

保険・年金 フォーカス

米国における 個人生命保険の販売動向(2015)

—グラフで見る 40 年間の動き—

保険研究部 主任研究員 松岡 博司
(03)3512-1782 matsuo@nli-research.co.jp

本レポートでは、米国における個人向け生命保険商品（主に死亡保障、貯蓄等を主目的とする保険商品で、個人と生保会社が契約するタイプのもの。医療保険、介護保険等は含まない）の販売業績を取り上げる。このテーマについては、当保険・年金フォーカスにおいても、2013年6月に2012年時点までの販売動向をレポートしている¹が、今回は2015年まで期間を伸ばして定点観測的に見ていくこととする。

なお本稿では、米国の生命保険・年金のマーケティングに関する代表的な調査・教育機関である LIMRA の報告書” U.S. Individual Life Insurance Sales Trends, 1975 –2015” を主な情報源として活用する。

1——個人生命保険の長期販売動向

グラフ1からグラフ3は、年換算保険料（グラフ1）、新契約件数（グラフ2）、新契約保険金額（グラフ3）という異なった3つの販売指標を用いて、1975年から2015年までの各年の米国における個人生命保険の販売状況を見たものである。

1 | 新契約年換算保険料収入で見た販売状況（グラフ1）

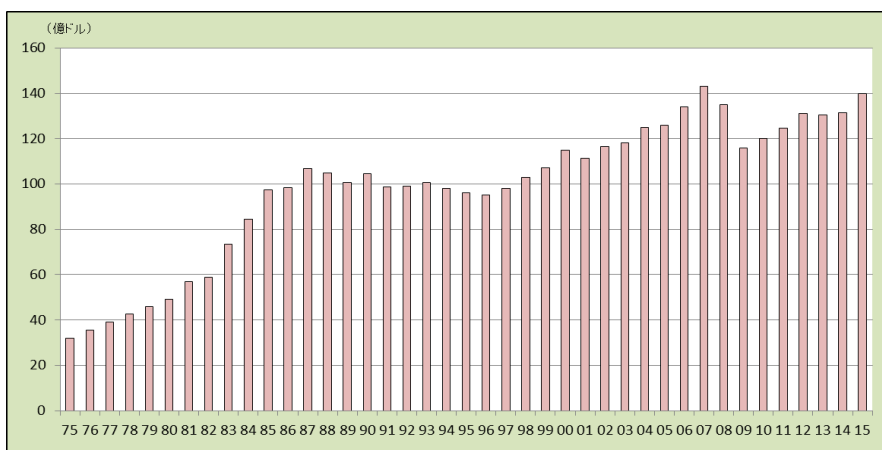
新契約年換算保険料は、生保会社が新たに契約した生命保険契約から得られる保険料を、月払い形態の保険料であれば12倍、年払い形態の保険料はそのまま、一時払い形態の保険料は10分の1にして年換算し、足し合わせたものである。米国では、年換算保険料が主要な指標として用いられている。

1990年代半ばから続いてきた新契約年換算保険料の増加傾向は金融危機を契機に、2008年と2009年に大きく落ち込み、その後再び増加基調を取り戻している。2015年には+6%の伸びを見せ、金融

¹ 松岡「米国生保市場定点観測(3)個人生命保険の販売動向(2012) —いずれの指標でも業績が向上低金利の影響を受ける 2013年に勢いをつなげるか—」 http://www.nli-research.co.jp/files/topics/40799_ext_18_0.pdf?site=nli

危機直前の2007年（143億ドル）に迫る140億ドルまで回復した。

グラフ1 米国 個人生命保険の新契約年換算保険料の推移



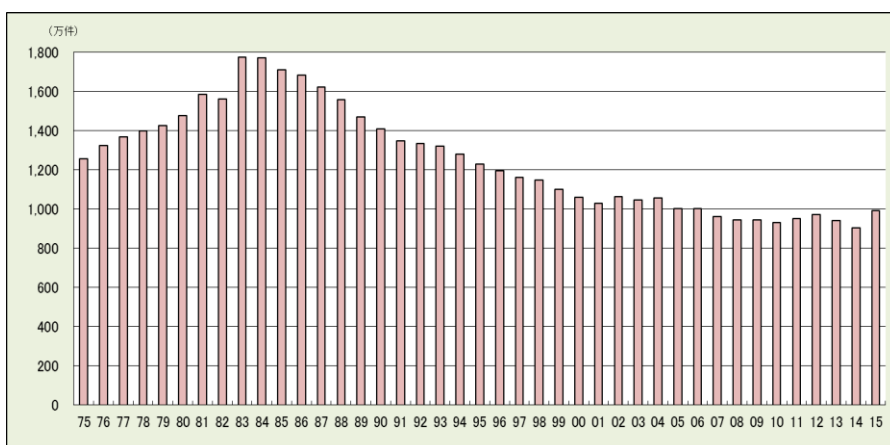
(資料) LIMRA ” U.S. Individual Life Insurance Sales Trends, 1975 - 2015” より作成

2 | 新契約販売件数で見た販売状況 (グラフ2)

販売された契約の数の推移を見たものがグラフ2である。販売件数の長期トレンドとしては、1980年代初頭をピークに減少傾向にある。ただし金融危機後の各年は、微増、微減で、結果、横ばいの状況にあった。2015年には対2014年で+10%と、年換算保険料(+6%)や新契約保険金額(+5%)の増加を大きく上回っているが、特定の生保会社が団体生命保険を個人生命保険に変更したという特殊要因による上乗せがあったためということである。

調査対象生保会社数を異にする別の調査結果では2015年の新契約件数の伸びは4%となっている。

グラフ2 米国 個人生命保険の新契約販売件数の推移



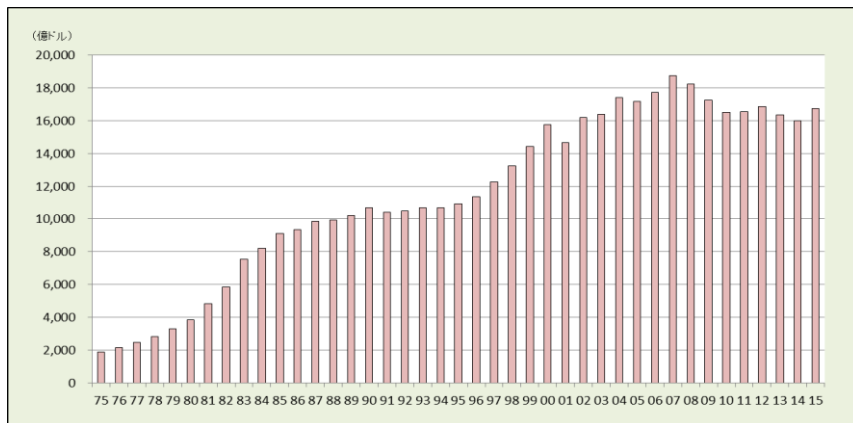
(資料) LIMRA ” U.S. Individual Life Insurance Sales Trends, 1975 - 2015” より作成

3 | 新契約高 (新契約死亡保険金額) で見た場合の販売状況 (グラフ3)

グラフ3は、販売された新契約の死亡保険金額の合計額の推移である。個人生命保険は、死亡保障または貯蓄を主な目的とする契約であるので、保険金額は大きな意味を持つ。

新契約高は2007年をピークとして、金融危機後2010年まで落ち込み、以降の各年は微増と微減を繰り返して、概ね横ばい状況であったが、2015年には対前年+5%増加した。グラフの形は新契約販売件数のグラフに似ている。

グラフ3 米国 個人生命保険の新契約高(新契約死亡保険金額)の推移



(資料) LIMRA ” U.S. Individual Life Insurance Sales Trends, 1975 - 2015” より作成

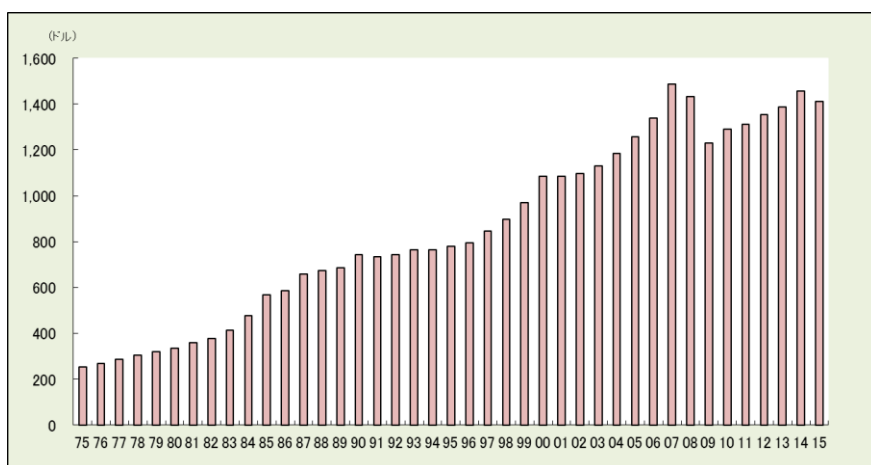
2—個人生命保険の販売契約1件あたりの大きさ

以上、見てきたように、米国生保業界における個人生命保険販売は、金融危機までは、新契約販売件数の減少が続く一方、新契約年換算保険料と新契約高は増勢を保つというトレンドが続いていた。

しかし金融危機を境に、新契約販売件数の減少傾向に一定の歯止めがかかり、新契約年換算保険料は金融危機直前の水準まで盛り返す一方で、新契約保険金額は伸び悩むという状況に変化した。

年換算保険料の回復は、販売契約1件あたりの平均年換算保険料が金融危機直前の状況に近い水準にまで回復してきたことの結果である。

グラフ4 新契約1件あたりの平均年換算保険料の推移

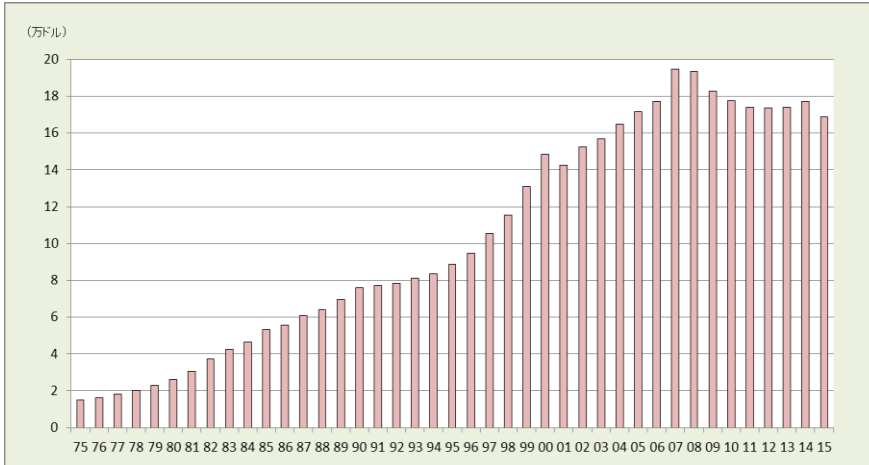


(資料) LIMRA ” U.S. Individual Life Insurance Sales Trends, 1975 - 2015” より作成

新契約高の伸び悩みの背景には、販売新契約の1件あたりの平均保険金額が、かつての増勢を取り戻せないことがある。

金融危機までは、販売件数の落ち込みが販売契約1件あたりの保険金額の大型化によりカバーされて、全体としての新契約高の増勢が維持されていた。しかし金融危機後は販売契約の平均保険金額の大型化ができていない。そのため新契約高には販売件数の動きがまともに反映されるようになった。

グラフ5 新契約1件あたりの平均保険金額の推移



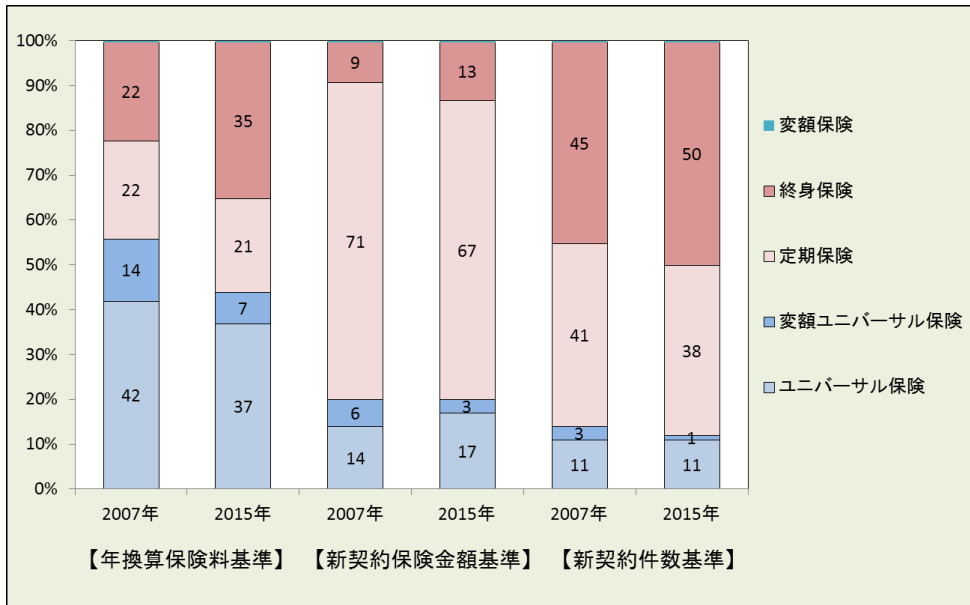
(資料) LIMRA ” U.S. Individual Life Insurance Sales Trends, 1975 - 2015” より作成

3—個人生命保険新契約の商品別内訳の変化

それでは販売された生命保険の商品種類はどうだったのか。グラフ6は、新契約年換算保険料、新契約保険金額、新契約件数という3つの基準指標で見て、どれだけの実績数値が、どの商品種類の販売によってもたらされたものであるかについて構成比を見たものを、それぞれ金融危機前の2007年と2015年で比較したものである。

なお、定期保険は一定の契約期間内の死亡に対して保険金を払うことのみを契約する保険、終身保険は期限の定めなく死亡があった場合に保険金を払うことを契約する保険（必ず保険金が支払われるので保険金支払いに備えた積立額が大きくなり、その分解約時の返還金等も大きくなる）、ユニバーサル保険は定期預金に定期保険をセットしたイメージの保険で、定期預金的部分でお金を貯蓄しながら、そこから定期保険部分の保険料を払い出していく商品、変額ユニバーサル保険はユニバーサル保険の定期預金的部分が投資信託的なものに置き換わったイメージの保険、である。

グラフ6 商品種類別販売構成比の変化(2007年→2015年)



(資料) LIMRA ” U.S. Individual Life Insurance Sales Trends, 1975 - 2015” より作成

【新契約年換算保険料基準】

新契約年換算保険料を基準にとると、ユニバーサル保険(-5%)、変額ユニバーサル保険(-7%)が構成比を下げ、終身保険が+13%と大きく構成比を上げている。

定期保険の構成比はほとんど変化がない。

【新契約保険金額基準】

新契約高を基準にとると、最大構成比の定期保険(-4%)と変額ユニバーサル保険(-3%)が構成比を下げ、ユニバーサル保険(+3%)と終身保険(+4%)が構成比を上げている。

死亡保障に特化した保険商品である定期保険は、貯蓄要素がないので保険料基準での構成比は小さいが、保険金額基準では全体の3分の2を占める最大商品となる。

【新契約数基準】

販売された新契約件数を基準にとると、定期保険(-3%)と変額ユニバーサル保険(-2%)が構成比を下げ、この2商品のシェアダウン分を終身保険(+5%)が取っている。ユニバーサル保険の構成比に変化はない。

新契約年換算保険料を基準とする統計からはわからないが、新契約数基準の統計から見る限りは、米国で個人生命保険を購入している消費者の88%が終身保険、定期保険という伝統的生命保険商品を購入している。金融危機前の水準と比べても、件数ベースでの伝統的生保商品2種への回帰が激しい。

表1は、金融危機前の2007年と2015年に販売された保険種類ごとの1件あたりの平均保険金額と平均年換算保険料である。これまで活用してきた統計資料とデータソースが異なり、調査対象生保会社数が違うため、データの一貫性はないが、一定の傾向をつかむことはできる。

かつてニューウェーブ商品と呼ばれたユニバーサル保険、変額ユニバーサル保険は、販売件数は決して多くはないが、1件1件は大型の契約であり、年換算保険料基準、保険金額基準では、件数構成比以上の構成比を占めることがわかる。

表1 商品種類別新契約1件あたりの平均保険金額と平均年換算保険料の変化(2007年→2015年)

(ドル)

	平均保険金額			平均年換算保険料		
	2007年	2015年	増減率	2007年	2015年	増減率
ユニバーサル保険	284,524	287,903	+1.2%	5,880	4,566	-2.2%
変額ユニバーサル保険	456,899	514,234	+12.5%	8,271	9,096	+10.0%
定期保険	419,666	417,983	-0.4%	893	935	+4.7%
終身保険	57,702	62,320	+8.0%	980	1,355	+38.3%

(資料) LIMRA "U.S. Individual Life Insurance Sales Fourth Quarter Review 2007"," U.S. Individual Life Insurance Sales Fourth Quarter Review 2015"より作成

グラフ5で見たとおり、新契約販売件数基準では、ユニバーサル保険の構成比は2007年と2015年で変化なく、変額ユニバーサル保険の構成比は2%減と若干減少している。一方、終身保険の新契約年換算保険料基準での構成比は10年連続で高まってきている。低金利による予定利率の引き下げもあって終身保険の平均年換算保険料は2007年から約1.4倍と大幅に増加している。

近年の年換算保険料基準での業績回復、新契約保険金額基準での伸び悩みは、販売商品構成の変化、ひいては顧客ニーズの変化に左右されている側面が大きい。

4—さいごに

米国における個人生命保険販売は、メイン指標である新契約年換算保険料で見ると、金融危機前の水準まで回復した。しかし、その内訳を見ると、投資ニーズに対応し、新時代の生保ビジネスとなるかと思われた、保険金額、保険料とも規模の大きい大型契約である変額ユニバーサル保険の販売件数の構成比が3分の1にまで激減し、保険金額、保険料とも小口である終身保険の販売件数構成比が増えるという構造変化が続いている。

また、ユニバーサル保険の販売においても、従来の所定の短期金利を貯蓄部分に保証する形態のものから株価指数等の、何らかの指数に連動して貯蓄部分の増分が決まる形の指数連動型ユニバーサル保険への振り替わりが続いている。

こうした動向からは低金利状態が長引く中で、できる限り安全でそれなりの安定性と有利さを持つ生保商品を購入したいという顧客ニーズの変化を見ることができよう。