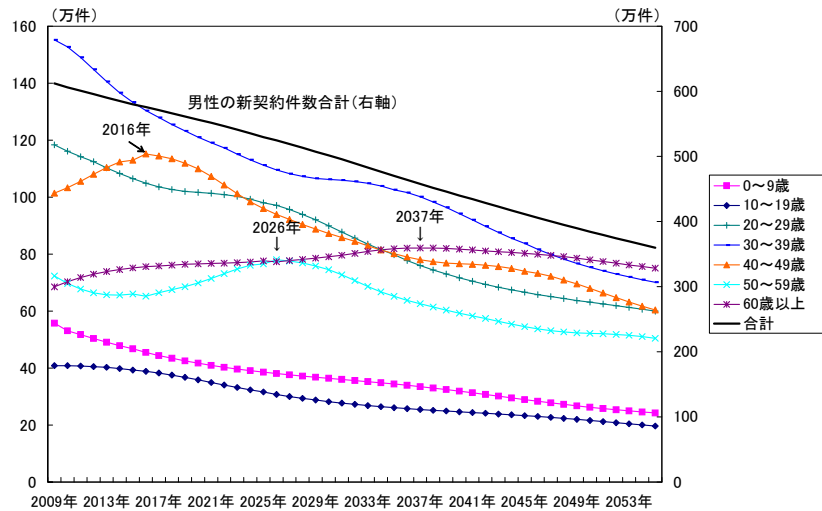
【図表－5】 個人保険新契約件数の推計結果（全体）



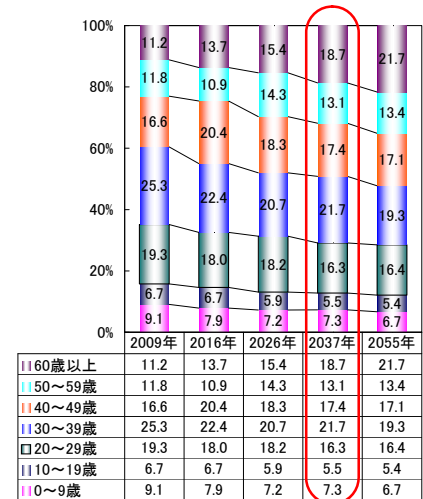
【図表－6】 個人保険新契約件数の年齢階層別割合（全体）



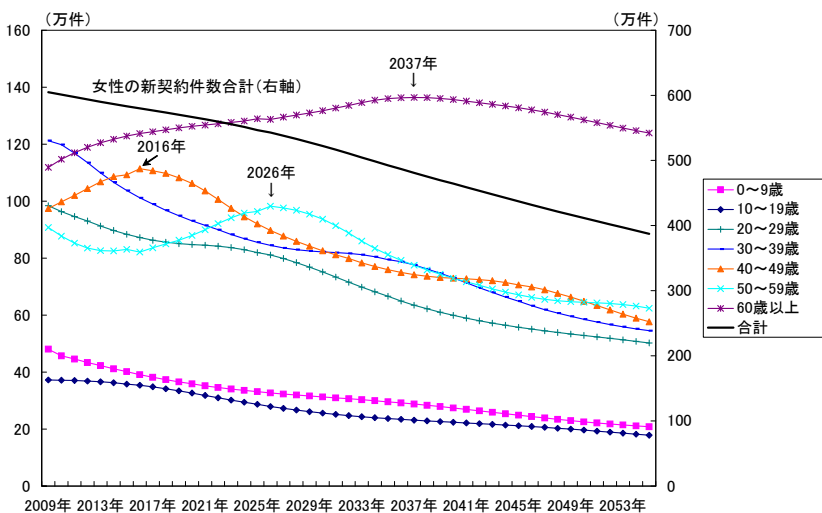
【図表－7】 個人保険新契約件数の推計結果（男性）



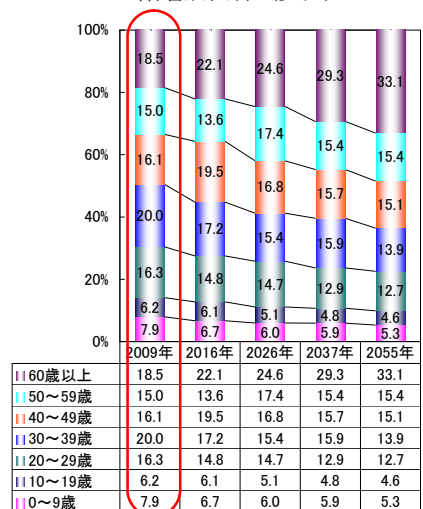
【図表－8】 個人保険新契約件数の年齢階層別割合（男性）



【図表－9】 個人保険新契約件数の推計結果（女性）



【図表－10】 個人保険新契約件数の年齢階層別割合（女性）



II) 新契約件数の推計（男性・女性）

次に、新契約件数の推移を性別に見た推計結果を示す（図表7～10）。

新契約件数の全体の推移と同様、男女とも人口減少に伴い単調に減少し、2009年から2055年にかけて男性は6割弱、女性は6割強の規模へと縮小する。男女の縮小度合いの違いは、将来推計人口の減少度合いの違いである。

年代別の推移も、男女とも全体と同様であり、30歳代以下はほぼ単調に減少、40歳代、50歳代、60歳以上はそれぞれ2016年、2026年、2037年にピークを示した後、減少傾向を示す。

尚、男女で大きく異なる点は、新契約件数における60歳以上のシェアである。2009年の60歳以上のシェアは、男性では11.2%に過ぎないが、女性では18.5%であり首位の30歳代（20.0%）に次いで高く、2055年までに男女差は更に拡大していく。差が拡大する理由は、高齢人口が増加するためであり、現時点で60歳以上のシェアが高い女性では高齢人口増加の影響が色濃く出る。また、40歳代以上の中高年層のシェアとして見ると、女性は2009年で既に約半数を示し、2055年には6割強にまで成長する。

ここで興味深い事象がある。男女の新契約における年代別シェアを比較すると、2037年の男性と2009年の女性の年代構造がほぼ等しいのである（図表－8・10）。つまり、より少子高齢化が進展した約30年後の男性の新契約と現在の女性の新契約の年代構造が同様だということだ。この原因として、まず、60歳以上人口における女性比率の高さが考えられるが、その影響が全てとは言えない。なぜならば、2009年から2055年にかけて、60歳以上の新契約件数における女性比率は60～62%で推移するのに対して、60歳以上人口における女性比率は55～56%であり、新契約件数に占める女性比率より人口に占める女性比率の方がより低い値で推移しているためだ。

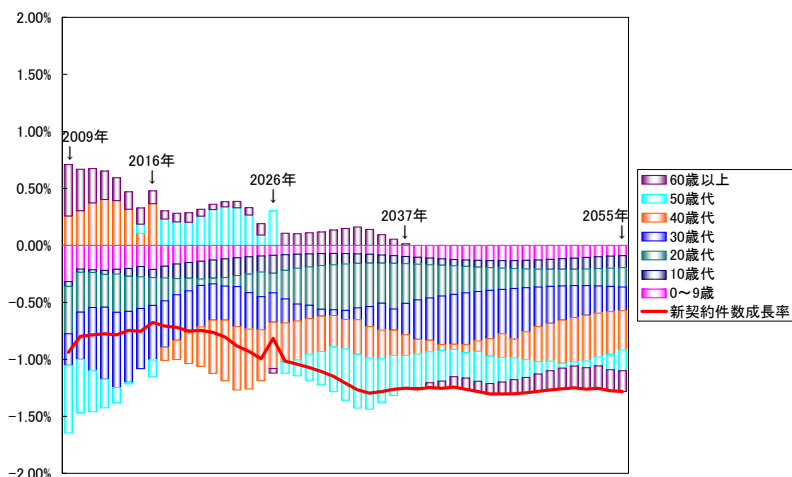
性別によって働き方や家族の中での役割は異なるとすると当然ながら必要な保障も異なるであろうし、現在の高齢層と約30年後の高齢層では世代間の違いも考慮する必要はあるが、現時点で女性の新契約件数において高いシェアを示す60歳以上の加入実態について改めて検証することは、将来の男性の新契約獲得を検討する上で、また、今後ますます少子高齢化が進展する中で高齢層を捉えた具体的な事業戦略を検討する上で有益な示唆が得られる可能性がある。尚、本稿の目的は、生命保険マーケット全体を長期的に推計することであるため、60歳以上の女性の加入実態は別途分析していきたい。また、本稿では得られるデータの制約上、60歳以上を1つのセグメントとして扱っているが、60歳以上の加入実態やニーズを分析するためには、少なくとも前期高齢者や後期高齢者の年齢階層区分が必要であることや、可処分所得や就業形態の区分が必要であることも付け加えておきたい。

III) 新契約件数の成長率

前項までに性年齢階層別の新契約件数の推移を示した。次に、いずれの年代が、いずれの期間に、どれくらいの影響を与えているかをより具体的に把握するために、新契約件数の成長率を年代別に分解した結果を示す（図表－11）

新契約件数の成長率は総じて減少傾向を示す。これは新契約件数の推移において、合計値が単調減少していたことと一致する。尚、2009年から2037年までは成長率の増加へ寄与する年代が存在するが、2038年以降は消滅し、全ての年代が成長率の減少へ寄与するようになる。

【図表－11】 新契約件数の成長率（年代別寄与度分解）



成長率の増加へ寄与する年代を個別に見ると、40歳代は2009年から2016年にかけて、50歳代は2017年から2026年にかけて、60歳以上は2009年から2037年にかけて成長率の増加へ寄与する。40歳代と50歳代、及び2027年から2037年までの60歳以上については、前項までに述べた通り、第二次ベビーブーム世代による新契約件数の増加と考えられる。尚、このグラフから当該世代が成長率の増加へ最も大きく寄与するのは、40歳代では2012年前後もしくは2016年、50歳代では2022年前後もしくは2026年、60歳代では2033年前後と読み取れる。また、2009年から2025年において成長率の増加へ寄与している60歳以上については、第二次ベビーブーム世代の親世代と考えられる。つまり、2009年から2055年の間で新契約件数の増加へ寄与するのは、第二次ベビーブーム世代とその親世代（いわゆる団塊ジュニア世代と団塊世代）のみであり、その他の世代は全て減少に寄与している。2037年までに成長率の減少に大きく寄与する世代は、2009年から2016年において20代もしくは30代である世代であり、2037年以降はその下の世代が代わって減少へ大きく寄与するようになる。

本項の結果から検討できる施策としては二つの方向が考えられる。一つは、成長率の増加に寄与する年代に対して更にニーズを喚起する方向である。つまり、当該世代に対して、加入時に他の商品やサービスも勧める（クロスセル）、もしくはより手厚い保障を勧める（アップセル）ということである。また、もう一つの方向としては、成長率の減少に寄与する年代のニーズやコミュニケーションの特徴をつかみ効果的にアプローチすることで、少子高齢化による人口減少規模と契約件数を比例させない工夫をすることである。例えば、2009年から2016年において20代もしくは30代である世代の特徴は、未婚化や晩婚化の進展などがあげられる。これらに対して、若年独身者向けの商品の開発、独身者のライフスタイルに合う広告宣伝や販売活動の実施などが考えられる。

尚、新契約件数の成長率は性別に見ても同様である（図表略）。新契約件数の推移で60歳以上のシェアについては男女の違いはあったが、推移については同様であったため、成長率は同様の傾向を示す。

IV) 新契約高の推計

次に、新契約高の推計結果を示す（図表－12～17）。新契約高も、新契約件数と同様に、単調に減少していく。新契約高は、2009年は全体で約63兆円を示すが、2055年には約35兆円となり、5割強の規模へと縮小する。性別に見ると、男性は5割強、女性は6割弱の規模へと縮小する。尚、新契約件数は全体で約6割の規模へ縮小していたため、新契約高の縮小度合いの方がやや大きい。

ところで、新契約件数では男女の件数規模は同等だったが、新契約高では大きな差がある。女性の新契約高は男性の約半分に過ぎず、結果、男性は新契約高全体の7割弱を占める。これは男女の加入商品の違いによるものであり、男性は1契約あたりの保険金額が比較的高い死亡保障商品、女性は保険金額が比較的低い医療保障商品を中心に加入しているため^(注2)、男性の契約高の規模が大きくなる。

また、新契約高の推移を年代別に見ると、新契約件数と同様に、30歳代以下はほぼ単調に減少、40歳代と50歳代はそれぞれ2016年と2026年にピークを示した後減少、60歳以上はやや増加傾向もしくは横ばいに推移していく。新契約件数との違いは、40歳代以上の中高年層のシェアの低さである。新契約件数における40歳以上のシェアは2009年で44.5%を示し、2016年で半数を超え、2055年で約6割を示した。しかし、新契約高では、2009年で34.2%、その後シェアは増加するものの2055年でも半数は超えない。また、新契約件数の年代別シェアの首位は、30歳代から40歳代へ、そして60歳以上へ移っていったが、新契約高では一貫して30歳代が首位を示す。これは前述の男女の加入商品の違いと同様に、年代による加入商品や保険金額の違いによるものであり、比較若年齢層は1契約あたりの保険金額が高い死亡保障商品、高齢層は保険金額が低い医療保障商品を中心に加入していること、また、30歳代の死亡保険金の受取金額が各年代の中で最も高いことによる^(注3)。つまり、新契約件数におけるシェアが増加する高齢層は1契約あたりの保険金額が比較的低く、新契約件数におけるシェアが減少する若年層は1契約あたりの保険金額が比較的高いため、新契約件数で見られたような年代構造の大きな変化は見られないということだ。

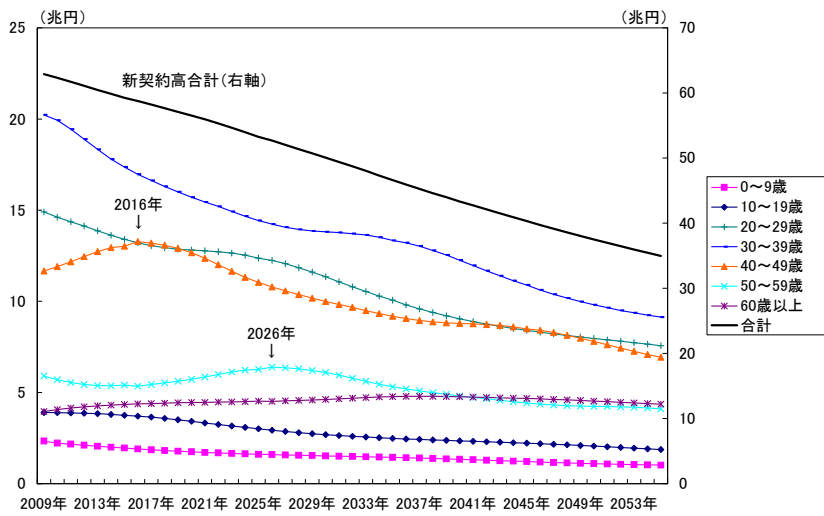
新契約件数の推移では、生命保険商品の新規販売を考える際は今までと異なる年代構造を持つ販売対象を念頭に置くべきであり、特に60歳以上の加入実態を詳細に把握することが有益だと述べたが、新契約高の推計結果より、高齢層をとらえるだけでは契約高の減少には歯止めはかけられないことが分かる。従って、新契約件数の成長率でも触れたように、新契約高の結果からも改めて、1契約あたりの保険金額が比較的高い若年層からの契約獲得も合わせて検討すべきであることが分かる。

V) 新契約高の成長率

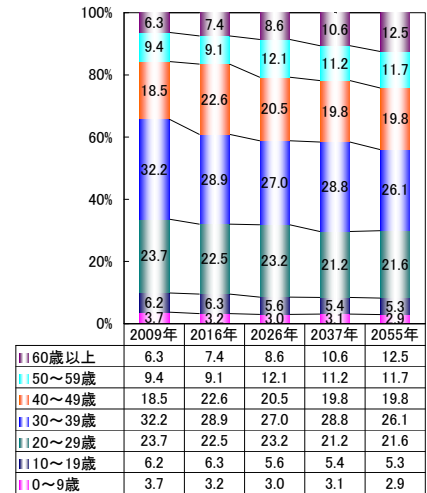
次に、新契約高の成長率を示す（図表－18）。新契約高の成長率も、新契約件数の成長率と同様に、総じて減少していく。2038年以降は成長率の増加へ寄与する年代は消滅し、全ての年代が成長率減少へ寄与するようになる。新契約件数との違いは、2037年までに成長率の増加へ寄与する各年代の寄与度が比較的小さいことであり、特に60歳以上の小ささが目立つ。これは前項の通り、年代による加入商品の違い、特に高齢層は1契約あたりの保険金額が比較的低い商品に加入しているためである。

尚、新契約高の成長率は性別に見ても同様である（図表略）。新契約高の推移で男女の契約高の規模の違いはあったが、年代別の推移については同様であるため、成長率も同様の傾向を示す。

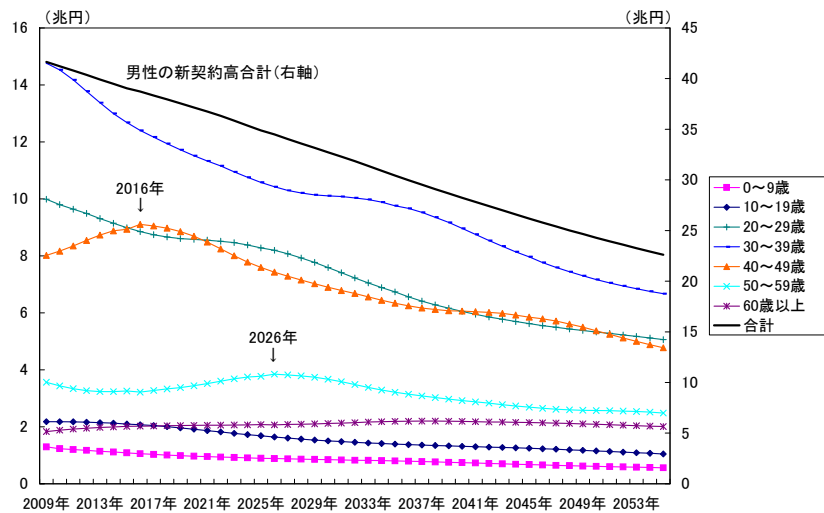
[図表-12] 個人保険新契約高の推計結果 (全体)



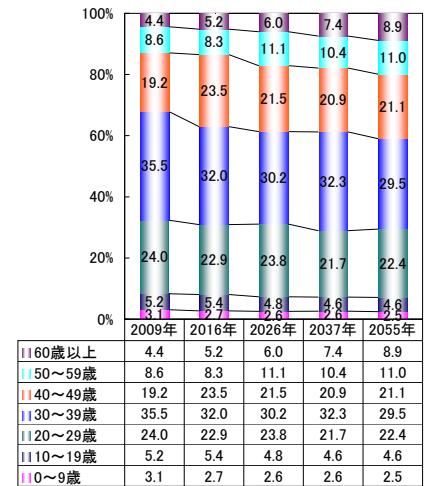
[図表-13] 個人保険新契約高の年齢階層別割合 (全体)



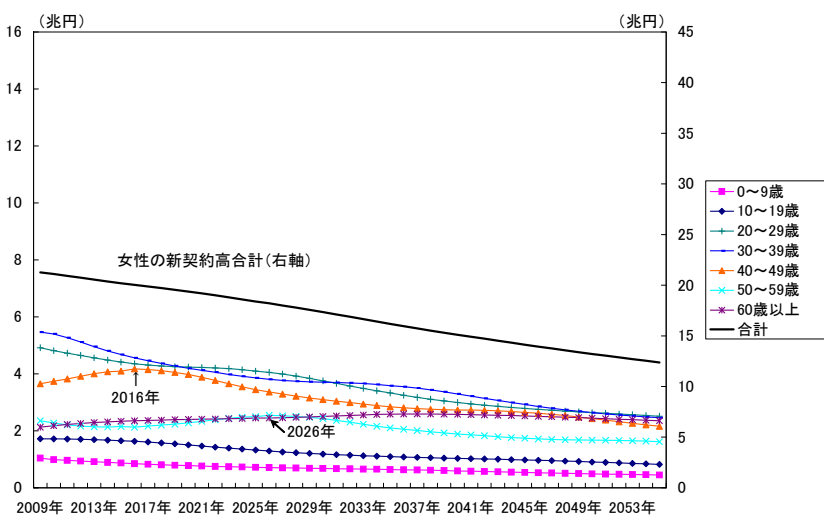
[図表-14] 個人保険新契約高の推計結果 (男性)



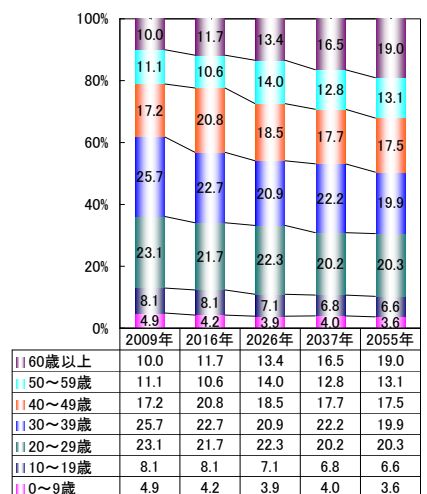
[図表-15] 個人保険新契約高の年齢階層別割合 (男性)



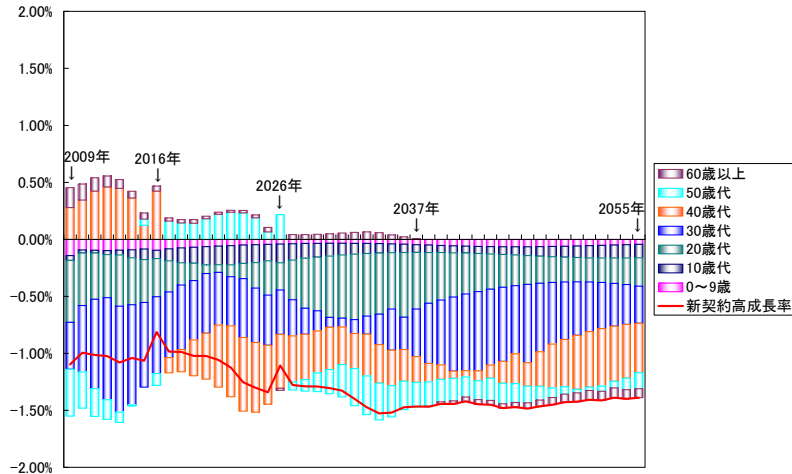
[図表-16] 個人保険新契約高の推計結果 (女性)



[図表-17] 個人保険新契約高の年齢階層別割合 (女性)



[図表-18] 新契約高の成長率（年代別寄与度分解）

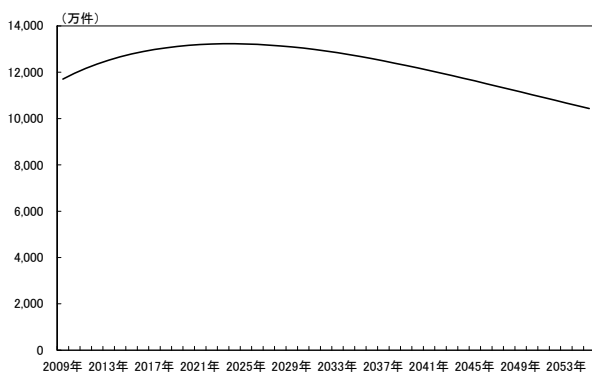


3 | 個人保険の保有契約件数・保有契約高の推計

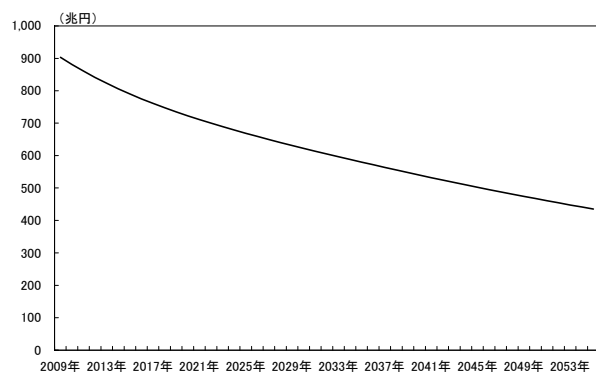
最後に保有契約の推計結果を示す（図表-19・20）。尚、保有契約については、「2. 推計方法と用いたデータ」で述べた通り、性年齢階層別の実績値は入手できなかったため、合計値のみの推計とする。

保有契約件数は、2009年に全体で約1億2千万件を示し、2024年までゆるやかに増加していく（約1億3千万件）。その後ゆるやかに減少し、2055年に約1億件を示し、2009年の約9割の規模となる。保有契約件数が一旦増加するのは、近年の医療保障商品などの契約件数の増加や、失効などにより消滅する契約の合計値が減少していることによって保有契約件数全体が増加傾向にあるためと考えられる。冒頭で保有契約高の推移についてのみ示したが（図表-2で示した減少傾向）、実は、保有契約件数は、前述の通り、近年増加傾向にある。よって、しばらくは、近年の増加傾向が人口減少による減少傾向より強く反映されるが、次第に人口減少の影響が強くなるように推測する。尚、保有契約については、性年齢階層別のデータがないため、これ以上の詳しい考察は難しい。一方で、近年減少傾向を示す保有契約高は、将来的にも単調に減少していく。2009年は全体で約940兆円を示すが、2055年には約440兆円となり、5割弱の規模へと縮小する。

[図表-19] 個人保険保有契約件数の推計結果（全体）



[図表-20] 個人保険保有契約高の推計結果（全体）



4—まとめ

本稿では、日本の将来推計人口に基づき、2055年までの生命保険マーケットとして個人保険の新契約件数・新契約高及び保有契約件数・保有契約高を性年齢階層別に推計し考察を行った。

少子高齢化が進展する日本の将来の人口は、2009年から2055年にかけて約7割の規模へと縮小し、30歳代以下の人口はほぼ単調に減少、40歳代以上は第二次ベビーブーム世代の人口規模の大きさによる人口増加が見られるものの、将来的にはゆるやかに減少していく。

このような中で生命保険マーケットを推計すると、個人保険の新契約件数は、人口減少に伴い単調に減少し2009年から2055年にかけて約6割の規模へと縮小する。年代別に見ると、30歳代以下はほぼ単調に減少し、40歳代以上は第二次ベビーブーム世代の影響による増加が見られるが、将来的にはゆるやかに減少していく。新契約における年代別シェアの首位は、30歳代から40歳代、そして60歳以上へと移り、全体的な年代構造も若年層が過半数を占める形から中高年層へと移っていく。性別に見ると、男女とも高齢層のシェアが拡大していくが、女性はそもそも現時点で高齢層のシェアが大きいため、現在の女性の年代構造と約30年後の男性のものがほぼ同様の形となる。新契約件数の成長率を見ると、2009年から2055年の間で増加へ寄与するのは第二次ベビーブーム世代とその親世代のみであり、その他の世代は全て減少に寄与する。特に、2009年から2016年において20代もしくは30代の世代は成長率の減少に大きく寄与し、2037年以降はその下の世代が減少に大きく寄与するようになっていく。

新契約高の推計結果も新契約件数とほぼ同様の推移を示したが、縮小度合いがやや大きい点（5割強の規模へ縮小）と年代別シェアの推移で若年層から中高年層への移行が見られない点が異なっていた。これらの理由は、件数シェアが拡大する高齢層は1契約あたりの保険金額が比較的低く、件数シェアが縮小する若年層は1契約あたりの保険金額が比較的高い傾向があるためと考えられる。

保有契約については、保有契約件数は近年の増加傾向を一旦反映し、しばらくは増加傾向を示した後、ゆるやかに減少し、約9割の規模となる。一方、近年減少傾向を示す保有契約高は、5割弱の規模へ縮小する。尚、保有契約については、性年齢階層別のデータがないため、詳しい考察は難しい。

以上より、将来推計人口に基づいて生命保険マーケットを推計すると、少子高齢化による人口減少に伴い、当然ながらマーケットは縮小していく。しかし、人口構造の推移を十分に把握し、適切な経営戦略を実行することができれば、将来推計人口の減少曲線とマーケットの推計曲線は必ずしも比例するわけではない。本稿の推計結果より得られたいくつかの視点をを用いることで、人口減少曲線とマーケット推計曲線を少しでも離す工夫を行うことはできるだろう。

本稿で得られた視点としては主に三点あり、まず一点目は、人口規模の大きい第二次ベビーブーム世代に対して長期に渡って重点的にアプローチをしていくことがあげられる。今回は死亡保障商品に注目した推計だが、現実的には当該世代の成長（加齢）に伴いニーズも変化するため、現在の死亡保障商品をそのまま売り続けければ良いわけではない。今回は、まずは将来推計人口の影響のみを考慮した単純な推計を行ったが、具体的な戦略を検討する際は、別途、年代によるニーズの違い等を考慮した議論は必要である。二点目は、人口構造において年代シェアを拡大していく高齢層を捉えていくことがあげられる。尚、高齢層の加入実態やニーズを把握するためには、本稿では得られるデータの制約上、60歳以上を1つのセグメントとして扱ったが、少なくとも前期高齢者や後期高齢者の年齢階層に分けた分析が必要である。また、高齢層は死亡保障商品より医療保障商品や貯蓄性商品などへのニ

ーズが高まると予想されるが、本稿の議論の中心は死亡保障商品であるため、第二次ベビーブーム世代と同様、別途議論が必要である。三点目は、人口規模の大きい層の契約獲得や維持に努める一方で、人口規模は減少していくが1契約あたりの保険金額が比較的高く契約期間も長い若年層へのアプローチを行うことである。ただし、若年層を取り込むためには、現状の商品や販売活動をそのまま活用するのではなく、当該世代の特徴である非婚化、晩婚化等の特徴を把握した上での新商品の開発やライフスタイルに合わせた広告宣伝や販売活動が重要である。

以上の視点を参考に、より議論を深化させ、様々なセグメントに対する効果的な戦略を実行することで、将来の生命保険マーケットは、より高い曲線を描ける可能性もあるだろう。

-
- (注1) 社団法人生命保険協会「平成21年度生命保険事業概況」より、個人保険の新契約高が62.9兆円の内死亡保障商品（終身保険・定期付終身保険・利率変動型積立終身保険・定期保険・変額保険[終身型]・変額保険[定期型]の合算値）の新契約高が44.9兆円であることによる。
- (注2) ニッセイ基礎研究所「平成21年度生命保険マーケット調査」より、直近加入の死亡保障商品の加入率が男性38.8%、女性30.4%、医療保障・介護保障商品の加入率が男性38.2%、女性47.9%であることによる。
- (注3) ニッセイ基礎研究所「平成21年度生命保険マーケット調査」より、直近加入の死亡保障商品の加入率が20歳代36.5%、30歳代34.1%、40歳代38.7%、50歳代34.1%、60歳代29.5%であり比較的若年層の方が高いことに加えて、30歳代の死亡保険金の受取金額の平均値(1355.9万円)が各年代の中で最も高いこと、また、直近加入の医療保障・介護保障商品の加入率が20歳代45.9%、30歳代38.7%、40歳代35.4%、50歳代46.2%、60歳代52.2%であり比較的高齢層の方が高いことによる。