

# 保険・年金 フォーカス

## インドネシアの生命保険市場

—期待の生保新興市場インドネシアの状況—

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

### 1—はじめに

2017年5月現在、インドネシアの生保市場には日本の生保4グループ、損保2グループが進出している。インドネシアの生保会社数は2015年末時点で55社だったので、インドネシアの生保会社の9社に1社は日本系という計算になるわけだ。

隣接するオーストラリアや欧米の生保会社はいち早くインドネシア生保市場への参入をすませており、いまやインドネシア最大の生保会社は英国プルデンシャルグループ、第二位会社はドイツアリアンツグループと、外資系生保会社がインドネシア生保市場におけるメジャープレーヤーとなっている。

世界の生保先進各国の有力保険会社が一堂に会している状況は、インドネシア生保市場の将来が明るいとの期待感が強いことを明確に示している。

赤道直下、南北1,800キロ、東西5,100キロの海上に展開する1万3,466の島々（総面積189万平方メートル）に2.55億（世界第4位）の人々が暮らすインドネシアは、面積、人口、総経済規模でアセアン(ASEAN=東南アジア諸国連合)最大の国である。

1人あたりGDPは2010年に3,000ドルを超えた。シンガポールやタイに後れを取ってきた生命保険の普及も、国民生活が豊かになるにつれ進展するはず。

こうした見方から、インドネシアの生保市場としてのポテンシャルを評価する声は高い。そしてあたかも成長が約束された市場であるかのように各国の有力保険会社が進出した。

本レポートでは、そのようなインドネシア生命保険市場のこれまでの成長と現状を概観する。

### 2—成長するインドネシア生保市場 —インドネシア生保市場の発展段階—

まずは、インドネシア生保市場の発展段階を見てみたい。

## 1 | 「人口 1 人あたり保険料」、「GDP に対する割合」で見たインドネシア生保市場の普及度合い

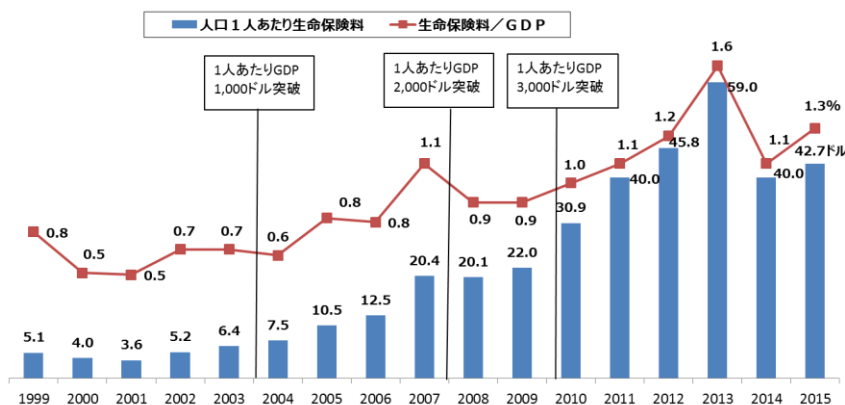
ここでは、スイス再保険が毎年発表してきた世界の生命保険料に関するデータを使用する。

各国の生命保険料をドル換算したベースでインドネシアの生命保険料が世界全体の生命保険料の何パーセントを占めるか(世界シェア)及びそのシェアが全世界第何位に位置するかを見ると、2000年のインドネシア生保市場の世界シェアは0.05%、世界順位は第38位であった。これが2015年には、世界シェア0.43%、世界順位第29位にまで上昇している。いまだシェアは小さいながら、インドネシアの生保市場は順調に世界での地位を上げてきた。

次のグラフ1は、1999年以降のインドネシアのドル換算ベースの「人口1人あたり生命保険料」と「総生命保険料の対GDP割合」をプロットしたものである。1999年には、「人口1人あたり生命保険料」が5.1ドル、「生命保険料の対GDP割合」が0.8%であったものが、2015年にはそれぞれ42.7ドル、1.3%にまで上昇した。

グラフには、インドネシアの1人あたりGDPが1,000ドル、2,000ドル、3,000ドルを超えた時点を示してある。「1人あたりGDPが〇〇ドルを超えると生命保険の成長が加速する」という言い方があるが、たしかに、これらは節目としての区切り点を示しているようにも見える。

グラフ1 「人口1人あたり生命保険料」と「生命保険料の対GDP割合」の推移



(資料)スイス再保険 sigma 各年の世界の生命保険料データ号から

## 2 | アセアン内でのインドネシア生命保険市場のポジション

次の表1は、グラフ1と同じスイス再保険のデータを使って、アセアンの主要国、シンガポール、タイ、マレーシア、フィリピン、ベトナムと、インドネシアの生保市場に関する諸指標を書き出したものである。

これら6カ国中、人口が最大のインドネシアは、全体ボリュームとしての総生命保険料でこそシンガポール、タイに次いでアセアン第3位であるが、生命保険普及度合いの尺度である「人口1人あたり生命保険料」では第4位、「生命保険料の対GDP割合」では第5位に沈む。しかも両指標では、シ

ンガポール、マレーシア、タイとの差は大きく、フィリピンと接戦を演じている段階にある。

**表1 アセアン内でのインドネシア生命保険市場の位置づけ**

	生命保険料 (ドル換算)	世界シェア (ドル換算生命 保険料の世界シェア)	人口1人あたり 生命保険料 (ドル換算)	生命保険料の 対GDP割合
シンガポール	16,256ドル	0.64%	2,931.5ドル	5.55%
タイ	14,619ドル	0.58%	215.1ドル	3.70%
インドネシア	11,013ドル	0.43%	42.7ドル	1.28%
マレーシア	9,588ドル	0.38%	315.6ドル	3.37%
フィリピン	4,010ドル	0.16%	39.8ドル	1.37%
ベトナム	1,583ドル	0.06%	16.9ドル	0.83%

(資料) スイス再保険 sigma NO. 3/2016 から

### 3—インドネシア生保市場の現状

スイス再保険のデータは、各国比較をするためドル換算して作成されているので為替変動による影響を避けられない。

そこでここからは、インドネシアの通貨であるルピアベースで作成されたデータとして、インドネシアの保険監督当局である OJK (Otoritas Jasa Keuangan=金融サービス機構) が発表しているデータを使って動きを見ていくこととしたい。

なお OJK は、2013 年 1 月 1 日に発足した、保険会社を含む全ての金融機関の監督を担当する機構である。

また 2017 年 4 月 24 日現在のルピアの日本円換算は、1 兆ルピア=82 億 6,300 万円、1 億ルピア=82 万 6,300 円である。

インドネシア生保市場は 90 年代以降、アジア通貨危機、世界金融危機という 2 度の大きな危機に見舞われたが、その都度後退しては再び成長軌道に戻り、総じて順調な成長を遂げてきた。

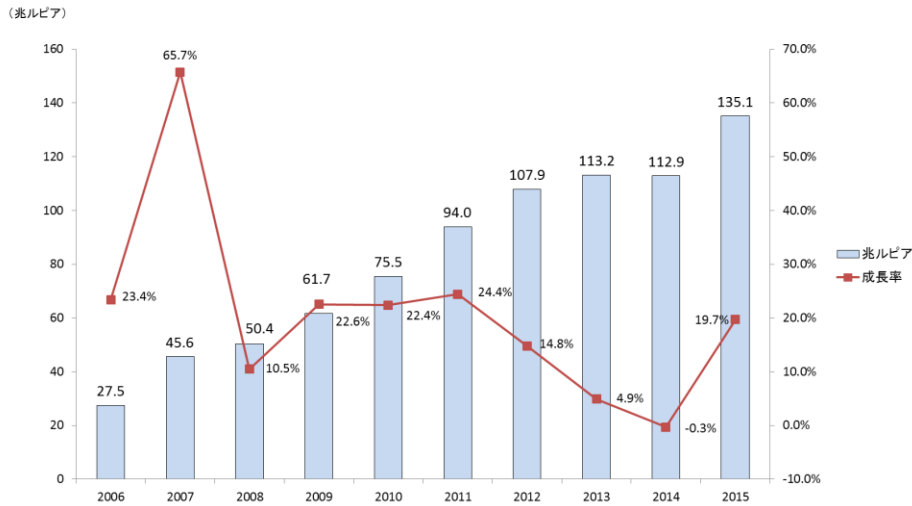
#### 1 | 生命保険料の増加

次のページのグラフ 2 は、2006 年から 2015 年まで 10 年間のインドネシアの生命保険料につき、金額を棒グラフ、その対前年の伸び率を折れ線グラフで表したものである。

インドネシア生保市場は 2006 年から 2012 年まで対前年比 2 桁の高い伸びを達成し、2006 年に 27.5 兆ルピアであった生命保険料は 2012 年には 4 倍弱の 107.94 兆ルピアにまで拡大した。

しかし 2013 年に対前年 4.9% 増と急ブレーキがかかり、2014 年には対前年マイナスに落ち込んだ。それが 2015 年には対前年 19.7% 増と再び勢いをとりもどし、2013 年、2014 年の低成長を挽回するとともに、一気に過去最高の水準 135 兆 1300 億ルピアとなった。

## グラフ2 生命保険料収入の推移



(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

## 2 | 主力保険商品

インドネシア生命保険市場で販売されている商品は、投資性・貯蓄性が強いものが中心で、保障系商品の比率は低い。また個人年金等、年金商品はいまだ未発展である。

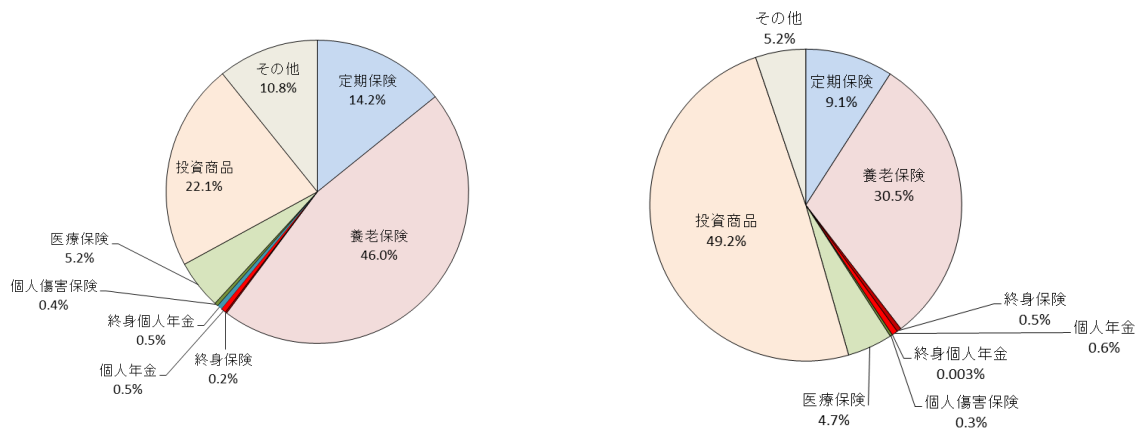
また投資性商品は、欧米の外資が持ち込んだユニットリンク(変額)商品である。これは欧州で主力商品となっている商品で、投資対象とする資産の価格変動やユニット価格の変動にあわせて保険積立金の額が変動する商品である。

2015年末現在、55社ある生保会社の内33社がユニットリンク保険を提供している。

## グラフ3 インドネシア生命保険市場の商品(2015年)

【新契約初年度収入保険料の分布】

【全契約収入保険料の分布】



(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

### (1) 初年度収入保険料で見た新契約販売の商品別構成(個人保険・団体保険総合)

前ページのグラフ 3 の左側は、2015 年にどの商品がどの程度販売されたかを、新規販売された契約からの初年度保険料の商品別構成比として表したものである。

これを見ると、養老保険が 46.0%と一番多く、次が投資商品(ユニットリンク商品)の 22.1%で、両者をあわせた貯蓄性・投資性商品の販売が 68.1%を占めている。

保障性商品である定期保険(14.2%)、医療保険(5.2%)の比率は小さい。

また「その他」が 10.8%あるが、この中には、欧米外資系生保会社が導入したユニバーサル保険が含まれると考えられる。

### (2) ネット収入保険料で見た保有契約の商品別構成(個人保険・団体保険総合)

前ページグラフ 3 の右側は、新契約だけでなく既存の契約を含む全ての契約から収入される生命保険料を、その源にある商品別に分類したグラフである。

こちらのグラフでは、投資商品（ユニットリンク商品）がほぼ半分の 49.2%を占め、養老保険が 30.5%で続く。両者をあわせた投資性・貯蓄性商品の比率は 8 割近くになる。

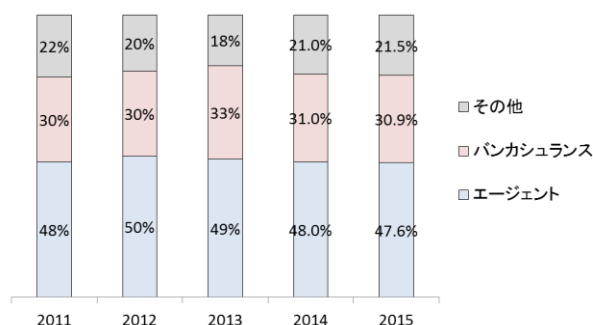
保障性商品である、定期保険（9.1%）、医療保険（4.7%）が後に続くが、初年度保険料におけるよりもさらに比率が小さい。

インドネシアの生命保険市場は貯蓄性・投資性商品が主力の生保市場であると言えるだろう。

## 3 | 販売チャネル

グラフ 4 はインドネシア生保市場における保険料をベースにした販売チャネルシェアの推移である。

グラフ 4 インドネシア生保市場における販売チャネルシェアの推移（保険料による）



(資料) Timetric” Life Insurance in Indonesia, Key Trends and Opportunities to 2020” より

## (1) エージェント

インドネシアの生保市場では、伝統的にエージェント（代理店）がメインチャネルであった。エージェントには1社専属エージェントと乗合チャネルである独立エージェントの2種類があるが、前ページのグラフ4では両者を区分していない。営業所の電話代等の営業経費を生保会社が負担する専属エージェントと異なり、独立エージェントの営業経費は生保会社が負担しない。その分、独立エージェントの販売委託手数料体系の方が専属エージェントの販売委託手数料体系よりもより実績に応じた傾斜的なものとなっている。

従来は専属エージェントが主流であったが、最近では、専属エージェントから独立エージェントへの形態変換も含め、独立エージェントが増えてきている。

2014年末現在インドネシアには45万4,706人のエージェントがいる。ただし専属エージェントであっても事務所への出勤義務がなく、報酬はフルコミッションの出来高払い制であるため、実働しているエージェントの数はそれほど多くはないと見られている。

エージェントは現在でもインドネシア生命保険市場のメインチャネルであるが、グラフ4で見られるように絶対的なチャネルではなくなっている。2011年以降、エージェントの販売シェアは48%~50%を前後しており、2015年には47.6%で終わっている。

生保会社の多くがエージェントを増員する動きを見せていたり、有力外資生保会社が高能率の専属エージェント網を整備したりと、エージェントをてこ入れする動きもある。このためエージェントのシェアが一方向的に低下するという事は考えられないが、中長期的には販売チャネルの多様化が進み、エージェントの販売シェアは微減していくと予想される。

## (2) バンカシュランス(銀行窓販)

グラフ4に見られるように、インドネシア生保市場においても近年、金融機関の窓口を通じた保険販売（バンカシュランス）がエージェントに次ぐ第2のチャネルとして定着している。

2011年~2015年の間、バンカシュランスの販売シェアは30%強で推移している。特定の生保会社と銀行の間で排他的な販売提携がなされたというリリースが頻繁に行われている。

外資系の生保会社が進出し、各社がインドネシア現地への適応に気を払いながら、自らの母国風の生保経営をインドネシアにもたらしめている。そうしたことの例として、バンカシュランスによる販売の成長、リンク保険の販売急増等があると言えるだろう。

## (3) その他

グラフ4では「その他」チャネルが20%を超える販売シェアを持っており、無視できない存在となっている。

具体的にいかなるチャネルが「その他」チャネルに区分されているのかについては不明であるが、ブローカー、通販、電話販売、eメール販売、インターネット上のEコマースなどが、具体的なチャネルとしてあげられるのではないと思われる。

インドネシアにもデジタル化やフィンテックの波は押し寄せている。そうした中、生命保険のオンラインショップ、Eコマースといったものが発達することが期待されている。

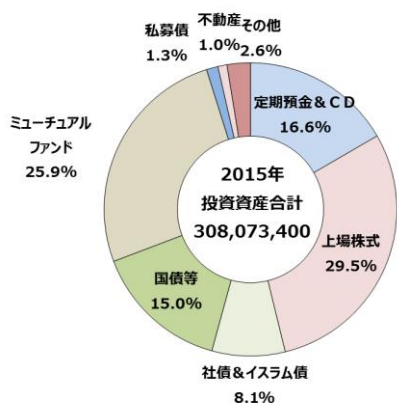
#### 4 | 資産運用

投資資産(総資産から非投資資産を除いたもの)の運用状況が次のグラフ 5 である。

定期預金・CD (16.6%) や国債等 (15.0%) といった安全性の高い資産に投資している一方で、上場株式(29.5%)、ミューチュアルファンド (25.9%) といったリスク性の運用対象への投資割合をあわせて 55.4%と半分強を占めていることが目を引く。

これは販売商品の中でユニットリンク保険が大きな割合を占めるようになったことに対応するものと考えられる。

グラフ5 インドネシア生保の投資資産の構成(2015年末)



(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

### 4——市場参入の状況 会社数の推移

#### 1 | 生命保険会社

2015 年末現在、インドネシアには 55 の登録生命保険会社がある。内訳は、内国民間会社が 33 社、外資との合弁会社が 22 社である (次の表 2 を参照)。

表 2 インドネシアの生命保険会社数の推移

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
生命保険会社	51	46	45	46	46	45	47	49	50	55
内国会社	35	29	27	28	29	26	28	30	31	33
外資合弁会社	16	17	18	18	17	19	19	19	19	22

(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

収入保険料で計算した 2015 年のシェアで見ると、内国民間生保会社のシェアが 32.7%、外資との合弁生保会社のシェアが 67.3%となっており、市場の 3 分の 2 を外資合弁会社が押さえているという

構造になっている。

さらに収入保険料上位 10 社を見ると、上位に外資系生保会社が数多くランクインしていることがわかる。

**表 3 収入保険料上位 10 社（2015 年末）**

順位	会社名	会社種別	収入保険料	シェア
1	PT Prudential Life Assurance	外資合併生保会社	250,342	20.1%
2	PT Asuransi Allianz Life Indonesia	外資合併生保会社	98,891	7.9%
3	PT Indolife Pensionsama	内国民間生保会社	86,308	6.9%
4	PT Central Asia Financial	内国民間生保会社	86,308	6.9%
5	PT AIA Financial	外資合併生保会社	85,666	6.9%
6	PT Asuransi Jiwasraya (Persero)	内国民間生保会社	85,277	6.8%
7	PT AXA Mandiri Financial Services	外資合併生保会社	72,480	5.8%
8	PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia	外資合併生保会社	66,183	5.3%
9	PT Asuransi Jiwa Sinar Mas MSIG	外資合併生保会社	61,133	4.9%
10	PT Asuransi Jiwa Adisarana Wanaartha	内国民間生保会社	48,709	3.9%

(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

## 2 | イスラム保険（シャリア生命保険またはタカフル生命保険）の状況

インドネシアは人口の約 9 割がイスラム教徒という宗教的な側面を持つ国である。そしてイスラム教徒の世界には、一般的な生保事業とは別途のイスラムの教義に即したイスラム生命保険であるシャリア生命保険（世界的にはタカフル生命保険と呼ばれることが多い）がある。

インドネシアにおいてもシャリア生命保険の提供がなされている。

下の表 4 はインドネシアにおいてシャリア生命保険事業を営む会社数の推移をまとめている。2015 年末現在、シャリア生命保険専門会社が 5 社、シャリア生命保険を提供する部門を持つ生保会社が 19 社存在する。

**表 4 シャリア生命保険を提供する会社数の推移**

	2011	2012	2013	2014	2015
シャリア生命保険会社	3	3	3	3	5
生命保険会社のシャリア保険ユニット	17	17	17	18	19

(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

また次の表 5 はシャリア生命保険事業の業績数値と一般の生命保険事業の業績数値を対比したものである。シャリア生命保険事業の規模は 2015 年、被保険者数で一般生命保険事業の 8.3%、保険料で 6.1%、総資産で 5.7%の大きさとなっている。

**表 5 シャリア生保事業と一般の生保事業の規模比較**

	件数/被保険者数(万人)		グロス保険料(兆ルピア)		総資産(兆ルピア)	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
全生命保険	5,751	5,706	113	135	368	378
シャリア生命保険	472	476	8	8	18	22
シャリア生命保険/全生命保険	8.2%	8.3%	7.4%	6.1%	4.9%	5.7%

(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

今後、インドネシア経済の発展とともに国民の間に生命保険へのニーズが高まることが予想されるが、その際には、イスラム教徒の何割かはイスラムの教義に則ったシャリア生命保険を選択すること



が考えられる。そのためシャリア生命保険事業の将来性は明るいと考えられており、これが全体としてのインドネシア生命保険事業の魅力を高めることともなっている。シャリア生命保険事業の発展を見越して多くの生命保険会社が取組を開始した。

OJK はシャリア生命保険事業をビジネスユニットの一つとして行っている生命保険会社に対し、シャリア生命保険部門を分社化することを求めている。これに応じ 2015 年には 2 つのシャリア生命保険専門会社が発足した。これから同様の動きが広がると考えられる。

## 5—さいごに

以上、インドネシアの生命保険市場の状況をざっと見てきた。

インドネシアの生命保険事業に明るい未来を見出す人の多くは、インドネシアには 2.55 億人もの人口があり、その中で中間層が育ってきていることをあげることが多い。

ただしインドネシアの生命保険市場を高成長が約束された地と安直に考えることは危険であろう。近年のインドネシア経済は主要な資金源である資源価格の低迷に苦しんでいる。インドネシア生命保険市場における生命保険料や総資産の増加率も、規模が大きくなるにしたがって鈍ってきた。

そしてインドネシア生命保険市場における競合は厳しいものになっている。市場が順調に拡大している限りは参加者全てに恩恵が与えられるはずと考えられそうだが、現実には、現在、近代的な生保市場における競争に乗り遅れたかつてのインドネシア第 2 位生保会社が経営危機に瀕している。

今回はインドネシア生保市場の概要をなぞっただけであるが、また改めて、インドネシアの生保市場についての調査と考察を行うこととしたい。