

保険・年金 フォーカス

【アジア・新興国】 タイの生命保険市場(2022年版)

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

1—市場概況

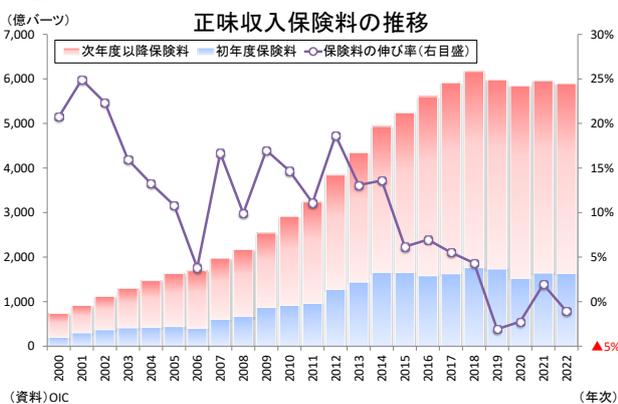
2022年のタイ生命保険市場の正味収入保険料は前年比1.1%減の5,897億バーツ（約2.4兆円）となり、2年ぶりのマイナス成長となった（図表1）。収入保険料の内訳を見ると、初年度収入保険料が1,637億バーツ（同0.6%減）、次年度以降収入保険料が4,260億バーツ（同1.2%減）となり、それぞれ減少した。

しかし、保有契約件数は前年比2.0%増の2,671万件、保有契約高は前年比2.6%増の21.4兆バーツ（約88.7兆円）となった（図表2）。結果として、1件当たりの保有契約高は79.9万バーツと、前年から5.0万バーツ増加した。

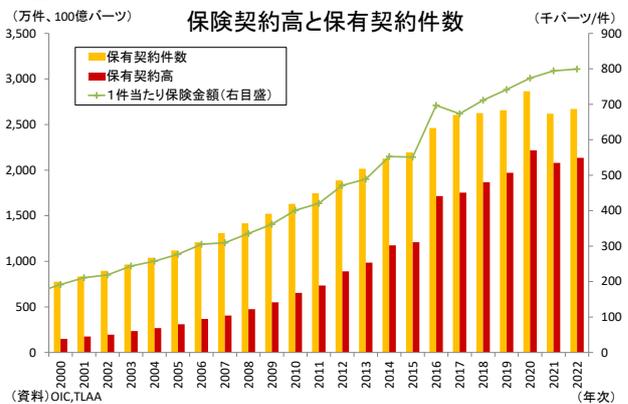
タイは中長期的な経済成長のペースが低下してきている。2020年に新型コロナウイルスの流行や感染対策として実施した活動制限措置の影響により経済が落ち込んだ後、ワクチンの普及や活動制限措置の緩和、そして入国規制の緩和により経済活動の再開が進んでいるが、2022年は実質GDP成長率が前年比2.6%にとどまるなど実体経済の回復ペースは鈍い。一方、2022年の名目GDP成長率は前年比7.4%増（2021年：同3.2%増）となり、インフレ加速により大きく上昇した。

2022年の生命保険販売の停滞は、世界経済の減速懸念によって投資家のリスク回避姿勢が強まりユニット・リンク保険のような投資型の保険販売が不調だったことや、インフレの加速により国民生活が不安定になるなか、消費者が保険を検討する前に食品や生活必需品の消費を優先したこと、そして

（図表1）



（図表2）



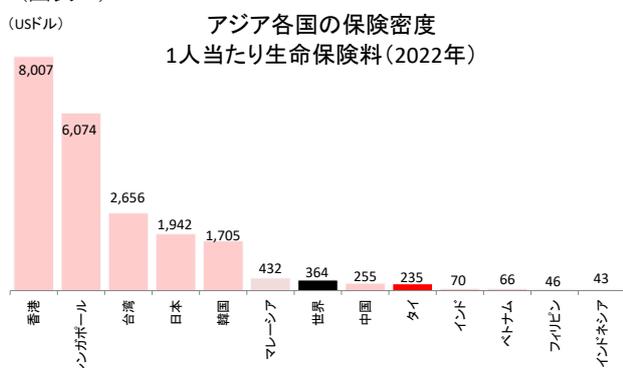
家計債務の膨張により消費者の購買力が低下したことが一因に挙げられる。

(国際比較)

スイス再保険会社¹によると、2022年のタイの生命保険料（名目ベース）は前年比10.8%減の138億ドルとなり、世界全体の伸び率（同4.3%減）を下回った。上述のパーツ建て保険料の伸び率（同1.1%減）と比べてドル建ての保険料の減少幅が大きいのが、これはコロナ禍からのタイ経済の回復の遅れと米国の利上げ開始によりタイ・パーツが減価傾向を辿ったためである。

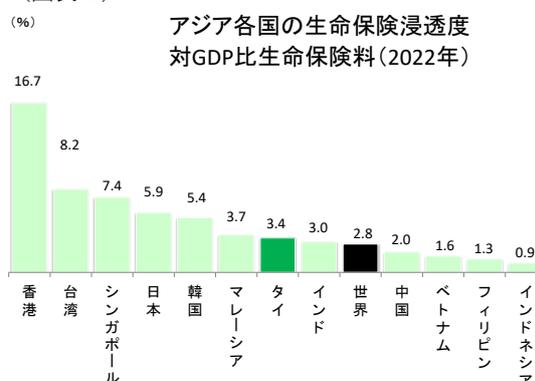
2022年のタイの保険密度（国民1人当たり生命保険料）は235ドル、生命保険浸透度（対GDP比生命保険料）は3.4%であり、日本や、韓国・台湾・香港・シンガポールといったNIEs（新興工業経済地域）4カ国と比べると依然として低水準に止まっている（図表3、図表4）。このことはタイ生命保険市場が将来の成長余地が十分にあることを示しており、それぞれの指標は今後も緩やかに上昇していく可能性がある。

(図表3)



(資料) Swiss Re, sigma No3/2023

(図表4)



(資料) Swiss Re, sigma No3/2023

2—保険種類別の販売動向

保険種類別に新契約保険料（元受ベース）を見ると、普通保険が前年比10.7%増の901億パーツ、団体保険が同10.2%増の545億パーツ、年金保険が同31.3%増の29億パーツとなり、債券利回りの上昇を受けて各社が予定利率を引き上げたことで保険販売が好調だった（図表5）。一方、ユニット・リンク保険が同49.8%減の161億パーツ、（簡易保険やユニバーサル保険などの）その他の保険が同31.3%減の16億パーツと減少した。このほか、個人傷害保険が横ばい（同0.0%増）の46億パーツだった。2022年は金融市場のリスク回避姿勢が強まるなかでユニット・リンク保険やユニバーサル保険などの投資型の保険販売が不調だった。

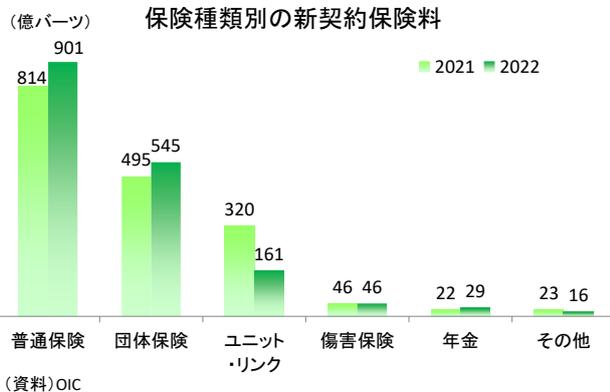
収入保険料を見ると、最大の普通保険が前年比0.6%減の4,631億パーツ、ユニット・リンク保険が同20.3%減の403億パーツ、その他の保険が同9.1%減の93億パーツと減少した一方、団体保険が同6.2%増の771億パーツ、年金保険が同5.9%増の156億パーツと増加した。このほか、個人傷害保険が横ばい（同0.0%増）の46億パーツだった。その結果、収入保険料シェアは大半を占める普通保険が75.9%となり、3年ぶりに上昇した（図表6）。なお、タイでは主契約に医療特約を付加でき

¹ スイス再保険会社Swiss Re, Sigma No3/2023

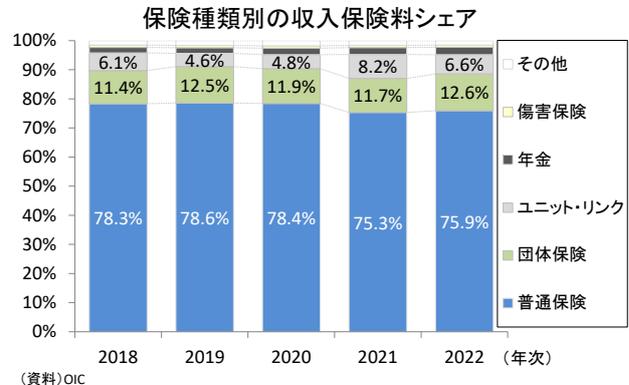
らなっている。2022年の医療特約の保険料収入は前年比7.4%増の860億パーツとなり、前年に続いて好調だった。

保険種類別の基調としてはユニット・リンク保険や年金保険、医療保険の販売が増える傾向にあり、保険商品の多様化は進んできている。

(図表5)



(図表6)

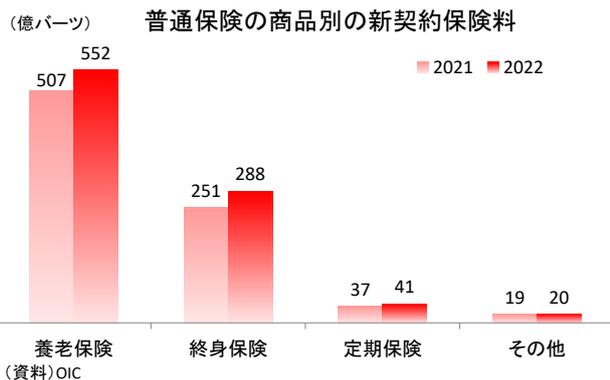


3—商品別の販売動向

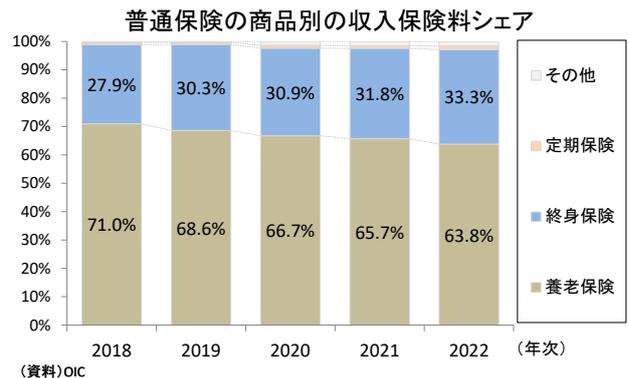
商品別に普通保険の新契約保険料(元受ベース)を見ると、タイで人気の養老保険は前年比9.0%増の552億パーツとなり、3年ぶりに増加した(図表7)。また終身保険は同14.5%増の288億パーツ、定期保険は同4.6%増の41億パーツとなり、それぞれ増加した。

収入保険料を見ると、最大の養老保険が前年比3.4%減の2,956億パーツと減少した一方、終身保険が同4.0%増の1,543億パーツと増加した。収入保険料シェアは養老保険が63.8%と依然として大半を占めるものの、終身保険のシェアが徐々に拡大(前年から+1.5%ポイント)してきている(図表8)。長らく低金利環境が続いたことや所得の向上などを通じて消費者ニーズは「貯蓄」をメインとした養老保険から「保障」をメインとした終身保険に移ってきている。

(図表7)



(図表8)



4—販売チャネル別の販売動向

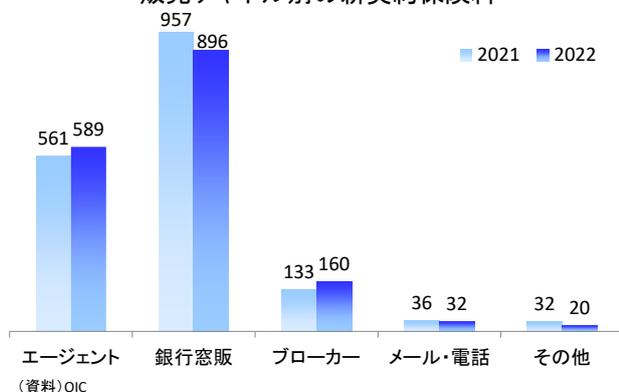
販売チャネル別に新契約保険料(元受ベース)を見ると、伝統的な主力チャネルであるエージェン트가前年比5.0%増の589億パーツとなり、2年連続で増加したが、近年好調の銀行窓販が同6.4%減の896億パーツとなり、2年ぶりに減少した(図表9)。このほか、ブローカー(同20.0%増、160

億パーツ）が増加した一方、メール・電話（同 11.0%減、32 億パーツ）とその他（同 36.7%減、20 億パーツ）が減少した。その他のチャンネルではインターネット販売（9 億パーツ）、職域（7 億パーツ）、来店型（2 億パーツ）の順に規模が大きい。

収入保険料を見ると、最大のエージェン트가同 0.1%増の 3,244 億パーツと横ばいの成長が続き、銀行窓販が前年比 3.8%減の 2,358 億パーツと 2 年ぶりの減少となった。またメール・電話が同 1.0%減の 144 億パーツと小幅に減少した一方、ブローカーが同 10.9%増の 263 億パーツと大きく増加した。結果として、収入保険料シェアはエージェン트가 53.2%と最も大きく、前年から 0.8%ポイント上昇した。他方、銀行窓販は 38.7%となり、前年から 0.9%ポイント低下した（図表 10）。銀行窓販は 2002 年の解禁以降、銀行が有する堅固な顧客ネットワークを活用し、シンプルでわかりやすい商品内容が人気を集めて、マーケットシェアを拡大させてきたが、ここ数年は低金利環境が続いて主力の一時払保険の販売が伸び悩み、シェアが低下傾向にある。

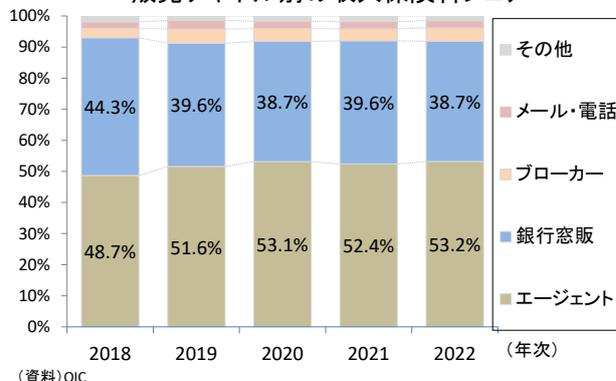
（図表 9）

（億パーツ） 販売チャンネル別の新契約保険料



（図表 10）

販売チャンネル別の収入保険料シェア



5 会社別の販売動向

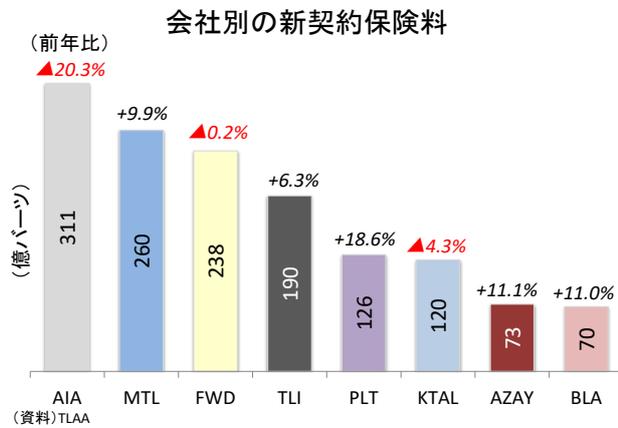
会社別に新契約保険料（上位 8 社、元受ベース）を見ると、最大手の AIA は銀行窓販が不調で 311 億パーツ（前年比 20.3%減）と減少した（図表 11）。2位の Muang Thai Life は 260 億パーツ（同 9.9%増）と好調だった。FWD（2019 年に SCB Life を買収²）は前年比 0.2%減の 238 億パーツとなり、3位に転落した。AIA と同じくエージェン트가主力の Thai Life は 190 億パーツ（同 6.3%増）と堅調に拡大して 4位を確保した。そして 5位の Prudential Life（126 億パーツ、同 18.6%増）と 6位の Krungthai AXA Life（120 億パーツ、同 4.3%減）は順位を入れ替えた。7位の Allianz Ayudhya（73 億パーツ、同 11.1%増）と 8位の Bangkok Life（70 億パーツ、同 11.0%増）はそれぞれ二桁増だった。

収入保険料シェア（上位 8 社）を見ると、新契約保険料が低調だった最大手の AIA は 24.9%（対前年 0.7%ポイント減）と 5 年ぶりにシェアが低下した（図表 12）。エージェン트가主力の Thai Life は 14.4%（対前年 0.3%ポイント減）は 2 年連続でシェアが低下した。他方、銀行窓販が主力の FWD は 13.7%（対前年 0.5%ポイント増）、Bangkok Life は 5.9%（対前年 0.1%ポイント増）、Prudential Life は 5.1%（対前年 0.8%ポイント増）となりシェアが上昇した一方、Muang Thai Life は 11.3%

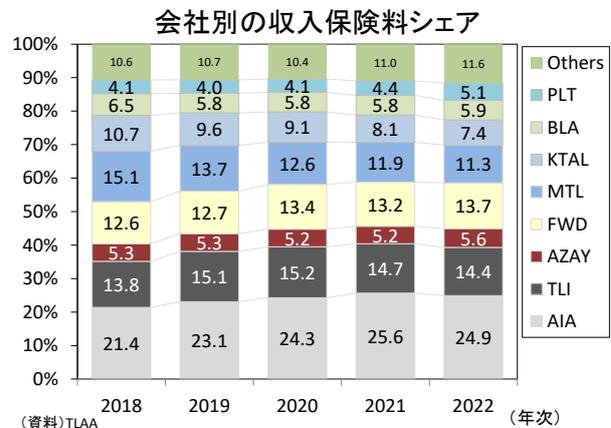
² FWD の数値は SCB Life との合算値を記載。

(対前年 0.5%ポイント減)、Krungthai AXA Life は 7.4% (対前年 0.7%ポイント減) となりシェアを落とすなど、まちまちの結果だった。このほか、Allianz Ayudhya (5.6%) は 3 年ぶりにシェアが上昇した。

(図表 11)



(図表 12)

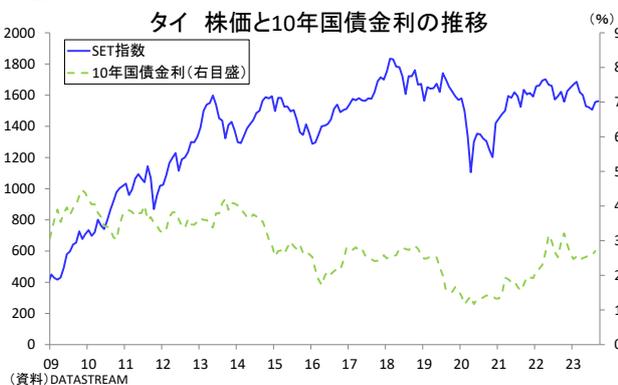


6—資産運用状況

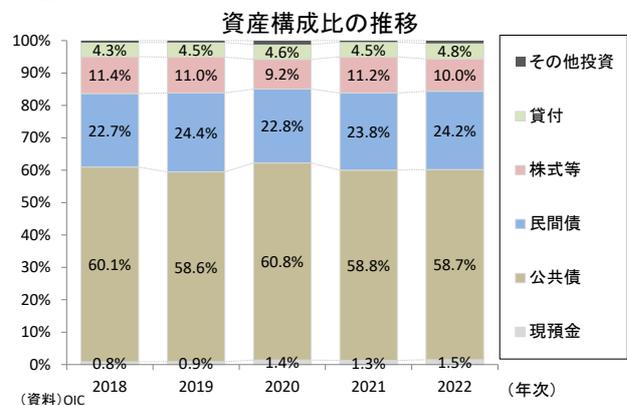
2022 年はコロナ禍からの経済活動の再開による供給網の混乱や人手不足、そしてウクライナ危機によるエネルギー価格の高騰が加わり世界的にインフレが加速するなか、米連邦準備制度理事会 (FRB) が大幅な利上げを継続するなど世界各国で金融引き締めが実施された。タイ経済は観光関連業の回復により持ち直しの動きが続いたが、主要国の金融引き締めが世界経済の減速懸念につながり、投資家のリスク回避姿勢が強まったため、タイの代表的な株価指数である SET 指数は横ばい圏で推移し、通年で前年比+3.6%の小幅上昇にとどまった (図表 13)。

債券市場では、2021 年から長期国債の金利が上昇している。タイ銀行 (中央銀行) はコロナ禍で緩和的な金融政策を維持して政策金利を過去最低の 0.5% で据え置いていたため、2020 年は低金利環境が続いたが、2021 年になると米国が量的緩和政策のテーパリングを開始するなど金融引き締め観測が高まるなかで、米国の金利上昇につられる形でタイの長期金利も上昇した。また 2022 年 8 月以降はタイ銀行がインフレ抑制と金融政策の正常化に向けて段階的な利上げを実施しており、政策金利は 0.5% から 2.25% まで引き上げられている。こうした内外要因からタイ 10 年国債金利は 2022 年通年で 1.9% から 2.6% まで上昇して、概ねコロナ前の水準まで戻った。

(図表 13)



(図表 14)



タイ生命保険会社の運用資産構成割合を見ると、2022年は公共債が58.7%、民間債が24.2%、株式等が10.0%、貸付が4.8%となった（図表14）。2022年は国内経済が回復したものの、世界的なインフレと金融引き締めによる投資家のリスク回避姿勢の強まりやタイ国債の金利上昇を受けて、公共債と株式等のウェイトが縮小する一方、貸付や民間債券のウェイトが拡大した。

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1,233億バーツと、前年から17億バーツ増加（前年比1.7%増）した。

7—収支動向

2022年の生命保険業の収支動向を見ると、資産運用収益と保険料等収入がそれぞれ小幅に増加して、経常収益が前年比0.7%増の6,858億バーツと4年ぶりに増加した（図表15）。また経常費用は保険金等支払と契約者配当が大きく増加した一方、責任準備金等繰入と手数料・コミッションが減少したため、前年比0.3%増の6,395億バーツと小幅の増加にとどまった。結果として、経常利益は前年比6.2%増の462億バーツとなり、2年ぶりに増加した。

（図表15）

生命保険業の収支動向

（億バーツ）

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	前年比
経常収益	7,112	7,083	6,876	6,813	6,858	0.7%
保険料等収入	5,880	5,780	5,607	5,546	5,571	0.5%
資産運用収益	1,197	1,269	1,229	1,216	1,233	1.4%
その他	35	34	40	51	53	4.8%
経常費用	6,546	6,685	6,403	6,377	6,395	0.3%
責任準備金等繰入	2,340	1,554	1,352	955	605	▲36.7%
保険金等支払	2,348	3,114	3,189	3,513	3,748	6.7%
契約者配当	469	521	465	512	616	20.4%
手数料・コミッション	710	749	695	675	664	▲1.5%
事業費等	680	747	701	722	762	5.5%
経常利益	566	398	473	435	462	6.2%

（資料）OIC

8—おわりに

2022年のタイ生命保険市場は世界経済の減速懸念によって投資家のリスク回避姿勢が強まりユニット・リンク保険のような投資型保険の販売が不調だったため、収入保険料が2年ぶりに減少した。しかしながら、高齢化や新型コロナウイルスの流行を背景とした健康意識の高まりにより医療保険の販売が好調だったほか、債券利回り上昇に伴う予定利率の引き上げにより普通保険の販売が回復するなど今後の市場拡大が期待される面もあった。

2023年のタイ経済は外需の悪化が重石となるも、観光関連産業を中心とした緩やかな景気回復が続いており、1～7月累計のタイ生命保険料収入は前年同期比4.5%増と回復している。世界経済の減速懸念により株高が進まず、ユニット・リンク保険の販売は2年続けて低調な結果となりそうだが、低金利環境からの脱却が進んでいるため養老保険を中心に保険販売は回復しそうだ。また医療保険への関心の高まりやデジタル化により保険の申請・加入が容易になるなど新世代の保険ニーズへの対応も進んできており、2年ぶりの市場拡大が視野に入りつつある。

（お願い）本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。