

保険・年金 フォーカス

米国生保市場定点観測(12)

2013年の米国銀行窓販

—個人年金では回復の兆し、個人生命保険ではシェア低下—

保険研究部 主任研究員 松岡 博司

(03)3512-1782 matsuoka@nli-research.co.jp

米国生保市場定点観測の第12回は米国における銀行窓販を取り上げる。米国生保業界はわが国生保業界よりもずいぶん先を行くというイメージを持たれるかもしれないが、実はそれほどの違いはない。

銀行窓販についても、米国で個人年金の銀行窓販が本格化したのは90年代後半になってからであり、2002年以降、銀行窓販が本格化したわが国生保業界のわずか前を行く存在と言える。

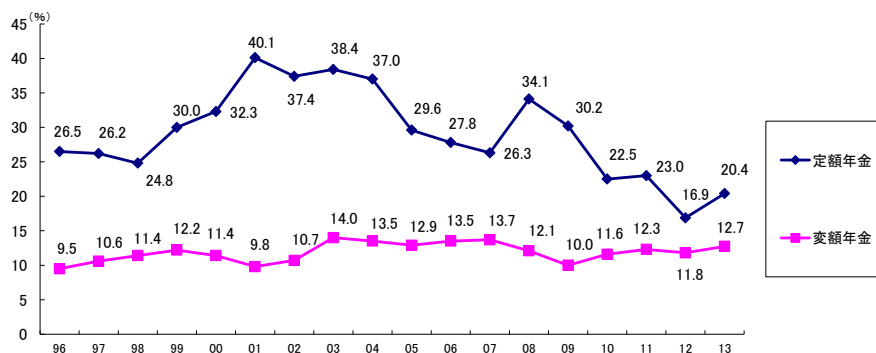
なお銀行窓販という用語は、銀行店舗での販売と銀行員が渉外で出向いて行う販売の両方を含むものとして用いている。

1——米国銀行の個人年金販売

1 | 個人年金分野における米銀のチャネルシェアの動向

米国の個人年金分野においては、銀行は、定額年金で20%前後、変額年金で10%強の販売シェアを有する一大販売勢力である。銀行が貯蓄型・投資型の生保商品の販売に強い理由としては、これらの商品が銀行における預金やCDの商品性に近いため、行員による販売を行いやすいこと、保障性商品にあるリスク査定の手続き等が不要であるため、行員の精神的な負担感が少ないこと、などがあげられる。ただし金融危機の2008年以降、銀行は強みを有する定額年金販売でシェアを落とし、なかなか挽回できないでいる。

グラフ1 米国銀行による個人年金販売シェアの推移



(資料) BISRA の統計、リムラの統計に基づき作成

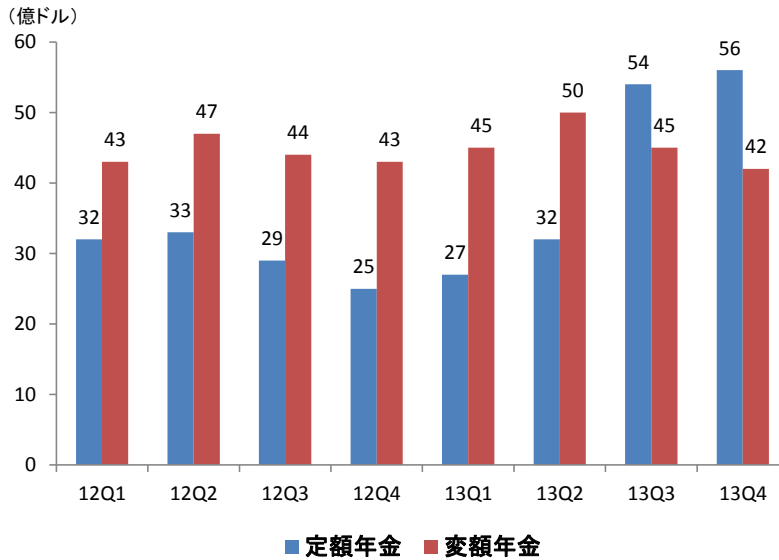
2 | 最近の米国銀行による個人年金販売の動向

(1) 販売動向

2012年、2013年の米国銀行の個人年金販売額の動きを四半期単位で見たものがグラフ2である。2013年、銀行の変額年金販売は上半期増加基調であったが下半期に減少傾向で推移した。一方、長引く低金利環境下で、魅力を失い低調に陥っていた定額年金販売が、金利の持ち直し傾向に伴って、下半期に大きく増加した。

これにより2013年を通して見ると、米国銀行の個人年金販売は、定額年金が対前年42%増と大幅進展、変額年金は対前年6%の増加という結果になり、銀行の販売シェア挽回を期待させるものとなった。

グラフ2 米国銀行による最近の個人年金販売状況（保険料ベース）

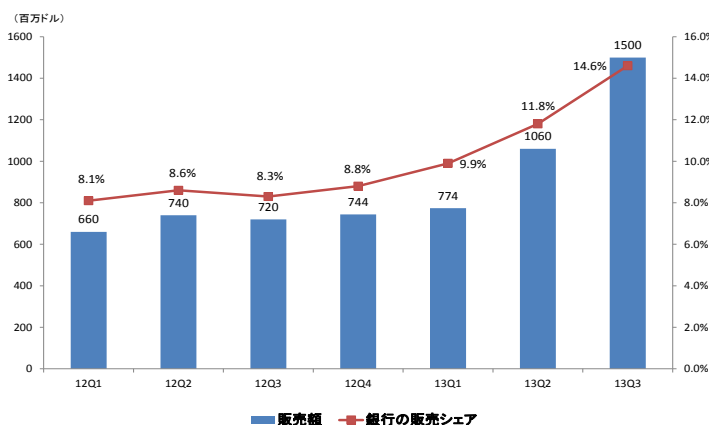


(資料) BISRA の統計、リムラの統計に基づき作成

(2) トピックス 指数連動型個人年金 (Fixed Indexed Annuity) の販売に弾み

指数連動型年金は、付与する利率が S&P500 などの証券関連指数に一部リンクして定められる個人年金で、元本を保証しつつ証券市場のパフォーマンスの一定割合を顧客に還元する効果を持つ商品である。性格的には変額年金と定額年金の中間的な位置づけを持つ商品であるが、分類上は定額年金に属する。近年、米国生保市場においては、定額年金販売額における従来型の定額年金の占率が大きく下がり、代わって指数連動型年金の占率が上昇、従来型定額年金の販売額を大きく上回るに至っている。米国銀行の個人年金販売においても、2013年第2四半期以降、この指数連動型年金の販売額が大きくジャンプアップし、全指数連動型年金販売に占めるチャネルシェアも14.6%にまで上昇した。

グラフ3 米国銀行による最近の指数連動型個人年金販売の状況（保険料ベース）



(資料) BISRA の統計、

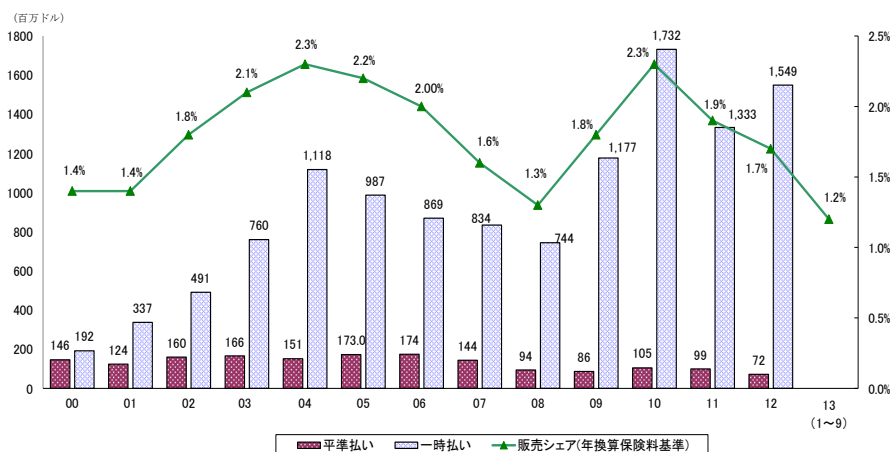
リムラの統計に基づき作成

2—米国銀行による個人生命保険販売

1 | 個人生命保険分野における米銀のチャネルシェアの動向

個人年金におけるとは異なり、米国の銀行による個人生命保険の販売実績は芳しくない。個人生命保険市場における銀行の販売シェアは2%を行ったり来たりという状況が続いていたが、ここ3年間は、2010年の2.3%をピークに1%台での低下基調から抜け出せないでいる。

グラフ4 米国銀行の個人生命保険販売実績（保険料ベース）と販売シェアの推移



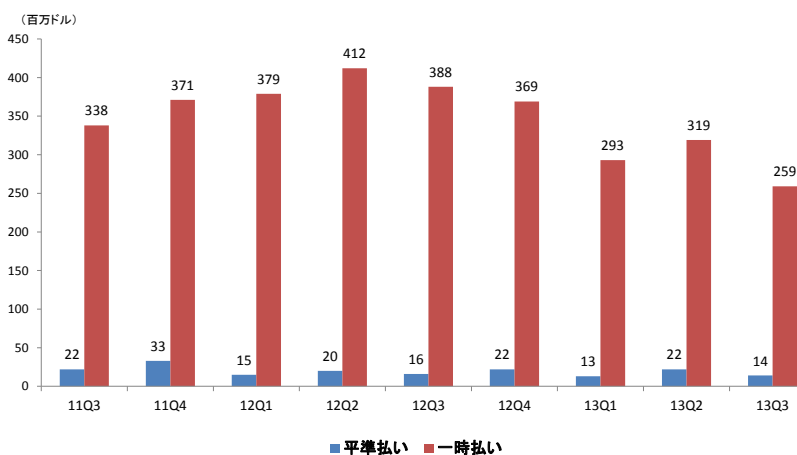
(資料) BISRA の統計、リムラの統計に基づき作成

2 | 最近の米国銀行による個人生命保険販売の動向

(1) 販売動向

最近の米国銀行の個人生命保険販売額の動きを四半期単位で見たグラフ5からは、なかなか販売額を増加させられない米国銀行の状況が見て取れる。2012年は、2011年に比べて販売額が増加基調にあったが、2013年に入ってから販売額は落ち込んでおり、特に保険料一時払いタイプの落ち込みが激しい。一時払い生命保険は支払い保険料と受け取り解約金または保険金との差額に着目しての貯蓄目的で加入されるものが多いが、低金利環境の継続で訴求力を失ったことが大きいと考えられる。

グラフ5 米国銀行による最近の個人生命保険販売状況（保険料ベース）



(資料) BISRA の統計、
リムラの統計に基づき作成

(2) トピックス

①保険料一時払いタイプの販売中心の構図は変わらず

これまで見てきたように、米銀の個人生命保険販売では、月毎や半年毎に保険料が払い込まれる保険料平準払い形態の契約よりも、販売時に一括して保険料が払い込まれる保険料一時払い形態の契約の販売の方が多い。これは米国生保業界全体の販売状況とは大きく異なる特徴である。

表 1 個人生命保険販売における保険料払込み形態の内訳（平準払初年度保険料：一時払保険料）

	銀行						米国生保業界全体					
	07	08	09	10	11	12	07	08	09	10	11	12
平準払い保険料	14.7%	11.9%	6.8%	5.8%	6.9%	4.4%	72.4%	72.2%	64.3%	58.8%	56.6%	57.0%
一時払い保険料	85.3%	88.1%	93.2%	94.2%	93.1%	95.6%	27.6%	27.8%	35.7%	41.2%	43.4%	43.0%

(資料) BISRA の統計、リムラの統計に基づき作成

②販売商品の種類

表 2 は、米国生保業界全体、米国銀行、わが国の営業職員に近い生保販売者であるエージェンシービルディングチャネルの 3 形態について、それぞれの販売実績の商品別構成比を比較したものである。

左側の表は 2013 年 1 月～9 月の実績、右側の表は 2010 年 1 年間の実績で、それぞれの表ごとに、年換算保険料を基準とした構成比と販売契約件数を基準とした構成比を並べてある。

表 2 個人生命保険販売実績の商品種類別構成比

【2013 年 1 月～9 月】

【2010 年 1 月～12 月】

	年換算保険料に基づく構成比			販売契約件数に基づく構成比				年換算保険料に基づく構成比			販売契約件数に基づく構成比		
	米国生保業界全体	銀行	エージェンシービルディング	米国生保業界全体	銀行	エージェンシービルディング		米国生保業界全体	銀行	エージェンシービルディング	米国生保業界全体	銀行	エージェンシービルディング
ユニバーサル保険	40%	46%	22%	15%	18%	14%	ユニバーサル保険	42%	62%	24%	16%	42%	15%
変額ユニバーサル保険	6%	3%	7%	1%	1%	3%	変額ユニバーサル保険	8%	3%	8%	1%	2%	3%
定期保険	22%	3%	16%	41%	24%	37%	定期保険	22%	5%	18%	39%	21%	40%
終身保険	32%	48%	55%	43%	57%	46%	終身保険	28%	30%	50%	44%	35%	42%

(資料) LIMRA の統計に基づき作成

まず左の 2013 年 1 月～9 月の表の年換算保険料に基づく構成比を見る。米国銀行はエージェンシービルディングにおけるよりも、死亡保障付き定期預金とも言うべきユニバーサル保険の占率が高く、純粋な死亡保障商品である定期保険の占率が小さいことがわかる。2010 年の表では 30%であった終身保険（解約時に返戻金が支払われるので貯蓄効果もある伝統的生保商品）の構成比が、2013 年 1 月～9 月の表では 48%に増加していることが特徴的である。

次に、それぞれの表の右側の販売契約件数の構成比を見る。定期保険の件数占率が米国銀行においても、24%（2013 年 1 月～9 月）、21%（2010 年）と、かなり大きな割合を占めている。貯蓄要素がないため保険料が小額であること、銀行の販売する定期保険が小口契約が多いことが、年換算保険料

ベースでの定期保険の構成比が小さい理由であるが、ニーズが明確で、説明しやすく販売しやすい定期保険にも、米国銀行が取り組んでいることがわかる。

また、2010年には35%であった米国銀行の終身保険の構成比が、2013年の1月～9月には57%と、全商品中最大の構成比に増加しており、終身保険への積極的な取り組みが感じられるものとなっている。

さいごに

米国の銀行窓販動向は、わが国銀行窓販の状況とかなり類似しており、参考となる点は多いと考えられる。当定点観測でも、今後とも適宜、取り上げていく予定である。