

BCG

INSURANCE

保険商品・サービスの提供等の在り方に関する ワーキング・グループ (第2回) 日本の保険市場について

2012年6月27日

ボストン・コンサルティング・グループ

シニアパートナー(アジアパシフィック地域保険チーム・ヘッド)

加藤 広亮

THE BOSTON CONSULTING GROUP

日本の保険市場について

本日は "一步引いた目線" から、日本保険市場の全体像についてお話し申し上げたい

- 時間制約もあり、生保市場中心の資料構成になる点、お許し頂きたい

その上で、本ワーキング・グループでの検討を進めていく上で重要と考える3つのキーワードをご説明申し上げたい

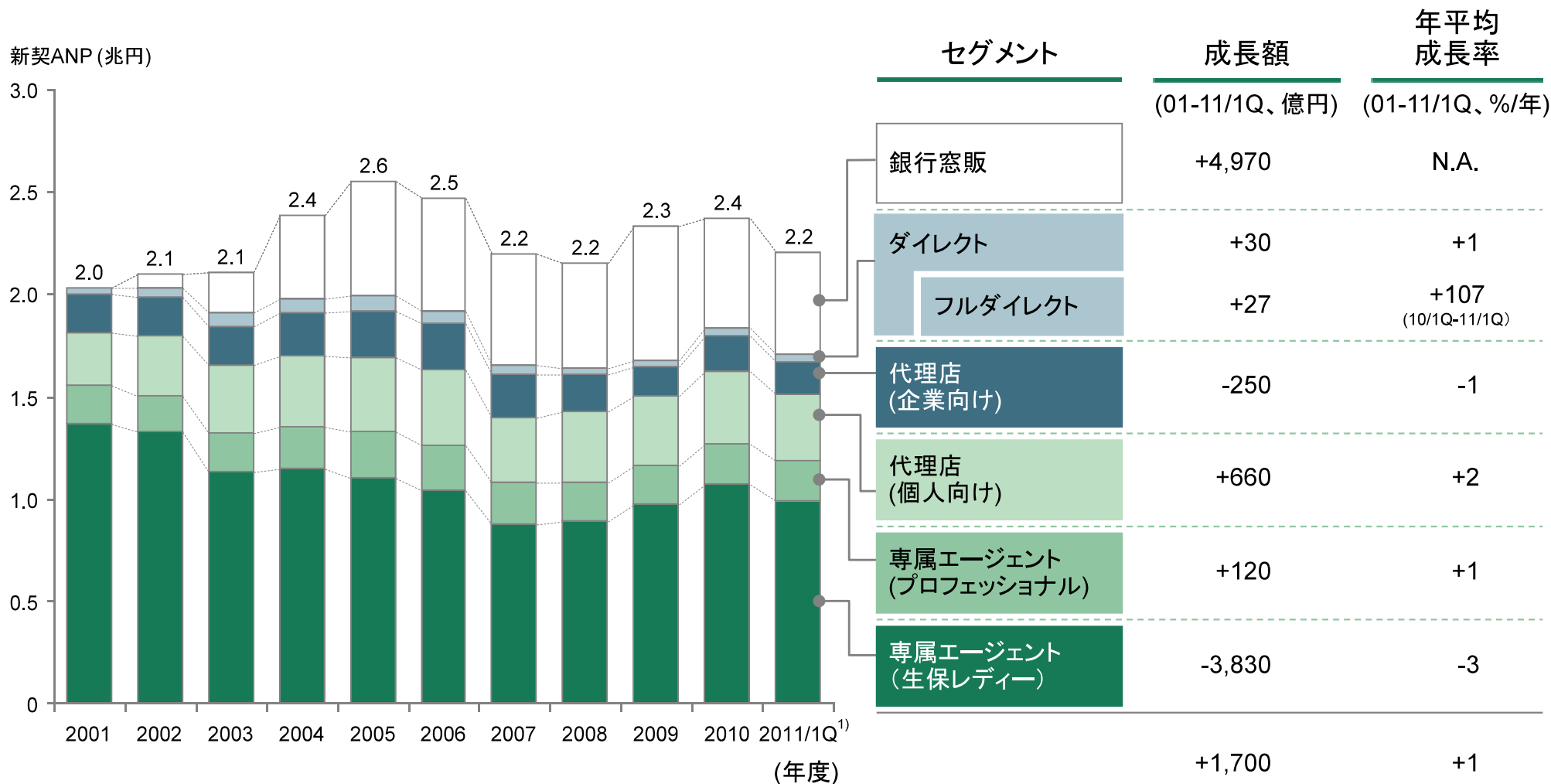
- ① 「家族のための保険」から、「自分のための保険」へ
- ② 「情報の受け手」から、「情報を選択」する消費者へ
- ③ 「公助」中心から、「私助と公助が共働・連携」する社会へ

注意事項

本資料記載の数値等は弊社推計／推測による議論用参考値であり、その正確性を保証するものではありません。また、ここに記述の内容は、投資判断等を目的とした活用には適さず、その活用の結果生じた結果について、弊社としていかなる責任も負えません。また、無断での転載・転用もお断り致します

日本生保市場の新契約保険料推移 (ANPベース、チャネル別・弊社推計値)

総額としてはほぼ横ばいだが、その中でのセグメント・シフトが激しい市場環境

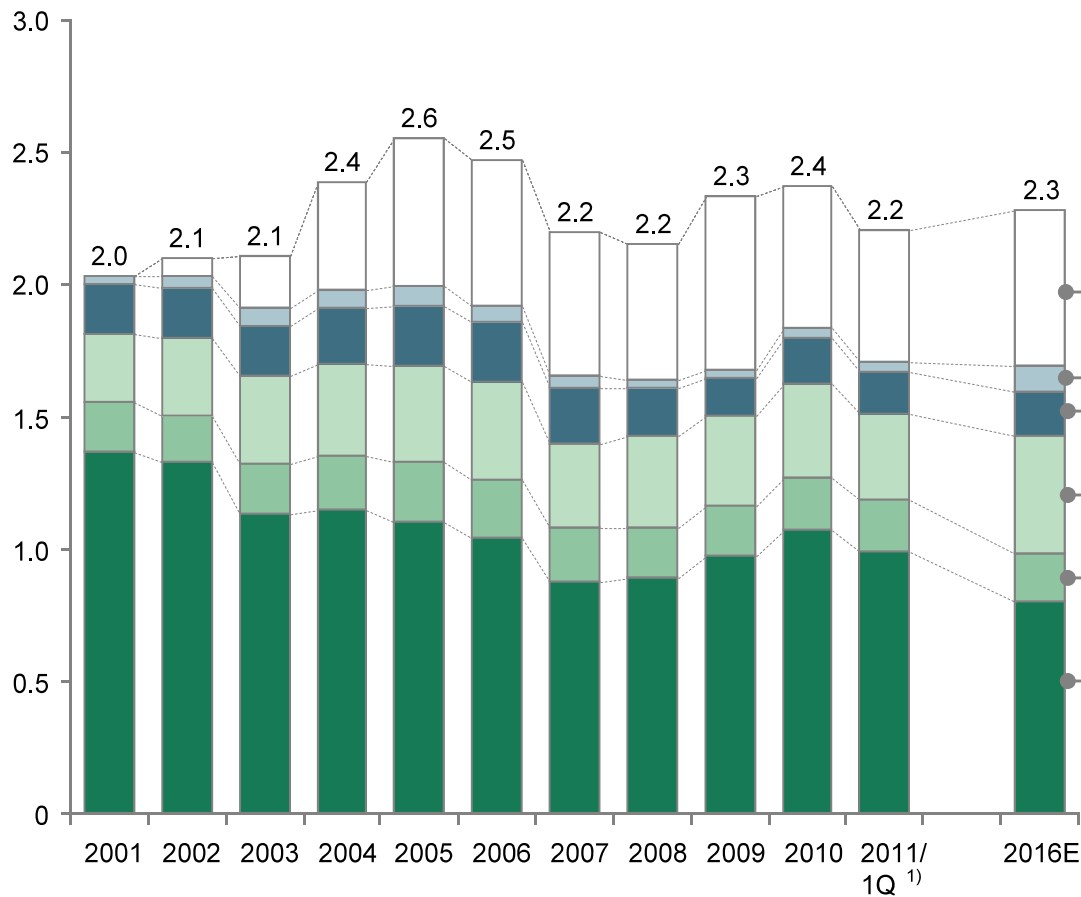


1. 年換算ベース
出所: BCG分析
D120627TE-c1/KK2419

日本生保市場の新契約保険料予測 (2016年、弊社による試算値)

全体市場規模は堅調。但し、セグメント間のシフトがさらに進む市場を予測

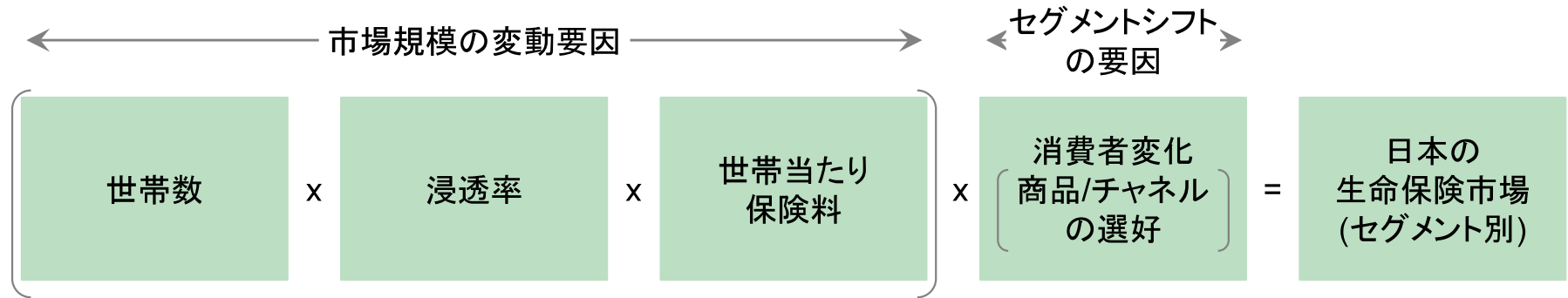
新契ANP (兆円)



セグメント	成長額 (FY11-16、億円)	5年成長率 (FY11-16、%)
銀行窓販	+910	+18
ダイレクト	+580	+152
代理店 (企業向け)	+130	+8
代理店 (個人向け)	+1,180	+36
専属エージェント (プロフェッショナル)	-150	-7
専属エージェント (生保レディー)	-1,880	-19
合計	+770	+3

1. 年換算ベース
出所: BCG分析
D120627TE-c1/KK2419

日本生保市場の将来予測を行った「弊社フレームワーク」と「主要な変化ドライバー」



主要な変化ドライバー

1. 人口動態のシフト
 - シニア
 - ミドル (家族、DINKS、独身)
 - 若者世代
2. 所得の2極化
3. 社会保障システムに対する不安
 - 健康保険、年金制度の在り方
4. 保険浸透率の変化
 - 女性、60代の上昇
 - 20代、30代の下落
5. 家族セグメントの減退
 - 他セグメントは横ばいで推移と推測
6. 独立した助言を求める消費者のニーズの高まり
7. 商品ニーズのシフト
 - 家族のための保険から自分のための保険へ
8. ネットを通じた購買の広まり

①「家族のための保険」から、「自分のための保険」へ 変化ドライバー1: 人口動態のシフト (世帯ベース)

セグメント		世帯数			商品ニーズ	世帯当たり 保険料 <small>(試算値、万円/世帯/年)</small>	
		2011 <small>(百万)</small>	2016 <small>(百万)</small>	変化率 <small>(%)</small>			
シニア	<ul style="list-style-type: none"> 65歳～ 	13.5	18.5	+37%	<ul style="list-style-type: none"> 自分のための保険 'Security for me' - 年金、介護等 	43	
中高年	ファミリー	<ul style="list-style-type: none"> 30～65歳 既婚、子供あり 	12.0	9.7	-19%	<ul style="list-style-type: none"> 家族のための保険 - 死亡保障 - 付随的な 医療特約等 	45
	DINKS	<ul style="list-style-type: none"> 30～65歳 既婚、子供なし 	11.4	10.2	-11%		47
	シングル	<ul style="list-style-type: none"> 30～65歳 シングル 	6.8	8.0	+17%	<ul style="list-style-type: none"> 自分のための保険 'Security for me' - 医療／がん治療 費カバー - 資産積立 - シンプルな 死亡保障 (葬儀代等) 	19
若年	<ul style="list-style-type: none"> ～30歳 	5.2	4.1	-21%		14	
合計		49.1	52.5	+7%			

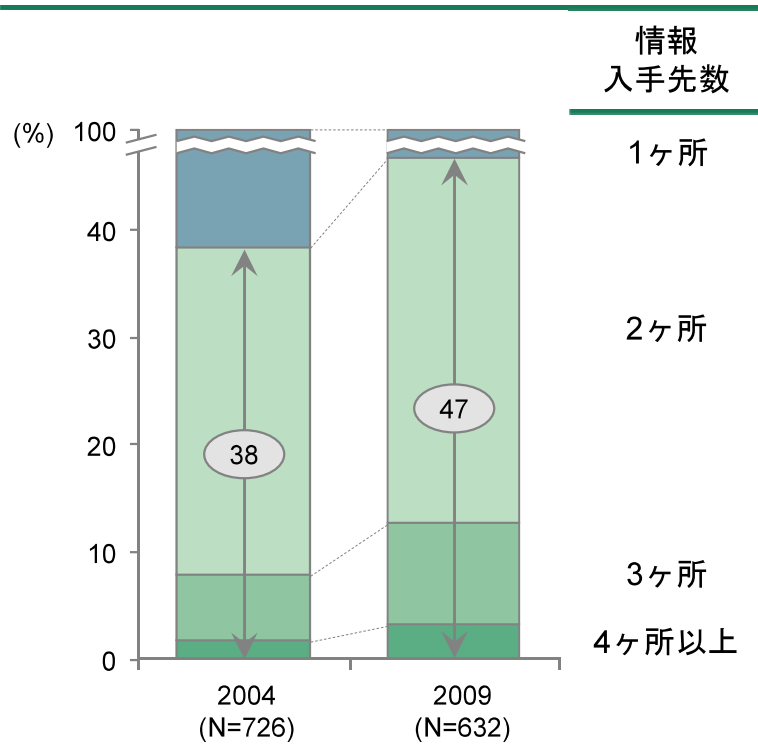
Source: National Institution of Population and Social Security Research; JILI; BCG estimates and analysis

D120627TE-c1/KK2419

THE BOSTON CONSULTING GROUP

②「情報の受け手」から、「情報を選択」する消費者へ 変化ドライバー6: 独立した助言を求める消費者のニーズの高まり

保険購買における情報入手先数



どこで保険の情報入手をしますか？

どこで保険のアドバイスをもらいますか？

	2001年 12月	2010年 12月	2001年 12月	2010年 12月
生保 レディー	51.7%	35.7%	56.0%	44.9%
代理店	16.1%	31.8%	15.8%	36.8%
ネット	23.1%	48.1%	10.0%	15.2%

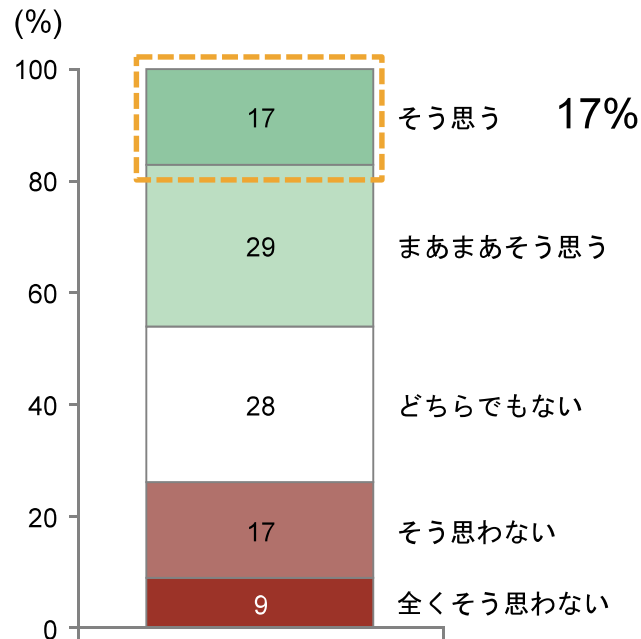
ある消費者の例



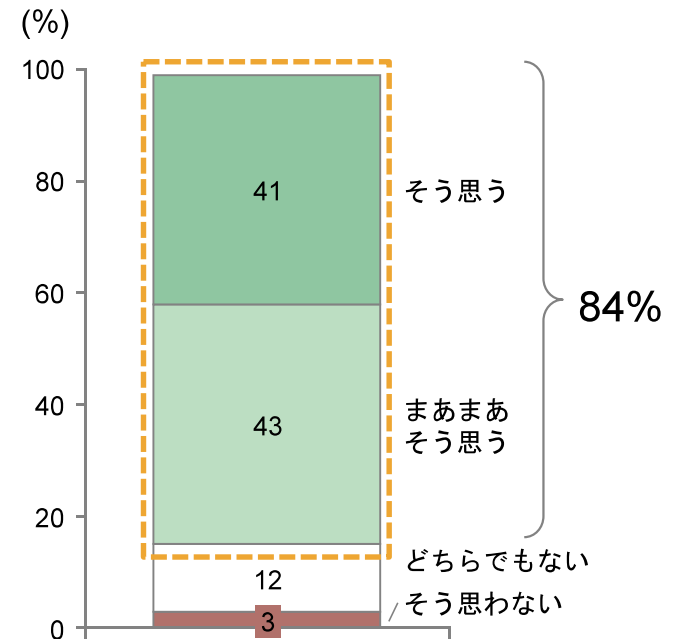
参考：保険代理店の顧客対応状況

顧客が「定期的にコミュニケーションしている」と認識している代理店は17%のみ

定期的に代理店担当者とのコミュニケーションを取っている

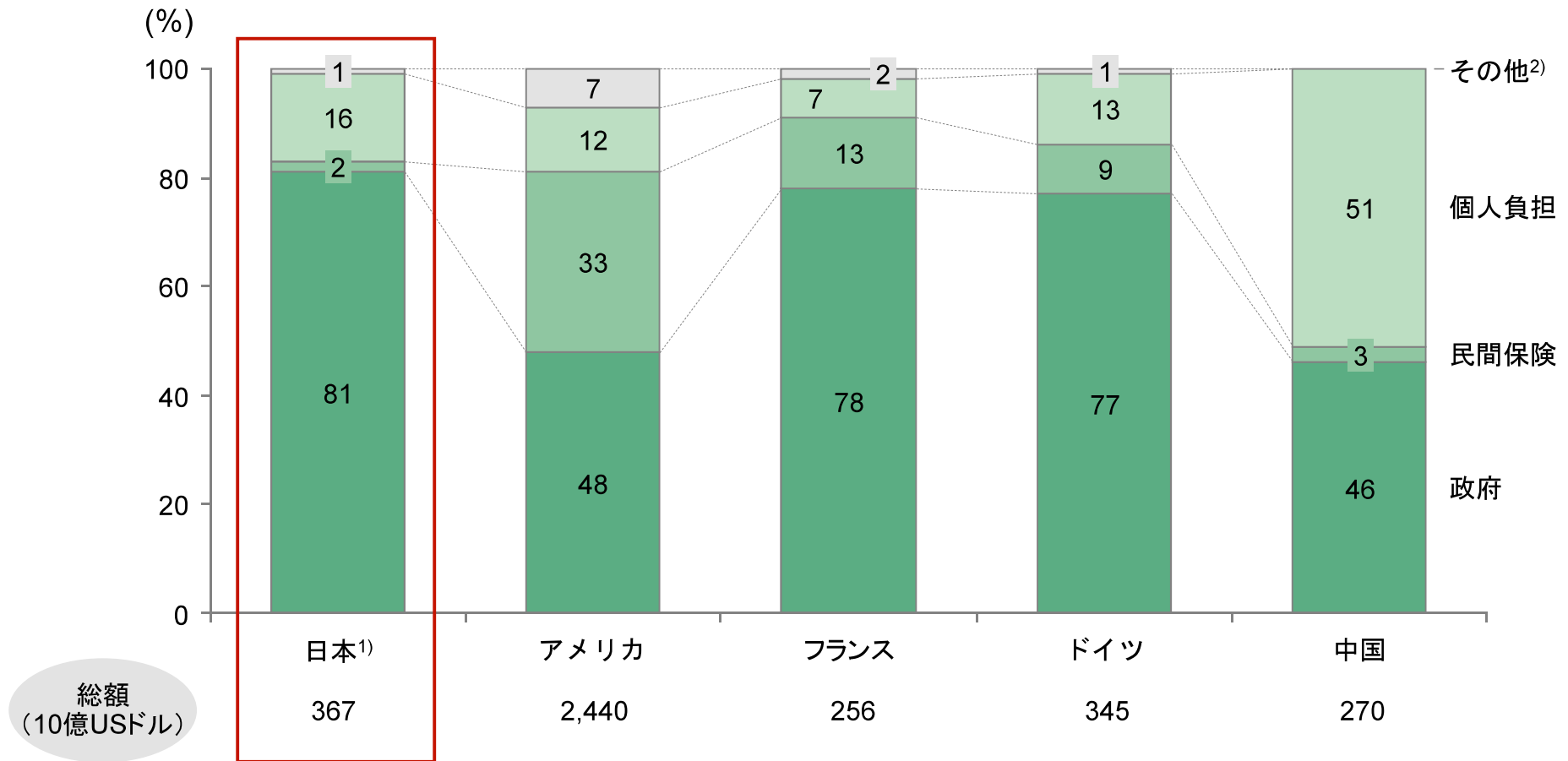


年に1度は保険内容の見直しや、値下げの可能性について確認して欲しい



③ 「公助」中心から、「私助と公助が共働・連携」する社会へ 諸外国における私助と公助の構成比(医療保険の例)

総保険医療支出の財政負担内訳, 2009年

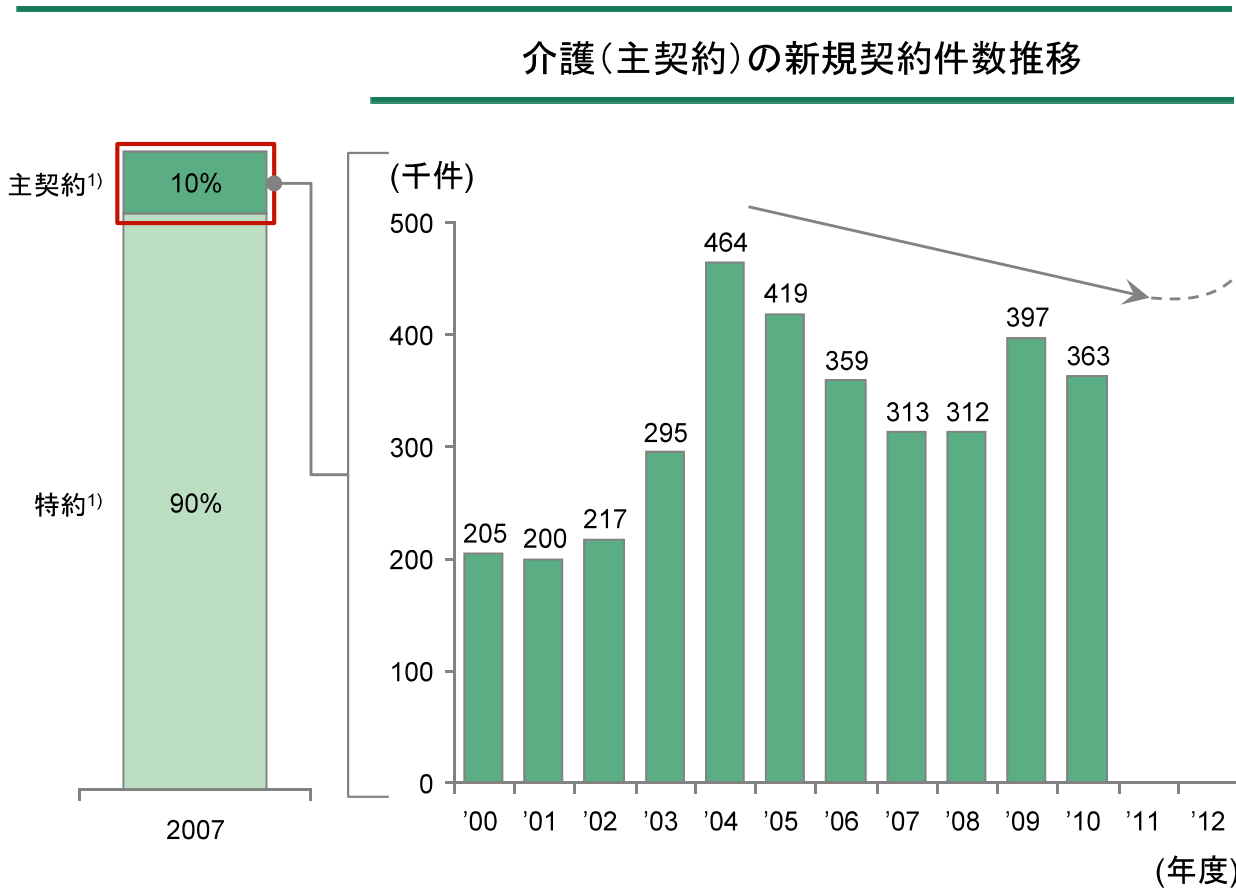


1. 日本は2008年数値、2.企業負担、その他公的負担等
Source: OECD, WHO
D120627TE-c1/KK2419

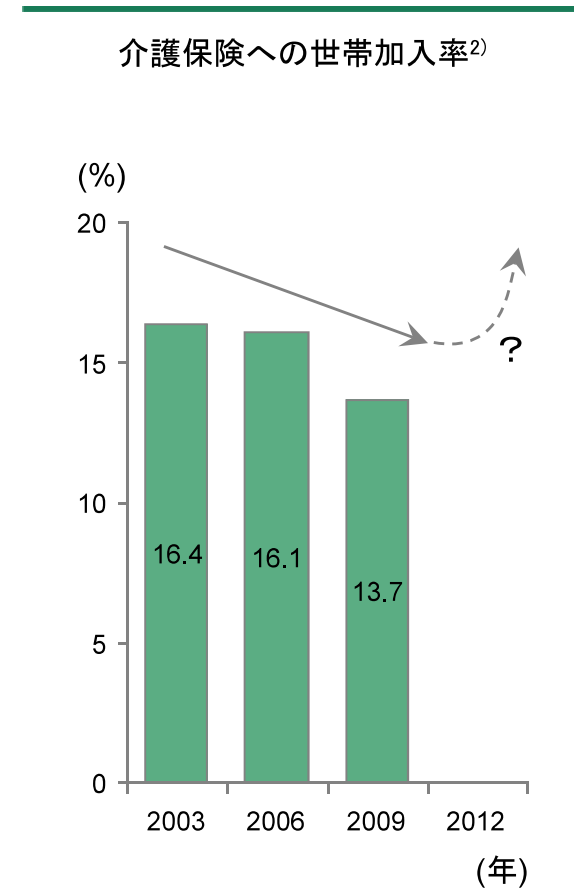
「私助」市場をより発展させていくには、何が求められているのか？

日本における民間介護保険市場の推移

契約件数



加入率



1. アンケート回答企業による。2. 特約を含む
 Source: 生命保険統計号、生命保険文化センター、社団法人シルバーサービス振興会「介護保険制度下における民間保険等の活用に関する調査研究事業報告書」

本日申し上げたこと(まとめ)

日本生保市場の全体像:「これまで」と「これから」

- これまで:「成熟/飽和した」市場と言う一般的な印象と異なり、過去10年の日本保険市場は「激しいセグメント・シフト」を経ながら、世界有数の規模を保ってきた
- これから:弊社予測では「今後の将来も堅調な市場規模」を見通すが、その前提は「一層のセグメント・シフト」を許容しながら、市場活力が今後も保たれていくこと
- この“市場活力の活性化”という文脈で、本WG諮問事項①の「多様なニーズに応えるための保険商品やサービスの提供及び保険会社等の業務範囲の在り方」は重要な論点と思料

尚、以下3つのキーワードも申し上げた

- ① 「家族のための保険」から、「自分のための保険」へ - 死亡保障+特約だけでなく、医療・介護・所得補償・年金等の単品
- ② 「情報の受け手」から、「情報を選択」する消費者へ - 「情報を抑える」より、「公正な情報発信促進」が今後の力点では？
- ③ 「公助」中心から、「私助と公助が共働・連携」する社会へ - 医療・介護等の分野では、公私連携・対話が市場育成の鍵

これらを踏まえると、今後の規制のあり方について、以下のような視点が重要になるのではないか？

- 「限定列挙に代表される“限定・制約”をベースにした規制枠組み」から
- 少子高齢化等の状況を踏まえ、「国民経済全体に資する“公助・私助の共働・連携”を可能にする官民連携や、各社の創造性・市場開発力を活性化する柔軟なプリンシパル・ベースの規制枠組み」への一層の進化
- 尚、当然のことながら、上記のような規制枠組みを推進していく場合、ソルベンシー等の保険会社健全性を担保する仕組みが整備されていることが前提