

# 保険・年金 フォーカス

## インドの保険市場概況

— 投資型商品の販売規制や経済成長鈍化等により生保市場の成長は足元鈍化するも将来の成長可能性は大—

保険研究部門 兼 経済調査部門 平賀 富一  
(03)3512-1822 hiraga@nli-research.co.jp

### 1 | インド保険市場の特徴と近況

インドの保険市場の近況や特徴点について以下生命保険市場を中心に述べる。

図表-1 インドの経済・生保の主要指標(2011年)

単位	人口 億人	名目GDP 10億ドル	一人当たりGDP ドル	生保収入保険料 百万ドル	保険密度 ドル	保険深度 %
インド	12.3	1,763	1,430	60,442	49	3.4
(参考)中国	13.6	7,296	5,350	134,539	99	1.8
タイ	0.7	346	5,043	9,218	134	2.7
インドネシア	2.4	845	3,591	9,437	40	1.1
日本	1.3	5,940	46,845	524,668	4,138	8.8

(資料) スイス再保険会社「Sigma No.3/2012」をもとに筆者作成。

保険密度: 一人当たり収入保険料、保険深度: 収入保険料の対GDP比。

図表-1は、インドの経済と生保市場関連の主要指標をまとめたものである。マクロ的な観点では人口が約12.3億人、経済

規模(名目GDP)が1兆7,630億ドルと世界の第11位にランクされている。また、生保の保険料収入は約604億ドル(世界シェア2.3%、世界10位: 因みに損保は122億ドル(同0.6%))と、中国(生保1,345億ドルで世界シェア5.1%)に比べれば小さいものの、ASEAN(東南アジア諸国連合)の有力国であるタイやインドネシアの6倍以上の市場規模である。

インドの生保市場は、生命保険公社(LIC)による独占が終焉し外資合弁を含む民間企業の市場参入が認められた2000年以降急速に拡大しており、2011年の保険料収入は2000年対比で8.3倍に増加している。ただ、2011年は後述の投資型保険の販売厳格化規制を主因として保険料収入は対前年0.8%の減となっている。また、欧州に端を発する経済悪化の影響を受けてインド経済も成長率が鈍化傾向(アジア開発銀行は7月12日付けで2012年のインドの実質経済成長率の予測値を7.0%から6.5%に引下げ)にあり、このことも保険販売の重石になることが予想される。

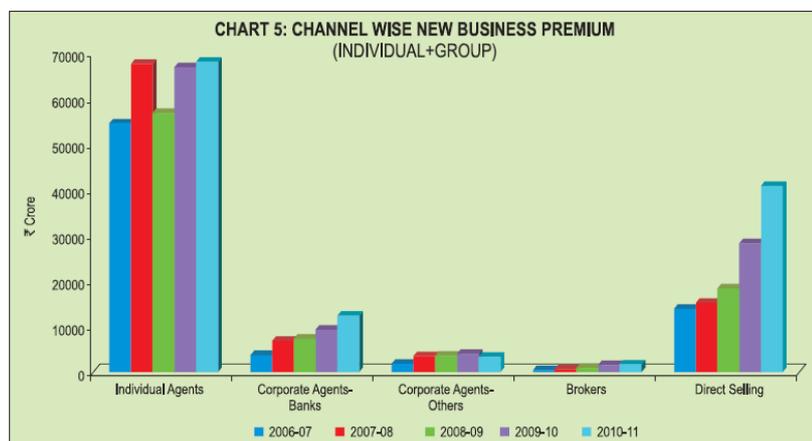
次に、ミクロ的な視点として、生保市場に関する主要点・特徴について見ることにしよう。

まず保険普及度であるが、図表-1のとおり保険密度(一人当たり収入保険料)は49ドル、保険深度(または保険普及度: 収入保険料のGDP対比)が3.4%であり、特に保険密度が中国やタイに比べて低水準にある。次に市場の主力プレーヤーたる保険会社の状況を見ると、2000年まで独占企業であった国営のLICが、知名度・全国的な店舗網・販売網の展開の強みを活かして、保険料収入(2010

年)の約70%と大きなシェアを有しており、民間保険会社(23社、内21社が有力外資企業の出資による合弁企業)のシェアが約30%となっている。(注)外資による出資は現行26%が限度とされている。

商品別には、ユニットリンク型の投資型保険(ULIP)が、2010年の保険料収入全体の37.4%、養老保険など伝統型生保商品(Traditional Products)が62.6%となっている。ULIPのシェアは、前年における43.5%から大きく減少している。この主因は、2010年9月に施行された保険監督庁(IRDA: Insurance Regulatory and Development Agency)のガイドラインによる、保険期間5年以上要、保障必須(年金商品は除く)、販売手数料支払い方法の改定、解約不可期間(ロックイン・ピリオド)の3年から5年への延長、契約者貸付の禁止などを内容とするULIP販売の厳格化によるものである。さらに当局からは、ユニバーサル保険商品に関するガイドライン、エージェントの販売能力強化を含む保険販売適正化に係るガイドライン、保険会社がコア業務を外部委託化せず自前で行うべき旨の指導など様々なガイドラインや行政指導等が多く発出されている。

図表-2 販売チャネル別動向(個人・団体契約の新契約保険料ベース:単位1千万ルピー)



(資料) IRDA「Handbook on Indian Insurance Statistics 2010-11」(グラフ中のCroreは1千万を表す)

次に販売網の状況を見ると、260万人を超えるエージェントによるものが中心であるが、バンカシユアランス(銀行による保険販売)も拡大傾向にある。またダイレクトセールスは団体保険の重要販売チャネルとなっている。

さらに、貧困層も数多いインドではマイクロ・インシュアランス(小口保険販売)も重要であり、IRDA資料によれば、10年度の生保新契約保険料の22.4%相当となっている。

## 2 | 市場のトレンドとさらなる市場拡大が見込まれる重要な要因について

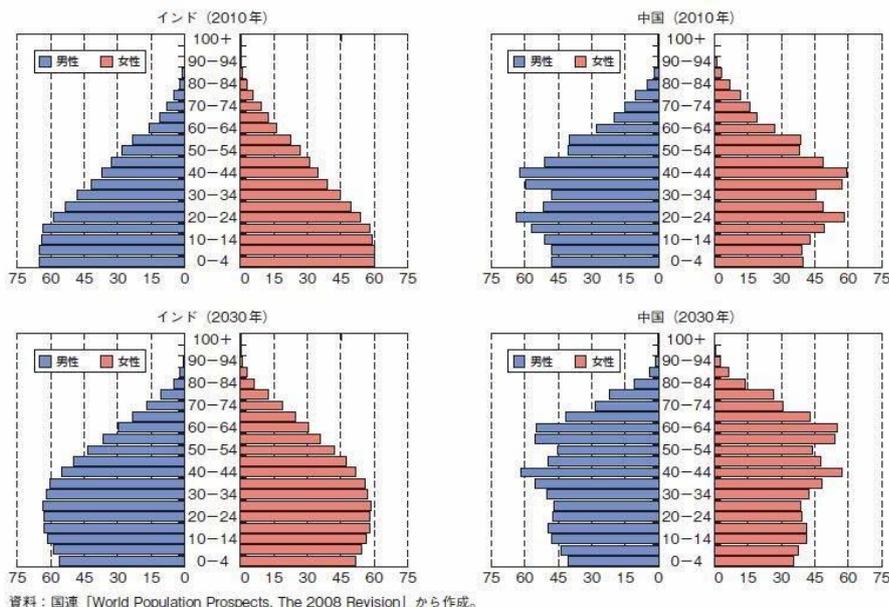
上記のように、2000年の民間保険会社の参入以来大きな伸びを実現してきたインド生保市場は、足元、同市場における中心的な保険商品であるULIPに関する販売の厳格化などにより、2011年には保険料収入が減少し踊り場を迎えていると言えよう。当局の諸規制とそれへの対応は、保険市場が健全な発展へ向かうための転換点であると考えられ、業界各社は、諸規制に対応した営業体制を構築しつ

つあり、業界関係者は今後数年以内に二桁の伸び率に戻ると予測している（Asia Insurance Review 2012年1月号）。また業界のトレンドとしては、ULIPの販売過熱が沈静化する中、伝統型生保商品の販売ウェイトが増しており、販売チャネルとしてはバンカシュアランスが増加の傾向を見せている。

次にインド生保市場の中長期的な成長の見通しに関する重要点を述べる。

現在、中国に次ぐ人口大国であるインドは、一人っ子政策の影響により今後急速に少子高齢化傾向に向かうことが予想される中国とは異なり、2026年には人口が世界一となると予測されており、加えて生産年齢人口の厚み大きい「人口ボーナス」期を長く享受する見通しである（図表-3）。

図表-3 インド・中国の人口動態とその変化の見通し

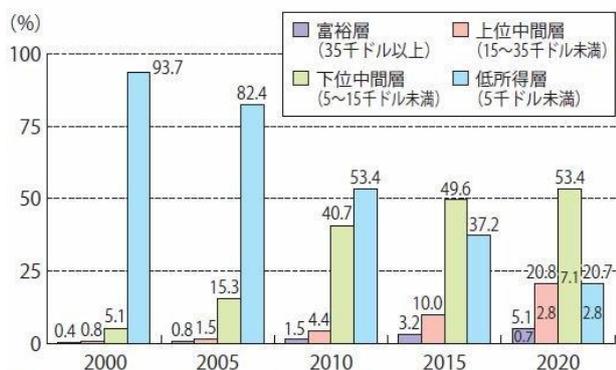


資料：国連「World Population Prospects, The 2008 Revision」から作成。

（資料）通商白書 2010年版

上記の人口動態をベースにして、下のグラフ（図表-4）のように経済発展による家電・自動車等耐久消費財や、保険を含むサービス商品の顧客として期待される中間層・富裕層の増加が予想されている。

図表-4 インドの所得階層別人口比率の変化



備考：世帯可処分所得別の家計人口。各所得層の家計比率×人口で算出。2015年、2020年はEuromonitor推計。2020年の棒グラフ上の数値は人数（億人）。

資料：Euromonitor International 2011から作成。

（資料）通商白書 2011年版

### 3 | 今後の展望等

以上述べたように、2000年の民間保険会社の市場参入を契機として急速な拡大・発展を遂げてきたインド生保市場は、ULIPの販売厳格化を主因に、さらに経済成長の鈍化傾向もあり、2000年来で初めての減収局面を経験している。従来、保険料の規模拡大を競う傾向にあった業界各社の戦略や企業行動が、保険監督庁による商品・販売、保険会社経営などに関するガイドライン・行政指導などへの対応や、様々な顧客層の保険ニーズへの対応の必要を含む市場環境の変化の中でどのように適合し、レベルアップしていくのかが注目されるポイントである。

他方、同国生保市場の将来については、上記の人口動態、中間層・富裕層の増加傾向とその保障・貯蓄・投資ニーズの高まり、貧困層へのマイクロ・インシュアランスの一層の普及などの観点で、大きな成長可能性があると思われる。さらに公的社会保障制度の整備が遅れている同国においては、それを補完して同国国民の福利の向上に貢献するという点で民間保険の果たす役割は大きいと考えられる。