

保険・年金
フォーカス【アジア・新興国】
タイの生命保険市場(2023年版)経済研究部 准主任研究員 齊藤 誠
(03)3512-1780 msaitou@nli-research.co.jp

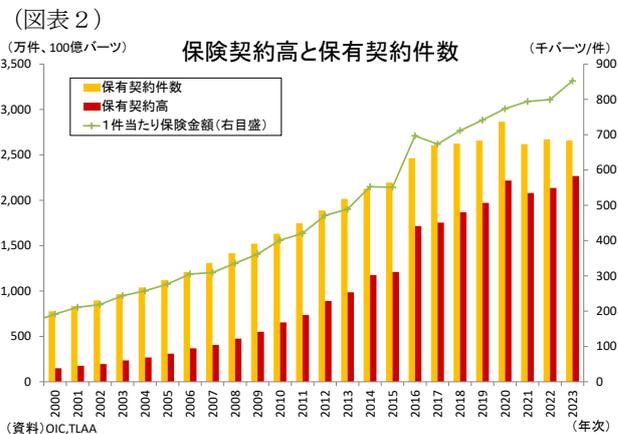
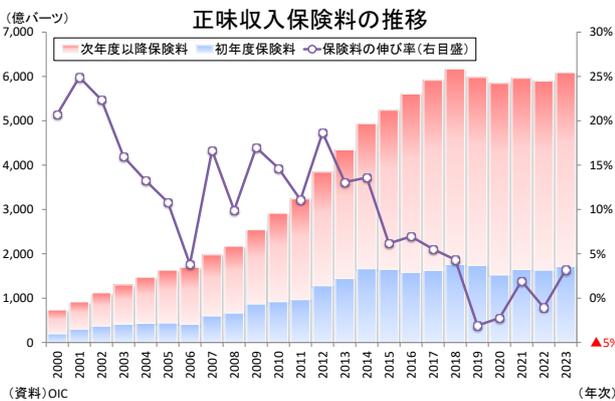
1—市場概況

2023年のタイ生命保険市場の正味収入保険料は前年比3.2%増の6,087億バーツ（約2.6兆円）となり2年ぶりに増加した（図表1）。正味収入保険料の内訳を見ると、初年度収入保険料が1,720億バーツ（同5.1%増）、次年度以降収入保険料が4,366億バーツ（同2.5%増）となり、それぞれ増加した。

保有契約件数は前年比0.4%減の2,659万件だったが、保有契約高は前年比6.2%増の22.7兆バーツ（約97.5兆円）となった（図表2）。結果として、1件当たりの保有契約高は85.2万バーツとなり、前年から5.3万バーツ増加した。

タイは中長期的な経済成長のペースが低下してきており、コロナ禍からの経済の回復が鈍い。2023年は実質GDP成長率が前年比+1.9%となり、コロナ禍からの景気回復局面にあった2022年の同+2.5%から失速した。雇用・所得環境が改善して民間消費が拡大する一方、輸出の低迷やコロナ関連支出の縮小などが景気の下押し要因となった。また2023年の名目GDP成長率は前年比3.1%増となり、インフレ加速により高成長となった2022年の同7.4%増から鈍化した。

2023年はタイ経済が減速したものの、生命保険販売は2年ぶりに改善した。タイ中銀がインフレ沈静化後もタカ派的な金融政策のスタンスを維持しており高めの金利水準が続いており、各社が予定利率を引き上げたことにより終身保険や養老保険など普通保険の販売が順調だった。また新型コロナウイルス感染症の流行に伴う健康意識の高まりや社会の高齢化により医療保険の需要が高まっているこ（図表1）



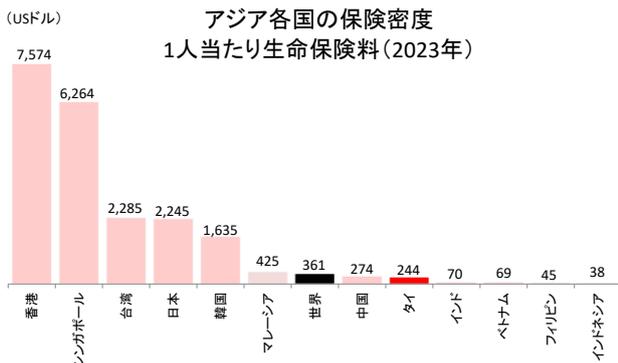
と、各社がデジタル技術を取り入れた販売を強化していることも市場拡大に寄与している。一方、世界経済の減速懸念によって投資家のリスク回避姿勢が強まり、運用成績が受取額に反映されるユニット・リンクのような投資型の保険の販売は低調だった。

(国際比較)

スイス再保険会社¹によると、2023年のタイの生命保険料（名目ベース）は前年比3.8%増の143億ドルとなり、世界全体の伸び率（同3.9%増）を小幅に下回った。上述のパーツ建て保険料の伸び率（同3.2%増）と比べてドル建ての保険料の増加幅が大きいのが、これは米国が利上げを進めた2022年はタイ・パーツが減価したのに対し、2023年はタイ中銀の金融引き締めによってパーツが高めに推移したためである。

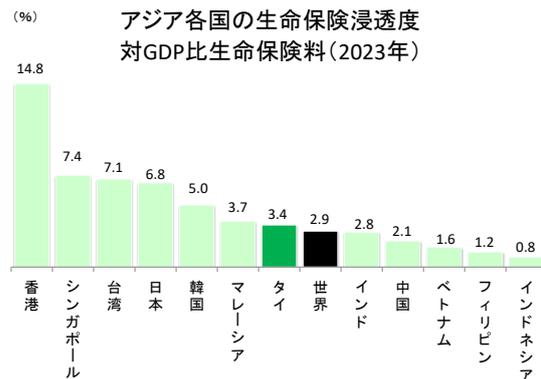
2023年のタイの保険密度（国民1人当たり生命保険料）は244ドル、生命保険浸透度（対GDP比生命保険料）は3.4%であり、依然として日本や、韓国・台湾・香港・シンガポールといったNIEs（新興工業経済地域）4カ国と比べると低水準に止まっている（図表3、図表4）。このことはタイ生命保険市場が将来の成長余地が十分にあることを示しており、それぞれの指標は今後も緩やかに上昇していく余地があるといえる。

(図表3)
アジア各国の保険密度
1人当たり生命保険料(2023年)



(資料) Swiss Re, sigma No3/2024

(図表4)
アジア各国の生命保険浸透度
対GDP比生命保険料(2023年)



(資料) Swiss Re, sigma No3/2024

2 保険商品別の販売動向

商品別に収入保険料（元受ベース）を見ると、最大の普通保険が前年比3.5%増の3,853億パーツ、団体保険が同4.9%増の504億パーツとそれぞれ増加した一方、ユニット・リンク（ユニバーサル保険を含む）が同7.7%減の355億パーツとなり減少した（図表5）。特約については、医療特約（同4.9%増）や重大疾病特約（同11.0%）などが増加した。

タイでは、新型コロナウイルスの感染拡大をき

(図表5)

(億パーツ)

	2022	2023	構成割合	
			構成割合	前年比
主契約	4,845	4,983	78.7%	+2.8%
普通保険	3,722	3,853	60.8%	+3.5%
簡易保険	47	42	0.7%	▲9.7%
団体保険	480	504	8.0%	+4.9%
年金保険	157	180	2.8%	+14.3%
ユニット・リンク	385	355	5.6%	▲7.7%
その他	52	49	0.8%	▲7.4%
特約	1,269	1,352	21.3%	+6.5%
傷害特約	167	169	2.7%	+0.9%
医療特約	860	902	14.2%	+4.9%
重大疾病特約	176	196	3.1%	+11.0%
その他	65	85	1.3%	+30.7%
合計(元受ベース)	6,114	6,334	100.0%	+3.6%

(資料) TLAA

¹ スイス再保険会社 Swiss Re, Sigma No3/2024

っかけに主契約に医療特約を付加する契約者が増えており、2023年も順調に販売が伸びた。またユニット・リンクのような投資型の保険は増加基調にあったが、昨年は金融市場のリスク回避姿勢が強まるなかで保険販売が伸び悩んだ。

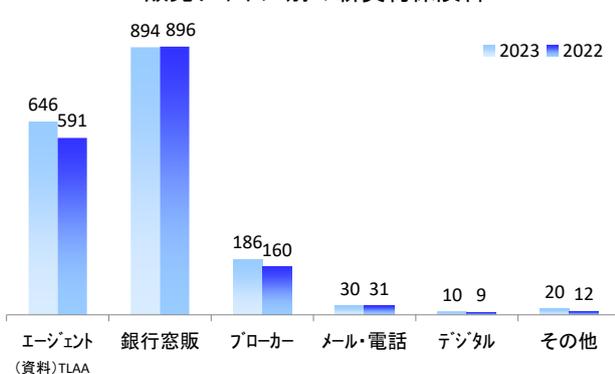
3—販売チャネル別の販売動向

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トが前年比 9.2%増の 646 億パーツとなり、3年連続で増加してコロナ禍前の 2019 年の水準を上回った。一方、近年好調の銀行窓販が同 0.2%減の 894 億パーツとなり、2年連続で減少した（図表 6）。このほか、ブローカー（同 16.0%増、186 億パーツ）とデジタル（同 7.8%増、10 億パーツ）、職域や来店型を含むその他のチャネル（同 68.8%増、20 億パーツ）が増加した一方、メール・電話（同 2.8%減、30 億パーツ）が減少した。

収入保険料を見ると、最大のエージェントが同 4.2%増の 3,389 億パーツ、銀行窓販が前年比 1.4%増の 2,391 億パーツとなり、それぞれ増加した。またブローカー（同 16.2%増、308 億パーツ）とデジタル（同 11.1%増、19 億パーツ）が好調だった一方、メール・電話（同 2.1%減、137 億パーツ）が小幅に減少した。結果として、収入保険料シェアはエージェントが 53.5%と最も大きく、前年から 0.3%ポイント上昇した。他方、銀行窓販は 37.7%となり、前年から 0.9%ポイント低下した（図表 7）。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たため販売が伸び悩み、シェアが低下傾向にある。

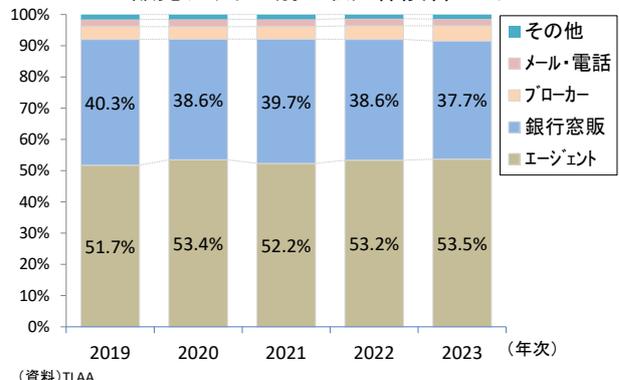
（図表 6）

（億パーツ） 販売チャネル別の新契約保険料



（図表 7）

販売チャネル別の収入保険料シェア



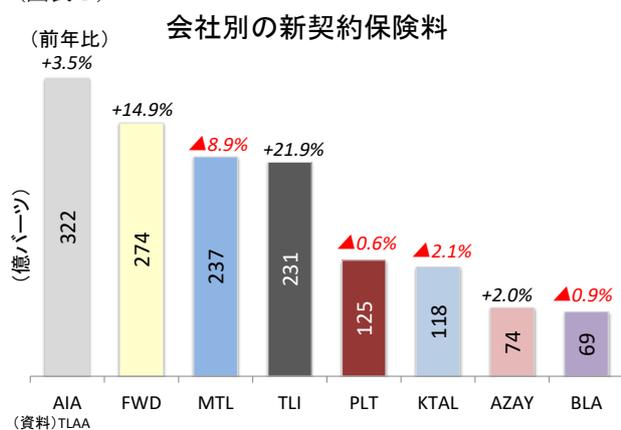
4—会社別の販売動向

会社別に新契約保険料（上位 8 社、元受ベース）を見ると、エージェント販売が主力の最大手の AIA が終身保険や医療保険の販売が好調で 322 億パーツ（前年比 3.5%増）と増加した（図表 8）。FWD はエージェント販売と銀行窓販が大きく伸びて前年比 14.9%増の 274 億パーツとなり 2 位に浮上、Muang Thai Life は昨年好調だった医療保険の販売が伸び悩み 237 億パーツ（同 8.9%減）の 3 位に転落した。Thai Life は一時払いの終身保険の販売が好調で 231 億パーツ（同 21.9%増）と大幅に増加して 4 位だった。そして 5 位以下の順位は昨年と変わらず Prudential Life（125 億パーツ、同 0.6%

減)、Krungthai AXA Life (118 億バーツ、同 2.1%減)、Allianz Ayudhya (74 億バーツ、同 2.0%増)、Bangkok Life (69 億バーツ、同 0.9%減) と続いた。

収入保険料シェア (上位 8 社) を見ると、まず最大手の AIA は 25.0% (対前年 0.1%ポイント増) となり、新契約保険料が回復したためシェアが小幅に上昇した (図表 9)。また AIA と同様にエージェント販売が中心の Thai Life は 14.3% (対前年 0.1%ポイント減)、Allianz Ayudhya は 5.7% (対前年 0.1%ポイント増) となり、それぞれ小幅にシェアが変動した。一方、銀行窓販が中心の FWD は 14.2% (対前年 0.5%ポイント増)、Prudential Life は 5.5% (対前年 0.4%ポイント増) となり、それぞれシェアが上昇したが、Muang Thai Life は 11.2% (対前年 0.1%ポイント減)、Krungthai AXA Life は 7.1% (対前年 0.3%ポイント減)、Bangkok Life は 5.4% (対前年 0.5%ポイント減) とシェアを落とすなど、明暗が分かれる結果となった。

(図表 8)



(図表 9)

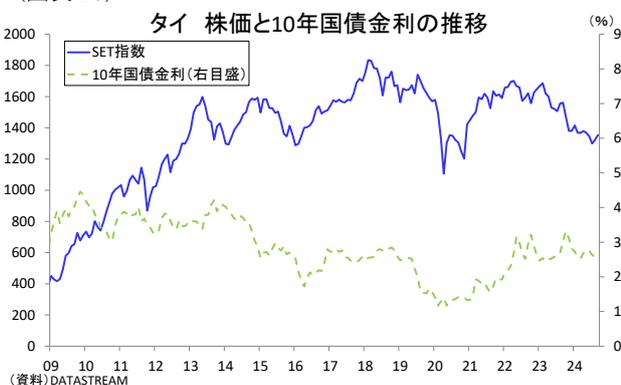


5—資産運用状況

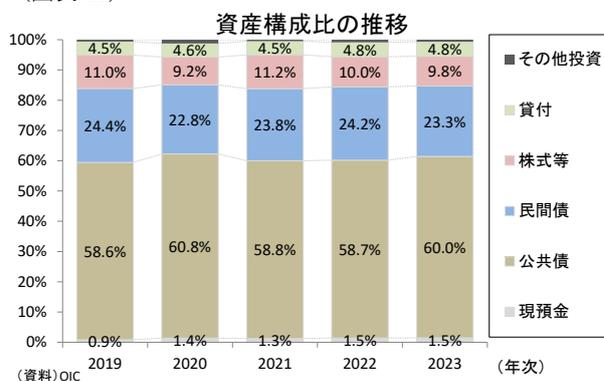
2023 年はインフレ抑制に向けた金融引き締めを受けて世界経済が減速したため、投資家のリスク回避姿勢が強まったほか、タイ国内では総選挙後も政治的な不透明感がくすぶり続けたため、タイの代表的な株価指数である SET 指数は低下傾向で推移し、通年で前年比 16.3%下落する結果となった (図表 10)。

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

(図表 10)



(図表 11)



だったが、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が進むなか、米国の金利上昇につられる形でタイの長期金利が上昇した。また2022年8月から2023年9月にかけてはタイ中銀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進めて政策金利を0.5%から2.5%まで引き上げた。こうした内外要因からタイ10年国債金利は2020年の1%台前半から2022年後半にかけて2%台後半まで上昇し、概ねコロナ前の水準まで戻ることとなった。

タイ生命保険会社の運用資産構成割合を見ると、2023年は公共債が60.0%、民間債が23.3%、株式等が9.8%、貸付が4.8%だった(図表11)。2023年は株価が下落する一方、金利が高めの水準で横ばい圏の推移となったため、民間債や株式等のウェイトが縮小する一方で公共債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1,249億バーツとなり、前年から16億バーツ増加(前年比1.3%増)した。

6—収支動向

2023年の生命保険業の収支動向を見ると、保険料等収入が前年比4.0%増、資産運用収益が同1.3%増とそれぞれ増加して、経常収益は前年比3.7%増の7,108億バーツとなりコロナ禍前の水準を回復した(図表12)。また経常費用は契約者配当をはじめとして保険金等支払、手数料・コミッションが増加したが、責任準備金等繰入が減少したため、前年比2.7%増の6,569億バーツとなり小幅の増加にとどまった。結果として、経常利益は前年比16.6%増の539億バーツとなり、2年連続で増加した。

(図表12)

生命保険業の収支動向

(億バーツ)

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	
					前年比	
経常収益	7,083	6,876	6,813	6,858	7,108	3.7%
保険料等収入	5,780	5,607	5,546	5,571	5,793	4.0%
資産運用収益	1,269	1,229	1,216	1,233	1,249	1.3%
その他	34	40	51	53	66	23.2%
経常費用	6,685	6,403	6,377	6,395	6,569	2.7%
責任準備金等繰入	1,554	1,352	955	605	517	▲14.6%
保険金等支払	3,114	3,189	3,513	3,748	3,863	3.1%
契約者配当	521	465	512	616	688	11.6%
手数料・コミッション	749	695	675	664	690	3.8%
事業費等	747	701	722	762	811	6.5%
経常利益	398	473	435	462	539	16.6%

(資料)OIC

7—おわりに

2023年のタイ生命保険市場は世界経済の減速懸念を受けて投資家のリスク回避姿勢が強まりユニット・リンクのような投資型の保険の販売は不調だったが、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したため、収入保険料が2年ぶりに増加した。

2024年のタイ経済はモノの輸出が緩やかに回復するなかで年2~3%程度の成長が予想されており、また金利水準は現在のところ高めの水準で横ばいの推移となっている。生保市場は引き続き終身保険や養老保険などの普通保険を中心に販売が伸びて、収入保険料は前年並みに増加しそうだ。上半

期（1～6月累計）のタイ生命保険料収入をみると、前年同期比 3.8%増と順調に伸びている。足元では米国の金融緩和が秒読みとなっており、世界的な景気減速懸念が和らぐなかで投資マインドが改善してユニット・リンクの販売は次第に持ち直しに向かうことが期待される。また医療保険への関心の高まりや各社のデジタル化を取り入れた販売強化なども追い風となり、2年連続での市場拡大が予想される。