



**OLIS 2010 Autumn**

# 生命保険事業概要

2010年10月21日

財団法人アジア生命保険振興センター  
野口 修作

# 講義の概要

- I. 生命保険事業の推移
  - 1. 業界の規模
  - 2. 商品とチャネル
  - 3. 資産運用
- II. 環境要因の推移
- III. 保険事業概要のまとめ
  - 1. 少子高齢化社会での保険ニーズの変化
  - 2. 伝統的ビジネスモデル  
(大規模会社)の現状
  - 3. 販売チャネル多様化の中での戦略
- 付録. 2009年度決算資料
  - 1. 主要契約状況
  - 2. 2009年度決算 (全体の概要)

# I. 生命保険事業の推移



# 1. 業界の規模

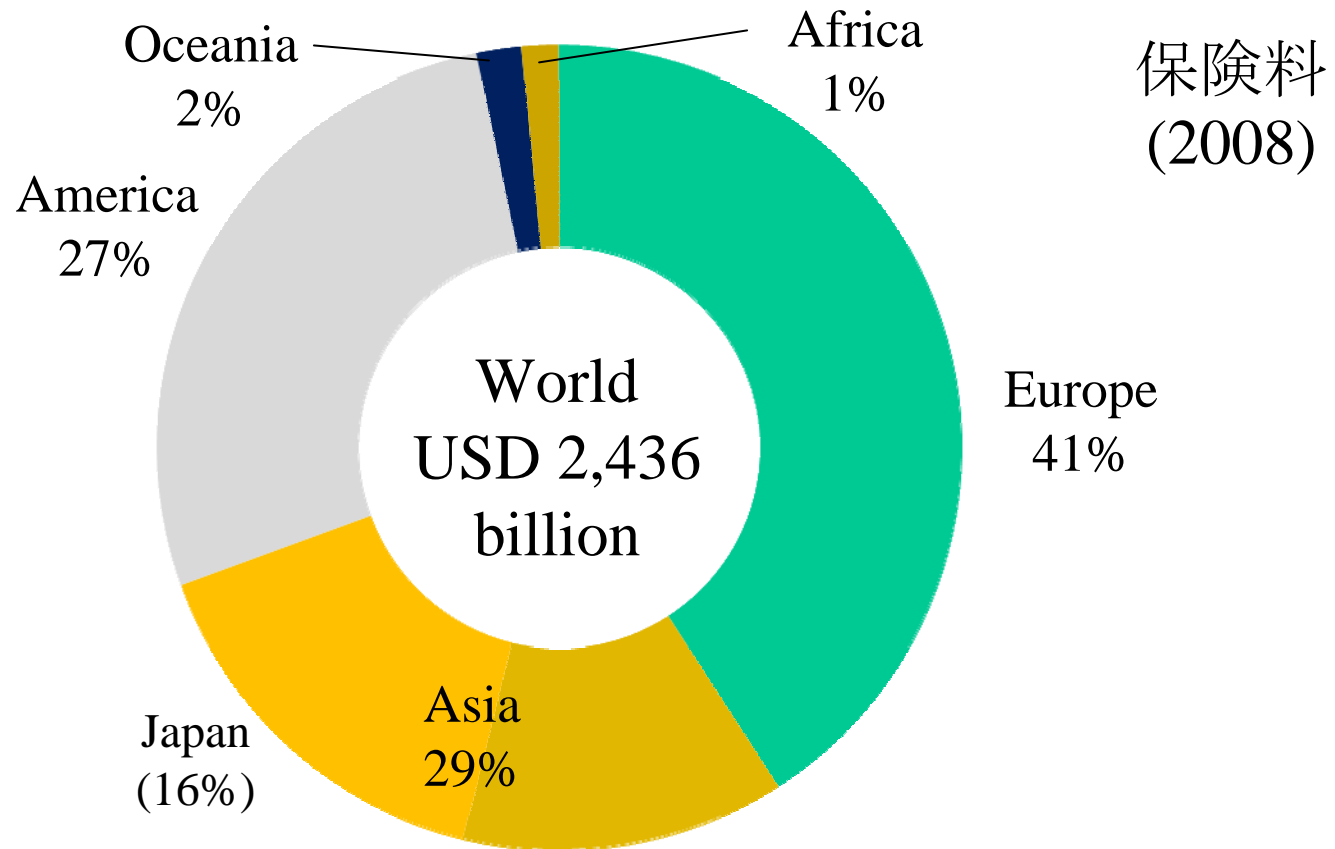
# 業界の規模

As of March 31, 2010

Business in force	¥997 trillion (\$10.69 trillion)
Premiums	¥34 trillion (\$365 billion)
Assets	¥318 trillion (\$3.41 trillion)

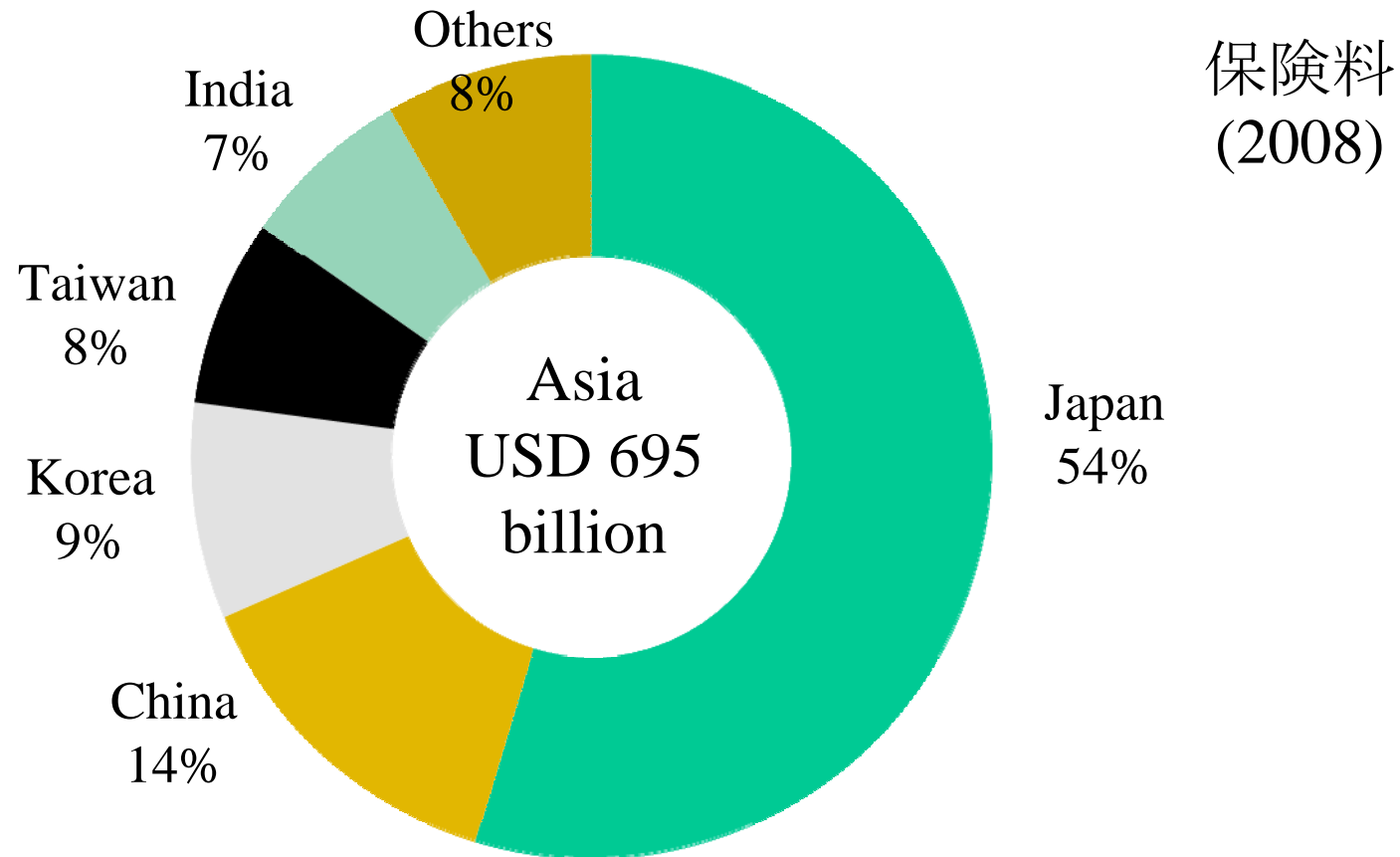
Source: LIAJ

# 世界全体での割合



資料: スイス再保 “シグマ”

# アジア全体での割合



資料: スイス再保 “シグマ”

# 日本の生命保険市場

Country	Population (Millions)	Premium		Premium (% in GDP)	Premium (per capita)
		Millions US\$	Ranking		
Japan	127.9	367,112	2	9.8	2,869.5
China	1336.0	95,831	6	3.3	71.7
South Korea	49.3	66,417	8	11.8	1,347.7
Taiwan	23.1	52,748	9	16.2	2,288.1
India	1185.1	48,860	10	4.6	41.2
Hong Kong	7.3	21,324	21	11.2	2,929.6
Singapore	4.5	11,445	28	7.8	2,549.0
Malaysia	27.0	6,105	31	4.3	225.9
Thailand	64.3	4,966	34	3.3	77.2
Indonesia	234.3	4,704	35	1.3	20.1
Philippines	89.7	1,449	41	1.4	16.2
Vietnam	88.5	660	52	1.4	7.5
Bangladesh	161.3	537	55	0.9	3.3
Pakistan	167.0	472	58	0.8	2.8
Sri Lanka	19.4	249	65	1.4	12.8
<b>Total</b>	<b>3973.3</b>	<b>690,951</b>		<b>6.0</b>	<b>173.9</b>

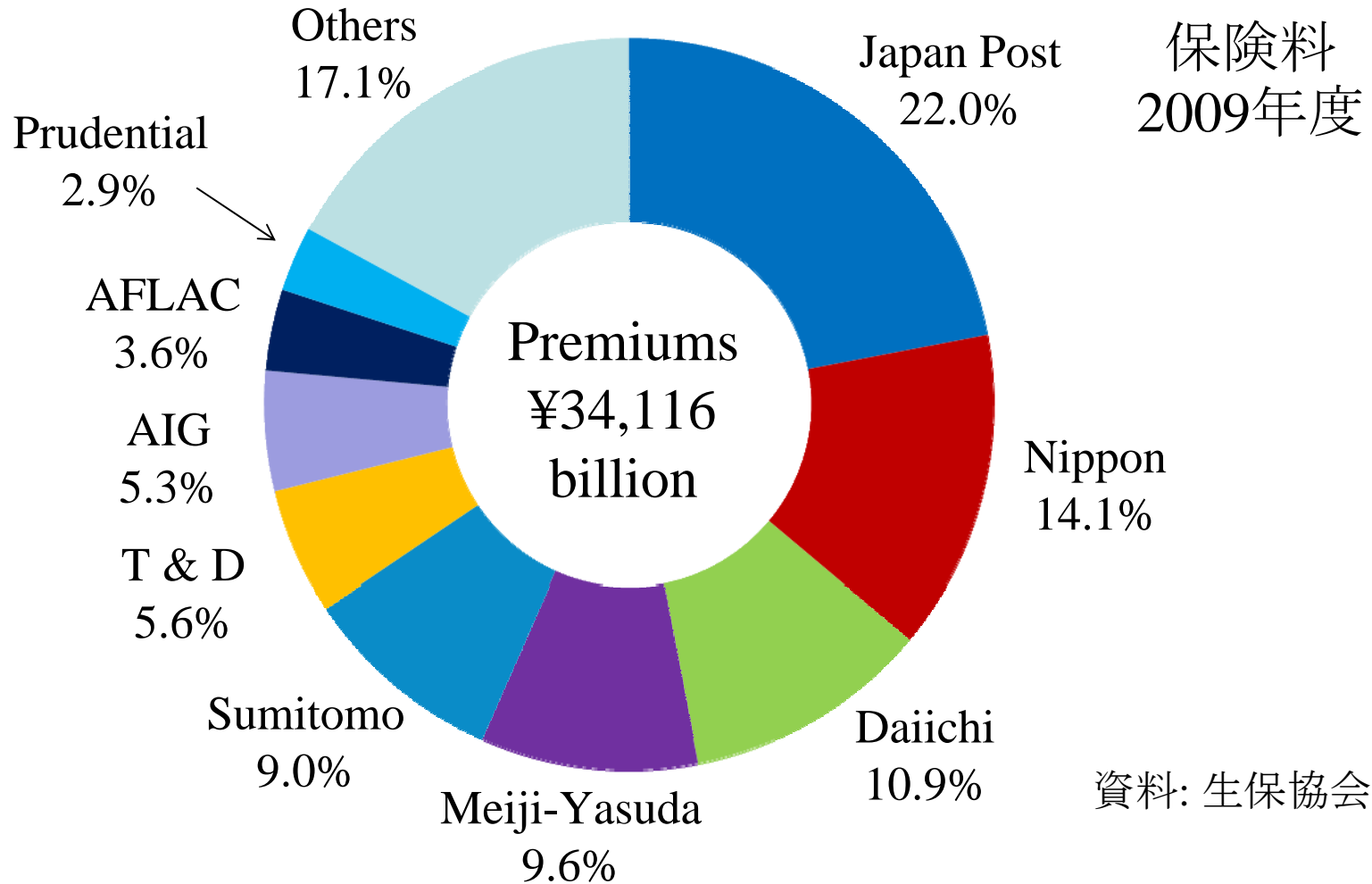


# 生命保険会社数

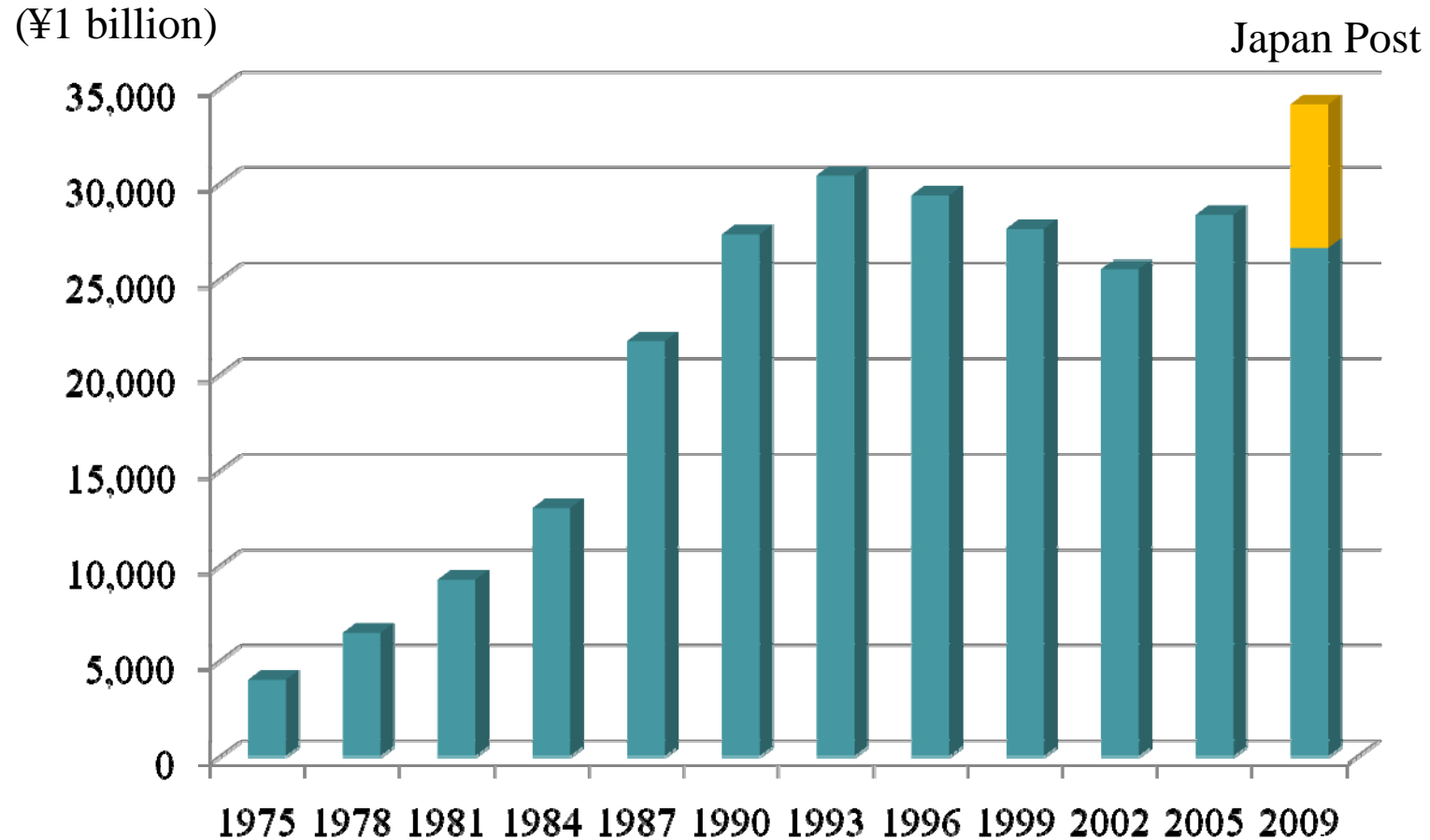
Domestic Companies	20
Foreign Companies	18
Life Subsidiaries of Nonlife Companies	9
<b>Total</b>	<b>47</b>

(April 2010)

# 主要各社のシェア

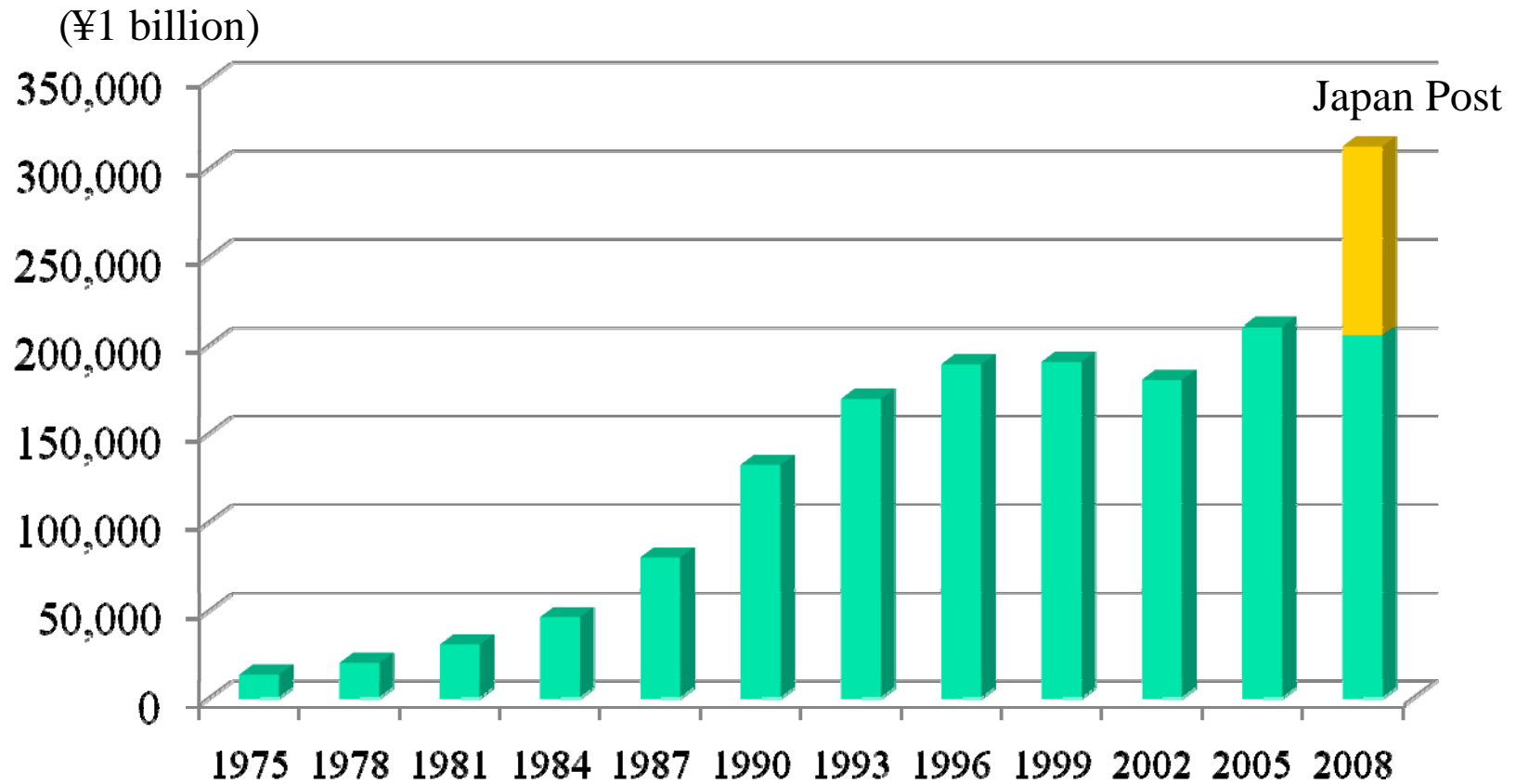


# 保険料の推移



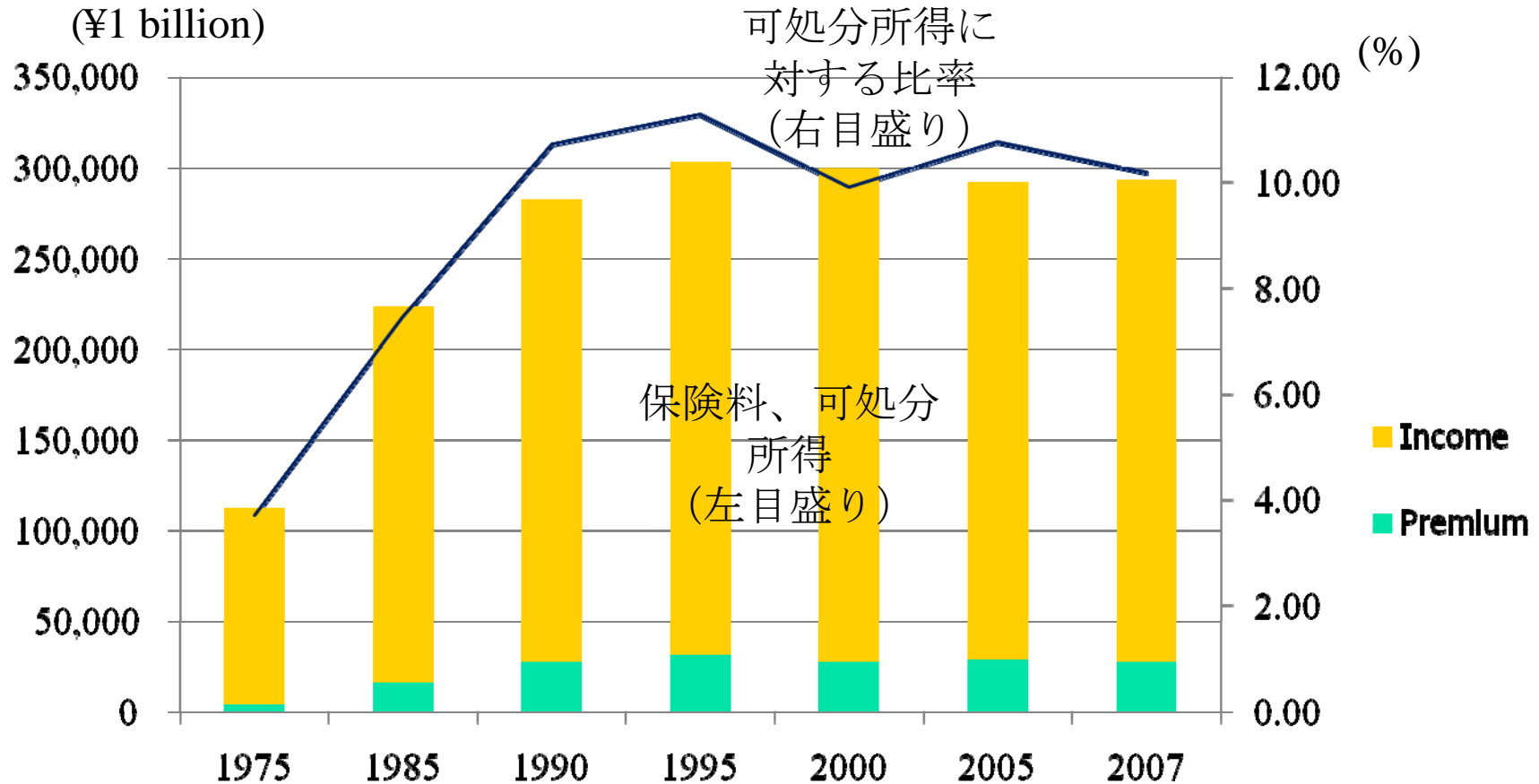
資料: 生保協会

# 総資産の推移



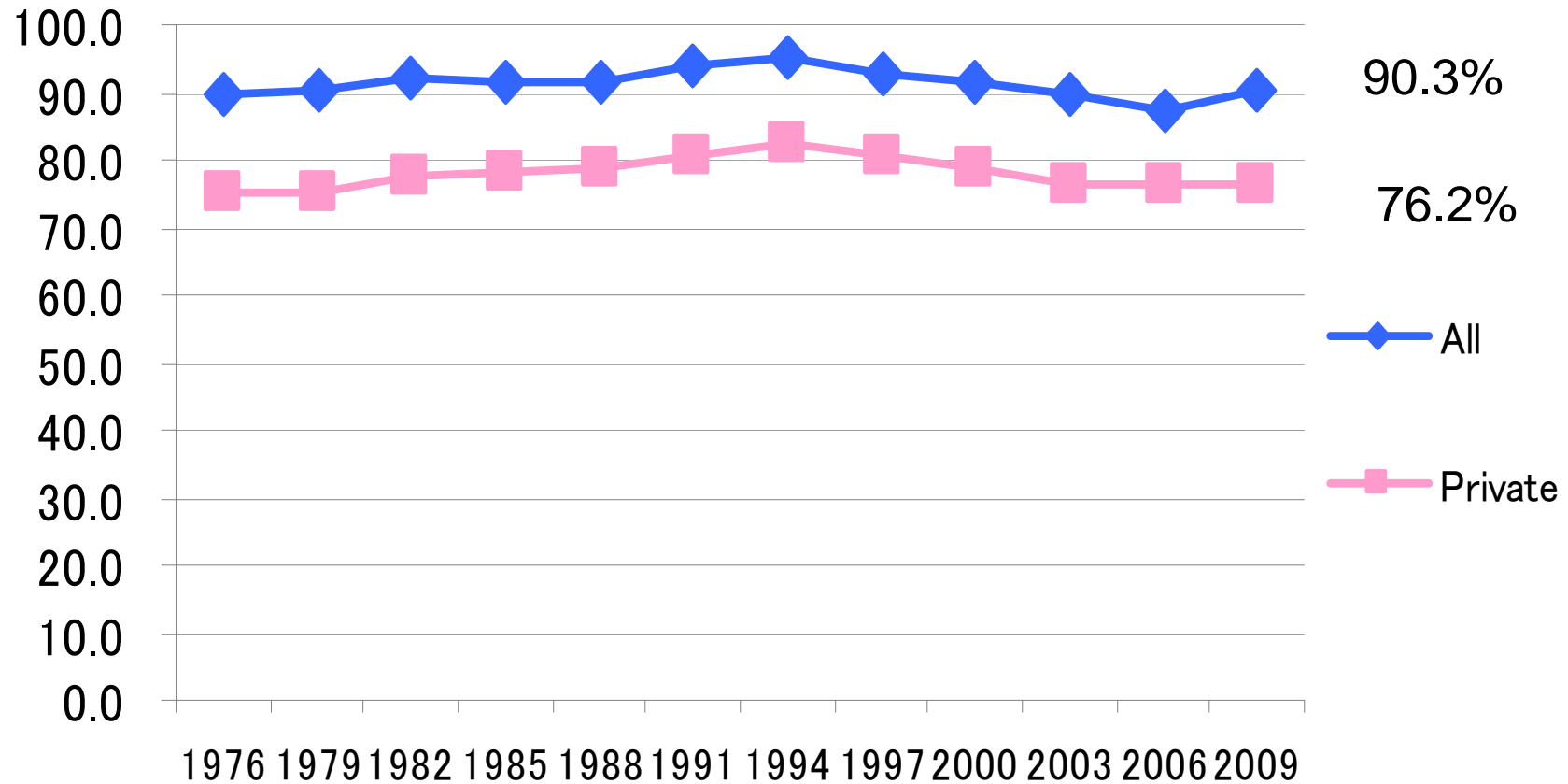
資料: 生保協会

# 保険料の推移と可処分所得に対する比率



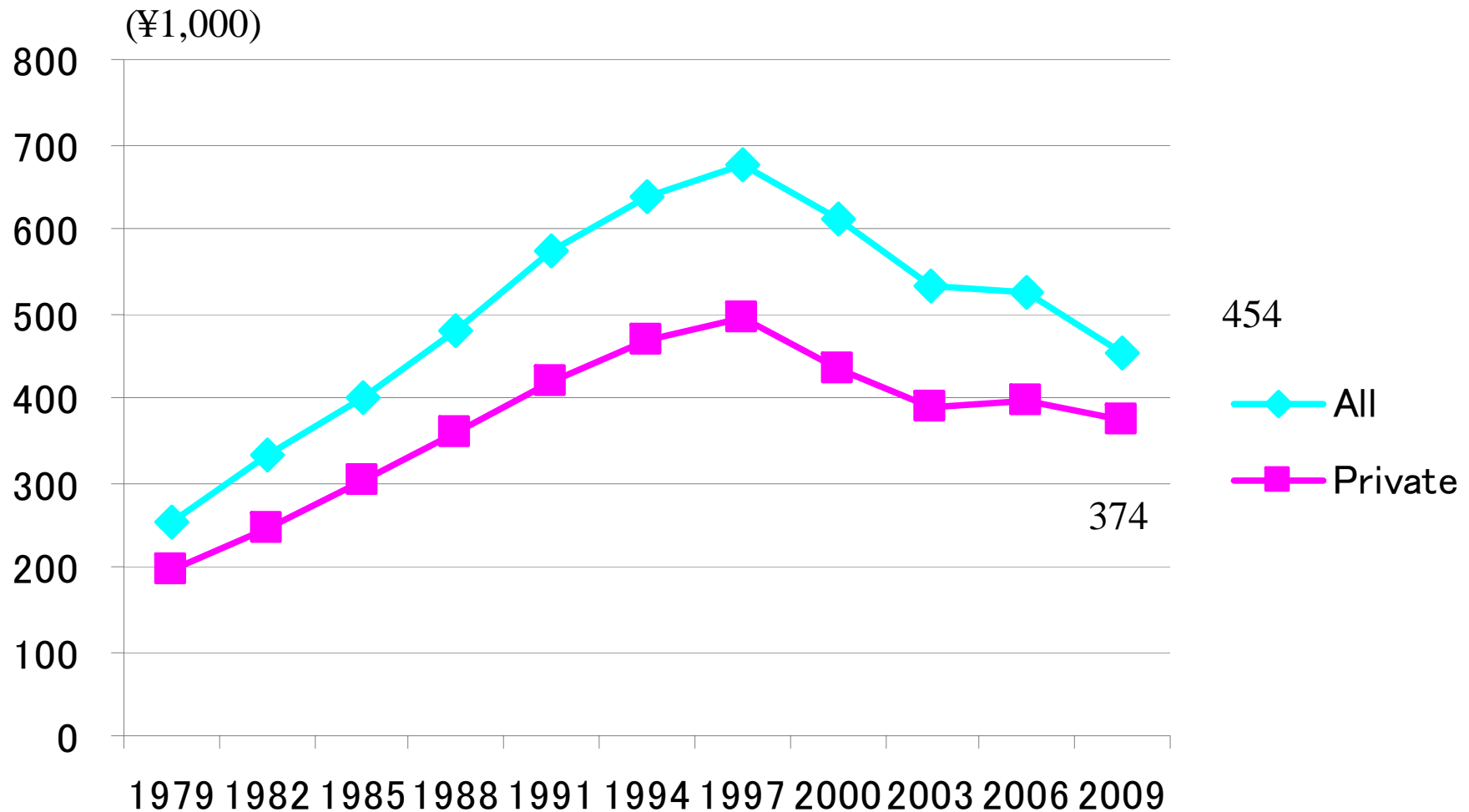
資料: 生保協会

# 世帯別加入状況



資料: 生命保険文化センター

# 世帯が払う保険料の推移



資料: 生命保険文化センター

# 生命保険に関する全国実態調査 (民間生保・簡保・JA共済など全てを合算)

	2009年	2006年
世帯加入率	90.30%	87.50%
世帯加入件数	4.2件	4.2件
世帯当たりの加入保険金	2,978万円	3,269万円
世帯主	1,768万円	2,033万円
妻	886万円	992万円
世帯主の疾病入院日額	10.4千円	10.3千円
妻	8.5千円	8.4千円
世帯当たりの保険料	45.4万円	52.6万円

資料：生命保険文化センター





## 2. 商品とチャネル

# 主力商品の変遷

1946

養老保険が中心

1960

定期付養老、災害保障特約

1970

定期付養老の高倍率化

1980

定期付終身、一時払養老、変額保険

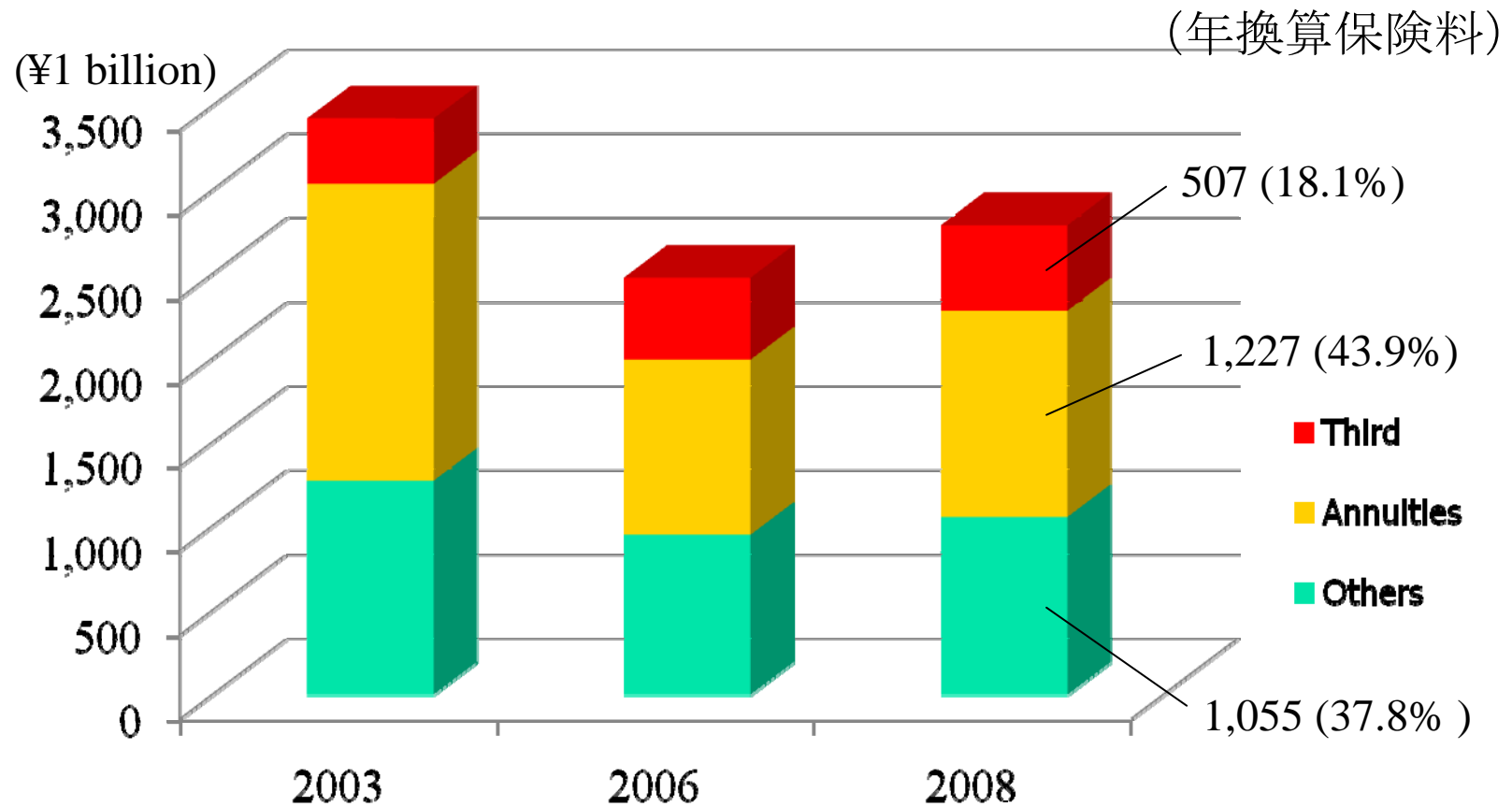
1990

医療保険、LNB

2000

変額年金、医療保険の差別化

# 個人保険構成別新契約



資料: “インシュアランス”

# 販売チャネルの多様化

- 営業職員チャネルが依然として主流
- 非伝統的チャネルの台頭
  - > 2007年12月、銀行窓販商品の  
全面解禁
  - > 代理店、通信販売、インターネット  
販売等の拡大

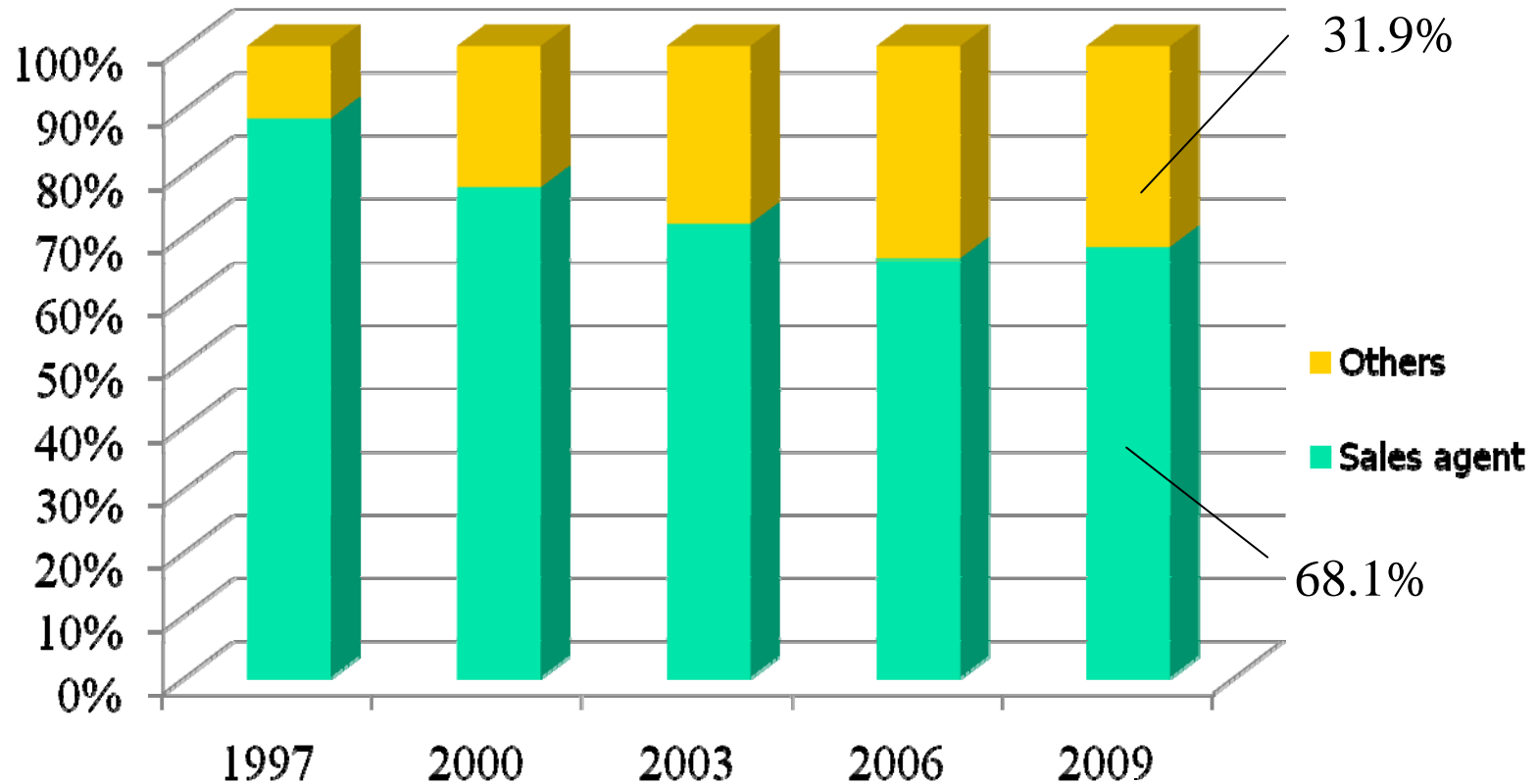
# 販売チャネルの多様化

質問 どのようなチャネルで生命保険に加入しましたか (%)

	1997	2000	2003	2006	2009
営業職員	88.5	77.6	71.8	66.3	68.1
通信販売	0.6	3.3	5.7	9.1	8.7
生命保険会社 の窓口	1.6	2.9	2.7	2.1	1.9
銀行	1.2	1.3	1.7	3.3	2.6
代理店	4.0	8.8	6.7	7.0	6.4
その他	4.1	6.1	11.4	12.2	12.3

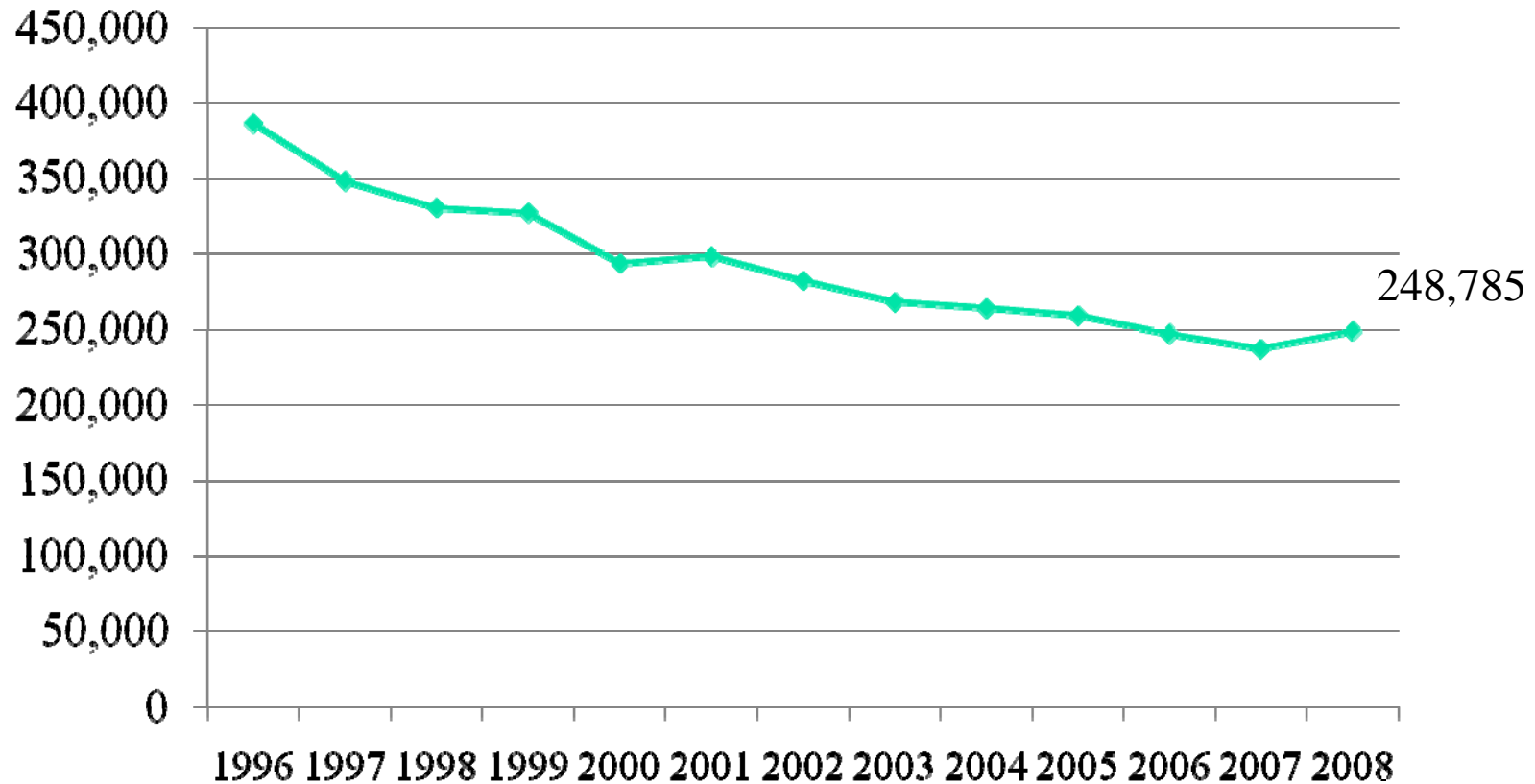
資料: 生命保険文化センター

# 販売チャネルの多様化



資料: 生命保険文化センター

# 営業職員数の推移



資料: 生保協会

# 商品、チャネル戦略の類型

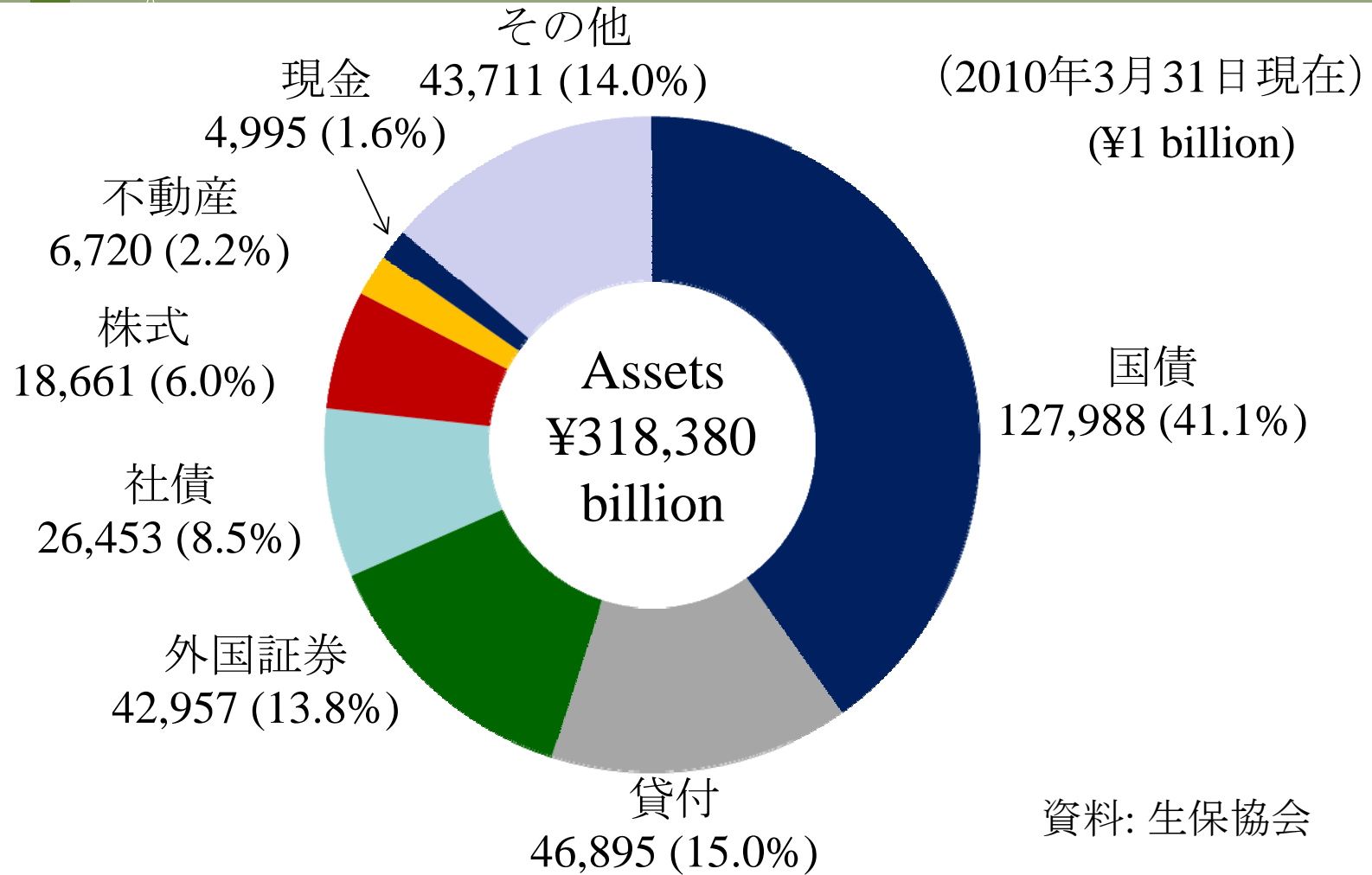
- 伝統的国内生保  
有配当、医療、年金に注力、営業職員主体
- 外資系生保  
医療保険等の差別化、DM、TVコマーシャル
- 損保の生保子会社  
代理店チャネル
- 高能率営業職員
- インターネット販売



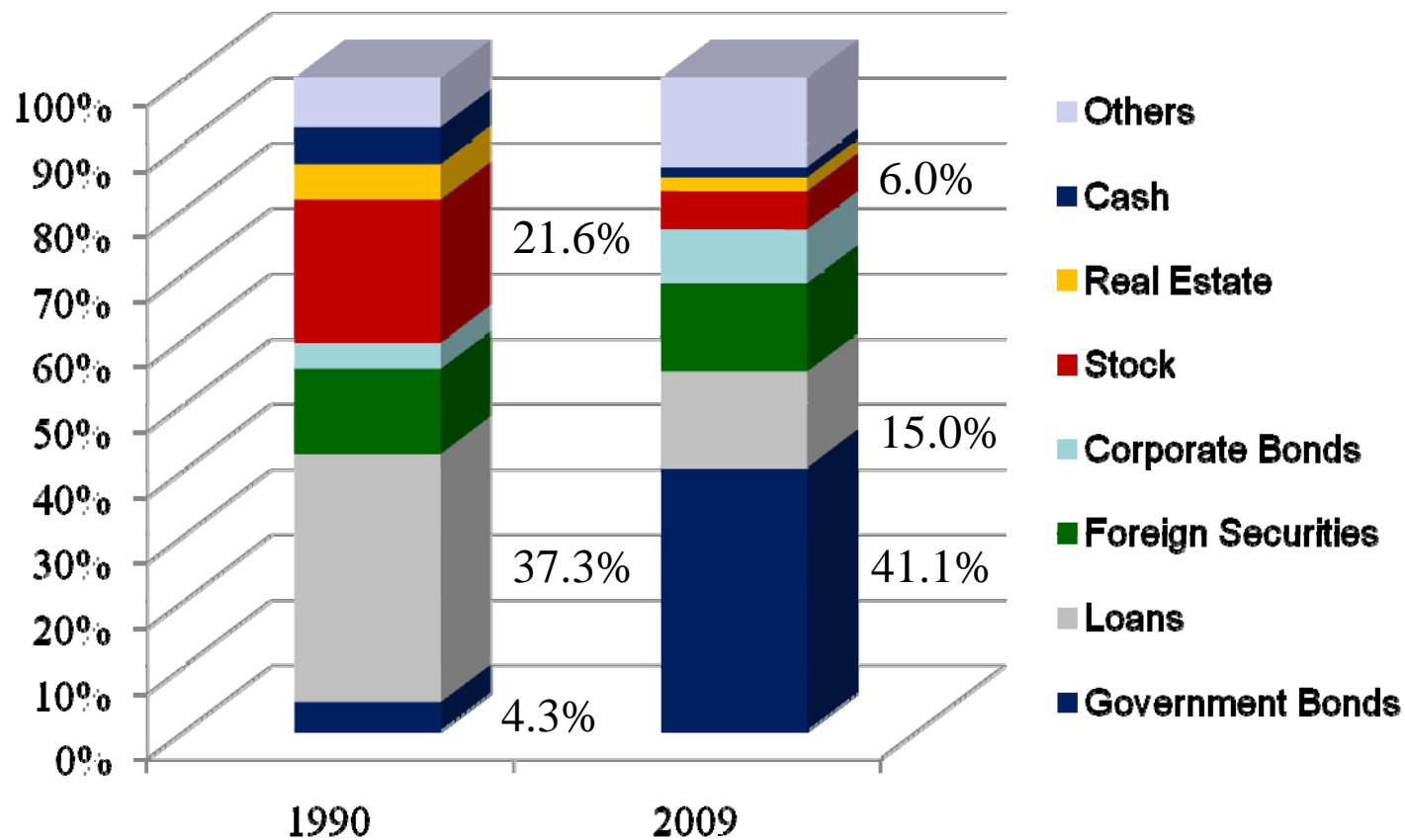


# 3. 資産運用

# 資産構成



# 資産構成の変化



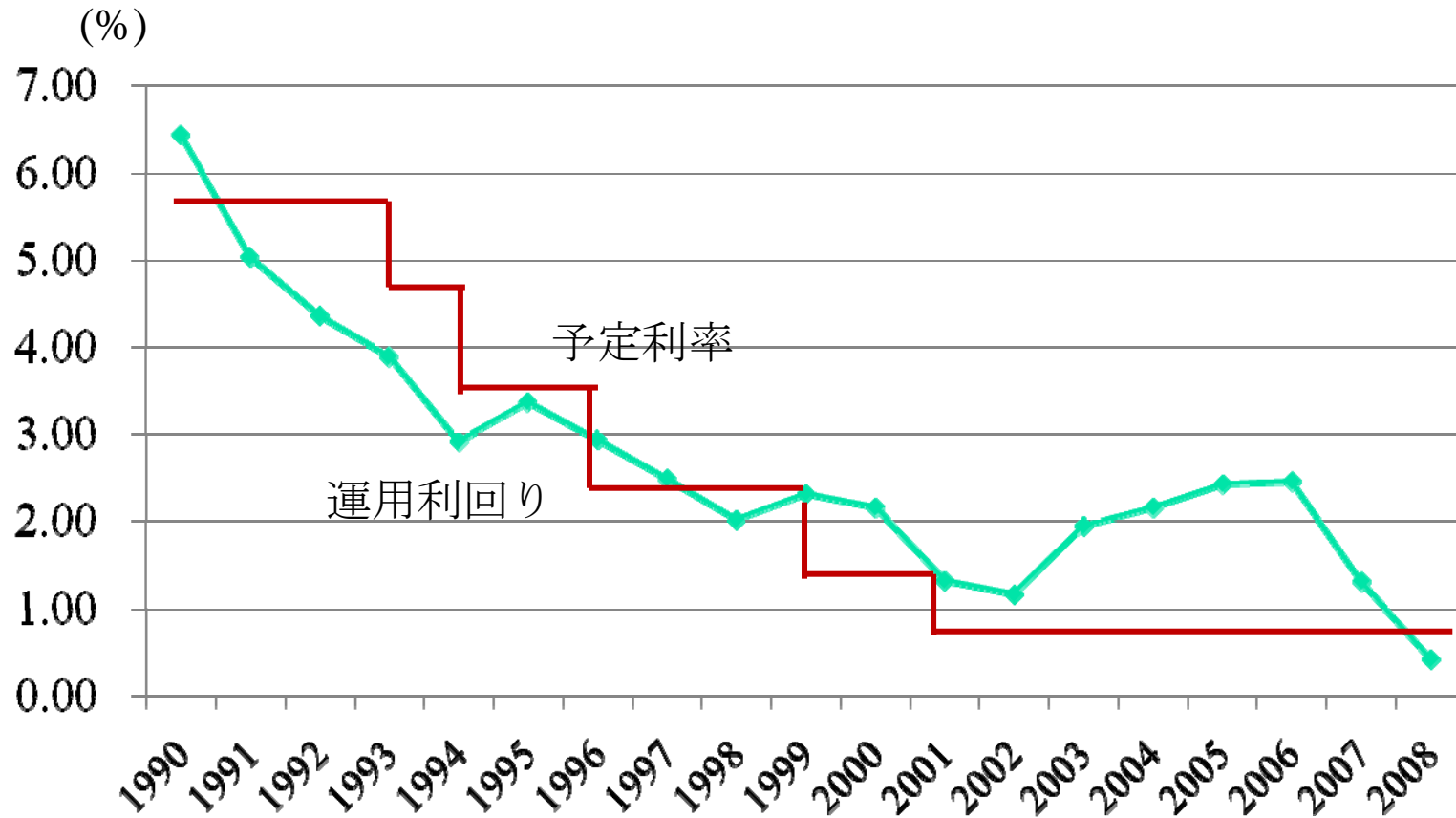
資料: 生保協会

# 資産運用の規制

## 保険業法施行規則上の規制

- 運用対象の制限  
有価証券、不動産、貸付、預金、他
- 運用割合の制限  
国内株式 30%以内  
不動産 20%以内  
外貨建資産 30%以内

# 運用利回りの推移



資料: 生保協会

# 貸借対照表

2010年3月31日現在貸借対照表 (10億円)

資産			負債及び純資産		
現金及び預金	4,995	1.6%	保険契約準備金	294,202	92.4%
コールローン、金銭の信託	7,541	2.4%	支払備金	(2,339)	(0.7%)
有価証券	244,150	76.7%	責任準備金	(286,505)	(90.0%)
国債	(127,988)	(40.2%)	配当準備金	(5,356)	(1.7%)
地方債	(10,967)	(3.4%)	その他負債	13,890	4.4%
社債	(26,453)	(8.3%)	<b>負債合計</b>	<b>308,092</b>	<b>96.8%</b>
株式	(18,661)	(5.9%)	基金又は資本金	2,689	0.8%
外国証券	(42,957)	(13.5%)	基金償却積立金	1,786	0.6%
その他の証券	(17,120)	(5.4%)	資本剰余金	1,397	0.4%
貸付金	46,895	14.7%	利益剰余金	1,388	0.4%
約款貸付	(3,577)	(1.1%)	基金等合計又は株主資本合計	7,729	2.4%
一般貸付	(43,318)	(13.6%)	評価、換算差額等合計	2,558	0.8%
有形固定資産	6,816	2.1%	<b>純資産合計</b>	<b>10,287</b>	<b>3.2%</b>
その他の資産	7,983	2.5%	<b>負債及び純資産合計</b>	<b>318,380</b>	<b>100.0%</b>
<b>資産合計</b>	<b>318,380</b>	<b>100.0%</b>			

資料: 生保協会

# 損益計算書

損益計算書 (10億円) Apr/1/2009 – Mar/31/2010

経常収益	52,511	100%
保険料等収入	35,265	67.2%
資産運用収益	10,202	19.4%
その他経常収益	7,043	13.4%
経常費用	50,647	100%
保険金等支払金	33,681	66.5%
保険金	(18,829)	(37.2%)
年金	(2,558)	(5.1%)
給付金	(4,025)	(7.9%)
解約返戻金	(5,947)	(11.7%)
その他返戻金	(1,264)	(2.5%)
再保険料	(1,054)	(2.1%)
責任準備金等繰入額	9,151	18.1%
資産運用費用	1,819	3.6%
事業費	4,326	8.5%
その他経常費用	1,676	3.3%
経常利益	1,864	

特別利益	139
特別損失	347
契約者配当準備金繰入額	387
税引前当期純剰余	1,268
当期純剰余	1,017

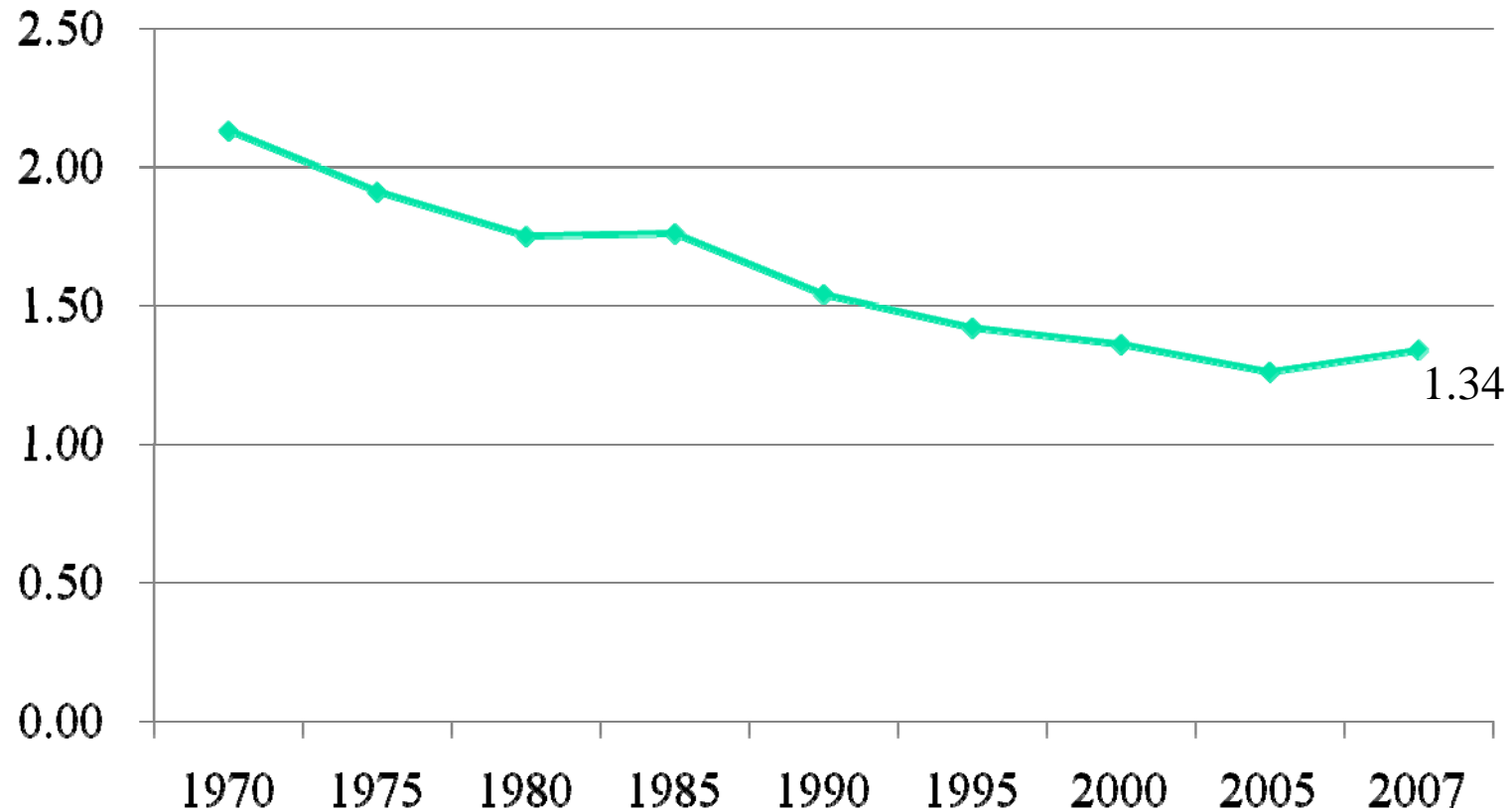
資料: 生保協会



## II. 環境要因の推移

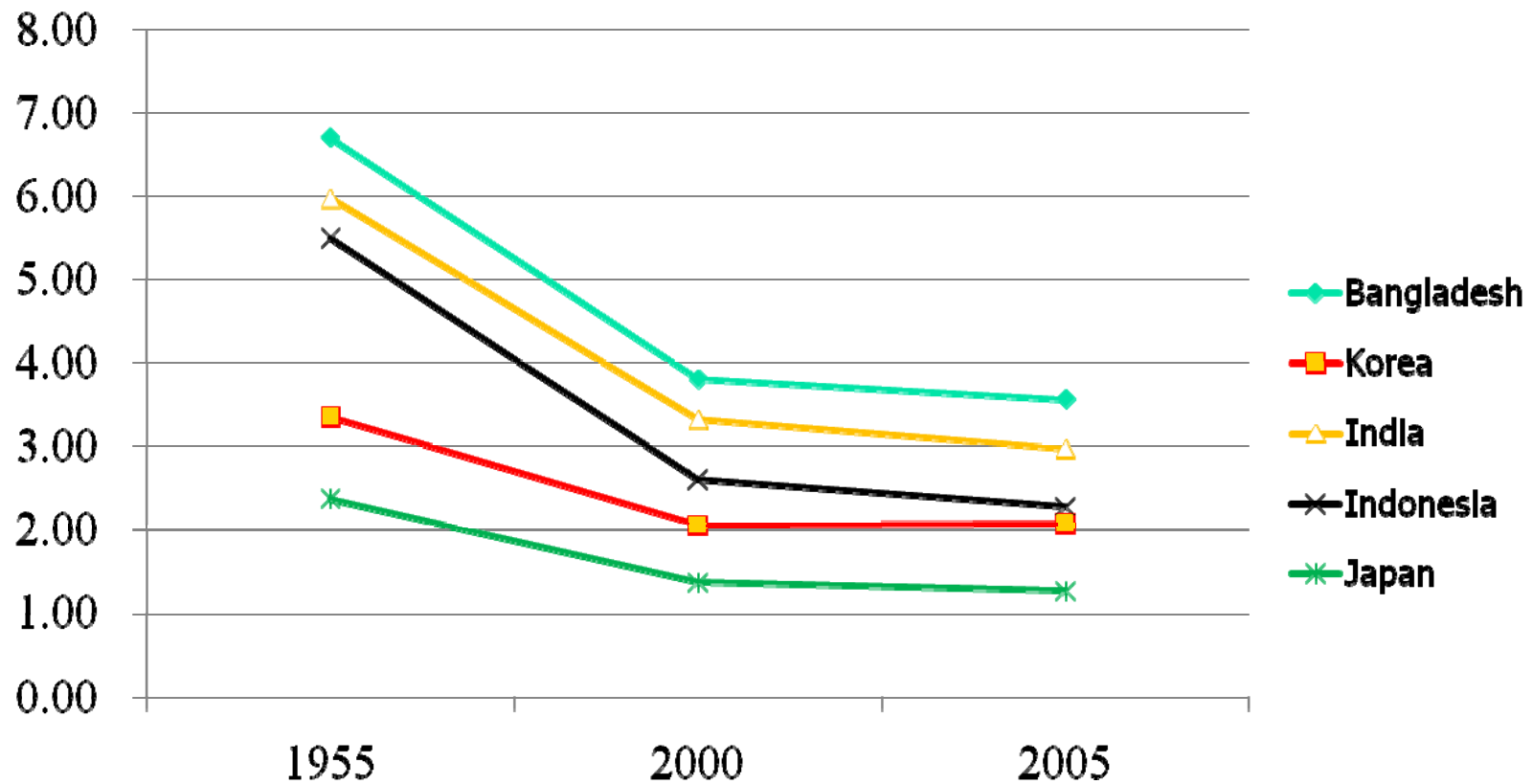


# 合計特殊出生率の推移



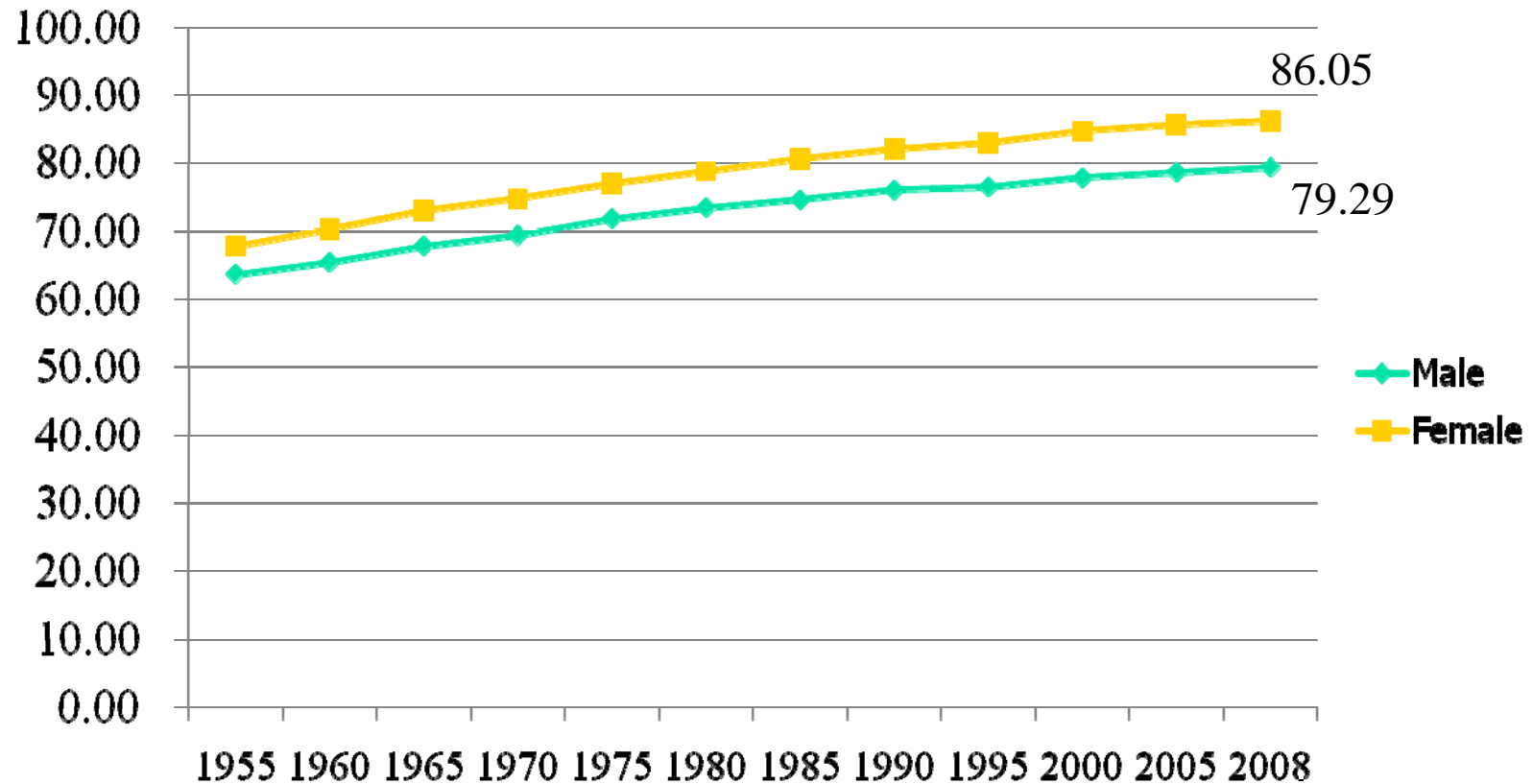
資料: 国立社会保障人口問題研究所

# アジアの国々の合計特殊出生率



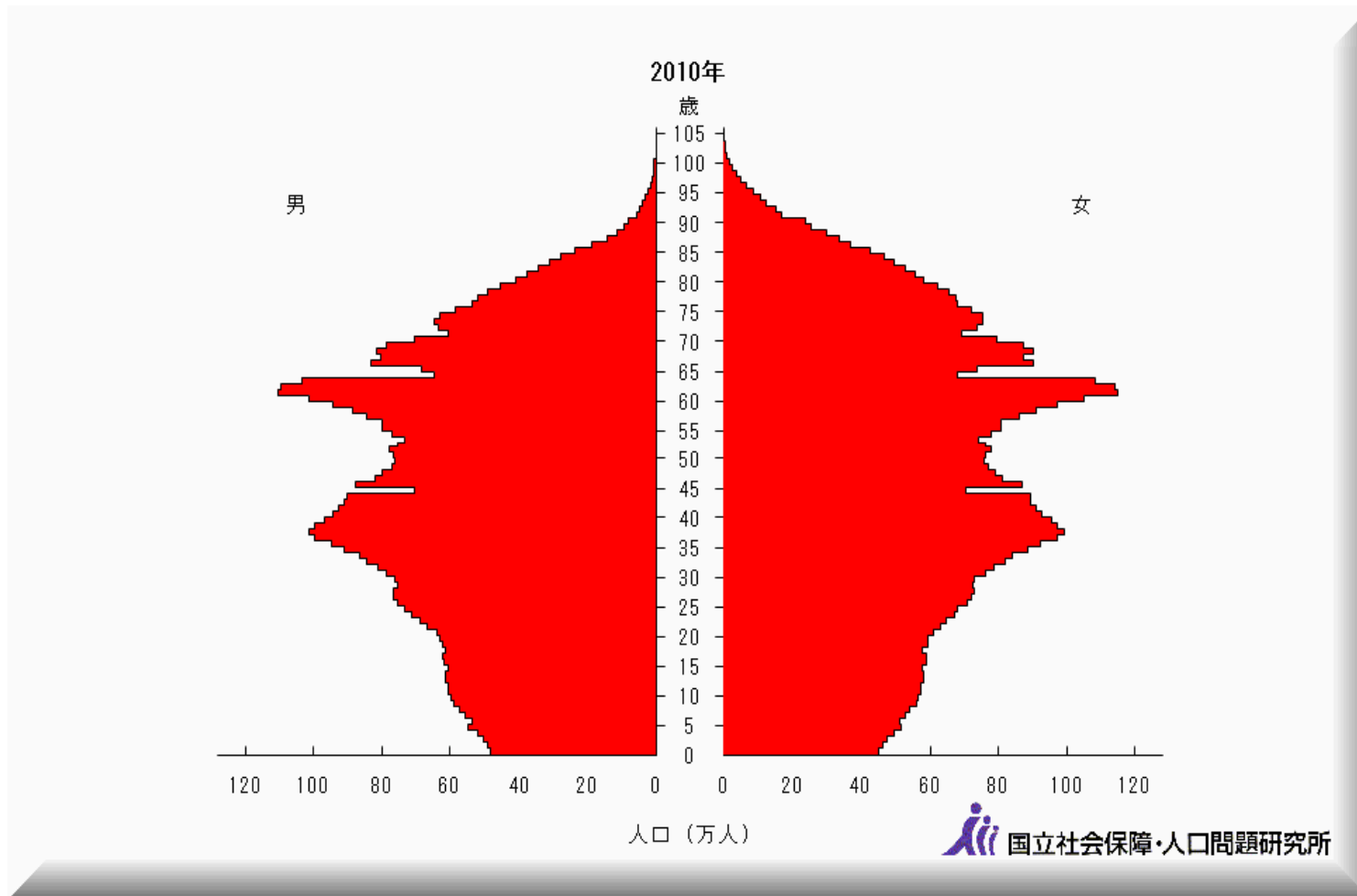
資料: 世界保健機関

# 平均寿命の推移

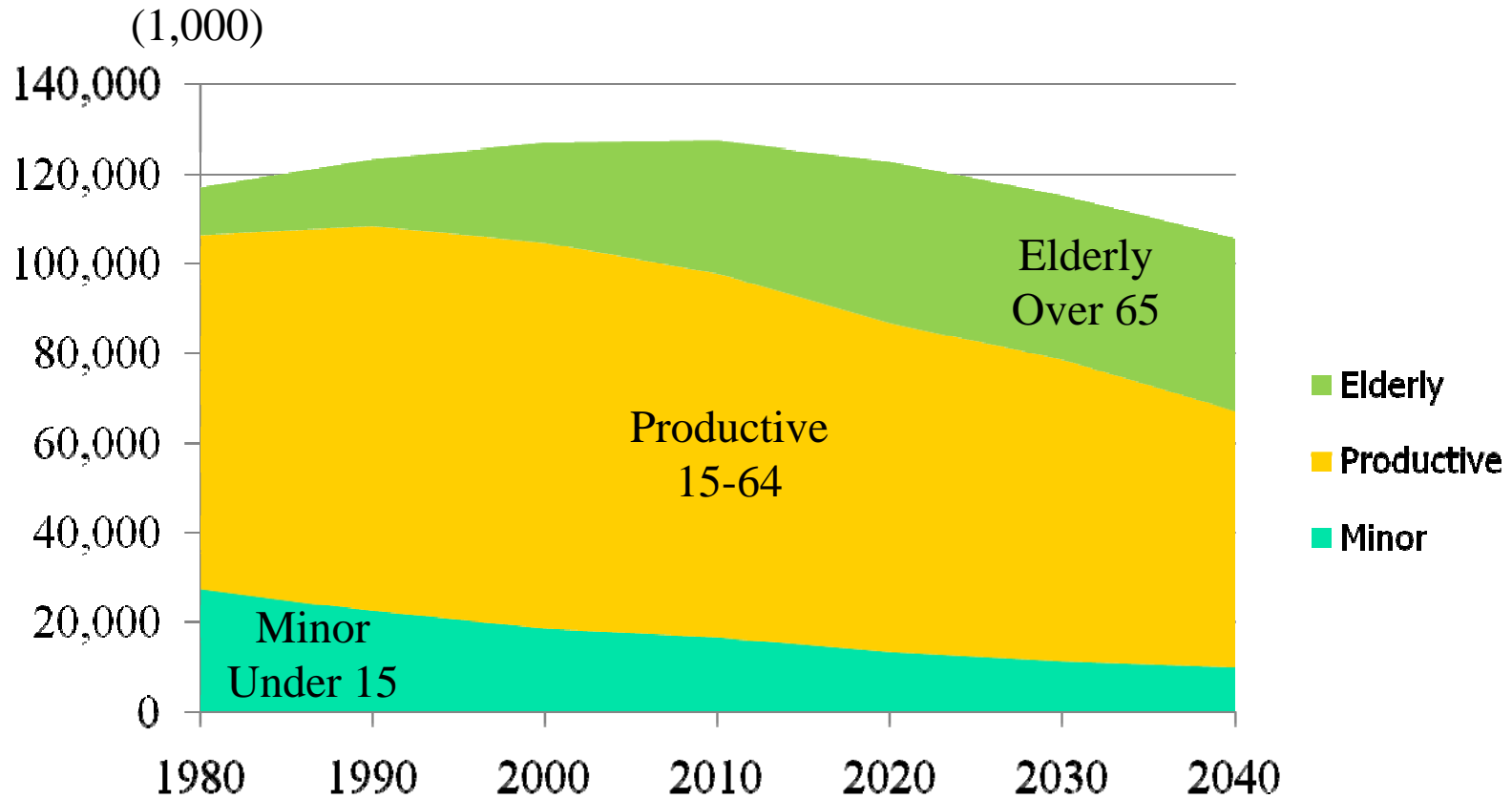


資料: 厚生労働省 “簡易生命表”

# 人口ピラミッド



# 年齢別人口の推移と将来推計



資料: 国立社会保障人口問題研究所

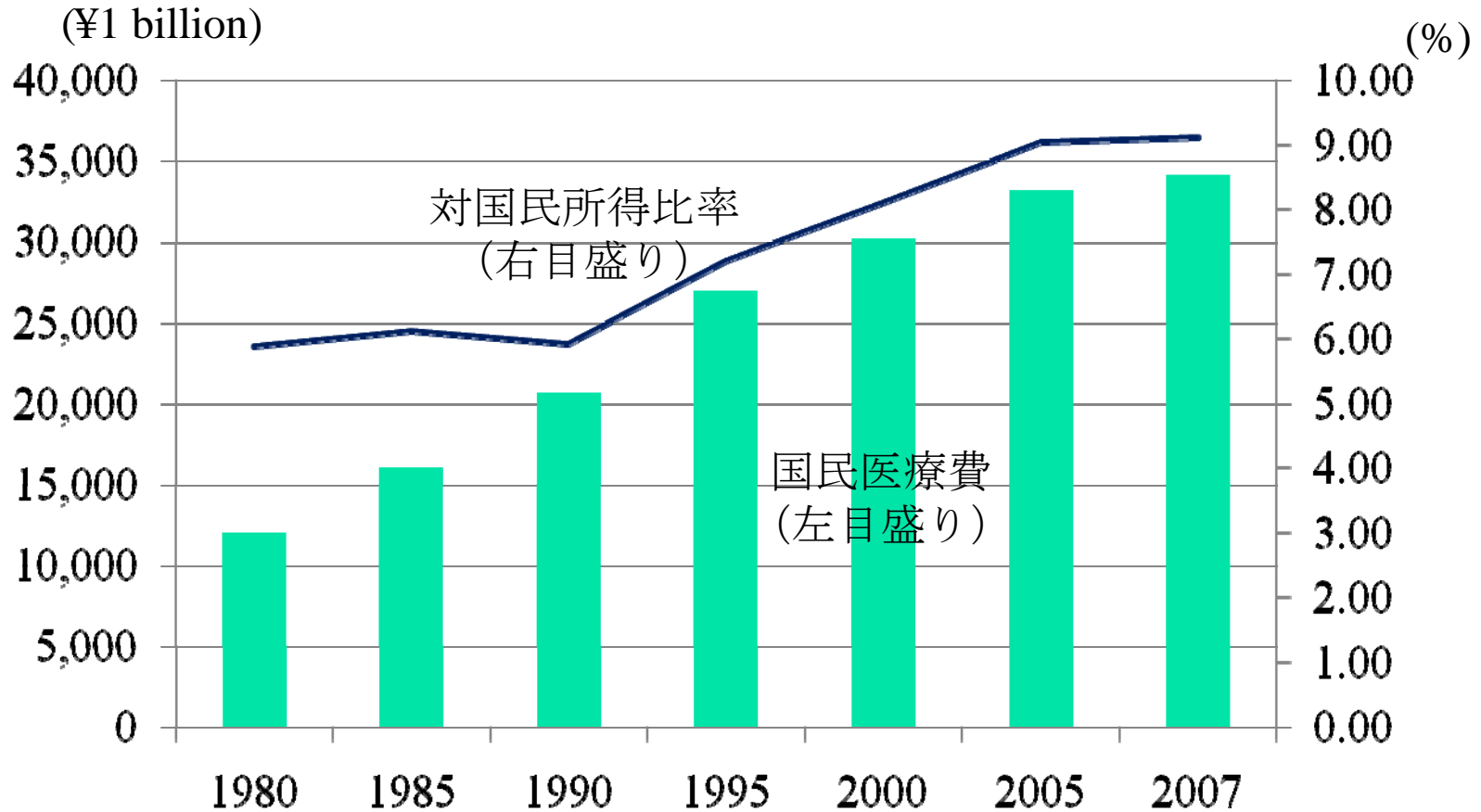
# 少子、高齢化への対応

- 合計特殊出生率の低下
- 人口の高齢化  
先進国に同じ傾向
- 労働生産人口(15-64歳)の減少  
保障型商品の市場の縮小
- 医療保険、個人年金へのシフト

# 公的医療保険制度の概要

- 国民皆保険
- 医療保険制度
  - 医療保険
    - 健康保険
    - 船員保険
    - 共済組合
    - 国民健康保険
  - 退職者医療
  - 高齢者医療（75歳以上）

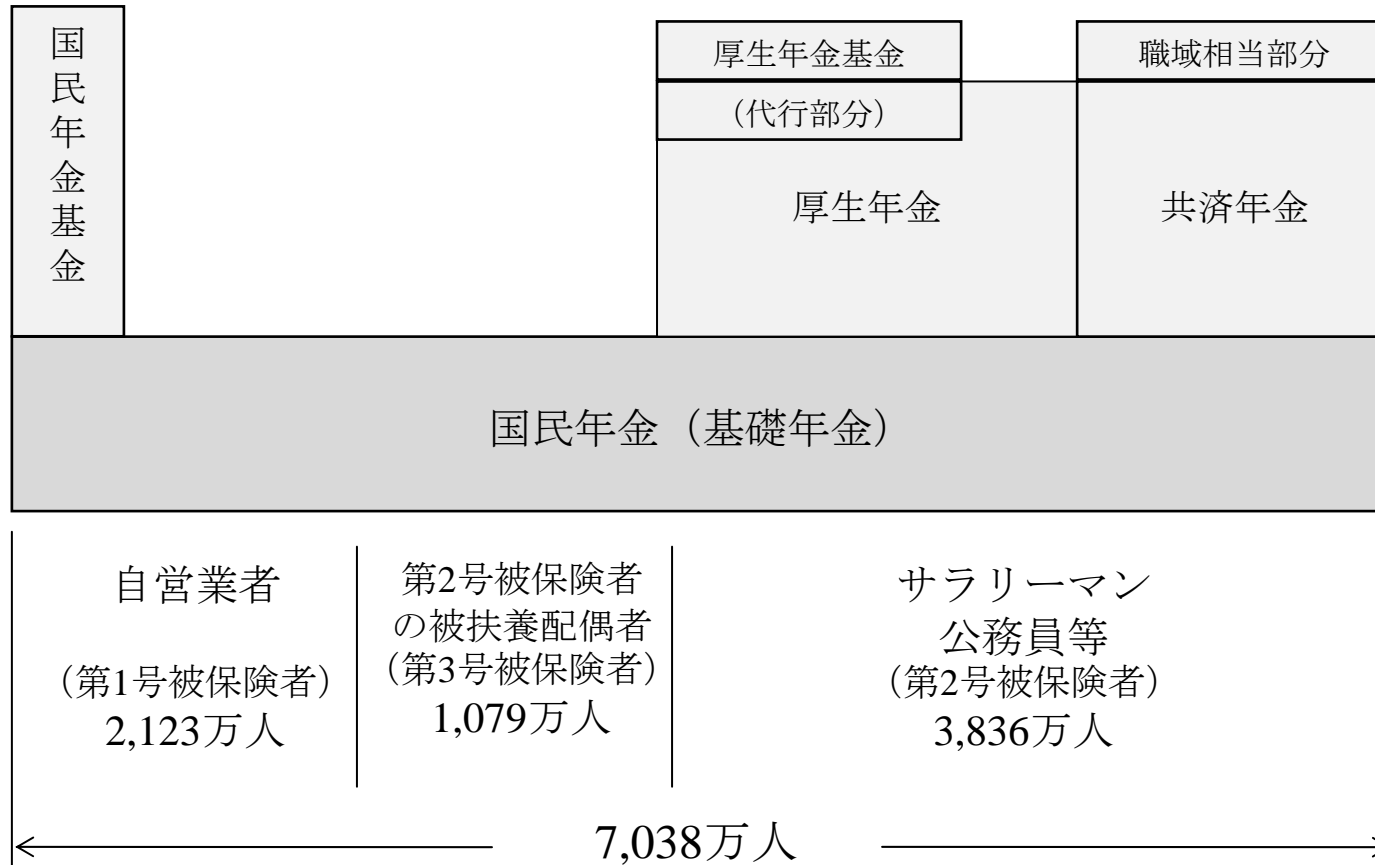
# 国民医療費と対国民所得比率の推移



資料: 厚生労働省

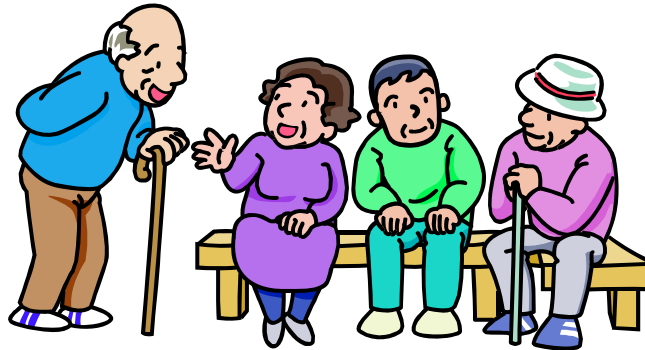


# 公的年金制度の概要



# 社会保険の課題

- 人口の高齢化にともない、公的保険制度への財政負担の増加



# III. 保険事業概要のまとめ

# 1. 少子高齢化社会での保険ニーズの変化

## ○ 家族構造の変化によるニーズの変化

- 死亡保障は小額
- 医療保険は高額
- 老後の財政的な保障

## ○ 女性のための死亡保障、医療保険

## ○ 高齢化による年金市場と介護保障市場の拡大

## ○ 社会保障の補完としての自助努力

## 2. 伝統的ビジネスモデル(大規模会社)の現状

- 販売チャネルの多様化を試みているが、まだ伝統的な営業職員チャネルが重要な部分を占めている。
- 伝統的な死亡保障市場を重視しながらも、対面販売による医療や年金などの分野で拡大を目指す。
- 伝統的な営業職員チャネルは縮小し、高能率の営業職員が残ることになる。

# 3. 販売チャネル多様化の中での戦略

## ○ 営業訓練

営業職員の教育訓練だけでなく、代理店や銀行などの職員への教育も重要となる。

## ○ 販売支援

販売支援自動システム (Sales Force Automation)


スケジュール管理、生活設計、シュミレーション、顧客商談記録、顧客情報

## ○ CRM

- ・Customer Data Warehouse/Data Mart

  - 多様化する販売チャネルを統合的に分析する

- ・コールセンターなどの顧客接触履歴との強力な連携



# 2009年度決算 (2009年4月1日～2010年3月31 日)

# 1. 主要契約状況

	新規契約 (4月～3月)				(単位:金額100万円)
	件数(被保険者数)		金額		
		対前年比		対前年比	
個人保険	15,519,946	111.7	59,299,903	99.8	
個人年金保険	1,629,655	102.8	8,222,254	103.5	

	保有契約 (3月末)				純増加金額
	件数(被保険者数)		金額		
		対前年比		対前年比	
個人保険	117,051,992	103.6	902,947,116	96.1	-37,716,219
死亡保険	93,378,276	103.6	745,565,580	96.7	
生死混合保険	19,712,146	99.8	152,239,199	92.7	
生存保険	3,961,570	125.8	5,142,356	102.2	
個人年金保険	18,341,124	105.3	94,171,696	105.4	4,815,404
定額年金保険	14,899,706	104.1	74,507,425	103.0	
変額年金保険	3,441,418	110.6	19,664,291	115.9	

資料: 生命保険協会



# 2009年度決算（全体の概要）

## 業績回復

- ・ 株価上昇による資産運用益の大幅増
- ・ 個人年金保険の契約増

## 保有契約高

- ・ 契約件数増加も契約金額では落ち込み、保有金額低下の歯止めがかからず

## 収支状況

- ・ 個人年金や医療分野の進展により収入保険料増収
- ・ 資産運用駅の大幅アップ

## 業界の概念

- ・ 全ての業績数値に各社間のバラツキ
- ・ 死亡保障から年金・医療などへの生存保障へのシフトは続いている
- ・ 個人年金保険を柱とした銀行窓半はウエイトを増大

---

ありがとうございました。

Thankyou