

保険・年金 フォーカス

中国の生保市場、世界ランク3位に後退

—今後の成長の伸びしろは誰のもの？

【アジア・新興国】 中国保険市場の最新動向(39)

保険研究部 准主任研究員 片山 ゆき

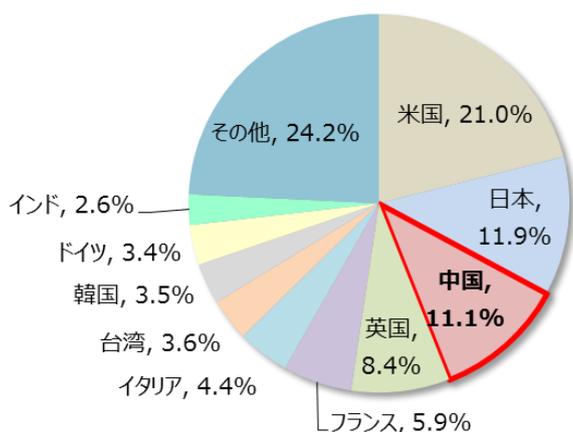
(03)3512-1784 katayama@nli-research.co.jp

1—中国の世界における生保市場シェアは 11.1%で3位に1つ後退。日本が2位に復活。

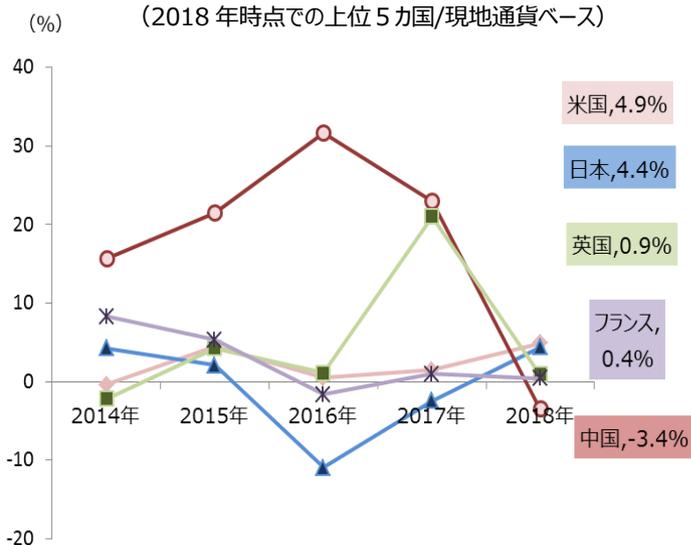
2018年、中国の世界における生命保険料収入のシェアは前年比 0.9 ポイント減の 11.1%で、第3位となった (Swiss Re Sigma 「World insurance : the great pivot east continues」)。2017年に中国の後塵を拝した日本は前年比 0.2 ポイント増となり、第2位に復活した (図表1)。

これまでの生命保険料の伸び率と比較すると、中国の生保市場は 2017年まで毎年2桁の伸びを示していたが、2018年はマイナスに転じている (図表2)。これは、市場健全化策の一環で、2017年に販売チャネル、商品規制が大幅に強化されたことが影響している。結果として、世界におけるシェアにも大きく影響した。

図表1 国・地域別の生命保険料収入シェア
(2018年/ドルベース)



図表2 国・地域別の生命保険料収入伸び率
(2018年時点での上位5カ国/現地通貨ベース)



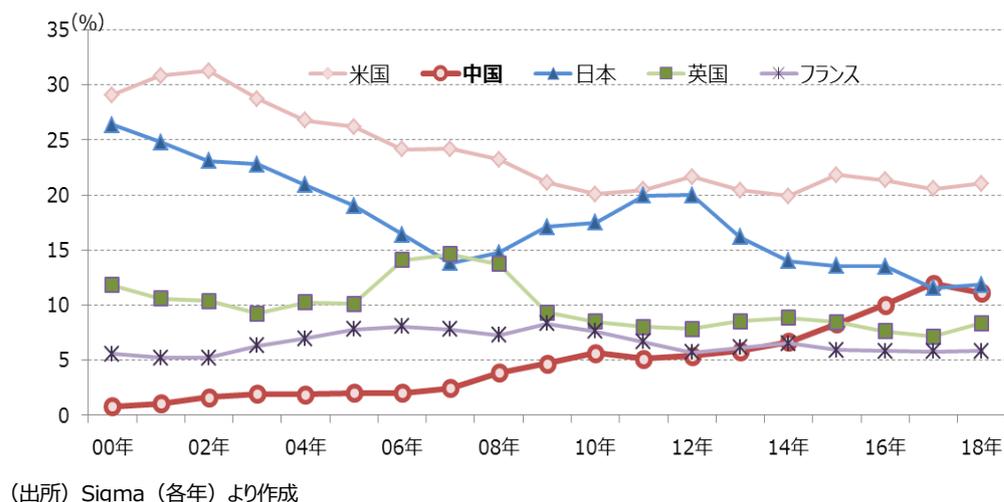
(出所) Sigma「World insurance : the great pivot east continues」より作成

2-2000年以降、中国の世界におけるシェアは10ポイント上昇、市場を急拡大

2000年以降2018年までの世界におけるシェアの推移を見てみると、中国は2000年の0.8%から、およそ18年の時間をかけておよそ10ポイント引き上げている(図表3)。

2000年時点の上位3カ国(米国、日本、英国)が占めるシェアは全体の67.3%で、市場のおよそ7割を占めていた。一方、2018年時点での上位3カ国(米国、日本、中国)では44.0%まで縮小しており、近年、新興国マーケットなどを中心に世界の市場の多様化が進んでいることがわかる。

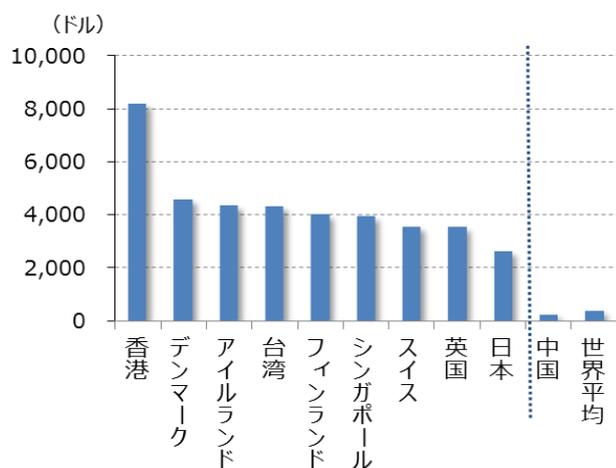
図表3 中国の世界における生命保険料収入シェアの推移(ドルベース)



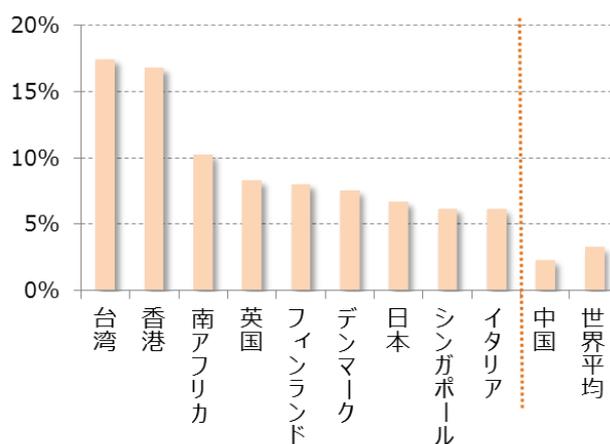
3-中国の保険の普及度合いは世界平均以下、保険の普及はこれから。

一方、多くの人口を抱える中国では、保険が広く普及している状態にはまだ達していない。1人あたりの生命保険料収入(ドルベース)は、221ドルと世界平均370ドルにも達していない(図表4)。同様に、GDPに占める生命保険料収入の割合も2.3%と世界平均3.3%に達していない(図表5)。2018年は規制強化で成長が一旦落ち込んだが、引き続き今後の成長の余地は大きいと考えられる。

図表4 1人あたりの生命保険料収入(2018年)



図表5 GDPに占める保険料収入の割合(2018年)



(出所) Sigma「World insurance : the great pivot east continues」より作成

4ーフィンテック普及先進国としての中国

2015年、中国は「インターネット+」行動計画として、国の今後の産業成長を国有企業中心の重厚長大産業から、民間企業中心のIT・ネット産業に転換している。金融事業においては、フィンテックとして、すでに普及が進んでいたモバイル決済、オンライン金融商品、ネットバンキング、レンディング、資産運用などの普及が更に進んでいる。中国はフィンテックの普及において、世界でも上位に位置する状況となっている（図表6）。

図表6 フィンテック普及先進国・地域（2017）

フィンテック総合		
1	中国	69%
2	インド	52%
3	イギリス	42%
4	ブラジル	40%
5	オーストラリア	37%

(1) 保険		(2) 送金・支払		(3) デジタルマーケティング		(4) 貯蓄・投資		(5) 貸付						
1	インド	47%	1	中国	83%	1	中国	22%	1	中国	58%	1	中国	46%
2	イギリス	43%	2	インド	72%	2	ブラジル	21%	2	インド	39%	2	インド	20%
3	中国	38%	3	ブラジル	60%	3	インド	20%	3	ブラジル	29%	3	ブラジル	15%
4	南アフリカ	32%	4	オーストラリア	59%	4	アメリカ	15%	4	アメリカ	27%	4	アメリカ	13%
5	ドイツ	31%	5	イギリス	57%	5	香港	13%	5	香港	25%	5	ドイツ	12%

（注）EY「FinTech Adoption Index 2019」では、フィンテック総合トップ5のみを発表、中国は首位（普及率：87%）。

（出所）EY「FinTech Adoption Index 2017」より作成

5ー金融包摂の推進—ITを活用して、みんなが医療保障や医療サービスにアクセスできるように。

上掲の「インターネット+」行動計画のコンセプトは、国内における産業をIT化し、イノベーションを加速化すること、2049年までに世界の情報化をリードする存在になる点にある。この計画には重点分野が11分野あり、そのうちのひとつとして保険市場や民間保障に関連しているのが「金融包摂」である（図表7）。これは、既存の金融機関が提供する高付加価値の高額なサービスではなく、ITを活用しコストを抑えたネット金融サービスを活用することで、それまで金融サービスにアクセスできていない所得層を包摂し、低価格で金融サービスを提供しようとする取り組みである。

図表7 「インターネット+」の11の重点分野

「インターネット+」の11の重点分野			
1	起業・イノベーション	6	公共サービス (医療・ヘルスケア・社会保障・教育、観光などの振興サービス強化)
2	協働製造 (IM・AIを使用した自動生産など)	7	高効率物流
3	現代型農業	8	電子商取引 (農村創生など)
4	スマート・エネルギーの推進	9	利便性の高い高速交通
5	金融包摂 (オンライン金融商品、クラウド・ファンディングを活用し、経済的に不安定な状況にある人々が基本的な金融サービスへアクセスできるよう支援する)	10	グリーン・エコロジー
		11	人工知能

（出所）国務院関于積極推進互聯網行動的指導意見より作成

民間保障における金融包摂については、重大疾病など高額な医療費が必要な医療保障の分野で開発が進んでいる。その担い手は、既存の保険会社よりも、寧ろ異業種である大手プラットフォームのアリババグループ、テンセントホールディングスや京東、クラウドファンディングを運営する轻松筹、水滴筹などが積極的である。

6—中国では、既存の保険商品が国民に広く普及する前に、フィンテックが進展。民間保障のあり方が一気に多様化。

中国はこれまで、民間保険会社が提供する医療保険に加入する場合は保険料が高額となり、多くの人が加入を断念している経緯がある。中国保険業協会の調査によると、調査対象者のうち47.8%が重大疾病保険への加入が必要と考えているが、実際加入できているのがわずか6.7%にとどまっている¹。最終的に82.1%が重大疾病に加入できていない状態にあるという。

このような状況に対して、上掲のアリババグループは、ネットサービスのユーザー向けに癌など重大疾病100種を対象としたネット医療保障（ネット相互扶助プラン）「相互宝」を提供している²。相互宝について、ユーザーが支払う保障コスト（保険料に相当）は、事故発生後に、加入者全員で割り勘して同額負担する。審査の判断やその結果も公表され、1人あたりのコストも低額で、すべての手続きがネット上で完了、仕組みが分かりやすいため加入者が急増している。相互宝の加入者は年齢が若く、農村部出身者など所得が相対的に低い者が多く、公的医療保険に加入していないケースもあるため、金融包摂としての役割を大いに発揮している³。

2019年8月、アリペイは相互宝の加入者数が8,000万人を超え、他社と比較して、ネットを介した相互扶助プランの規模としては最大となったと発表した。相互宝は受付開始後10ヶ月ほどしか経過していないが、およそドイツ一国に相当する加入者を獲得したとしている。今後、2021年までに加入者を3億人までに増やすとしており、その規模は無視できない。

ただし、このようなネット相互扶助プランは保険商品には分類されていない。アリペイ側は、相互宝の運営で収益確保を考慮せず、既存の保険商品とも競争関係にない上、相互宝の役割は国民に広く民間保障を理解してもらうためのものとしている。しかし、医療保障へのファーストコンタクトが相互宝のようなネット相互扶助プランであった場合、民間保険会社が提供する医療保険商品への加入検討にどのような影響を与えるのかなどは未知数である。中国では、既存の保険商品が広く普及する前に社会が急速にデジタル化し、民間保障のあり方が短期間に一気に多様化している。今後、市場の成長の伸びしろが大きいとしても、それは必ずしも保険会社のみ委ねられているわけではない点に留意が必要である。

¹ 中国保険業協会「中国商業健康保険発展指数報告」（2018）

² 拙著「アリババが医療保障を変える？—次なる「相互宝」の投入」基礎研レター、2019年5月20日発行

³ アリペイが7月8日に発表したところによると、加入者7,600万人のうち受給者数は合計597名に達した。受給者の平均年齢は36歳とまさしくデジタルネイティブ世代である。受給者のうち、4割が30代、2割が20年代である。加入者の出身地域をみると、56%が小規模都市（うち32%が農村地域）となっている。