

日本の生命保険マーケット最新事情2019：日本初のP2P保険「わりかん保険」が登場したが……

注目されるスタートアップ企業「ジャストインケース」

これまでの生命保険の常識を覆す「P2P保険」が日本でも登場した。

保険料の決め方に最大の特徴がある。保険金を支払った後でその総額を加入者全員で割り、それを後払いする。

スタートアップ企業である「ジャストインケース」が販売した「わりかん保険」がそれで、初めて「がん診断一時金」と診断確定すると、一律80万円支払う。とてもシンプルな保障内容だ。畑加寿也社長は販売見通しをこう語る。

「新しい仕組みなので確固とした目標数字はなかなか難しい。あまりにも加入者が少なく、保険金支払いの実績がゼロ円では、『本当にわりかんしているのか』となくなってしまふ。また、数千件の加入ではガンになる人はほとんどいないだろう。最低でも1万人を早急に達成すれば、それ以降、保険金支払いの体験を感じてもらえるだろう。1年間で3,000件では、求められている商品特性ではないだろう」

ガン保険は最も競合が激しいマーケットで、ガン保険のリーディングカンパニーのアフラックを先頭に、医療技術の最新状況に合わせた保障の「最適化」を進め、付帯サービスの拡充にもしのぎを削っている。その一方で、シンプルな内容で低価格をセールスポイントにするガン保険もある。

さらに、複数の商品を比較して加入するスタイルが定着している中で、「わりかん保険」の保険料の後払い、「保険で他の人を助ける楽しみ、助けられる喜び」を実感できるという斬新さがどこまで受け入れられるのか。どのような属性の人たちが加入するのだろうか。

「わりかん保険」に対して、「新しいマーケットを切り拓くのではないか」という期待がある一方で、「話題先行で終わってしまうのではないか」という冷めた見方もある。

生命保険業界にとって、このイノベーションがどのように浸透していくのか、イメージできずに戸惑っているのがマーケットの現状だ。

では、ジャストインケースから紹介しよう。

「保険をインタラクティブに」というビジョンを掲げ、テクノロジーで保険業を変革することを目指し、インシュアテック事業を展開している。

設立は2016年12月。2018年に少額短期保険業者として開業して、7月に第一弾とし

て「スマホの保険」を発売。2019年8月には「1日ケガ保険」を発売した。

そして、2020年1月28日、日本で初めてのP2P保険「わりかん保険」の取り扱いを開始した。

「保険をインタラクティブにして、保険で助ける楽しみ、助けられる喜びを感じることのできる商品、と自負している」

畑加寿也社長は、1月28日の記者会見でこのように自信を示した。

畑社長は保険数理コンサルティング会社であるミリマンに入社し、責任準備金の計算などの業務に携わる。その後、投資会社や再保険会社で商品開発・リスク管理・ALMなどのサービスを保険会社に提供するなどのキャリアを持つ。

保険料は後払いでわりかん、でも上限は設定

畑社長は1月28日の記者会見で、「わりかん保険」がこれまでの保険と違う点を3つ挙げる。

② 保険料の支払いは「事後」

②毎月の保険料は実際の保険金請求によって変動。もし、保険金請求がなければ保険料は0円。

③ 運営管理費を開示。

給付対象はガン（上皮内ガン含む）で、初めてガンと診断確定されると「がん診断一時金」を一律80万円支払う。ただ、待機期間は2カ月ある。

最大の特長といえる保険料の支払いは「わりかん」で「後払い」。

具体的には、ガンになり、請求をした契約者に対してジャストインケースが保険金を支払い、そのあと、保険金と運営管理費の合計額を残りの加入者全員で割って、保険料を算出する。

例えば、4月の加入者が1万人。4月にガンと診断された加入者2人から請求があり、同社で適正と判断した場合に、がん診断一時金80万円を支払う。2人分なら160万円になる。

翌月5月に支払う後払い保険料は、4月の支払額160万円と「運営管理費」の合計額を残りの9,998人で割り、一人ひとりが支払う保険料は229円になる。

この計算を毎月繰り返し、支払いが4人だったら、これの約2倍の保険料になり、保険料は毎月変動する。では、支払い金額が増えれば増えるほど、一人当たりの保険料は増えていくことになれば、解約する人も出てくるのが懸念される。

畑社長は「ジャストインケースがリスクを取り、加入者によって上限保険料を設け、20～39歳では500円を上限保険料と設定している」と説明。

40歳以上の上限保険料は、40～54歳が990円、55～74歳が3,190円になる。この上限保険料は類似のガン保険の営業保険料の水準に相当する。

運営管理費は、保険料に占める割合を前述の例では30%にしているが、加入者が増えれば増えるほど安くなる。当初は35%からスタートして、契約者が2,000人増えるごとに1%ずつ減少して、2万人になると25%まで下がる。

もちろん、加入者数も開示する。「何人でわりかんにするのか。加入者はそれを知る権利がある。これも重要なことで、助け合いの見える化になる」と畑社長。

一方、保険金を受け取った加入者の情報は、年齢、性別、ガンの種類だけは公表する。例えば、「29歳、女性が上皮内癌になり、80万円が支払われた」とスマホで明示する。

不正請求を最もしづらいガン保険

ジャストインケースは「わりかん保険」を開発する上で、中国の「相互宝」の仕組みを参考にした。

相互宝は、アリババグループ傘下のアント・フィナンシャルが運営。保障対象はガン、急性心筋梗塞、脳卒中などの特定疾病。加入条件として芝麻信用スコア（アリババ独自の個人信用評価システム）600点以上がある。

2018年10月から、アリペイで受付1年間で1億人の加入者を達成。2年間で3億人を目指す。加入者は年齢によって「リスクプール」を構成し、支払事由が発生した場合、プール内メンバーが査定し、合意の上で全員が負担する。負担する上限金額は1年間188元。

「相互宝」と比べると「わりかん保険」はガンだけを対象にしている。その理由を畑社長はこう説明する。

「シンプルにしたいということもあるが、物を壊すことや自殺することは自分の意志でできるが、ガンになることはハードルが一つ高い。ガン保険は不正請求を最もしづらいものの一つであり、選んだ」

保険金支払いの適性をチェックするために、加入者が査定する仕組みを導入しなかった理由については、「この時点では導入予定はない。あまり複雑にしても仕方がないし、不正請求リスクは極めて低いと考えている」と述べた。

パートナー企業の8社が販売支援

販売予測が難しい中で、畑社長が打ち出した施策がパートナー企業との連携だ。

「資本力もないし、消費者に届けるためにもパートナーの力が必要になる。わりかん保険に共感するパートナーを通じて、より多くのユーザーに知ってもらいたい」と期待を込める。

パートナー企業の8社はアドバンスクリエイト、SBI日本少額短期保険、クラウドワークス、新生銀行、チューリッヒ少額短期保険、ディー・エヌ・エー、日本生命、LINEフィナンシャル。

8社の中では、生命業界のリーディングカンパニー、日本生命が参加していることが目を引く。

1月28日の記者会見で日本生命・イノベーション開発室は「海外では相応の拡大を見せている新しい保険スキームだ。日本の保険マーケットでどのように受け入れられるのか。非常に興味を持っている」と述べた。

日本生命では子会社の保険代理店で「わりかん保険」を取り扱う。保険代理店の担当者が消費者に案内をして、ジャストインケースのアプリに送客する。

「ただ、新しい取り組みでもあり、畑社長と事前に議論を重ねる中で、健全な市場形成、日生の強みである安定した事業運営などが必要ということで、畑社長から協業の依頼を受けた。しっかりとサポート、支援をしていきたい」と基本的なスタンスを述べる。

他のパートナー企業も次のような声援を送る。

「お互いに助け合うという保険の原点、保険の素晴らしさを一人でも多くのお客さまに感じていただきたい。SBIグループとして投資をしているので、グループ全体でわりかん保険を盛り上げたい」（SBI日本少額短期保険）。

「わりかん保険はテクノロジーの新奇性だけでなく、加入者が助け合い、ヘルスケアをサポートする新しい取り組みになる、その成功に期待している」（ディー・エヌ・エー）。

「仕事をしたい人と、仕事をお願いしたい人とをマッチングさせるオンラインプラットフォームを運営。現在、仕事をしたい人が316万人登録している。新しい働き方の裾野が広がる中で、新しい保険、新しいものを一緒に広げていきたい」（クラウドワークス）。

このような力強いサポートを受け、畑社長は今後の抱負をこう語る。

「わりかん保険は概念的には全契約者と保険会社で助け合いをする。リスクを契約者とシェアすることで、今まで作れなかった商品が作れる。生損保と協業することで新しい商品を広めていきたい」

ペット保険でも「P2P型」の試み

最後にペット保険の「P2P保険版」も紹介しておこう。

「rakanu」（ラカヌ）と「Frich」（フリッチ）は、犬種ごとの特性に合わせ、補償内容を最適化した「特定犬種に特化したP2P型ペット保険サービス」を開発する。

飼い主は犬種ごとに自分たちでグループを作り、特定犬種に最適化された保険に申込みことができる。2020年内の提供開始を目指す。開発の背景を両社はこう語る。

「ペット保険に加入したくても、目の病気にかかりやすかったり、皮膚や足腰が弱かったり、犬種によって特性は大きく異なるため、一般的なペット保険には加入できないケースもある」

なお、両社の業務内容は、ラカヌがフレンチブルドックに特化したメディアなどを運営し、犬種に特化した病気やケガ予防に対する正しい知識や心構え、飼い方やしつけのノウハウなどを発信。

フリッチは、SNSの友達同士が相互扶助を目的としたグループをWEBやスマートフォン上で簡単に作ることができる、プラットフォームサービスを提供する。

ペット保険分野でもP2P型が新たな鉱脈を見つけるか、注目される。

著者プロフィール

鈴木健市（すずき けんいち）

保険ジャーナリスト。大手保険専門紙に34年勤務。2000年以降は、インターネット生保、保険ショップ、大手生保の海外進出、経営戦略、保険審議会、インシュアテックなど幅広く取材。「保険マーケティング研究会」を主宰。OLISのセミナーでも講師を務め、台北、ソウル、北京、バンコク、ジャカルタでも講演。