

金融・保険市場におけるトピックス

【世界・市場動向】

○保険会社が、デジタル化技術の活用に取り組むベンチャー企業への投資を加速

欧米中心に保険業界では、フィンテック等の新技術への対応が銀行や他の産業に比べ遅れているとの認識のもと、近時、旧態依然としたシステムの改革や新技術への対応に取り組んでいる。

例えば、イギリスの大手保険会社のアビバグループは、2015年末にロンドンに次いでシンガポールにも「デジタル・ガレージ」を立上げた。同グループが推進するデジタル化戦略（デジタル・ファースト戦略）に基づくもので、革新的なアイデアを実際の金融・保険商品や顧客サービスに結びつけ、競争力の維持と利益拡大を企図している。先行するロンドンの拠点では、ビッグデータの分析結果を活用して、安全運転の傾向を示す年金貯蓄者の自動車保険料の割引等を導入したり、顧客接点の効率化策の一環として顧客が保険加入する際に答えなければならない質問の数を削減したりしている。

このように、保険業界は新技術への対応を進める中で、新技術の開発や活用に取り組むベンチャー企業への投資も積極化させている。欧州のアクサ、アビバ、アリアンツ、米国のマスマチュアル、アメリカンファミリー、中国の平安保険などが、保険事業のデジタル化に関連するベンチャー企業への投資ファンドを相次いで設立した。この背景には、投資ファンド自身の収益性確保に加え、保険業界の外部から革新的な技術を取り込むことを通じてビッグデータの分析力を高め、保険事業の収益力を強化するなどの狙いもある。調査会社のCBインサイト社によれば、このような保険会社による投資の動きは世界規模で活発化しており、2015年11月までの投資額は2013年対比でおよそ8倍の26億ドルに達しているとしている。

(Asia Insurance Review 2015.12.17、FT 2016.1.18 ほか)

【世界・市場動向】

○拡大を続けるサイバー・インシュアランスへの需要

世界的にあらゆる産業でサイバー攻撃や情報漏洩のリスクが高まっており、今後サイバー・インシュアランス市場は従来以上に拡大するものと見られている。

現在サイバー・インシュアランス市場はニッチ分野とされており、世界のサイバー・インシュアランス市場の9割を占める米国ですら、市場規模は年間で数十億ドル程である。しかし、ドイツの大手保険会社アリアンツは、今後市場規模が著しく拡大し、2025年には全世界で約200億ドルになると試算している。

大手コンサルティング会社のPwCによると、米国においてサイバー・インシュアランスに加入している会社や団体組織は、全体の3分の1程度に過ぎない。しかし、米リ

スクマネジメント協会（RIMS）が全米 284 の組織を対象として 2015 年に実施した調査では、サイバー・インシュアランスに加入していない組織の 74%が、今後 1~2 年のうちに加入する予定だと回答している。

一方で課題もある。企業のサイバー・セキュリティーをどう評価し、その結果をどう保険料に反映させるかの基準は、いまだ整備されていない。そのため、各保険会社は補償の上限を低く抑えたまま保険料を値上げする傾向にあり、今後、サイバー・インシュアランス普及の足枷となる可能性がある。

PwC によると、サイバー・インシュアランスをより普及させるためには、よりの確にサイバー・リスクを評価し、より適正な保険料でサイバー・インシュアランスを提供することが重要となる。そのためには、保険引受とサイバー・セキュリティー双方の専門知識を持つ人材の確保が重要になる。

(Propertycasualty360 2016.1.1、Business Insurance 2015.12.21 ほか)

【欧州・規制動向】

○ソルベンシーⅡの実施に向けて欧州委員会が第三国の同等性評価を採択

2015 年 11 月 26 日、欧州委員会は、2016 年 1 月のソルベンシーⅡ実施に向けて、EU 域外の第三国であるわが国およびバミューダの保険監督制度に関する同等性評価を採択し、その内容を公表した。

わが国については、「再保険」について 2020 年 12 月 31 日までの一時的同等性 (temporary equivalence、1 年の延長可) の評価を決定したほか、同時に「グループ・ソルベンシー評価」について 2016 年 1 月 1 日から 10 年間の暫定的同等性 (provisional equivalence、10 年の更新可) の評価も決定している。バミューダについては、「再保険」、「グループ・ソルベンシー評価」、「グループ監督」の 3 分野のすべてにおいて、無期限の同等性評価を決定した。

今回の同等性評価の今後の手続きとしては、欧州理事会と欧州議会による最終承認プロセスを経て、欧州連合 (EU) の公式ジャーナルでの公示後 20 日目に発効する見込みである。明示はされていないものの、現地保険業界関係者は、2016 年 1 月 1 日に遡及して適用されるものと見ている。

なお、今回の同等性評価により、これまでに上記 3 つの保険監督分野のすべてにおいて同等性が決定された国は、スイス、バミューダの 2 カ国となる。また、「グループ・ソルベンシー評価」については、オーストラリア、ブラジル、カナダ、メキシコおよび米国について、暫定的同等性評価が決定している。

(欧州委員会ニュースリリース 2015.11.26、ABI ニュースリリース 2015.11.26 ほか)

【イギリス・規制動向】

○ソルベンシーⅡの実施に向けて健全性監督機構が19社の内部モデルを承認

2015年12月5日、イギリスの健全性監督機構（PRA）は、2016年1月から開始するソルベンシーⅡのもとで必要となるソルベンシー資本必要額（SCR）の計算方法として、自社のリスク特性に合わせた独自の計算モデル（内部モデル）の採用を申請していた保険会社のうち、19社を承認した。この19社には、完全内部モデル方式のほか、部分内部モデル方式の採用が承認された会社も含まれている。承認された保険会社は、リスク実態に合わせた自己資本の効率的活用が可能となる。

市場関係者によれば、PRAは、内部モデルの採用を申請したが承認されなかった保険会社名は公表していない。また、一部の保険会社には、2016年以降に内部モデルの申請を行う動きもある。例えば、大手直販保険会社のダイレクトラインでは、2016年中頃以降に内部モデルの承認を得るべく準備を進めており、承認が得られるまでの間は、標準の計算モデルを採用するとのことである。

（Bank of England ニュースリリース 2015.12.5、BestWeek 2015.12.14 ほか）

【米国・市場動向】

○AIG リストラ計画の概要と進展状況

AIGは2015年第3四半期の業績悪化を受けて2015年11月にリストラ計画を発表していたが、12月に4名の上級幹部の退陣を発表し、リストラ計画の実施段階に入った。

著名な投資家として知られるカール・アイカーン氏がAIG株式を4,200万株以上所有する大株主として、10月にAIGを損害保険会社、生命保険会社、住宅ローン保証会社の3社に分割するよう提案しており、AIGとしてはこれに対抗するためにも経営合理化を進めざるを得ない面がある。一方、市場では、リストラ計画の実施により、有能な人材が流出し、AIG本来の商品開発力や先進性が失われるのではないかと懸念する声も多い。

アイカーン氏の提案はAIGを3分割することで、現在課せられている「システム上重要な金融機関（SIFIs）」としての資本規制の制約を回避して、より株主を重視する立場で資本効率を優先する経営への転換を求めるものであるが、経営側はAIGの強みである多様性が損なわれるとして反対している。

リストラ計画は、収益性の高い事業への集中、組織・資本・租税の最適化による効率性の追求、新商品開発と情報資産の有効活用による成長の持続などによって収益を向上させることを柱としているが、当面は2016年に実施される人員削減に注目が集まっている。計画では1,400ある管理職ポストのうち23%にあたる320人分余りを削減するとされており、今回の上級幹部4名の退陣はその一環となっている。

（Insurance Journal 2015.11.21、Business Insurance 2015.12.2 ほか）

【韓国・市場動向】

○価格比較サイト（保険スーパーマーケット）がオープン

2015年11月30日、保険当局である金融委員会（FSC）が主導して導入準備を進めていた保険の価格比較サイト（保険スーパーマーケット）がオープンした。韓国損害保険協会によると、サービス開始から12月2日までの3日間でアクセスした利用者数は約10万人に達し、消費者から高い関心が寄せられている。このうち59.3%はパソコンからの利用であったが、40.6%はスマートフォン等のモバイル端末からの利用であった。

韓国には、これまでも小規模の価格比較サイトは存在したが、利便性が低く利用する人の数は少ないとされていた。今回オープンした保険スーパーマーケットのウェブサイトでは、利用者が多数の保険会社の保険商品の価格を比較し購入することが可能であり、運営は損保協会・生保協会共同で行われているなどの特徴がある。

保険スーパーマーケットでは、現在6つの保険種目（自動車、医療、旅行、年金、積立、定期）が33の保険会社（損保13社、生保20社）によって販売されている。このうち、利用者が最も多く検索した保険種目は、ガンやその他の疾病、生命保険などが含まれる定期保険で、利用者全体の39.7%が検索し、続いて自動車保険の18.1%という結果となった。

一方で、業界最大手のサムスン火災保険を除き、保険スーパーマーケットは、ウェブサイト内だけで保険加入を完結させることはできず、各保険会社の担当者と電話で連絡を取る必要があるなど、使い勝手の面ではまだ改善の余地がある。このような理由から、業界には、保険スーパーマーケットのオープンにより、サムスン火災が現在の約25%のマーケットシェアをさらに伸ばすとの見方もある。

(The Korea BizWire 2015.12.3、Asia Insurance Review 2015.12.8 ほか)