

保険・年金 フォーカス

中国大手プラットフォームBATJ による保険分野への進出

【アジア・新興国】 中国保険市場の最新動向(34)

保険研究部 准主任研究員 片山 ゆき
(03)3512-1784 katayama@nli-research.co.jp

1- 苦戦する百度、積極的なアリババ・テンセント、後発追い上げの京東

中国では、大手プラットフォームである BATJ (B: 百度 (バイドゥ)、A: 阿里巴巴 (アリババ)、T: 騰訊 (テンセント)、J: 京東 (ジンドン)) を中心に、保険分野への進出が進んでいる (図表 1)。特に、2013 年、アリババ (EC 系) とテンセント (通信・SNS 系) が事業の垣根を越えて衆安保険を設立以降、その勢いは加速している。

図表 1 中国大手プラットフォームBATJ の保険分野への進出状況

		B	A	T	J
		百度	アリババ	テンセント	京東
分類		検索エンジン	EC	通信・SNS	EC
生保	生命保険会社	-	-	和泰人寿 15% (北京英克必成科技)	-
	相互保険会社	-	信美人寿相互保険 34.5% (アントフィナンシャル) 24.0% (天弘ファンド)	-	-
損保	損害保険会社	- (注1)	国泰財産保険 51.0% (アントフィナンシャル)	-	京東安聯 (アリアンツ) 30%
	ネット専門の 損害保険会社	- (注2)	衆安保険 13.5% (アントフィナンシャル) 10.2%		-
	ブローカー 代理店	黒龍江聯保龍江保険ブローカー 100% (百度鵬寰資産 (北京))	アリ保保険代理 100% (アントフィナンシャル)	微民保険代理 100% (深セン騰富博投資、 うちテンセント57.8%)	天津津投保険ブローカー 100% (京東金融)

(注1) 2016年6月以降、中国太平洋財産保険と百度鵬寰資産管理(北京)で損害保険会社の設立を目指していたが、その提携を終了する旨、中国太平洋保険(集団)が発表した(2018年10月13日)

(注2) 2015年11月にアリアンツの中国法人と設立の意向を示すも、認可は下りていない。

(注3) 図表1において、%は出資比率を示し、括弧内は、出資をしているBATJ傘下の企業名である。

(出所) 各社のディスクロージャー資料、公告、IR資料などより作成

アリババ、テンセントは傘下の金融子会社を中心に出資や買収を行い、生保・損保の両分野に加えて、代理店の許可も取得している。生保分野については、アリババ傘下のアントフィナンシャル、天弘ファンドなどが相互保険会社である信美人寿相互保険（以下、信美人寿）を設立している。アントフィナンシャルは損保分野において、ネット専業の衆安保険以外に、国泰財産保険にも出資している。テンセントは傘下の IT 企業を通じて生命保険会社である和泰人寿に、損保は衆安保険に出資している。

一方、苦戦しているのは百度である。百度は 2015 年にアリアンツの中国法人とのネット専業損保の設立意向を表明したが、その後設立許可は発表されていない。また、2016 年には中国太平洋財産保険と傘下の百度鵬寰資産管理（北京）で損害保険会社の設立意向を発表した。しかし、2018 年 10 月には、両社の設立に向けた提携を終了する旨、発表している。設立の申請はしたものの、なかなか許可が下りないのが現状のようである。

その百度の動きを横目に、後発で追い上げているのが京東である。EC 第 2 位の京東は、2018 年 4 月に、独アリアンツの中国法人（損保）へ 30% の出資を実現させ、第 2 位の株主となった。京東側は、アリアンツが長年蓄積した保険に関するノウハウを活用することができ、アリアンツ側は京東が保有する 3 億人のビッグデータを活用することも可能だ。

中国におけるプラットフォーマーは、全体的にみて、損保分野への進出や検討が進んでおり、現時点で、生保分野は信美人寿相互保険（アリババ）、和泰人寿（テンセント）の 2 社のみとなっている。

以下ではアリババ系の信美人寿の経営状況を取り上げて紹介する。

2 プラットフォーマー系生保元年、進むアリババ経済圏の顧客の囲い込み

2017 年の中国生保市場における保険料収入は前年比 20.0% 増の 2 兆 6,000 億元に達した。同年、中国は保険料収入の規模で、世界第 2 位となっている。これは、中国生保市場が収入保険料の規模拡大を目標に、経済成長を上回るペースで成長してきた結果ともいえよう。販売商品は、年金、養老、医療といった伝統的な貯蓄性商品、保障性商品が中心となっている。既存の保険会社の販売は、銀行の窓口販売（銀行窓販）、保険代理人によるところが大きく、ネットを通じた販売はそれを補完するチャンネルとなっている。

一方、ネット販売を中心としたプラットフォーマー系の相互保険会社である信美人寿は、初年度である 2017 年の収入保険料が 4 億 7,404 万元となった。生保 84 社のうち 67 位で、市場全体で見ると 1% にも満たない (0.02%)¹。ただし、2017 年 5 月に開業後わずか半年ほどであるということを考えると善戦していると言えよう。

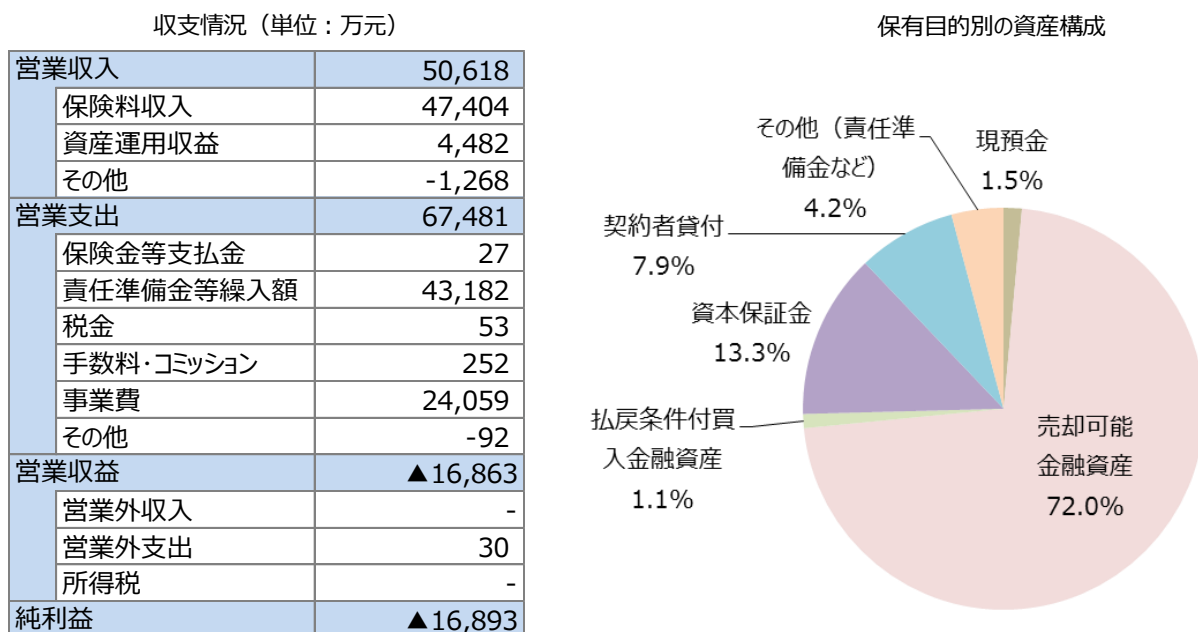
信美人寿は、発起会員会社であるアントフィナンシャルとの連携を強めている。アリペイなどネット決済を活用し、手続きがスマホで簡単にできる相互保険商品を提供している。団体保険という形をとりながら、発起会員会社やその従業員・親族など、対象を特定した上での保障提供を行っている²。

信美人寿の2017年の経営状況を降り返ってみると、営業収入の総額は5億618万円で、そのうち保険料収入が93.7%を占めた（図表2）。運用収益は4,482万円であったが、売却可能金融資産の売却収益及び資本保証金の利息収入によるものである。運用は主に、発起会員の1社である天弘ファンド管理会社の資産運用商品にて運用されている。2017年の営業支出は6億7,481億円で、そのうち責任準備金が64.0%、事業費が35.7%を占めた。最終的な純利益は1億6,893億円のマイナスとなっている。

2017年に販売された64商品のうち、重大疾病などを含む健康保険が45商品、生命保険が12商品、ケガなどの傷害保険が7商品と、健康や医療に関する保険の取り揃えが多い。一方、売筋商品をみると、上位3商品は団体養老保険、年金保険、団体年金保険と貯蓄性保険が中心となっており、当該3商品で保険料収入の94%を占めた。

保険経営における販売チャネル、運用、決済に至るまで、アリババ経済圏が保有するツールを活用し、顧客を経済圏内に囲い込んでいることがわかる。

図表2 信美人寿相互保険の収支状況と保有目的別の資産構成（2017年）



（出所）ディスクロージャー資料より作成

3-1 保障コストの支払いはポイントで？ 子ども向け重大疾病保障で、1,000万人の加入者を獲得

信美人寿は、上掲のような相互保険商品を堅調に販売する一方、「保障プラン」として新たな取り組

みを打ち出している。例えば 2017 年の年末に話題となったのが、アリババ会員向けの「こども重大疾病保障プラン」である。

このプランは、アリババ会員向けに限定し、当会員がアリババ経済圏のサービスや決済を利用したことのでためたポイント（点数）を保障コスト（保険料に相当）として利用できる³。つまり、現金での支払いがいないという特徴がある。1ヶ月あたり 399 ポイントで、0 歳（生後 30 日）から 17 歳を対象に、白血病などの重大疾病 12 種に対して、10 万円が給付されるというものである⁴。加入に際しては、1 年以内に健康に異常をきたして入院していないこと、これまでまたは現在において指定した症状が発生していないこと、3 歳以下の児童に対しては出生時の体重や状況についての確認を経て、待機期間は 0 日（翌日の 0 時から）で発効する。

このような取組みは、デジタルネイティブの若いパパやママ世代の加入ハードルを大きく下げるであろう。高額な保険料の重大疾病保険への加入は二の足を踏んでしまうからだ。普段スマホを使ってためたポイントで支払えるためお徳感があり、高額な保険料を支払ったという感覚はまずないであろう。このような新しい手法で、募集開始後 8 ヶ月で加入者は 1,000 万人を突破した。

また、保険会社が給付金の支払い対象外と判断した場合で、加入者（契約者）が納得できない場合、第三者に委託して再度審査を行う「再審査制度」についても特徴がある。

例えば、信美人寿側が支払い対象外の結果を出した場合、同社は加入者に、「再審査チーム」に再度の審査を希望するかを聞くことになっている。審査員は社外の医師や有識者ではなく、当該プランの加入者自身が立候補し、試験に合格した者がその資格を得ている。審査員の募集においては 12 万人が集まり、最終的に 2 万人がその資格を得ている。再審査の内容は公開され、審査員が多数決で加入者を支持した場合は、給付されることになる⁵。

これまで既存の医療・傷害保険や重大疾病保険などは、給付金の支払に際して審査が厳しく、スムーズに支払いが行われなかったといった不満が多かった。再審査を公開で行うことは、申請した加入者にとっても透明性が高く、例え結果が給付とならなくても加入者が感じる不満を一定程度和らげることができるであろう。また、このような手法は加入者同士の相互監視にもなる。

信美人寿は、こども重大疾病保障プランについて、保険料といった形では 1 元も手にすることはできない。しかし、上掲のように、同社の商品や仕組みがよりユーザーの立場に立ったものであることを証明し、重大疾病保障に対するユーザーエクスペリエンス（UX）を大きく引き上げることに成功している。

加えて、今回取り込んだ若いユーザー層は、今後、保険商品を販売していく上でも有力な潜在顧客にもなり得る。ここで集められたビッグデータは、別の保険商品の開発や、オンライン診療アプリ、医薬品のネット販売などその他の分野で活用され、収益化することも可能である。保険料収入、資産規模などといった既存の保険会社の評価軸のみでは計れない、UX という新たな指標が同社の最大の武器と言えよう。

4-2018年、業界を震撼させた「シャンフバオ」の現在の状況

2017年のこども重大疾病保障プランの取組みを活かして、2018年10月に発表されたのが新たな重大疾病保障（通称、相互保（シャンフバオ））である。募集開始後、わずか1ヶ月で加入者が2,000万人に達するなど、大きく注目された。

今回の重大疾病保障は、加入時に保険料に相当する保障コストがかからず、将来時点で発生する給付の多寡に応じて後払いをするというものである⁶。加入から保障コストの支払い、給付金の受け取りに至るまで、全てアリババグループ内で提供されるネットサービスで完結する。給付内容として、対象となる重大疾病は100種、期間は1年間である。給付金は生後30日～39歳の場合は30万元、40～59歳の場合は10万元となっている。

加入の条件は、アリ会員であることに加えて、ゴマスコアが650点以上であること、年齢が18～59歳であること、健康状態が要件を満たしていること、である。給付事案は1ヶ月に2回公表され、給付金額に受給者数を掛けた金額と、管理費（給付金総額の10%）を加えた総額が公表される。加入者の異議がない場合、年齢や性別にかかわらず加入者全員で除して、等しく負担するという仕組みとなっている。算出された保障コストは、毎月2回アリペイから引き落とされる。

このような新たな保障のあり方について、当初、中国国内では、「相互保」（シャンフバオ）と呼ばれていた。信美人寿が重大疾病の団体相互保険として当局に届け出ていることもあり、新しい相互保険として注目されたからである。

しかし、今回、加入者がわずか1ヶ月で2,000万人も集まり、中国EC第2位の京東が1ヵ月後に追従の「相互保」を発表する（その後数日で募集を停止）などの事態が発生したため、当局も指導を強めることとなった。信美人寿は、当局と話し合いの結果、11月末に以下の是正内容を公表している（図表3）。

図表3 相互保から相互宝への主な変更点について

	これまで（「相互保」）	これから（「相互宝」）
名称	「相互保」	「相互宝」（発音はシャンフバオと同じ）に改称。
保障コスト（年間）	制限の設定なし	188元まで （適用：2019年1月1日～12月31日）
管理費	給付金総額の10%	給付金総額の8%
会員数	330万人以上	330万人を下回っても、すぐには解散せず、1年間は保障を継続する。

（注）「相互保」の加入者で、新しい「相互宝」への引き続きの加入を希望しない場合は解約が可能。

（出所）信美人寿相互保険ウェブサイト公表内容より作成

それによると、当局は、「相互保」について、信美人寿が当局に届け出た重大疾病団体相互保険の約款など内容が異なること、販売におけるミスリーディングといった点を懸念しているようだ。是正内容では、「相互保」という上掲の相互保険を連想させる商品名をやめ、名称を「相互宝」に変更するとしている。商品名の最後を「宝」にするのは、これまでのオンライン MMF の商品の「余額宝」もあり、アリババ傘下の金融商品としては馴染みがあるからであろう。また、「保」と「宝」の中国語の発音はいずれも bao と同一である点も考えられる。ただし、相互宝は、分類上、(相互) 保険商品にはあらず、保険法による保護の範疇から外れることになった。

後払いで毎回確定していなかった保険料については、2019 年は年間 188 元までという上限を設けた。消費者の権益保護といった観点からも上限を超えた場合はアントフィナンシャルが補填し、会員数が 330 万人を下回っても 1 年間は継続するとした。

また、今般の事態の責任をとって、2018 年 12 月 31 日までの「相互宝」への加入者、これまでの「相互保」の加入者の 2019 年 1 月 31 日までの保障コストについては、アントフィナンシャルが負担するとした。収益にあたる管理費についても、10%から 8%に引き下げた。

従来のように保険料を事前に徴収してプールし、給付に備えるというスキームをとらない、今般のこども重大疾病保障プランは、当局、業界にも大きなインパクトを与えた。プラットフォームによる、逆転の発想に基いた商品の開発、ネット上の信用スコアを活用した引受け、ネット決済機能を活用した爆発的な販売・普及といった手法は、数年前にネット決済、オンライン金融商品が爆発的に普及し、銀行のあり方が問われた事態とオーバーラップする。保険業界は、同じ轍を踏まないためにも、既存の保険会社における保障提供のあり方を改めて問いなおす事態となっている。

¹ 生保 84 社には、年金、医療保険専門の保険会社も含む。

² 拙著「[IT×保険で、相互保険を再定義 - 中国初の生保相互保険会社の誕生](#)」(保険年金フォーカス・中国保険市場の最新動向 (30)、2018 年 2 月 20 日発行)

³ 拙著「[加入者が 1 日 100 万人? アリババ会員向け重大疾病保障とは?](#)」(基礎研レター、2018 年 11 月 12 日発行)

⁴ 2 級以上の公立病院で初めて診断された場合に給付。対象となる重大疾病には、白血病、中枢神経系の悪性腫瘍、心臓弁膜手術、重度の喘息、川崎病、重度の手足口病など 12 種が対象。

⁵ 加入者側の希望により再審査となったとしても、加入者側の告知義務違反などに起因したケースが多く見られる様である。

⁶ 商品や給付までの仕組みなど詳細な内容は脚注 3 を参照