

基礎研 レポート

成長するインドネシア生保市場と 外資系生保の幸せな関係

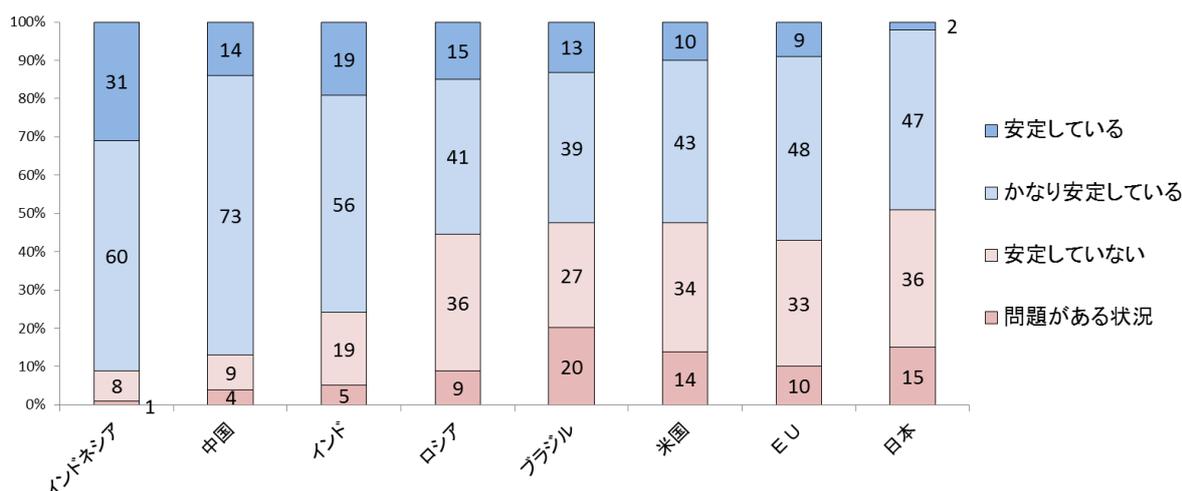
－市場活性化・高度化に貢献し覇権を達成－
－特色ある特約付きユニットリンク保険の販売－

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

1——成長が期待されるインドネシア生保市場

米国ボストン・コンサルティング・グループ（BCG）が発表したインドネシアの中間層・富裕層の増加見通しに関するレポート（2013年3月）は、新興市場としての同国のたいへんな魅力を伝えていた。2013年に7,400万人（人口の約30%）であった中間・富裕層人口が2020年には1億4,100万人（人口の53%）へと倍増する。また驚くべきことに、調査に応えた人々の91%が経済的な安定を感じて暮らしていた。これは比較されたいずれの国よりも高い比率であった。66%の人々が、自分が親よりも良い暮らしを送ってきたと考え、71%の人々が、この傾向が次世代にも引き継がれると考えていた。中間・富裕層が成長を続けるインドネシアは、今後絶好のビジネス機会をもたらす国となるだろう。

グラフ1 暮らしに経済的な安定を感じているか



(資料) BCG”Indonesia’s rising middle class affluent consumers”より

中間・富裕層が拡大する市場は生保市場としても魅力的な市場である。インドネシアの2010年の中位年齢は26.9歳で、65歳以上人口比率が4.9%、15歳未満人口比率が23.5%と、人口構造が若い。

インドネシアは、これから働き盛りを迎える国である。

こうした将来像と、現在の極めて低い保険浸透度を考えあわせると、インドネシア生保市場が将来性豊かな市場であると認めざるをえない。イスラム教徒が人口の87.21%を占めるという社会構造は、イスラム生命保険(タカフル)の発展に対する期待へとつながる。

本稿は、次代の巨大生保市場としての期待を集めるインドネシア生保市場で、早くも磐石の地歩を固めたかに見える上位外資系生保の動向を見るものである。

なお、インドネシア生保市場に関する計数面からの分析については、別途、松岡博司『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・年金フォーカス2017年04月28日 <http://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=55616?site=nli> を参照いただきたい。

2—盛んな市場参入と競争

2015年末現在、インドネシアには55の生保会社が存在する。規制上、生保会社は内国会社、外資合弁会社のいずれかに区分される。内国会社33社、外資合弁会社22社である。

2015年の収入保険料シェアは、内国生保会社が32.7%、外資合弁会社が67.3%と、社数では少数派の外資合弁会社のシェアが内国会社のシェアを大きく上回っている。

表1は、1999年に取りまとめられた財団法人生命保険文化研究所の報告書『東アジアの生命保険市場』から1997年の収入保険料上位10社を抜粋したものである。表2はインドネシアの規制当局が発表している統計集『STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015 (OJK)』から2015年の収入保険料上位10社をランキングしたものである。

表1 1997年収入保険料による上位10社

順位	会社名	会社種別 ()は合弁先本国	収入保険料 (億ルピア)	シェア
1	プミプトラ1912	内国	9,237	25.5%
2	ジワスラヤ	内国	5,918	16.3%
3	リッポー・ライフ	内国	5,389	14.9%
4	ダルマラ・マニユライフ	外資(加)	2,366	6.5%
5	インドライフ・ベンシヨクタマ	内国	1,974	5.4%
6	シュ・ニューヨーク・ライフ	外資(米)	1,210	3.3%
7	エカ・ライフ	外資(比)	935	2.6%
8	プリングン・ジワ・スジャートラ	内国	867	2.4%
9	セントラル・アジア・ラヤ	内国	814	2.2%
10	プミ・ASIH・ジャヤ	内国	778	2.1%

(資料)生命保険文化研究所「東アジアの生命保険市場」より

表2 2015年収入保険料による上位10社

順位	会社名	会社種別 ()は合弁先本国	収入保険料 (億ルピア)	シェア
1	プルデンシャル・ライフ	外資(英)	250,342	20.1%
2	アリアンツ・ライフ・インドネシア	外資(独)	98,891	7.9%
3	インドライフ・ベンシヨクタマ	内国	86,308	6.9%
4	AIAファイナンシャル	外資(港)	85,666	6.9%
5	ジワスラヤ	内国(国有)	85,277	6.8%
6	アクサ・マンデリ	外資(仏)	72,480	5.8%
7	マニユライフ・インドネシア	外資(加)	66,183	5.3%
8	シナールマスMSIG	外資(日)	61,133	4.9%
9	アディサラナ・ワナルタ	内国	48,709	3.9%
10	AJBプミプトラ1912	内国	40,761	3.3%

(資料)OJK “TATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

1 | 通貨危機を境に大きく変貌したインドネシア生保市場

1997年から1998年にかけて、アジアを混乱に陥れた通貨危機がインドネシアにも襲いかかった。通貨危機により大きな打撃を受けたインドネシアは、IMF(国際通貨基金)の関与を受けながら、経済構造改革・金融改革を進め、経済の平静を取り戻すとともに、政治体制の安定性も高まり、成長の時代へと入って行った。

通貨危機はインドネシアの生命保険市場にとっても大きなターニングポイントとなった。通貨危機により、インドネシアの生保業界は業績の低迷、赤字決算に陥った。幸か不幸か、生保の破綻処理法制が不備であったこともあって、破綻した生保会社は1社もなかった。しかし傷ついた生保会社が体制の立て直しを図ることは容易ではない。その後、インドネシアの生保業界は大きな変貌を遂げた。

通貨危機を経て、90年代初頭からインドネシア市場に参入していた外資系生保の一部はインドネシア市場から撤退したが、いくつかの外資系生保は市場に残留し、グループからの資本強化を受け、インドネシア政府とも連携し、規制の策定に関与し、新商品・サービス等の新機軸を導入し、市場を育て開拓し、勢力を拡大していった。インドネシア政府にも、外資参入を積極的に受け入れ活用する気運があった。

危機の後、インドネシア生保市場は急回復したが、それは、旧来のマーケットが景気回復の波に乗ってリバイバルしたのではなく、新しいマーケットの創造されたことによるものであった。この流れは、インドネシアの民族資本ではなく、外資系生保によってもたらされた。

2 | 1997年の上位生保会社のその後

1997年の上位10社のうち、2015年の上位10社にも顔を出している生保会社は、プミプトラ 1912、ジワスラヤ、マニューライフ、インドライフの4社である。

以下、1997年の上位10社のその後の動向を見る。

- 1997年に25%のシェアを有する第1位企業であった内国生保プミプトラ 1912は、2015年には第10位に沈んでいる。同社は100年を超える歴史を持つインドネシア最古の民間生保会社である。通貨危機の傷が癒えることのないまま経営を継続、2000年代の新しい競争に加わることはなかった。2014年、経営健全性指標であるソルベンシー・マージン比率が所定の比率を下回っていることが判明し当局の指導下に入ったが、危機的な状況は回復することなく、資本支援先の確保にも難渋した。ようやく2017年2月に、自社と同名の子会社を設立して販売網等を移管、もともとのプミプトラ 1912は、子会社の経営に参加する投資家コンソーシアムから資金支援を受けて、これまでに販売した生保契約の管理に専念する会社となった。これによりプミプトラ 1912という名称は残るが、輝かしい長い歴史は途切れ、分断されることとなった。
- 第2位のジワスラヤはインドネシア政府が株式を保有している国有生保会社である。確実なバックボーンがあるので、大きく沈むことはなく、2015年も第5位につけている。
- 第3位のリッポーライフは、インドネシアの有力企業グループ リッポーグループの生保会社であったが、2004年にAIG（当時、現在はAIGグループから独立したAIA）に経営権が譲渡された。
- 第4位のダルマラ・マニューライフは、アジア展開に積極的なカナダの保険グループのインドネシア子会社である。マニューライフは、その後も主導的な立場で事業を継続し、2015年は第7位となっている。
- 第5位のインドライフは、有力企業グループ サリムグループに所属する内国生保会社である。激しい変化によく対応し、2015年には第3位へと順位を上げている。
- 第6位のシュー・ニューヨーク・ライフは、外資の参入をインドネシア当局が認めた際に第一

陣として参入した米国ニューヨーク・ライフの子会社であった。親会社がその後経営戦略を転換し、アジア生保市場から撤退したことに伴い、インドネシア市場から撤退した。

- 第7位のエカ・ライフは、有力企業グループ シナールマスに所属する生保会社である。1997年当時は、シナールマスとフィリピンの生保会社イヤラライフが50%ずつエカ・ライフの株式を保有していた。その後フィリピン側は資本を引き揚げた。今日、シナールマスグループには、三井住友海上との合弁生保会社であるシナールマス MSIG があることもあってか、エカ・ライフの2015年順位は第34位となっている。
- 第8位のブリンギン・ジワ・スジャートラは、マイクロファイナンスや中小・零細企業向けのファイナンスに特化した政府系銀行である BRI (ラカット銀行)グループの生保会社である。2015年は第13位となって上位10社からはずれている。もともとはグループのBRI ペンションファンドが株主であったが、2015年12月にラカット銀行が直接株主となる体制に変更された。
- 第9位のセントラル・アジア・ラヤは、インドライフと同じく、サリムグループに所属する内国会社であるが、インドライフとは対照的に2015年 第24位へと沈んでいる。
- 第10位のブミ・ASHI・ジャヤは、新しい競争に対応できず、2015年に経営破綻した。

3 | 2015年の上位生保会社

2015年の上位10社からインドネシア生保市場における勢力を見ると、今日のインドネシア生保市場では、外資系生保が重要な役割を果たしていることがわかる。

- 第1位のプルデンシャルは英国を本国とする保険グループ(わが国で生保大手として活動している米国プルデンシャルとは別グループ)のインドネシア子会社である。
- 第2位のアリアンツはドイツを本国とする保険グループのインドネシア子会社である。
- 第3位のインドライフ・ペンシオンタマは1997年第5位の説明の通り。内国会社。
- 第4位のAIAは香港を本拠とする保険グループのインドネシア子会社。AIAは、もともとAIGグループのアジア部門であったが、金融危機においてAIGが経営困難に陥った際、AIGから分離・独立した。
- 第5位のジワスラヤは1997年第2位の説明の通り。国有の内国会社。
- 第6位のアクサ・マンディリはフランスを本国とする保険グループであるアクサとインドネシア最大級の銀行(政府系銀行)であるマンディリとの合弁会社。
- 第7位のマニユライフは、1997年第4位のダルマラ・マニユライフの後継会社。
- 第8位のシナールマス MSIG は、我が国の三井住友海上とインドネシアの有力企業グループであるシナールマスの合弁会社である。
- 第9位のアディサラナ・ワナアルタは内国会社。有力企業グループ所属というわけではない。ニュース記事の中には同社を林業省関連機関と民間企業の合弁会社との記述を行っているものもある。1997年では、収入保険料上位10社には入っていないが保有契約件数では第6位であった。通貨危機後の外資系生保による市場革新にもよく対応し、2002年に郵便局と販売提携する等、独自の経営努力を続けた結果、2015年には第9位へと順位を上げた。
- 第10位のブミプトラ 1912 は1997年第1位の説明の通り。

2015年の上位10社には、保険先進各国を代表する大手保険グループが一堂に会している観がある。これらの大手保険グループは海外展開に歴史と強みを持つ多国籍企業の一面を持っている。

また特に上位に名を連ねている外資系生保は、プルデンシャル(1995年参入)、アリアンツ(1996年参入)、アクサ(アクサマンディリとは別途のアクサフィナンシャルとして1993年参入)、マニユライフ(1985年参入)等、参入後かなりの期間を経て現地化が進んでいる会社である。

これらは、IMFの管理が入った後、インドネシア政府の外資導入スタンスが本格化し、金融規制等も欧米化していったインドネシア生保市場に、世界各国で得た経験とノウハウを持ち込み、適応・定着させる形で、発展途上にあったインドネシア生保市場を導き、創造、活性化してきた。

インドネシア生保市場で上位に名を連ねる外資系生保各社は、日本の生保市場または損保市場に参入してきたことがある会社ばかりで、なじみのある会社が多い。日本市場への参入は、ほぼ完成している市場への参入であったので、今日でも、外資系生保全体のシェアが2割を超える程度に留まっている。これと対照的に、市場がまだ離陸期に入っていなかったインドネシア生保市場では、市場構造を転換させ、市場を創造・構築することによって、易々と既存勢力を凌駕し、外資系生保が3分の2のシェアを占めるまでになった。特に第1位のプルデンシャルは、1社だけで20.1%のシェアを握るという大きな成功を遂げている。

3——インドネシアで上位外資生保が採った戦略(市場育成策)

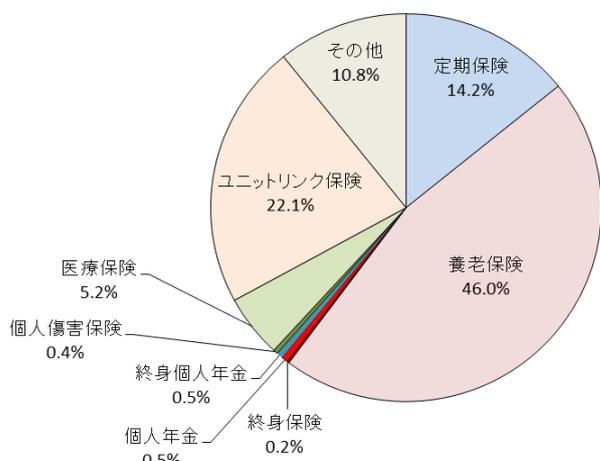
インドネシアで大手外資生保が行ってきた市場育成策の代表的なものとしては、商品面におけるユニットリンク保険の導入と販売面におけるエージェントの高度化、バンカシュランスの活性化を挙げることができる。

1 | ユニットリンク保険の導入

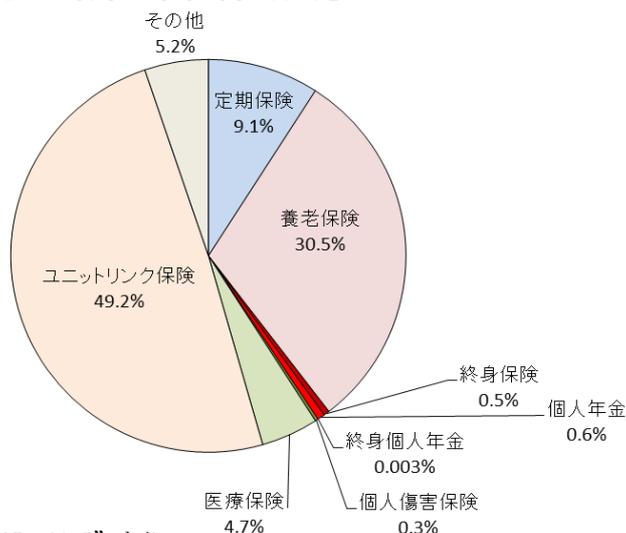
ユニットリンク保険は、欧州の生保市場にルーツを持つ、投資対象とする資産の価格変動やユニット価格の変動にあわせて保険積立金の額が変動する変額生命保険である。

グラフ2 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

インドネシアにユニットリンク保険を紹介したのは、1999年に初めてユニットリンク保険を発売したプルデンシャルである。

投資対象資産の値上がり等を保険の積立金に即刻反映できるので、インドネシアのように株式市場が好調であった市場では、顧客への訴求力が強かった。その結果、2015年の全生保会社の新契約初年度保険料の22.1%収、入保険料の半分弱(49.2%)をユニットリンク保険が産み出すまでに成長し、インドネシア生保市場における主力商品となっている。

次の表3は上位10社の新契約初年度保険料の商品別構成比を一覧にしたものである。

上位10社のうち内国会社4社は、新しい商品であるユニットリンク保険に取り組んでいない。

プルデンシャル(94.8%)、AIA(71.4%)、マニユライフ(76.9%)の3社は、ユニットリンク保険への傾斜が際立っている。アクサ・マンディリ(46.8%)もユニットリンク保険のウエイトが大きい。一方、アリアンツ(24.1%)は定期保険(67.0%)の比率の方が大きい。シナールマスMSIG(2.9%)はユニットリンク保険への取組はほとんどなく、養老保険(93.5%)への傾斜が大きい。

表3 上位10社の新契約初年度保険料の商品別構成比(2015)

順位	会社名	会社種別	定期保険	養老保険	終身保険	個人年金	終身年金	個人傷害保険	医療保険	ユニットリンク保険	その他	合計
1	プルデンシャル・ライフ	外資	1.8%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	2.9%	94.8%	0.0%	100.0%
2	アリアンツ・ライフ・インドネシア	外資	67.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	24.1%	0.0%	100.0%
3	インドライフ・ベンションタマ	内国	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
4	AIAファイナンシャル	外資	7.6%	16.6%	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%	4.0%	71.4%	0.0%	100.0%
5	ジフスラヤ	内国	7.4%	4.5%	0.0%	4.0%	0.1%	0.5%	0.2%	0.6%	82.8%	100.0%
6	アクサ・マンディリ	外資	38.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	14.1%	46.8%	0.0%	100.0%
7	マニユライフ・インドネシア	外資	16.7%	0.5%	1.6%	0.0%	0.0%	0.2%	4.1%	76.9%	0.0%	100.0%
8	シナールマスMSIG	外資	1.8%	93.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	2.9%	0.0%	100.0%
9	Adisarana Wanaartha	内国	0.1%	98.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	100.0%
10	AJBプミトラ1912	内国	10.9%	72.5%	0.0%	0.0%	15.5%	0.1%	1.0%	0.0%	0.0%	100.0%

(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

アリアンツは低所得層にマイクロインシュアランスを提供することに積極的であること、シナールマスは合弁相手であるシナールマス財閥傘下のシナールマス銀行を主たる販売チャネルとしているのでその意向を受けているといった事情が想像される。

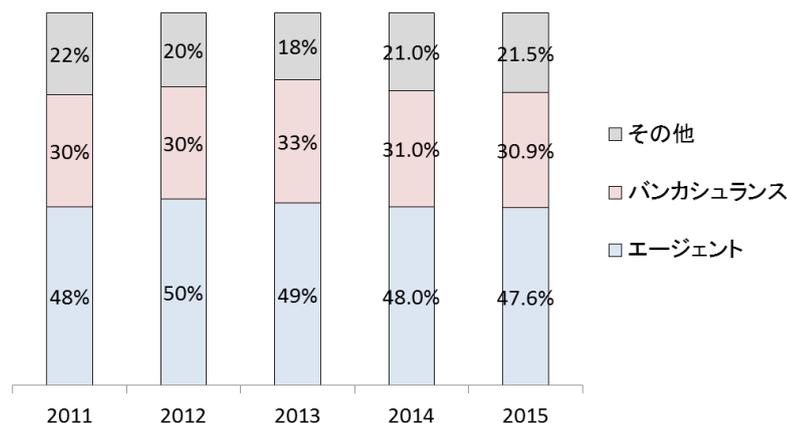
2 | 販売チャネルの刷新

上位外資生保におけるユニットリンク保険への取組スタンスの相違の背景には、メインと位置付ける販売チャネルの相違等もある。

インドネシア生保市場の主たる販売チャネルは、保険エージェントとバンカシュランスである。2015年の保険料を基準にしたチャネル別販売シェアは、保険エージェントが45%、バンカシュランスが33%、その他が23%となっている。

上位外資系生保は、監督当局との連携も保ちながら、これら販売チャネルの刷新に努めてきた。

グラフ3 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) 保険エージェントの刷新

1990年代初頭のインドネシア生保市場の状況をレポートした先述の報告書『東アジアの生命保険市場』は、「エージェントは個人エージェントが主流であり、ジェネラルエージェントはほとんどない。個人エージェントは女性中心でパートタイマーが多く、伝統的な訪問販売を行っている。給与形態は歩合給（販売手数料と交通費のみ）の割合が多く、ターンオーバーが激しい。96年のエージェント総数は57社で59,258人である」と記述している。

その後、エージェント数は増えたが、「オフィスへの出勤義務もないため実際に稼働している人は少ない」等、保険エージェント制度は決して評判のいいものではなかった。

しかし、各国での経験から生命保険販売における保険エージェントの有効性を確信していたいくつかの外資系生保は、保険エージェントをメインチャネルとする方針を採用、ぶれずに維持し続け、保険エージェント制度の整備と高度化に努めてきた。

特にプルデンシャルの保険エージェントに対する取組は際だっている。インドネシア生保業界全体のエージェント数は45万4,706人(2014年末現在)であるが、プルデンシャルは、1社だけで、そのおよそ半数にあたる22万6,700人(2014年6月末)のエージェントを抱えている。また先述の報告書『東アジアの生命保険市場』で、1996年当時にはなかったと記載されているジェネラルエージェントにも積極的に、細かな島々に分断されたインドネシアを、高度化されたエージェント網で覆い尽くそうとするかのような勢いで取り組んでいる。

(2) バンカシュランス

表4は上位10社のバンカシュランスへの取組状況である。

金融危機におけるAIGグループの混乱で、エージェントを通じてユニットリンク保険を販売するという流れへの取り組みに遅れが生じたAIA等、一部の外資系生保は、銀行との提携を増やすことで遅れを取り戻そうとしている。またアクサ・マンディリとシナールマスMSIGは、合弁先である財閥傘下の銀行を販売チャネルとして活用している。

一方、内国生保4社のバンカシュランスへの取り組みに目を向けると、2社が積極活用、2社が不使用と、対応が分かれている。ブミプトラ1912については、バンカシュランスに取り組みなかったことが、新しい競争に背を向けた証の一つとして語られることがある。

表4 上位10社のバンカシュランスへの取組状況

順位	会社名	会社種別	バンカシュランス提携の数	主な提携先銀行
1	ブルデンシャル・ライフ	外資(英国)	5	バンクRakyat UOB スタンダードチャータード
2	アリアンツ・ライフ・インドネシア	外資(ドイツ)	7	HSBC BTPN バンクEkonomi ANZ
3	インドライフ・ベンションタマ	内国	0	
4	AIAファイナンシャル	外資(香港)	9	シティバンク BNI BCA CIMB NIAGA
5	ジワスラヤ	内国(国有)	7	バンクBTN マンディリ銀行 バンクBRI
6	アクサ・マンディリ	外資(フランス)	2	マンディリ銀行 シャリアマンディリ銀行
7	マニユライフ・インドネシア	外資(カナダ)	13	中国銀行 ANZ
8	シナールマスMSIG	外資(日本)	2	シナールマス銀行 ビクトリア銀行
9	アディサラナ・ワナアルタ	内国	6	マヤバダ銀行 BCA ビクトリア銀行
10	AJBブミプトラ1912	内国	0	

(資料)KPMG “Insurance in Indonesia Opportunities in a Dynamic Market”等の情報を使って作成

4—さいごに インドネシアにおけるユニットリンク保険の独自性

今一度、ユニットリンク保険の可能性について付言しておきたい。個人的な意見としては、ユニットリンク保険をインドネシアの生保市場に投入したことがインドネシア生保市場を活性化・発展させる上でかなりの効果を持ったと思う。

ユニットリンク保険は別名「投資リンク保険」である。インドネシア当局の統計資料にも「投資商品」という名称でユニットリンク保険に関する数値が記載されている。そして近年は販売された新契約のかなりの部分が「投資商品」であるとのデータが示されている。そのためインドネシア生保市場は、保障商品市場が育っていない、貯蓄・投資商品中心の生保市場であると判定されることになる。

筆者もインドネシア生保市場の計数を取りまとめた別レポート『[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—](#)』では、「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。」としている。

たしかに全生命保険会社の保障総額（保有契約高）がGDPの何%に当たるかを見ると、保障市場

が成熟したわが国が 200%を超え、米国が 100%を超えているのと比べれば、インドネシアはいまだ 9.31%(2015 年)にすぎず、インドネシアの生保市場は、まだまだ保障市場がない市場であると言わざるをえない。しかし、インドネシアの全ての生保会社が国民と契約している契約を全て集めてもいまだ人口の 16.89%にすぎないことを勘案すれば、今後、インドネシア生保市場が成熟した保障市場を伴い生保市場として育つ可能性はある。

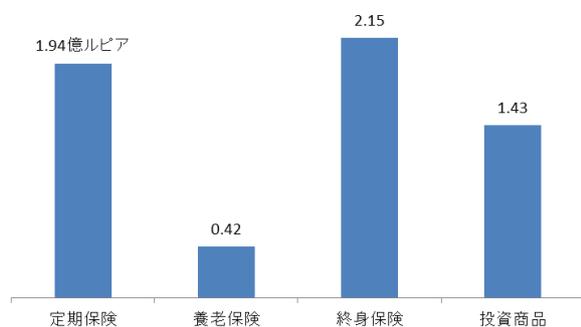
そうした視点でインドネシア生保市場におけるユニットリンク保険の販売実態を見ると、欧州や他のアジア各国に比べ、投資だけでなく保障を重視した売り方が行われているように見える。見方を変えれば、かなり日本の高度成長期の生保市場に似た雰囲気が存在するよう感じられる。

具体的には、インドネシア生保市場では、主契約としてのユニットリンク保険に各種の保障が特約として付加して販売されている。ユニットリンク保険に保障の特約を付けて販売する方式は、今日の欧州生保市場ではあまり見られないものである。欧州ではユニットリンク保険の保障額は積立金程度の少額にすぎない。これと異なりインドネシアではユニットリンク保険の保障額がそれなりに大きい。

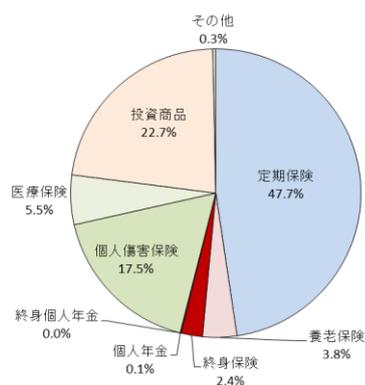
グラフ 4 は、2015 年末にインドネシアの全生保会社が顧客と契約している全生命保険契約の 1 件あたり平均保障額を保険種類別に見たものである。

保障商品の代表格である定期保険の保障額には及ばないが、ユニットリンク保険がその 4 分の 3 程度の保障額を提供している。その結果、グラフ 5 で見るように、インドネシアの生保業界が提供している保障額の約 4 分の 1 をユニットリンク保険が提供している。

グラフ 4 個人保険保有契約平均保険金額 (2015 年) グラフ 5 保有契約高の商品別構成 (2015 年)



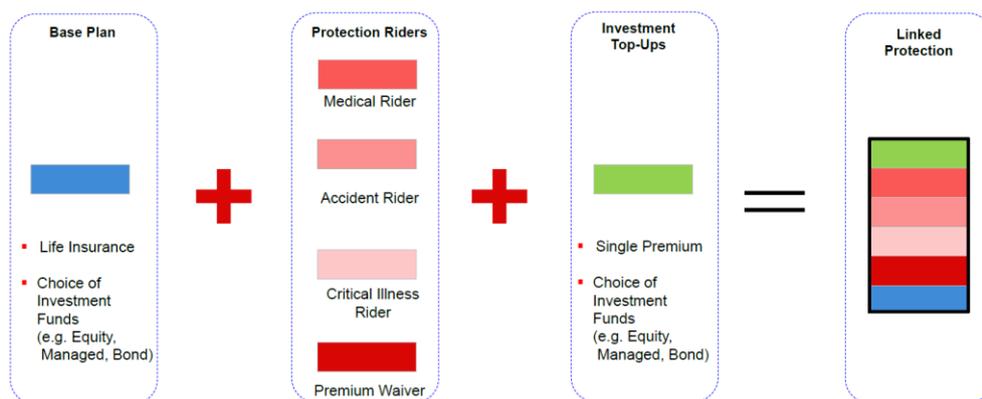
(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より



(資料)OJK “STATISTIK PERASURANSIAN INDONESIA 2015” より

次の図は、プルデンシャルグループの「2014 年インバスターズデイ」において、プルデンシャルインドネシアのアクチュアリーが、インドネシアのユニット保険を説明した時に、その構成イメージを図解して示したものである。投資と保障をともに提供する商品という考え方が明確に示されている。

Indonesia's Linked Product Overview



(資料)プルデンシャル plc ホームページ上の「2014 年インベスターズデイ」資料より

また、同じく「2014 年インベスターズデイ」で、プルデンシャルアジア統括部門の担当者が説明に使用した資料の中には、インドネシアにおけるユニットリンク保険販売の実態について、以下のような記述がある。

「2014 年インベスターズデイ」における説明資料から抜粋

○PRUlink (プルデンシャルインドネシアのユニットリンク保険) のアクセシビリティ

我々のマスマーケット顧客ベースにとって、当該商品の加入しやすさは際立っている。

プルデンシャルインドネシアの顧客の月収の中間値は 350 ポンド、年収の中間値は 4,200 ポンドである。ユニットリンク保険の月あたり保険料の平均値は 30 ポンドであるが、これは顧客の月収のおよそ 9%である。

顧客の約 65%は月 25 ポンド未満の保険料を支払っている。顧客の約 25%は月 25 ポンド～45 ポンドの保険料を支払っている。

○PRUlink の保障給付の適合性

高い特約付加率がわれわれの保障の方向性を明確に示している

- ・ 1 件のユニットリンク保険に平均 3.5 件の特約が付加されている
- ・ 付加率から見てもっともポピュラーな特約は以下の通りである。
- ・ 医療償還特約(79%) ・ 傷害死亡・手足切断特約(73%) ・ 入院費用日払い特約(46%)
- ・ 33 種の重度疾病の診断があった場合に保険料の払込を免除する特約 (42%)
- ・ 79 種の重度疾病の早期・中間・後期ステージにおける給付特約(31%)

こうした状況を見ると、インドネシアにおけるユニットリンク保険の販売スタンスには日本に近い発想があるように思われる。インドネシアにおけるユニット保険のあり方については、たいへん興味をひかれるものがあると感じられた。

本稿ではインドネシアにおける 2015 年の収入保険料上位 10 社に絞って経営戦略を見てきたが、実はそのすぐ後ろに、パニン・ダイイチ・ライフ（第 11 位、第一生命が 40%出資）、BNI ライフ（第 12 位、住友生命が 40%出資）、セクイス・ライフ（第 14 位、日本生命が 20%出資）、アブリスト・アシュアランス（第 17 位、明治安田生命が 29.87%出資）、トーキョウ・マリン・ライフ（第 32 位、東京海上日動火災保険が 100%出資）と日本の生損保が出資した外資系生保が続いている。

インドネシア生保市場では、保障と貯蓄の両方を重視して発展してきたわが国生保市場のノウハウが役に立つことも多いと思われる。ぜひともインドネシア生保市場の発展に寄与してもらいたいと考える。

なお当然ながら、こうした外資系生保が自由に市場を席卷する状況に対してはナショナリズム的な観点から批判的な見解を示す向きもあるようだ。

インドネシアでは、原則 80%を上限とする外資出資規制について、上限を 40%まで引き下げるべき等の異論が絶えず存在する。

こうした声に配慮してか、それまでは外資がインドネシアに設立した子会社が生保会社に対して行う出資を国内資本の出資と見ることが認められていたため、実質外資 100%出資の生保会社が認められてきたが、2014 年に制定された新保険法の下では、最終的な資本の出し手にまでさかのぼって出資者が外資かどうかを判断する規制体系に切り替えられた。

このため、旧規制体系の下で外資 100%会社となっている大手外資系生保は、80%を超過して保有している部分を一定の期間内に処分しなければならなくなり、対応を迫られている。

インドネシアでは、こうした形で外資系生保に対する風当たりがきつくなっている部分もある。

しかし、外資系生保があまりに深く生保市場に入り込んでおり、現実問題として、外資系生保がいなければ今後のインドネシア生保市場の繁栄がないことは明白である。

インドネシア生保市場と外資系生保の関係についてはこれからも注視していきたい。