

保険・年金 フォーカス

【アジア・新興国】 タイの生命保険市場(2016年版)

経済研究部 研究員 齊藤 誠
(03)3512-1780 msaitou@nli-research.co.jp

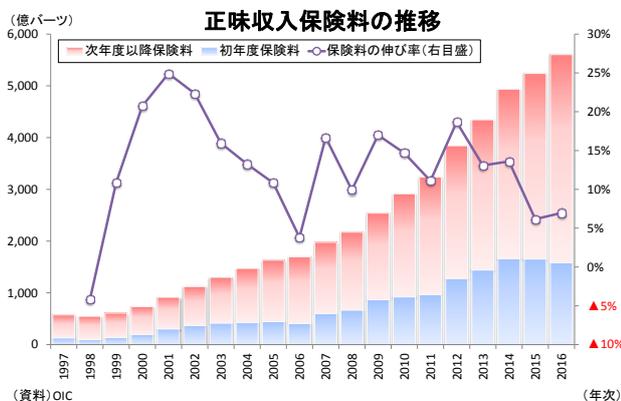
1—市場概況

2016年のタイ生命保険市場の収入保険料は前年比7.0%増の5,605億バーツ(約1.9兆円)と、前年の同6.0%増を上回ったものの、2年連続で一桁台の伸びに止まった(図表1)。収入保険料の内訳を見ると、初年度収入保険料は1,582億バーツ(同4.4%減)とマイナス幅が拡大する一方、次年度以降収入保険料は4,023億バーツ(同12.2%増)と堅調に増加した。また保有契約件数は前年比1.7%増の2,462万件、保有契約高は前年比3.4%増の17.2兆バーツ(約57.6兆円)となった結果、1件当たりの保有契約高は70.0万バーツと、前年から1.2万バーツ増加した(図表2)。

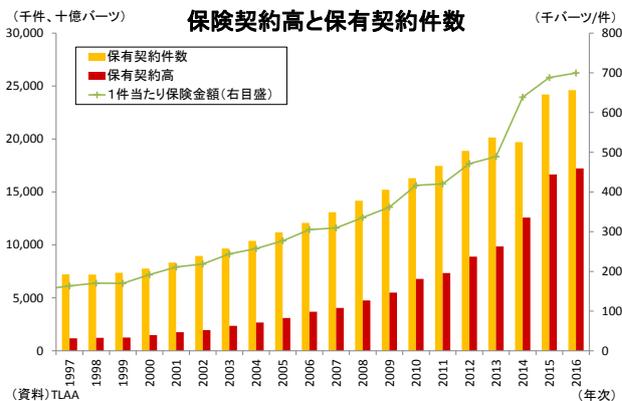
2016年のタイ経済を振り返ると、名目GDP成長率は前年比5.1%増となり、2015年の同3.6%増から1.5%ポイント上昇した。公共投資と観光業が引き続き経済の牽引役となるなか、世界経済の緩やかな回復を受けて輸出が上昇傾向で推移し、民間消費は同3.6%増(2015年は同1.2%増)まで回復した。こうした消費回復の背景にある所得の増加が収入保険料の上昇に繋がった。

もともと、タイ生保市場はこれまで概ね二桁成長を続けてきたことを踏まえると、収入保険料が伸び悩んでいることも確かだ。この要因としては高水準の家計債務や低インフレ・低金利環境により貯蓄性商品の販売が落ちたこと、そして消費者ニーズに応える商品を出せなかったこと等が挙げられる。

(図表1)



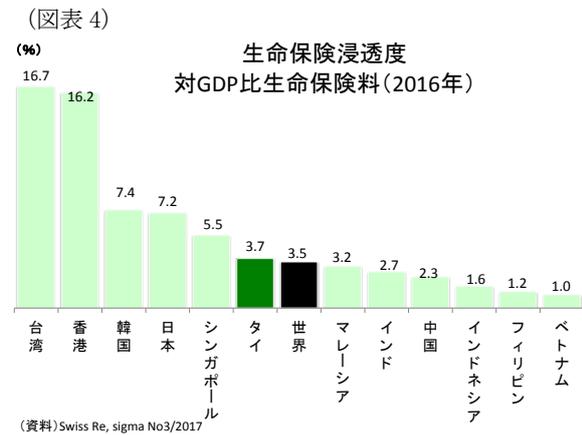
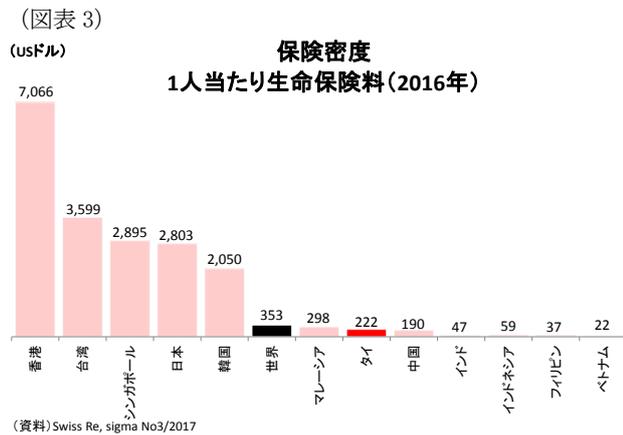
(図表2)



(国際比較)

諸外国と比較すると、タイの生命保険市場が依然として高い成長を遂げていることが分かる。スイス再保険会社¹によると、2016年のタイの生命保険料（インフレ調整後）は前年比5.6%増と、世界全体の同2.5%増を上回った。

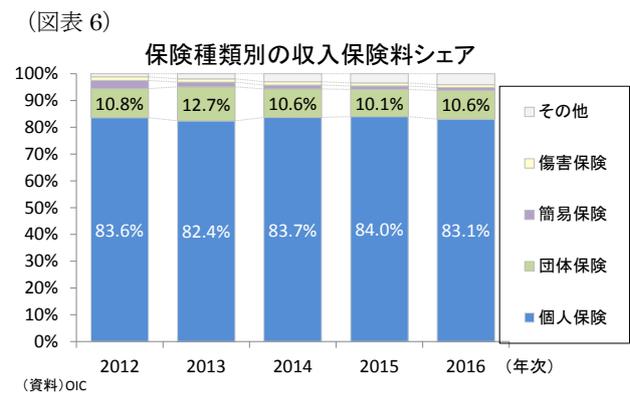
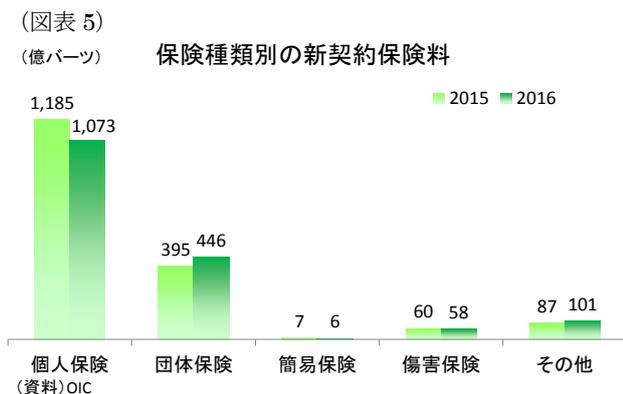
また2016年のタイの保険密度（国民1人当たり生命保険料）は222ドル、生命保険浸透度（対GDP比の生命保険料）は3.7%と、それぞれ緩やかな上昇傾向にあるが、日本や韓国、台湾、香港、シンガポールといったNIEs（新興工業経済地域）4カ国と比べると依然として低水準に止まっている（図表3, 4）。つまり、このことはタイ生命保険市場が将来の成長余地が十分にあることを示している。



2—保険種類別の販売動向

保険種類別に新契約保険料を見ると、団体保険が同12.9%増の446億パーツと上昇した一方、個人保険が前年比9.5%減の1,073億パーツ、簡易保険が同12.2%減の6億パーツ、個人傷害保険が同2.7%減の58億パーツと、それぞれ減少した（図表5）。

収入保険料を見ると、最大の個人保険は前年比4.4%増の4,716億パーツ、団体保険は同11.3%増の604億パーツ、簡易保険は同6.1%減の66億パーツ、個人傷害保険は同2.7%減の58億パーツとなった。その結果、収入保険料シェアは個人保険が83.1%と、前年から0.9%ポイント縮小したが、シェアの大半を占める構図には大きな変化はない（図表6）。

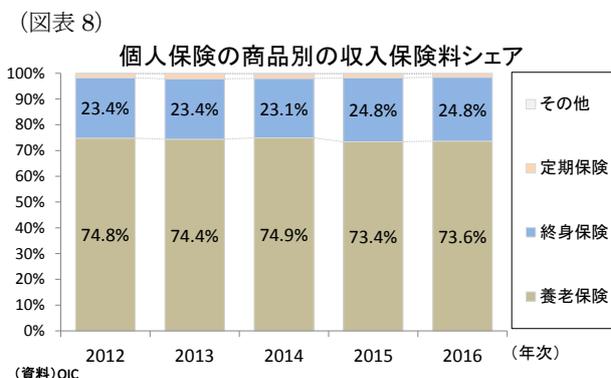
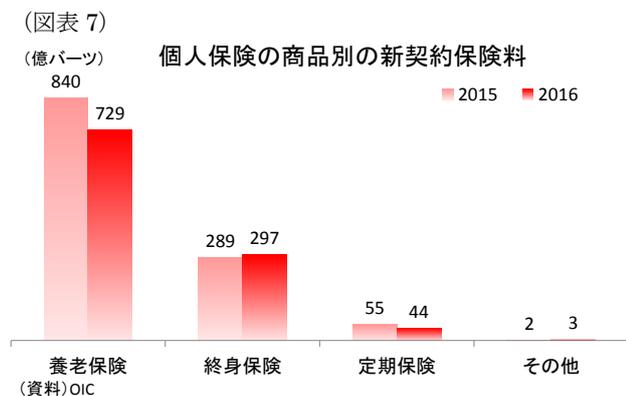


3—商品別の販売動向

¹ スイス再保険会社 Swiss Re, Sigma No3/2016

個人保険の商品別に新契約保険料を見ると、終身保険が前年比 2.8%増の 297 億パーツと上昇した一方、養老保険が同 13.2%減の 729 億パーツ、定期保険が同 20.2%減の 44 億パーツと、それぞれ減少した（図表 7）。

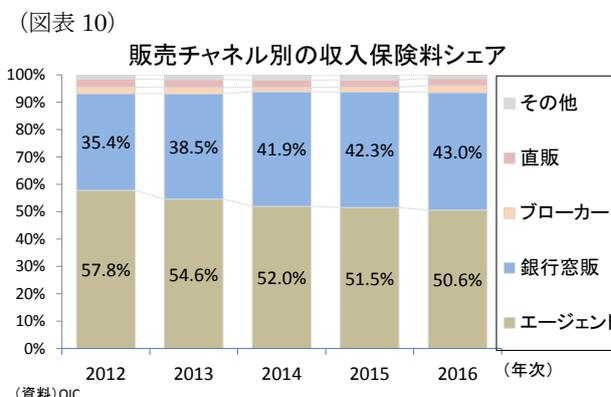
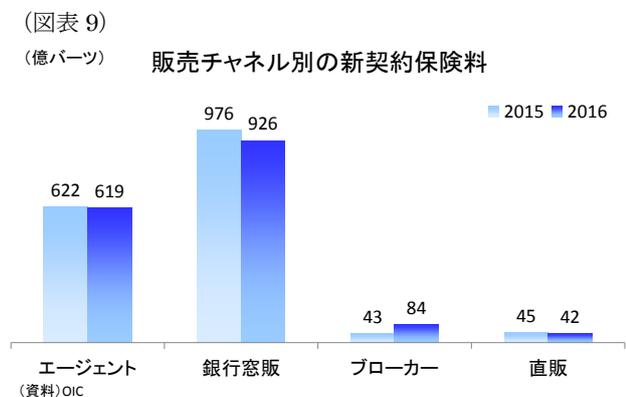
収入保険料を見ると、シェア最大の養老保険が同 4.8%増の 3,473 億パーツ、終身保険が前年比 4.3%増の 1,170 億パーツと上昇した。これを受けて収入保険料シェアは養老保険が 73.6%と、前年から 0.2%ポイント拡大し、引き続きシェアの大半を養老保険が占める結果となった（図表 8）。



4—販売チャネル別の販売動向

販売チャネル別に新契約保険料を見ると、エージェントが前年比 0.6%減の 619 億パーツ、銀行窓販が同 5.1%減の 926 億パーツ、直販が同 6.4%減の 42 億パーツとそれぞれ減少した一方、ブローカーが同 97.2%増の 84 億パーツと倍増した（図表 9）。2016 年は低金利環境が続いたことから、貯蓄性商品が多い銀行窓販が低調だった。

収入保険料を見ると、銀行窓販は前年比 7.3%増の 2,439 億パーツと堅調な伸びを続ける一方、シェア最大のエージェントが同 3.7%増の 2,871 億パーツに止まった。またブローカーが同 54.4%増の 147 億パーツとなり、直販の 145 億パーツ（同 4.0%増）を抜いて第 3 位となった。結果、収入保険料シェアはエージェントが 50.6%と、引き続き最大の販売チャネルとなったものの、前年から 0.9%ポイント縮小した。一方、銀行窓販は 43.0%と、前年から 0.7%ポイント拡大した（図表 10）。銀行窓販は、銀行が有する堅固な顧客ネットワークの活用や貯蓄機能を有する保険商品の人気が高いことから販売が好調で 2002 年に解禁されて以降、シェア拡大が続いている。

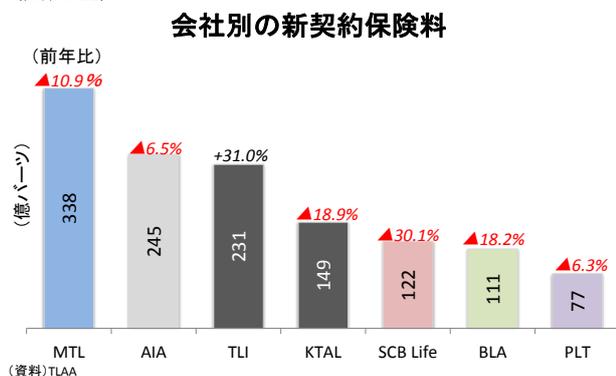


5—会社別の販売動向

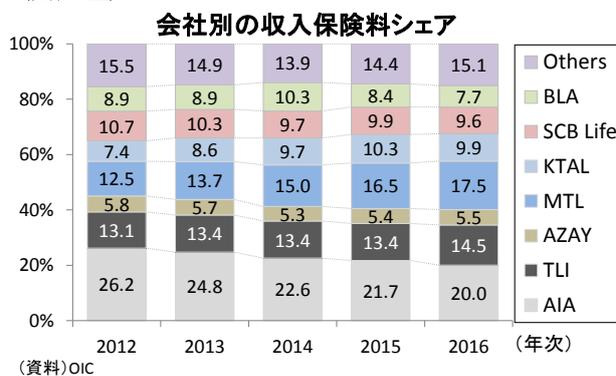
会社別に新契約保険料（上位7社）を見ると、Muang Thai Life が338億バーツと引き続きトップだったものの、前年比10.9%減と大きく減少した。これは低金利環境を背景に銀行窓販主体の生保会社の販売が落ち込んだためであり、同様の理由でKrungthai AXA Life が149億バーツ（同18.9%減）、SCB Life が122億バーツ（同30.1%減）、Bangkok Life が111億バーツ（同18.2%減）と、それぞれ減少した。また外資系生保についても、最大手のAIA が245億バーツ（同6.5%減）、Prudential Life が77億バーツ（同6.3%減）と、それぞれ減少した。一方、上位7社で唯一販売が伸びた Thai Life は231億バーツ（同31.0%増）だった（図表11）。

収入保険料シェア（上位7社）を見ると、最大手のAIA が全体の20.0%を占めて引き続きトップだったものの、前年から1.7%ポイント縮小した（図表12）。一方、新契約保険料でトップだった Muang Thai Life が17.5%（対前年1.0%ポイント増）、同じく新契約保険料で躍進した Thai Life が14.5%（対前年1.1%ポイント増）と、それぞれシェアを拡大させた。なお、主力の銀行窓販の伸び悩みを背景に Krungthai AXA Life は9.9%（対前年0.4%ポイント減）、SCB Life は9.6%（対前年0.3%ポイント減）、Bangkok Life は8.4%（対前年1.3%ポイント減）と、それぞれシェアが縮小した。

（図表11）



（図表12）



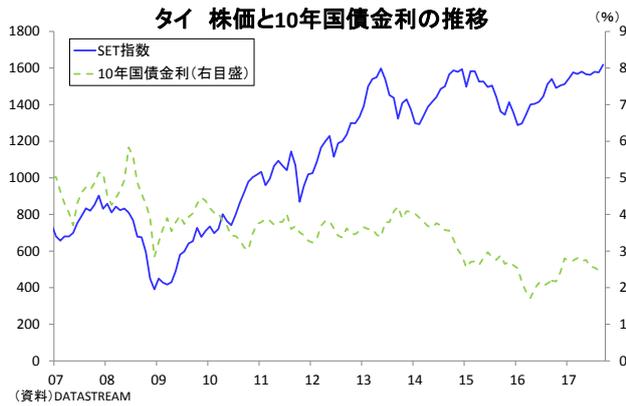
6—資産運用状況

まず2016年の投資環境を振り返ると、国内経済は緩慢な回復が続いたものの、世界経済の緩やかな回復を受けて金融市場はリスクオンの局面となり、タイの株式市場は上昇した（図表13）。一方、債券市場については、低インフレを背景にタイ中央銀行が低金利政策を継続したことからタイ10年国債金利は概ね2%前後で推移していたが、11月には米大統領選におけるトランプ氏の勝利を受けて米国への資金回帰が進み、タイ10年国債金利は年末には2%台後半まで上昇した。

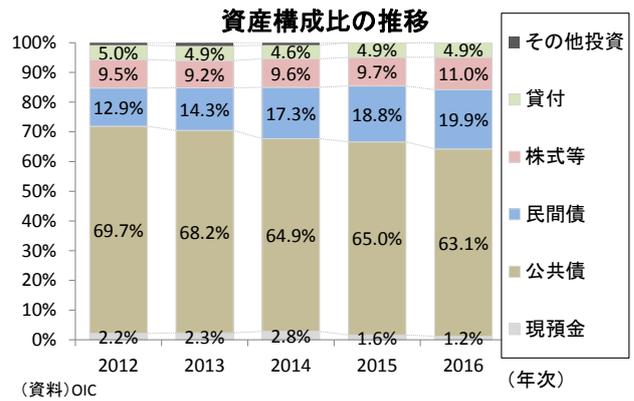
2016年のタイ生命保険会社の運用資産構成割合を見ると公共債が63.1%、民間債が19.9%、株式等が11.0%、貸付が4.9%といった国債中心の安定運用が行われているが、上述のとおり株価上昇と低金利環境の継続によって公共債のウェイトが低下した一方、民間債や株式等、貸付のウェイトが上昇した（図表14）。

運用費用を差引いたネットの運用収益は、国債や社債の安定した利息収入を中心に1,035億バーツとなり、前年の912億バーツから123億バーツ増加した。

(図表 13)



(図表 14)



7—収支動向

2016年の生命保険業の収支動向を見ると、資産運用収益が改善したものの、保険料等収入が伸び悩んだことから経常収益は前年比7.0%増の6,616億パーツと、2年連続で一桁台の伸びとなった(図表15)。しかし、手数料・コミッションが減少したことから経常費用の伸びは経常収益と同水準に止まった。以上の結果、経常利益は前年比8.0%増の605億パーツと増加傾向が続いた。

(図表 15)

生命保険業の収支動向

(億パーツ)

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年比
経常収益	4,508	5,113	5,807	6,185	6,616	7.0%
保険料等収入	3,842	4,345	4,936	5,249	5,552	5.8%
資産運用収益	656	754	857	912	1,035	13.5%
その他	10	14	15	24	30	25.5%
経常費用	4,149	4,662	5,299	5,625	6,011	6.9%
責任準備金等繰入	1,635	1,739	2,297	2,307	2,350	1.9%
保険金等支払	1,453	1,714	1,714	1,670	1,938	16.1%
契約者配当	54	60	64	354	412	16.3%
手数料・コミッション	634	713	763	823	710	▲13.7%
事業費等	373	436	461	471	601	27.7%
経常利益	359	452	509	560	605	8.0%

(資料) OIC

8—おわりに

2016年のタイ生保市場は、前年に続いて収入保険料の伸びが勢いを欠いた。2017年も国内経済の成長は緩慢で低金利環境も続いており、タイで人気を集める(貯蓄性の高い)養老保険の販売が伸び悩み、上半期(1~6月)の収入保険料は前年同期比7.0%増と過去の二桁成長に比べて低めの水準に止まっている。

しかしながら、タイの生保市場の拡大ペースが世界平均を上回っていることに変わりはない。むしろ、こうした厳しい事業環境のなかでもタイ生保市場が堅調な伸びを続けているポジティブな面は評価されるべきであろう。生保各社は低金利を背景にユニット・リンク保険の販売に力を入れているほか、IT技術を駆使した販売サポートツールや顧客へのアフターサービスの開発、ネット販売に向けたシンプルな保険商品の開発を進めるなど、先進的な取組みを実施している。またタイでは、少子・高齢化と医療費の高額化が進む一方で社会保障制度の整備が遅れており、年金など退職準備関連商品や医療保険のニーズが今後拡大すると見込まれる。このようにタイの生命保険市場は今後も中長期的な拡大が見込まれることに変わりはないと見られる。

また、ここ数年ではタイ生保が ASEAN 経済共同体（AEC）を活用した CLMV 諸国（カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム）への進出を加速²させている点は興味深い。CLMV 諸国の生保市場は今後の市場の発展におけるリスクがあるものの、ASEAN 企業は域内において出資規制の緩和が容認されているなど優位性がある。欧米保険会社が ASEAN 域内で着々と事業を拡大させているなかで、今後タイ生保が域内でのプレゼンスを発揮することができるのか注目したい。

² カンボジアでは、Muang Thai Life と Bangkok Life が営業を開始した。ラオスでは、Muang Thai Life が合弁会社設立を発表している。ベトナムでは、Muang Thai Life が 2016 年に合弁会社を設立した。