

WTO加盟後の中国生保市場の新動向

保険研究部門 沙 銀華
saginka@nli-research.co.jp

中国ではWTO加盟に伴い、保険市場も逐次開放され、外資保険会社が進出し易い環境づくりが急速に高まるその一方で、中国系保険会社も業務拡大や営業拠点を拡充するなどの整備を進めている。ところが、中国国内の経済環境も大変厳しくなっており、株価の急落、金融機関の不良債権問題、失業者急増などの経済問題が、保険業界にもブレーキを掛けつつある。

こうした環境の中では、消費者の需要が落ち込む傾向が強く、保険市場での競争は一層激しくなり、新商品の開発、新しい販売チャネルの構築など、新たな動きが注目されている。

1. 中国生保市場の現状

中国において、生保市場の成長率は高く、人寿保険の保険料収入は、2001年で1,424億人民元、(対前年42.8%増)、2002年には生保の保険料収入は、2,275億人民元(対前年59.7%増、約3.4兆円に相当)と急伸している。

図表 - 1 保険料収入の伸び率

単位：億人民元

	2000年	対前年度 の伸び率	2001年	対前年度 の伸び率	2002年	対前年度 の伸び率
保険料収入	1596	14.6%	2109	32.1%	3053	44.8%
財産保険	598	14.8%	685	14.6%	778	13.6%
人寿保険	997	14.3%	1424	42.8%	2275	59.8%

(資料)「中国保険年鑑 2002」と保険監督管理委員会HPのデータより作成。

2. 生保市場の変化と流れ

改革開放路線が実施される前まで、中国では近代的な保険事業はほとんど展開されておらず、特に個人を対象とする生命保険商品は、簡易保険を除いて、ほとんど販売されていなかった。つまり、改革開放以降、80年代から近代的な保険事業が本格的に始まったと言える。

中国生保市場は、生保商品の変化が激しく、変動の流れを分析すると、主に4つの段階に分けることができる。

(1) 伝統的な保障型商品を主力商品とする段階

80年代後半から90年代の前半まで、生保の主力商品は、定期保険、終身保険、養老保険などを中心とする無配当の伝統的な保障型商品であった。

伝統的な保障型商品は、その頃、中国は深刻なインフレであり、銀行の普通預金の金利は10%前後(1995年7月現在、普通定期預金の利率は、一年物10.98%)であったが、銀行からインフレ補助金利が出る時代であったため、生保の予定利率はやや高く、8%前後のケースが多かった。

その頃、子どもを対象とした商品(児童教育保険、児童傷害保険)も、かなり売れており、これは、中国の一人っ子政策との関連性が強い

とみられる。

(2) 投資連結保険を主力商品とする段階

激しいインフレが収まり、普通定期預金の利率は、8回に渡って引き下げられ、一年物は1.98%（2002年12月現在）に定着する状態になり、生保会社は利差損（逆ざや）に耐えられなくなった。

逆ざやの問題を解決するため、1999年10月、平安保険会社はイギリス、シンガポール、アメリカなどの経験から学び、投資連結保険（変額保険）という保険金融商品を導入することにより、資産運用のリスクを保険契約者に転嫁し、逆ざやを解決しようとした。保険監督管理委員会は、逆ざやを解決する有効な手段として、これを各生保会社に勧め、その結果全国に急速に普及することになった。それからの2、3年間、投資型商品が急増し、一時は、投資連結保険が市場での一番の売れ筋商品になった。

ところが、このような状態は長くは続かなかった。2001年後半から、投資環境が悪化し、株式市場の低迷の影響で、投資連結保険商品の運用実績が悪くなり、トラブルが急増した。特にその元祖である平安保険会社は、全国範囲で数多くのトラブルを引き起こした。

(3) 配当付き生保商品を主力商品とする段階

投資連結商品の人気急激に下落したことによって、生保会社の逆ざや改善への希望はだんだん薄れ、その代わりに、配当付き生保商品が人気急上昇した。配当付き商品は、終身、養老、年金保険に保険会社の運用実績を合わせて、利益の配当を付けたパッケージ型商品である。各生保会社は、生保商品の保障性を重視すると同時に、少々投資

性も付くという方式で、消費者の投資心理に合わせるように伝統的な生保商品を配当付きとセットにし、市場で主力生保商品として販売している。

(4) 銀行窓口販売による簡易型生保商品を主力商品とする段階

2002年に入り、生保会社は、銀行と連携し、貯蓄型の簡易生保商品を開発し、銀行の営業拠点の窓口を利用して、簡易型の生保商品を販売するというブームが起きた。銀行窓販最大の特徴は、販売コストを大幅に節約できるということである。2002年11月までの銀行窓販の保険料収入は約50億人民元になり、同期の新規生保契約の保険料65億人民元の約77%を占める。

3. 外貨保険業務の規制緩和

中国系および外資系保険会社は、外貨で保険業務を展開することができるようになった。これは、昨年11月、中国保険監督管理委員会と国家外為管理局が共同で外貨保険に関する行政規定を公布・実施したことによって、外貨保険業務の規制が緩和されたためである。

外貨保険業務とは、保険契約の約定に従って、保険料の支払い、保険金の給付を外貨建てで行う営利保険をいう。外貨財産保険、外貨人寿保険、外貨再保険を含む。

4. 今後の課題

WTO加盟後の中国生保市場には今後ますます成長できる潜在力があり、大変有望な市場であることは間違いない。が、この市場が先進国のように成熟しているわけでもない。特に、保険経営者と消費者との対立、消費者のニーズに合わせた商品設計の不足、保険に関する法整備の遅れ、保険監督官庁の監督責任の不十分さなど、様々な問題が未だ多く存在しているため、どのようにクリアするかが今後の重要な課題となる。

図表 - 2 主な生保商品の伸び率

単位：億人民元

	2000年 保険料収入	2001年 保険料収入	対前年度 増加額	伸び率 (%)
配当付き保険	8.6	271.6	263.0	3046.9
万能保険	5.3	40.3	35.0	655.9
投資連結保険	16.6	106.6	90.0	542.3
伝統的な無配当保険	950.8	1005.6	54.8	5.5

(資料)「中国保険年鑑2002」(保険年鑑編集部出版)より作成。