

各国におけるキャッシュレス化と保険販売

ーアジア諸国におけるモバイル決済を中心にー

主席研究員 笠原 康弘

目 次

1. はじめに
2. 世界におけるキャッシュレス化の動向
 - (1) 各国の現状比較
 - (2) わが国における今後の施策
3. 各国におけるキャッシュレス化の動向と保険販売の取組
 - (1) 中国
 - (2) シンガポール
 - (3) インド
 - (4) ケニア
 - (5) 米国
4. おわりに

要旨

キャッシュレス化で諸外国に遅れを取っているわが国であるが、オリンピック開催による訪日客の増加を前に、政府はキャッシュレス比率を倍増させるという目標の明確化や具体的推進を行うための会議体の設置、民間は様々な決済サービスのリリース等、キャッシュレス化の推進に本腰を入れ始めた。

一方、諸外国に目を向けると、以下のとおり社会問題の解決や利便性の追求にとどまらず、キャッシュレス化を起点とした新たなサービス提供や事業拡大への取組が、保険分野でもなされている。

- 中国では EC（電子商取引）や SNS から出発した決済サービス企業が、総合金融グループに発展し新たな保険の販売手法や商品を生み出している
- シンガポールでは政府主導でキャッシュレス手段の浸透や規格の統一を進め、その結果として保険料支払の利便性向上や保険金支払の迅速化等に利用されている
- インドでは EC 企業や決済サービス企業が、外資との資本提携やノウハウ取得により自前での保険販売に乗り出している
- ケニアでは携帯電話を用いた簡便な仕組みにより、銀行口座を持たなかった層の保険市場への取り込みを図っている
- 米国では既存の決済手段が定着している中、仮想通貨を利用した保険料決済への試みがなされている

既にわが国の保険業界でも部分的には同様の動きが見られるものの、今後キャッシュレス化が進むにあたり、保険事業の展開上の参考になる可能性がある。

1. はじめに

世界的にキャッシュレス化が進む中、わが国でも 2014 年 6 月に閣議決定された『日本再興戦略』改訂 2014』において、キャッシュレス化の推進が掲げられた。現金指向の強いわが国であるが、訪日客数の増加¹や、東京オリンピック・パラリンピックの開催を 1 つの突破口として、キャッシュレス比率を向上させる施策が様々打ち出されている。また、これらの動きとあいまって、新たな決済サービスの提供開始が、EC（電子商取引）や SNS²等、もともと決済を本業としない企業から、将来の事業拡大を睨んでいくつも発表されている³。

一方、諸外国においては、わが国とは異なる社会背景や、携帯電話・スマートフォン等の急速な普及によりキャッシュレス化が促進されている。さらに、それによって得られるビッグデータや顧客接点を、さらなるマーケティングに活用していく動きが、流通分野から徐々に保険分野にも広がっている。

本稿では、保険業界における参考とすべく、各国の現状を比較した後、主要各国ごとにキャッシュレス化進行の背景、保険販売上の取組について紹介したい。

なお、本稿における意見・考察は筆者の個人的見解であり、所属する組織を代表するものではないことをお断りしておく。

2. 世界におけるキャッシュレス化の動向

(1) 各国の現状比較

図表 1 は、各国におけるキャッシュレス化の現状を、2 つの観点から比較したものである。キャッシュレス化の度合に関して厳密な統計は存在しないが、これらのデータから傾向を把握できると考えられる。

1 つ目は、各国経済の規模に対し市中にどの程度の現金が流通しているかという、名目 GDP に対する現金流通量の比率である。これによると、わが国にはキャッシュレス化が進んでいる国々の 2 倍以上の比率で現金が流通しており、この比率が最も高い。

2 つ目は、各国の民間最終消費支出に対するキャッシュレス比率⁴である。これによると、日本の比率は各国の数分の一の水準⁵で、表中で日本より低いのはドイツのみで

¹ 2015 年の訪日客数 1,974 万人達成を受けて、2020 年 4,000 万人、2030 年 6,000 万人を KPI としている。これに連動して訪日客旅行消費額も、2015 年実績 3.5 兆円に対し、2020 年 8 兆円、2030 年 15 兆円を KPI としている（閣議決定「日本再興戦略 2016」（2016.6））。

² ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略である。

³ 楽天ペイ、LINE Pay、ペイペイ等の決済サービスが開始されている。

⁴ ここでは個人消費に焦点を当て、クレジットカード、デビットカード、電子マネー（カード、電子機器等利用形態を問わない）による決済額を対象としている。

⁵ 韓国では 1997 年のアジア通貨危機の影響を受け、実店舗等の脱税防止や消費活性化を目的に、政府主導によるクレジットカード利用促進策を実施した。その結果 1999 年から 2002 年にかけて、クレジットカード発行枚数は 2.7 倍、クレジットカード利用金額は 6.9 倍に急拡大した。また、法人クレジットカード

ある。

図表 1 の各国で主に利用されているキャッシュレス決済手段は、国により傾向が分かれている。欧州、中国ではデビットカードの利用が大勢を占めている一方、北米、中国以外のアジア（韓国、シンガポール、インド、日本）、オーストラリアでは、クレジットカードがデビットカードを上回って利用されている⁶。なお、スマホアプリに紐付けられた銀行口座から直接支払を行うといった、最近の決済手法については各国間で比較できる統計が未整備である。このような数値が加味されれば、キャッシュレス比率にはより一層各国の実態が反映されていくものと考えられる。

いずれにせよ、これら 2 つの比率により、主要国の中でもわが国のキャッシュレス比率が低水準にあることがわかる。キャッシュレス化が促進されるためには、社会におけるキャッシュレス手段の有用性が、現金の有用性を相対的に上回る必要があると考えられる。しかし、主として次のような点で、わが国では依然として現金の有用性が上回っていると考えられ、キャッシュレス化が進まない要因となっているのではないだろうか⁷。

○ 利用コスト

キャッシュレス決済に対応した端末導入・決済コストの事業者負担と資金化までのタイムラグ。これらに見合う集客や、現金管理省力化の効果がないと考える事業者の存在。

○ 安全性

カード情報や購買データ等の個人情報漏洩に対する不安。デジタルマネー利用による使い過ぎに対する不安。犯罪や貨紙幣偽造の少なさによる、現金利用に対する安心感。

○ 利便性

キャッシュレス決済に対応していない店舗の存在。整備された ATM 網と、現金がどこでも利用できる利便性。決済情報の入力や読取が不要という現金の即時性。

図表 1 各国のキャッシュレス化の現状（2016 年）（単位：％）

国名	名目 GDP に対する 現金流通量の比率	民間最終消費支出に対する キャッシュレス比率
日本	20.0	19.9
ドイツ	—	15.6
スイス	12.3	24.0
ユーロ圏	10.7	—

ドの利用も多いため、本統計では突出した数値となっている。

⁶ 経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」（2018.4）

⁷ 経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」（2018.4）、日本銀行「キャッシュレス決済の現状」（2018.9）、NIRA 総合研究開発機構「キャッシュレス決済実態調査」（2018.9）

国名	名目 GDP に対する 現金流通量の比率	民間最終消費支出に対する キャッシュレス比率
シンガポール	10.4	57.2
インド	8.8	34.8
米国	8.1	46.0
韓国	5.9	96.4
オーストラリア	4.7	58.2
カナダ	4.2	56.3
イギリス	3.9	68.6
スウェーデン	1.4	51.5
中国	—	42.1 (注)

(注) 中国のみ Better Than Cash Alliance, “Social Networks, e-Commerce Platforms, and the Growth of Digital Payment Ecosystems in China: What It Means for Other Countries” (2017.4) をもとに作成。

(出典: BIS, “Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries” (2017.12) および World Bank, “Households and NPISHs Final consumption expenditure (current US\$)” (2018) をもとに作成)

(2) わが国における今後の施策

2017 年 6 月に閣議決定された未来投資戦略 2017⁸では、10 年後の 2027 年までにキャッシュレス決済比率を倍増させ、4 割程度に引き上げることが KPI として具体的に定められた⁹。フィンテック企業や金融機関等が、オープン API¹⁰等を通じて連携・協働し、利用者のために競争的なサービスを提供できるよう、3 年以内（2020 年 6 月まで）に、80 行程度以上の銀行におけるオープン API の導入¹¹を目指す KPI も定められた¹²。

2018 年には、4 月に経済産業省が策定したキャッシュレス・ビジョン、および 6 月に閣議決定された未来投資戦略 2018 に沿って、産官学の関係者により具体的な検討を行うキャッシュレス推進協議会が 7 月に設立された¹³。同戦略の中では、「二次元コ

⁸ 2016 年までの日本再興戦略は、2017 年から未来投資戦略に名称変更された。同戦略は毎年閣議決定により更新されている。

⁹ 閣議決定「未来投資戦略 2018」(2018.6) では、2017 年時点のキャッシュレス決済比率について、21.0% であるとの認識が示されている。

¹⁰ API (Application Programming Interface) とは、異なるアプリケーション間でデータ連携を可能にする仕組みをいう。これを異なる事業者間で利用できるようにするのが、オープン API である。

¹¹ 資産・家計管理機能を提供する、PFM (Personal Financial Management) サービス等への活用が考えられる。

¹² 閣議決定「未来投資戦略 2018」(2018.6) では、「本年 3 月時点において、全邦銀（除く外国銀行支店）139 行のうち、インターネットバンキングを提供していない 9 行を除く 130 行がオープン API の導入を表明。130 行中 122 行が 2020 年 6 月までの導入を表明。」との進捗が記載されている。

¹³ キャッシュレス推進協議会では、事業者・消費者双方が受け入れやすいインセンティブ措置や、簡易かつ高セキュリティな決済の仕組みの確保等について検討を行うとしている。

ード（QR コード等）のフォーマットに係るルール整備について本年度中に対応策を取りまとめる」と、特定の決済方式に言及している。また、「携帯電話番号、生体認証技術等を活用したモバイル決済サービスなどの民間の取組に係るフォローアップや必要な環境整備に係る検討を行う」としており、利便性や安全性を高める技術にも着目している。

さらに同戦略は次のような点で、キャッシュレス化が金融・商取引分野におけるイノベーションであるとの認識を示し、社会実装を進めるための関連法制の見直し¹⁴や、先進技術の実用化の推進、金融と商流の連携等に向けたインフラの整備など、必要な取組を加速していくとしている。

- 新規参入事業者が、従来の金融機能を個別機能に分解して提供（アンバンドリング）
- 複数の金融サービスと非金融サービスを、統合して提供（リバンドリング）
- 取引データの利活用、ブロックチェーン等の先進技術が、新たな価値を提供

3. 各国におけるキャッシュレス化の動向と保険販売の取組

本項では、近年キャッシュレス化が急速に進みつつあるアジアの国々（中国、シンガポール、インド）、および携帯電話の普及が金融包摂に寄与しているケニアについて、キャッシュレス化の進展状況やその背景、および保険販売に関連した取組事例について取り上げる。また、米国における仮想通貨による保険料支払事例も紹介する。

(1) 中国

a. 決済サービスの発展

中国人民銀行の発表によれば、中国におけるモバイル決済額は、2013 年から 2017 年の 4 年間で 22 倍に拡大している¹⁵。このような拡大の背景として次の 3 点が挙げられる。

1 つ目は紙幣の問題である。人民元の最高額紙幣は今でも 100 元札であり、日本円で 1,650 円¹⁶ほどである。高額な買物をするには何十枚と持ち歩かねばならず、しかもかなりの割合で偽札が流通している。直近では 2015 年 11 月に新 100 元札が発行されたが、2015 年、2018 年といずれも過去最大規模の偽札が押収されている¹⁷。

¹⁴ 2017 年 11 月、金融審議会は金融制度スタディ・グループを設置し、業態別となっている金融規制体系を、より機能別、横断的なものとするべく検討を開始した。2018 年 6 月に発表された中間整理では、金融機能を、決済、資金供与、資産運用、リスク移転の 4 つに分類して検討がなされている（金融審議会「金融制度スタディ・グループ中間整理－機能別・横断的な金融規制体系に向けて－」（2018.6））。

¹⁵ 人民網日本語版「中国モバイル決済規模は 4 年で 22 倍 中国基準を海外へ」（2018.3.9）

¹⁶ 2018 年 9 月末時点の為替レートである 1 元＝16.5 円で換算した。以下同様とする。

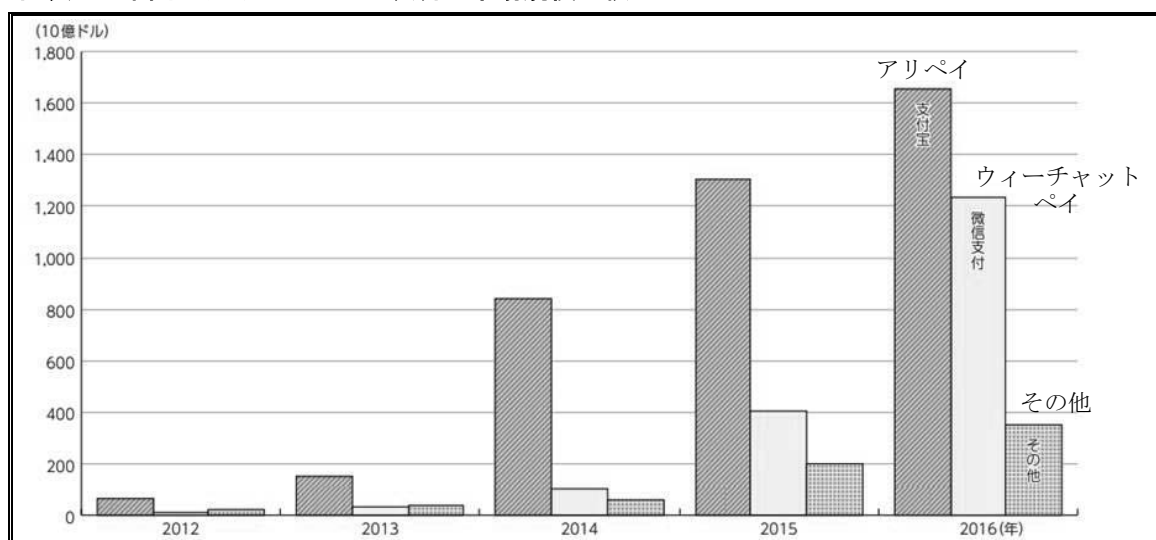
¹⁷ 朝日新聞デジタル「広東で偽札 37 億円分押収 偽造横行でスマホ決済が普及」（2018.1.21）

2 つ目はクレジットカード普及率の低さである。中国で民間による信用評価が解禁されたのは 2015 年 1 月である¹⁸。そのためクレジットカードの普及率は、2015 年時点でも約 14%にとどまっており、後述する銀聯（ぎんれん）¹⁹カード以外のキャッシュレス手段の選択肢は限られた。

3 つ目はスマートフォンの普及であり、携帯電話からの代替も含め、2011 年の 2 億台から 2017 年 3 月末の 10 億 7,000 万台へと 5 倍以上に増加した²⁰。

中国における主要なキャッシュレス決済手段として以下では、銀聯、アリペイ²¹、ウィーチャットペイ²²を取り上げるが、図表 2 のとおりアリペイ、ウィーチャットペイによるモバイル決済の伸びが著しい。

図表 2 中国におけるモバイル決済の市場規模比較



（出典：総務省「平成 30 年版情報通信白書」（2018.7）をもとに作成、原典は Better Than Cash Alliance, “Social Networks, e-Commerce Platforms, and the Growth of Digital Payment Ecosystems in China: What It Means for Other Countries”（2017.4））

(a) 3 大決済サービス

ア. 銀聯

銀聯は、2002 年 3 月に中国の 80 強の金融機関が共同で設立し、それまで相互利用に難があった金融機関間の、オンライン決済ネットワークを整備した。そのネットワークを利用した銀聯カードは、主としてデビット決済に利用され、2017 年

¹⁸ 山谷剛史「中国信用社会に向けたネットの取り組み～芝麻信用の信用スコアが消費行動を変えた！？～」KDDI 総合研究所 R&A 2018 年 9 月号（2018.9）

¹⁹ 英語名はユニオンペイ（UnionPay）。

²⁰ 総務省「平成 30 年版情報通信白書」（2018.7）

²¹ 中国名は支付宝（ジーフーバオ）。

²² 中国名は微信支付（ウェイシンジーフー）。

の国内取扱高は 93.9 兆元（約 1,549 兆円）に達している。カード決済を起源とする銀聯は、モバイル決済では、現時点でアリペイやウィーチャットペイの後塵を拝しているが、カード決済では世界的にも圧倒的な額である²³。2017 年末現在、銀聯カードの決済ネットワークは世界 170 の国と地域に広がっており、発行枚数は 70 億枚（うち海外は 1 億枚近く）を超え、加盟店数は 5,100 万店（うち海外は 2,300 万店）を数える。

イ. アリペイ

アリペイは、アリババ社²⁴が運営するオンラインモールであるタオバオワン（淘宝网）における、エスクロー機能²⁵を有する支払サービスとして 2004 年 12 月に誕生し、現在はグループ会社のアント・フィナンシャル傘下のアリペイ社が運営している。2017 年 10 月時点の利用者数は 6 億 3,000 万人に達しており²⁶、海外との提携によるモバイル決済サービス²⁷提供等により、今後 10 年間で世界 20 億人の利用を目指している。アリペイが提供するスマホアプリは、単なる支払アプリではなく、タクシー・ホテル予約、レンタル自転車の利用、列車・映画チケットの購入、知人への送金、飲食店での割勘、公共料金の支払、病院の予約、振込や資産運用商品の購入等、約 60 種類の生活サービスを提供する生活アプリとなっている。それだけでなく、キャッシュレスを起点として信用情報、資産運用、ローン、保険、クラウド等の、総合的なサービスから成る新しいビジネスモデルをグループで構築し、展開している。そこで行われているのは中国社会に信用創出をもたらし、アリペイユーザー6 億 3,000 万人を 1 つのサービスからまた別のサービスに誘導するクロスマーケティングである。

グループ内で信用情報を手がけるのはジーマ（芝麻）信用²⁸社で、2015 年 1 月から事業を開始した。ネットショッピングの取引情報や支払情報等の個人データを収集し、信用スコア²⁹を AI で算出し提供している。個人の信用スコアに応じて、例えばホテル予約やレンタル自転車での保証金を不要としたり、ローン審査や金利の判断に用いたり、さらには海外渡航時のビザ取得時の優遇、就職時の採用判断に用いられるたりもしている。

²³ 2 位の Visa の 2017 年の総取扱高は 10.2 兆ドルである。（Visa, “Annual Report 2017”（2017.10））

²⁴ 中国名は阿里巴巴（アリババ）。ニューヨーク証券取引所に上場しており、筆頭株主はソフトバンクで 28.8%の保有比率となっている。時価総額は約 51 兆円で世界第 7 位である（2018 年 8 月 13 日時点）。

²⁵ 第三者が売買代金を一旦預かり、買い手が商品・サービスを確認した後に、その第三者から売り手に代金が支払われるサービスのことである。

²⁶ 総務省「平成 30 年版情報通信白書」（2018.7）

²⁷ QR コード決済やオンライン決済の機能を提供している。

²⁸ 英語名はセサミ・クレジット。

²⁹ 350 点から 950 点の間で算出され、600 点以上が信用良好とされる。アリババグループ内でのサービス利用や、SNS の交友関係までもが点数に反映される。

ウ. ウィーチャットペイ

ウィーチャットペイは 2013 年 8 月に、テンセント³⁰社のメッセージアプリであるウィーチャットの付属機能として開始された、アリペイと同様の支払サービスである。決済額ではアリペイに及んでいないが、2017 年 10 月時点の利用者数は 7 億 8,000 万人³¹とアリペイを上回っている³²。約 9 年遅れで登場したウィーチャットペイがアリペイを猛追できたのは（前掲図表 2 参照）、日常的なコミュニケーションアプリへの接触と、利用者同士のつながりによるネットワーク効果³³が大きいものと思われる。

(b) 決済サービスを取り巻く動向

ア. 決済手数料

銀聯やアリペイは、中国国内の加盟店手数料を業種によって区分している。業種区分に応じた加盟店手数料は、医療、教育、社会福祉、介護等では 0%に設定され、その他の業種でも最高で 0.55%に設定されている（図表 3 参照）。アリペイの事業モデルは、低廉な手数料で決済を含む個人データを収集し、金融サービスや信用スコアの販売で収益を得るものとなっている。

図表 3 決済手数料の体系（中国国内の主要決済サービス）

業種区分	手数料率
不動産・自動車販売・卸売等	最高 0.55%
飲食店、百貨店、一般小売等	
スーパー、光熱費、ガソリンスタンド、交通等	0.38 %
医療、教育、社会福祉、介護等	0%

（出典：UnionPay International「中国におけるキャッシュレス化の現状」（2017.12）等をもとに作成）

イ. キャッシュレス・アライアンスの設立

2017 年 4 月、アント・フィナンシャルが中心となり、浙江省杭州でキャッシュレス・アライアンス（無現金聯盟）が 15 の会社・団体³⁴により設立された。同アライアンスは、決済手数料の無料化対策や地方部への啓蒙活動を通じ、5 年以内に中

³⁰ 中国名は騰訊（タンシュン）。香港証券取引所に上場している、世界最大のゲーム会社（売上高の約 4 割がゲーム関連）であり、時価総額は約 48 兆円で世界第 8 位である（2018 年 8 月 13 日時点）。約 31% を所有する筆頭株主は、多国籍のインターネットおよびメディアグループであるナスパズ（Naspers）である。

³¹ テンセントがウィーチャットの他に提供している、QQ というインスタントメッセージサービスに付属した、QQ ペイという決済サービスの利用者も含んだ数字である。

³² 総務省「平成 30 年版情報通信白書」（2018.7）

³³ ある人がネットワークに加入することにより、その人の効用を増加させるだけでなく、他の加入者の効用も増加させる効果をいう。

³⁴ 仏系スーパーマーケットのカルフルー、レンタサイクルの ofo、北京首都国際空港等が参加している。

国をキャッシュレス化社会とすることを目指している。アント・フィナンシャルはこれらの活動に 2 年で 60 億元（990 億円）を投じるとしている。なお、国連環境計画（UNEP）も低排出社会実現の観点から参加しており、アント・フィナンシャルとともに理事となっている。

ウ. 決済サービスへの規制強化

決済市場の拡大に伴い、新たな規制も導入されている。

アリペイやウィーチャットペイらは、顧客からの預かり資金を運用して利益を得ていたが、中央銀行である中国人民銀行はこれらの決済事業者に対しても、民間銀行と同様に無利子で準備金預入を求めることを決定した。この準備率は段階的に引き上げられ、2017 年 1 月には顧客勘定の 20%を、2018 年 4 月には 50%を、2019 年 1 月 14 日までには 100%を預け入れる必要がある。これにより両社は、10 億ドル相当の利益を失うことになる。

また、決済データの透明化を図るため、決済事業者による銀行との直接決済が 2018 年 6 月 30 日以降禁止され、網聯（ワンリエン）と呼ばれる決済機構の利用が義務付けられた。これにより 462 の商業銀行と 115 の決済事業者の決済データは、網聯を通じて人民銀行の管理下に置かれることになった。このほか、2018 年 4 月には利用者保護のため、QR コードによる店舗決済に 1 日の限度額が設けられた³⁵。

b. 決済サービスを通じた保険拡販

(a) ネット専業保険会社の設立

2013 年、アリババ主導のもと、テンセントおよびピンアン（平安）保険の出資により、中国初のネット専業保険会社である衆安保険が設立された³⁶。アリババとテンセントが抱えるネット顧客を全国から取り込む一方、損害調査など顧客対応が必要な業務についてはピンアン保険に委託している。衆安保険は顧客ニーズの発掘に積極的で、これまでに 300 もの商品を次々に発売している³⁷。なお、アリババとテンセントが出資・提携している中国国内の保険会社はほかにも存在しており³⁸、両社は自グループの決済プラットフォームを通じて幅広い商品を取り扱っている。

³⁵ 本人確認の状況と、QR コードを顧客と店のどちらが読み取るか等により限度額が異なる。最低は決済機関 1 機関あたり 500 元（8,250 円）となる。

³⁶ 2018 年 6 月時点の出資比率はアリババグループ 13.54%、テンセント 10.21%、ピンアン 10.21%となっている。

³⁷ 最初の同社商品は返品送料保険であり、これはタオバオ等のネット取引サイトの商品が、思った通りの内容・品質でなかった場合の返送料金を補償する保険である。このほか、フライト遅延保険やスマホ破損保険をはじめ、スマートフォンで毎日の歩数を測定して翌月の保険料に反映する医療保険や、専用の測定器を用いて血糖値を管理することにより、保険金が増額される医療保険等ユニークな商品を販売してきた。

³⁸ 衆安保険以外にアリババは、国泰産險（51%）、信美人寿（34.5%）、阿里健康保険（20%）に、テンセントは、和泰人寿（15%）、英杰華人寿（20%）に出資している。

(b) 医療保険キャンペーン

中国では基本医療保険と呼ばれる、人口の 95%をカバーする公的健康保険制度が普及している³⁹ものの、手術、特許薬、医療機器等が必要な場合には、高額な自己負担が生じる。2017 年 4 月、アリペイはタイコー（泰康）保険と提携し、アリペイの利用者に医療保険を無料で提供するキャンペーンを行った。その内容は 60 歳未満の利用者が、25 の疾病のいずれかと診断された場合に保険金を支払うものであり、事前の健康診断を必要としない。スマホアプリ上で申込をした後、アリペイを利用して実店舗で何か買物を行うと、決済額に応じて 1 年の保険期間内に最高 5,000 元（8 万 2,500 円）まで保険金額が増加されていく仕組みであった。アリペイを利用した買物は保険関連である必要はなく、利用者の保険料負担はないが、アプリ上で増加していく保険金額を見ることにより、保険に対するユーザーの消費行動を刺激することを狙いとした。このキャンペーンの無料プランは、90 年代以降に生まれた医療保険になじみのない層を中心に、1 カ月間で 1,300 万人の申込を獲得した。申込者が希望すれば、健康告知を行って割引保険料でより充実した補償内容のプランにアップグレードすることも可能であった。

さらに、アリペイのスマホアプリには、オンラインの保険交流サイトも併設されている。同サイトでは、医師、弁護士、アクチュアリー、保険代理店を含む様々な専門家が、保険になじみのないアリペイ利用者からの質問に答えてくれる。また、利用者の保険需要に関する意見を収集し、突然死リスクをカバーする死亡保険を発売したところ、交流サイトの参加者の 40%以上が購入したという実績もある⁴⁰。

(2) シンガポール

a. 政府の動き

(a) 決済改革

シンガポールは、住民一人あたりの電子マネーの発行数が 7.1 枚とかなり多く⁴¹、民間によるキャッシュレス決済手段も多数が乱立していたが、キャッシュレス化は進んでいなかった。このため政府は、2014 年 11 月からスマート国家戦略推進の一環として、「電子支払システムを整備し、キャッシュレス社会の実現を目指す」とした。2016 年 8 月に、同国の中央銀行で金融行政を担うシンガポール金融管理局（Monetary Authority of Singapore：以下「MAS」）は、世界の潮流に沿った 2020 年までの決済改革のロードマップを提示した。

その後 2017 年に入って以降、図表 4 のとおり次々と動きがあり、2017 年 7 月に

³⁹ 人民網日本語版「中国、13 億人をカバーする世界最大の医療保険制度」（2017.10.20）、片山ゆき「中国の公的医療保険制度について（2018）－老いる中国、14 億人の医療保険制度はどうなっているのか。」基礎研レポート 2018 年 6 月号（ニッセイ基礎研究所、2018.6）

⁴⁰ Gen Re, “Online Insurance in China”（2017.12）

⁴¹ BIS, “Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries Figures for 2016”（2017.12）の掲載国中第 1 位である。わが国は第 2 位の 2.65 枚となっている。

はシンガポール銀行協会が、ペイナウ（PayNow）と呼ばれる決済システムを導入した。これは、24 時間 365 日無料のインターネットバンキングで、個人間送金やスマートフォンでの QR コード送金を可能とするものであった。翌 8 月には、全国民に向けた政策方針演説の場でリー・シェンロン首相から、統一システムであるペイナウの使用を後押しする発言がなされた。

図表 4 2017 年以降のキャッシュレス化の動き

年月	内容
2017 年 5 月	MAS 主導で開発された統一決済端末 UPOS（Unified Point-of Sale Terminal）を様々な商店に導入開始。
2017 年 7 月	シンガポール銀行協会が決済システムであるペイナウ（PayNow）を導入。24 時間 365 日インターネットバンキングで無料の個人間送金と QR コード送金が利用可能。
2017 年 8 月	MAS、銀行、決済事業者、小売事業者等の代表からなる、決済協議会（Payments Council）を結成。 全国民に向けた政策方針演説の場でリー・シェンロン首相が、多くの決済システムの存在がキャッシュレス化を遅らせていると問題提起し、統一システムであるペイナウの使用を後押し。 決済協議会が MAS と情報通信メディア開発庁（IMDA）主導のもと、QR コード統一化のタスクフォースを設置。
2017 年 11 月	MAS が統一化されたシンガポール QR コード（SGQR）を承認。
2018 年 8 月	ペイナウのサービス対象を企業・政府機関に拡大。
2018 年 9 月	MAS が SGQR の使用開始を発表。

（出典：各種資料をもとに作成）

（b）QR コードの規格統一

前掲図表 4 のとおり、2018 年 9 月にシンガポールは世界で始めて国内の決済用 QR コードを統一し、使用を開始した。同国では複数の QR コードが乱立しており、店舗側はこれまでそれぞれの決済方式に対応した QR コードを表示する必要があった。約半年をかけて同国の 27 種類の決済用 QR コードが SGQR に一本化される予定である。

b. 保険会社の決済迅速化サービス

前掲図表 4 のとおり 2017 年 7 月にペイナウの個人利用が開始された。利用者を拡大するため、開始当初には抽選により賞金も提供された。また、2018 年 8 月には、企業にもペイナウの利用が可能となった。なお、企業による送金額の上限は現在 20 万 SGドル（約 1,660 万円）⁴²となっている。

これに伴い保険会社も、顧客との決済にペイナウを利用して利便性や迅速性を向上させる取組を行っている。例えば Etiqua 保険では、車両保険の保険金認定を 30 分で行うサービスや、旅行保険の保険金請求をオンラインで受理するサービスと組み合わせ、顧客への保険金支払の迅速化を図っている。これらの保険金は、同社システム内

⁴² 2018 年 9 月末時点の為替レートである 1SGドル＝83.01 円で換算した。以下同様とする。

にある顧客の電子財布に即座に入金され、顧客はその残高から新たな保険の購入や、ペイナウへの出金指示を行うことができる。図表 5 は、保険会社によるペイナウの利用状況をまとめたものである。

図表 5 ペイナウを利用した保険料・保険金決済サービス

保険会社	内容
Etiga 保険	保険金や返戻保険料は、いったん同社システム内の顧客電子財布に入金される。顧客は電子財布残高から新たな保険の購入や、ペイナウへの出金指示ができる。以下の仕組と組み合わせて、支払を迅速化。 ○22 の修理工場と協力し、請求書類に不備がない場合、5 千 SG ドル（約 41 万 5 千円）までの車両自損事故の保険金請求を 30 分以内に認定。 ○旅行保険の保険金請求をオンラインで受け付ける。またフライトの遅延補償の支払は、遅延情報に基づいて自動処理される。 ○無事故かつ返戻保険料が 20SG ドル（約 1,660 円）以上の場合、旅行保険の解約は自動処理される。
AIG シンガポール	○旅行保険の保険金請求をオンラインで受け付け、保険金支払をペイナウで行うことにより迅速化。
Manulife シンガポール	○店頭でペイナウの QR コードによる保険料支払が可能。 ○保険金・満期返戻金をペイナウで支払うことにより迅速化。
FWD 保険	○従来小切手だった保険金支払を、ペイナウで行うことにより迅速化。

（出典：各社ウェブサイトをもとに作成）

(3) インド

a. 政府の動き

(a) 国民登録制度

インド政府は 2009 年、アダール（Aadhaar）⁴³という国民登録制度を導入した。これは、顔写真、氏名、生年月日、住所に加えて両手の 10 指の指紋と両目の虹彩を登録し、国民一人一人に 12 桁の個人識別番号を付与して身分証明カードを発行する制度である。インド固有識別番号局（Unique Identification Authority of India : UIDAI）が管轄し、この制度以前は出生届も出されていない国民も多かった、貧困層への灯油、食料、LP ガス等の政府補助金の中間搾取をなくす福祉の向上が目的とされた。しかし現在では、アダールが必須とされる 61 種類のサービスのうち、福祉関連は 10 種類にすぎず、納税、銀行口座開設、携帯電話契約等にもアダール番号との紐付が義務付けられている。

(b) 高額紙幣の廃止とキャッシュレス化

モディ首相の公約の 1 つであるデジタル・インド⁴⁴の一環として、2014 年 8 月にプラダン・マントリ・ジャン・ダン・ヨジャナ（ヒンディー語で「人民のため

⁴³ アダールは、ヒンディー語で「基礎」を意味する。アドハーと読む地域もある。

⁴⁴ 2014 年 8 月に策定された、様々な分野をデジタル化することにより知識経済社会へ変革する 5 年計画。通信 IT 省が所管し、予算総額は 1 兆 1,300 億ルピー（約 1 兆 7,900 億円、2018 年 9 月末時点の為替レートである 1 ルピー＝1.58 円で換算した。以下同様とする。）にのぼる。

の金銭計画」) が発表された。これは、当時都市部で 3 割強、貧困層の多い地方部では 5 割弱の銀行口座を持たない人々に、銀行口座を普及させることが目標の 1 つであった。

このような流れの中で、翌年 7 月に消費税導入を控えた 2016 年 11 月 8 日、インドのモディ首相は汚職、脱税、テロ活動資金の撲滅を目的として、500 ルピー (790 円) と 1,000 ルピー (1,580 円) の高額紙幣を廃止すると突然発表した。2016 年 12 月 30 日までという短期間に、新紙幣との交換か銀行口座への預入が必要とされたが、廃止紙幣は紙幣流通量の 86% に相当し、新札との交換には限度額が設けられたため一時は現金が不足する事態となった。しかし、この措置はキャッシュレス化を進める 1 つの契機としても利用された。

その 1 つがインド国家決済公社 (NPCI) の配布した、インド・マネー・インターフェース (Bharat Interface for Money : BHIM (ビーム)) である。これは QR コードやアダールによる指紋認証により、銀行口座から支払ができるスマホアプリである。インド政府は、キャッシュバックや紹介ボーナスを提供して、このアプリの利用を推進した。このほか、同じ NPCI による Unified Payment Interface (UPI、2016 年 8 月に導入された銀行間送金・決済を行えるスマホアプリ) およびクレジットカードの Rupay、インド最大手の決済事業者ペイティーエム (Paytm) による決済システム (スマホアプリに銀行口座から入金し、QR コードで決済) も利用を伸ばした⁴⁵。

なお、資金繰りや手数料負担の問題からキャッシュレス決済の受入を躊躇し、現金決済を選択する事業者も依然として残っている。

(c) 指紋認証の活用とプライバシー

アダールでは SDK⁴⁶や API が公開されており、本人確認、決済、医療等、他の様々なサービスへの組込が可能となっている。国営・民間の銀行が運営する預貯金の預入・払出システム (アダール・イネーブルド・ペイメント・システム : AEPS) や、決済システム (アダール・ペイ) では、12 桁のアダール番号と指紋認証により取引が完結する。また、ペイティーエムでは利用限度額の引き上げ等に必要な KYC⁴⁷を、アダールによってオンラインで完結できる仕組みにも利用されている。

しかし、アダールがプライバシーを侵害しているとの申立が裁判所になされ、インドの憲法で明文化されていないプライバシー権について憲法論議にまで発展した。2017 年 8 月、インドの最高裁判所は裁判官 9 人全員一致で「プライバシー権は憲法で保障される権利である」と認めた。今後アダールの利用について、何らかの見直しがなされる可能性もある。

⁴⁵ 2015 年から 2017 年までに、利用者は 4,000 万人から 1 億 4,000 万人に増加した。

⁴⁶ Software Development Kit の略。あるシステムを迅速に導入できるパッケージのことである。

⁴⁷ Know Your Customer の略で、本人確認のことである。

b. 保険関連の動き

(a) キャッシュレス化推進のための保険料割引制度

高額紙幣廃止政策に呼応して、政府は特定の条件に該当するサービス・物品の購入を、キャッシュレスで行った人々に対する優遇制度を実施した。その中の保険関連には、以下のような制度⁴⁸があった。

- 国営保険会社⁴⁹の保険をオンライン購入した場合、生命保険は 8%、損害保険は 10%の割引
- 鉄道チケットをオンライン購入した場合、最大 100 万ルピー（158 万円）の傷害保険を提供

(b) EC による保険販売

インドにおけるキャッシュレス化の進展は、EC 市場の拡大にもつながっている。また、その拡大する EC 市場のプラットフォームを利用して、デジタル端末に対する商品付帯保険や、自動車・バイク保険の販売も普及してきている。EC 大手は、保険会社との提携を深めるだけでなく、保険会社そのものを買収・新設する動きも見せており、以下ではそのような状況について紹介する。

ア. インドの EC 市場

図表 6 は、2017 年における EC 市場売上高上位 10 カ国を、対前年の伸び率が高い順に示している。これによると、インドの対前年比は+42.1%と最も高い。また、同国小売売上高に占める EC の割合が 3%から 4%程度⁵⁰であることから、今後も市場規模の拡大が予想される。

このようなインドの EC 市場では、図表 7 に示すとおり市場シェアの約 9 割が大手 4 社によって占められている。いずれも米国または中国に端を発し、世界でノウハウを積んだ、EC や IT 関連の大手企業が出資している点が特徴的である。

⁴⁸ このほか、高速道路料金の 10%割引、鉄道チケットの 0.5%割引、電車内での食事の 5%割引、給油料金の 0.75%割引、2,000 ルピー（3,160 円）以下のオンラインショッピングの消費税免除等が実施された。

⁴⁹ インドには 62 の保険会社があり、再保険会社 1 社、生保会社 1 社、損保会社 6 社の 8 社が国営である。国営会社の市場シェアは、生保分野で 7 割強、損保分野（農業保険、輸出信用保険専門の 2 社を除く。）で 5 割弱にのぼる。

⁵⁰ eMarketer, “E-commerce share of total retail sales in India from 2014 to 2019” InsideRetail Hong Kong (2015.12)

図表 6 世界の EC 市場規模 (BtoC、2017 年) (注1)

順位	国名	売上高 (億ドル)	売上高 (兆円) (注2)	対前年比 (%)
1	インド	209	2.4	42.1
2	中国	11,153	126.3	35.1
3	カナダ	340	3.9	29.9
4	韓国	563	6.4	20.9
5	イギリス	1,126	12.8	17.1
6	フランス	488	5.5	16.9
7	米国	4,549	51.5	16.3
8	オーストラリア	215	2.4	12.3
9	ドイツ	651	7.4	11.3
10	日本	953	10.8	6.0

(注1) 旅行、チケットを除いた金額である。

(注2) 2018 年 9 月末時点の為替レートである 1 ドル=113.26 円で換算した。

(出典：経済産業省「平成 29 年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」(2018.4) をもとに作成)

図表 7 インドの大手 EC 企業

順位	企業名	同社への EC または IT 関連出資企業	市場シェア (注)
1	フリップカート (Flipkart)	ウォルマート	43%
2	アマゾン・インド (Amazon India)	アマゾン	28%
3	スナップディール (Snapdeal)	アリババ、ソフトバンク	12%
4	ペイティーエム (Paytm)	アリババ、アント・フィナンシャル、ソフトバンク	7%

(注) ペイティーエムのみ 2015 年の JETRO の数値。他は 2016 年の eMarketer の数値。

(出典：eMarketer, “India's Ecommerce Sector Just Lost its Third-Place Contender”

(2017.8) および JETRO「インドの e コマース市場調査」(2017.1) をもとに作成)

イ. EC 大手の取組

前記アのとおり、インドの EC 市場は今後の拡大余地が非常に大きい段階にあるが、EC 大手 4 社は保険販売を自社事業に利用していこうと積極的に動いている。これには、インドの保険市場自体の拡大余地が大きいこと、4 社への出資企業からのノウハウ・戦略提供が大きな影響を及ぼしていると考えられる。

(ア) フリップカート

市場シェア 1 位のフリップカートは、保険代理店免許を取得している。同社はオンライン電話販売でもシェア 65%を占めており、インドの民間保険会社 Bajaj Allianz General Insurance と提携して携帯電話保険の提供を 2018 年 10 月に開始した。コンプライト・モバイル・プロテクションと呼ばれるこの保険は、修理代金の支払か無料の引取修理サービスを選択することができる。インドの携帯電

話契約数は中国に次ぐ世界第2位であるが、過去5年間の純増数では中国を上回っている。図表8はインドにおける携帯電話契約数と、普及率の推移を示している。

図表8 インドにおける携帯電話契約数と普及率の推移（過去5年間）

	2013	2014	2015	2016	2017
契約数	865 百万	886 百万	944 百万	1,001 百万	1,127 百万
普及率	69.9%	70.8%	74.5%	78.1%	87.0%

（出典：ITU, “Mobile-cellular subscriptions”（2018）をもとに作成）

（イ）アマゾン・インド

市場2位のアマゾン・インドを擁するアマゾンは、インドのインシュアテックであるアコ保険（Acko General Insurance）を所有するアコ・テクノロジー（Acko Technologies）に、2018年5月に投資を行った。アマゾン・インドのウェブサイトでは既にアコ保険の自動車・バイク保険の販売が会員専用の低廉な保険料で開始されており（図表9参照）、今後旅行保険や健康関連保険も販売していく計画である。アマゾンはアコ保険に対してライバルとの事業を制限していない。このためアコ保険は、今後様々な企業と提携していく可能性がある。

図表9 アマゾン・インドのウェブサイトでの保険販売ページ

Low廉な保険料の自動車・バイク保険

acko

Low Prices on Car and Bike Insurance
Exclusively for Amazon Users

見積開始

Get Your Price Now

アマゾン会員専用

Absolutely Convenient
We leverage the best technology to make insurance effortless for you.

Stress-Free Claims
Simple Process. Fast Approvals. We take care of everything.

Fast and hassle-free
Get Insurance quickly even if your policy is expired

（出典：アマゾン・インドウェブサイト）

(ウ) スナップディール

市場 3 位のスナップディール⁵¹は、自社サイトでのオートバイ販売時に、Bajaj Allianz 社のバイク保険をセットで購入できるようにしている。Bajaj Allianz 社の関係者は、フリップカートやスナップディールとの提携が、保険販路の拡大に寄与するものとコメントしている^{52,53}。

(エ) ペイティーエム

決済大手ペイティーエムは 2015 年に、ICICI Prudential Life、Religare Health、Reliance Life、Reliance General 等の保険会社と提携し、保険料のオンライン決済サービスを開始した。現在同社のウェブサイトでは、29 社への保険料支払を取り扱っている（図表 10 参照）。同社が立ち上げたペイティーエムモールという EC サイトは、デジタル商品とモバイルコマースに強みがあり、インド EC 市場 4 位の規模となっている。同社は保険代理店免許を持っているが、親会社のワン 97 コミュニケーションズ（One97 Communications Ltd）は、新たにペイティーエム生命（Paytm Life Insurance Corporation Ltd）とペイティーエム損保（Paytm General Insurance Corporation Ltd）を立ち上げ、自前での保険販売を目指している。中国のアリババとアント・フィナンシャルは同グループ株式の 40%を持つだけでなく、ペイティーエムに人材を派遣し、技術や事業モデルを指導している⁵⁴。今後ペイティーエムがインドにおいて、アリババのような金融と非金融を統合した事業モデルを展開していくことも予想される。

図表 10 ペイティーエムのウェブサイトでの保険料決済ページ



（出典：ペイティーエムウェブサイト）

⁵¹ 2017 年 7 月、スナップディールはフリップカートによる買収を拒否している。（日本経済新聞「印ネット通販 3 位、首位との合併正式に拒否」(2017.8.1)）

⁵² Inc42, “Flipkart Enters Insurance Market, Beginning With Mobile Phones” (2018.10.7)

⁵³ IIFL, “Bajaj Allianz ties up with Snapdeal to sell 2-wheelers insurance” (2015.8.4)

⁵⁴ 2018 年 6 月に設立された、ヤフーとソフトバンクの合弁会社であるペイペイ（PayPay 株式会社）は、ペイティーエム、アリペイと提携し日本でスマホ決済サービスを開始した。

(4) ケニア

a. モバイル送金・決済

ケニアではエムペサ (M-Pesa)⁵⁵という、イギリスのボーダフォン系列の通信会社であるサファリコム (Safaricom) が提供する、携帯電話の SMS⁵⁶を使った送金・決済サービスが浸透している。ケニア国内には日用雑貨店を中心とする 10 万以上の同社代理店があり、利用者はこの窓口で手数料を支払って自分のアカウントに現金を預け入れた後、送金相手に SMS で送金額と暗証番号を送る。受信相手は窓口で、その画面を提示すれば現金を受け取れる。もともと携帯電話利用者の囲い込みを目的に 2007 年に開始したサービスだったが、銀行口座を持たない農村部から都市部への出稼ぎ労働者の送金ニーズにもマッチして普及し、2015 年には同社収益の 2 割以上を占めるに至った。顧客アカウントへの入金用の資金を、代理店が事前にサファリコムに預託する不正対策⁵⁷や、顧客資金を銀行に信託保管する同社破綻時の対策といった、顧客資金の保護措置も講じられている。エムペサは、ボーダフォン系列の通信サービスが提供されている他のアフリカ諸国やルーマニア、インドの地方部等 10 カ国で 2,900 万人にサービスを展開している。サファリコムは、エムペサカードの発行による実店舗での IC カード決済や、国際間ビジネスの決済でも事業拡大を目指している。

b. モバイル小口保険の普及

ケニアを含めたアフリカ各国では、携帯端末によるモバイル決済の普及とともに、それを利用した小口のモバイル保険も登場・発展してきた。図表 11 はサブサハラ⁵⁸における携帯端末の普及状況と今後の予測を表している。2016 年 6 月の時点で 17 カ国において、モバイル決済を利用した 60 の保険商品が販売され、契約数は 1 千万件に達している⁵⁹。

販売されている主な商品は、生命保険、葬儀保険、医療保険、農業保険等であり⁶⁰、いずれも保険金額を抑え、低廉な保険料としている⁶¹。保険期間も 3 ヶ月や半年等の短期で加入できたり、携帯端末上で保険金額を変更できたり、待機期間⁶²を設けなかったりと、加入者の利便性を優先した仕組としている。また農業保険では、個々の農家の収穫量ではなく、地域の降水量をもとに干ばつを認定して保険金を支払う等のイ

⁵⁵ ペサはスワヒリ語で「お金」の意味である。

⁵⁶ ショート・メッセージ・サービスの略である。

⁵⁷ <https://www.vodafone.com/content/index/what/m-pesa/m-pesa-faqs.html/>

⁵⁸ サハラ砂漠より南部のアフリカ地域を指す。

⁵⁹ 例えば Barclays Bank of Kenya が提供する Timiza というアプリでは、保険金額 1 万ドルの傷害死亡・葬儀保険の月額保険料が 42 セント (0.42 ドル) である。このほか、iNuka Pap (ケニア)、Jamii (タンザニア) 等の保険商品がある。

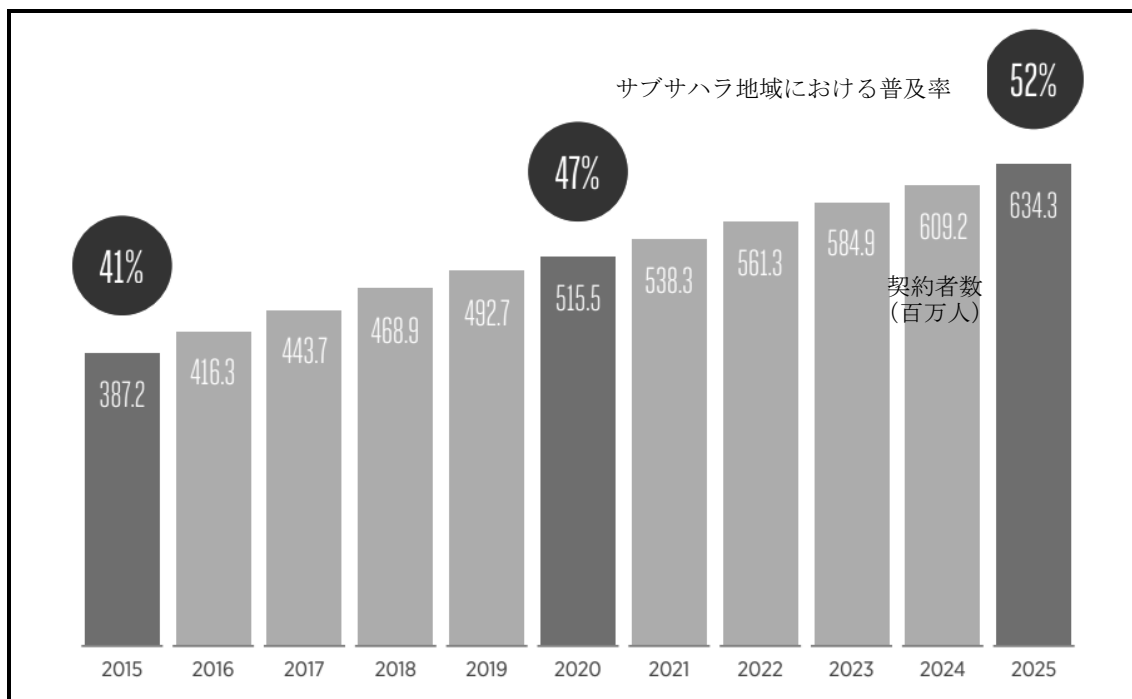
⁶⁰ iBAN, “Prospects for Development: Microinsurance in Malawi” (2017.6.13)

⁶¹ GSMA, “2016 The State of Mobile Money in Sub-Saharan Africa” (2017.7)

⁶² 保険加入前にかかっていた病気の潜伏期間を考慮し、保険始期日から起算される、保険金が支払われない一定期間のことである。

ンデックス型の保険が普及している。アフリカでは小口の資金需要に対応したモバイル融資の仕組みも普及が進んでおり、融資実行時に信用生命保険が自動付帯されているものもある。

図表 11 サブサハラ地域の携帯電話普及状況の推移



(注) 2018 年以降は予測値である。

(出典：GSMA, “The Mobile Economy Sub-Saharan Africa 2018”をもとに作成)

(5) 米国

米国ではキャッシュレス決済手段として、クレジットカード、デビットカード、小切手⁶³、ペイパル⁶⁴等が普及しており、保険会社のウェブサイト上における保険料決済にも用いられている⁶⁵。

このような中、米国インディアナ州に本拠を置く保険仲介者のインガード (Inguard) 社は、既に2013年に仮想通貨ビットコインによる保険料支払の受入を開始している。同社は、インターネットの黎明期である1996年に自社ウェブサイトを立ち上げ保険募集を開始する等、新技術の採用に積極的な会社である。

⁶³ 紙の小切手を郵送する方法の他に、オンライン上で小切手決済を行える eCheck という方法もある。

⁶⁴ ペイパルにクレジットカード・デビットカードや銀行口座を登録すると、これらの情報を取引相手に渡すことなく決済が行える。ペイパルには売り手保護プログラム、買い手保護プログラムがあり、アカウントのハッキングや商品の誤配送、契約が約束通り履行されない場合に補償が提供される。ただし、保険等の金融サービスは、この補償の対象外となっている。

⁶⁵ 損害保険事業総合研究所「諸外国の保険業におけるインターネットやモバイル端末の活用状況について」(2015.9)

a. ビットコインの利用方法

顧客がビットコインによる保険料支払を希望する場合、個別にインガードへの申込が必要である。インガードは外部の仮想通貨決済サービスであるビットペイ (bitpay) を利用しており、顧客にはビットコインの送付先と数量が指示される。顧客からビットペイへの支払が行われると、ビットペイはドル建てでインガードの銀行口座に即日入金する。したがって、インガードにとってはドル建てで顧客から保険料を受け取るのと実質的に変わらない。インガードが負担するこの決済サービスの手数料は 1% であり、平均的なクレジットカードの手数料 3% よりも低くなっている。なお、これまでどのくらいの顧客がこの方法を利用したかについては不明である。

b. 税務上の位置付け

2014 年 3 月、米国の内国歳入庁 (Internal Revenue Service : IRS) は、ビットコインを税務上は通貨ではなく有価物として取り扱うとのガイダンスを発表している。これによると、保険料としてビットコインを受け取ることは、株券・金・銀等を受け取るのと同じ扱いとなる。支払者である契約者に差益が生じた場合⁶⁶は譲渡所得税の対象となることや、支払手段としての位置付けが当局により明確化された⁶⁷。

c. 代理店・ブローカー協会による提言

2 万 8,000 の会員企業を有する独立系保険代理店およびブローカー協会 (Independent Insurance Agents and Brokers of America, Inc. : IIAA) は 2017 年 1 月、会員に対し仮想通貨に関する顧客対応について、以下のような提言を行っている。これには、仮想通貨による保険料支払とともに、資産としての仮想通貨への保険付保ニーズやハッキング被害時の身代金支払までもが想定されている。

- 仮想通貨はまだ成熟した技術ではなく、交換所の安全性にも懸念がある
- 仮想通貨での保険料支払の可否について、顧客照会への回答を準備しておく
- 顧客からの保険需要に備え、新たな資産区分である仮想通貨について理解する
- 仮想通貨が、通常の保険商品の補償対象外であることを顧客に理解してもらう
- ハッキング被害に遭った場合、仮想通貨で支払を要求されることが多い。事業継続のため仮想通貨口座をあらかじめ開設しておくことが有効である⁶⁸

⁶⁶ 保険料支払時のビットコインの価値が、そのビットコイン取得時の価値を上回っていた場合がこれにあたる。

⁶⁷ Independent Insurance Agents and Brokers of America, Inc., “Bitcoin, Crypto, and Virtual Currencies” (2017.1)

⁶⁸ 代理店やブローカーがハッキング被害に遭った場合、迅速なデータ復旧のために身代金を払うこともやむを得ない、とも読める。

4. おわりに

これまで見てきたように、各国でモバイル決済の利用が拡大している。中国、インド等のアジア諸国、ケニア等のアフリカ諸国では、携帯電話やスマートフォンの著しい普及がその手段を提供している。また、中国、ケニア等ではユーザーの利便性を追求した決済サービスが民間事業者により、インド、シンガポール等では統一的な決済サービスが政府の施策により提供されている。一方、米国では、仮想通貨による保険料決済が可能な保険仲介者も出現している。

今後わが国でもキャッシュレス化が進んでいくものと考えられ、特にモバイル決済を含むネット決済が、新たな顧客接点の役割を果たしていきそうである。その観点から、これまで見てきた各国の事例に基づき、保険会社への今後の示唆として以下のような点を挙げたい。

- 保険料受入、保険金支払の両面で、多様化する決済手段への対応による、顧客への利便性提供
- 契約の申込や変更、保険金請求等の接点が、携帯端末のみであるような顧客の増加と、これらの層が利用しやすい保険商品の提供
- キャッシュレス化による決済迅速化の効用を損なわない、あるいはこれを活用した保険会社の内部処理の迅速化
- 決済事業者や EC 事業者が有するような、生活・販売プラットフォームへの参画による併売と、デジタル世代へ訴求できる保険商品の提供
- 電子財布や仮想通貨といった新たな資産に対する、ハッキング被害や紛失リスクに対する保険需要の高まりへの対応

これらに加え、以下のような流れにも注目しておきたい。

- 各国での成功モデルを、今後わが国でも展開していこうとする国内外の企業の動き
- 保険単体ではなく、顧客の購買データの活用や、各種の金融・生活サービスと組み合わせた総合的な商品・サービスの提供

最近の報道を見ると、わが国保険会社にも以上に沿った動きが多く見られる。これまでわが国でキャッシュレス化が進んで来なかったということは、多彩なデジタル手段が登場しつつある状況下では逆にチャンスであるとも言える。これを機にわが国保険会社が、消費者に必要とされる保険商品やサービスを、決済サービスというプラットフォームを足がかりとして提供していくことが期待される。

<参考資料>

- ・朝日新聞デジタル「広東で偽札 37 億円分押収 偽造横行でスマホ決済が普及」(2018.1.21)
- ・アジア経済ニュース「騰訊の筆頭株主、一部株式を 769 億 \$ で売却」(2018.3.26)
- ・アント・フィナンシャル「アントフィナンシャルが目指す世界」(2017.10)
- ・エキサイトニュース「利用者『ATM から偽札出てきた』、銀行「ありえぬ」=安徽」(2011.11.24)
- ・エコノミスト「ソフトバンクはネット通販のスナップディール、タクシー配車のオラに出資」(2017.6.6)
- ・片山ゆき「中国の公的医療保険制度について (2018) -老いる中国、14 億人の医療保険制度はどうなっているのか。」基礎研レポート 2018 年 6 月号 (ニッセイ基礎研究所、2018.6)
- ・木内登英「アリペイらに 100%の中銀準備預金を義務付け」Global Economy & Policy Insight (NRI、2018.7.25)
- ・金融審議会「金融制度スタディ・グループ中間整理一機能別・横断的な金融規制体系に向けて」(2018.6)
- ・クララオンライン「アリババが目指す EC の未来」(2017.6)
- ・経済産業省「医療国際展開カントリーレポート 新興国等のヘルスケア市場環境に関する基本情報 インド編」(2018.3)
- ・経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」(2018.4)
- ・経済産業省「平成 29 年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備 (電子商取引に関する市場調査)」(2018.4)
- ・財経新聞「中国：「キャッシュレス連盟」発足、5 年以内に現金不要実現へ」(2017.5.9)
- ・佐藤創「インドにおける高額紙幣の切り替えについて (1)」アジアの出来事 (IDE-JETRO、2017.4)
- ・佐藤隆弘「インドがキャッシュレス先進国に 高額紙幣廃止でスマホ決済倍増」エコノミスト (2017.6.6)
- ・人民網日本語版「4 月から QR コード決済に限度額設定 影響は小さい」(2018.3.29)
- ・人民網日本語版「中国、13 億人をカバーする世界最大の医療保険制度」(2017.10.20)
- ・人民網日本語版「中国モバイル決済規模は 4 年で 22 倍 中国基準を海外へ」(2018.3.9)
- ・総務省「平成 19 年版情報通信白書」(2007.7)
- ・総務省「平成 28 年版情報通信白書」(2016.7)
- ・総務省「平成 30 年版情報通信白書」(2018.7)
- ・ソフトバンク「2019 年 3 月期 第 1 四半期決算投資家向け説明会」(2018.8.8)
- ・損害保険事業総合研究所「諸外国の保険業におけるインターネットやモバイル端末の活用状況について」(2015.9)
- ・高崎早和香「アフリカ フィンテックが未来を変える」ジェトロセンサー (2017.2)
- ・田中道昭「LINE Pay の知られざる野望『メガバンク化構想』の全貌」現代ビジネス (2018.9.14)
- ・ニッセイアセットマネジメント「インド高額紙幣廃止とデジタル・インディア推進」(2017.2.21)
- ・日本銀行「キャッシュレス決済の現状」(2018.9)
- ・日本経済新聞「印ネット通販 3 位、首位との合併正式に拒否」(2017.8.1)
- ・日本経済新聞「9 日に協議会初会合、QR 決済の規格統一へ議論」(2018.8.7)
- ・ニューズウィーク日本版「インド 13 億人を監視するカード」(2017.10.4)

- ・ 野村総合研究所「平成 28 年度商取引適正化・製品安全に係る事業報告書（諸外国における民間事業者によるクレジットカード不正取引対策実態調査）」（2017.2）
- ・ ハーバービジネスオンライン「新 100 元札発行から半年。偽札溢れる中国はどう変わった？」（2016.5.30）
- ・ ビジネス+IT「中国フィンテック市場が伸び続けるワケ、背後にアリババ・テンセントら「三馬」の戦略」（2018.6.5）
- ・ 淵田康之「モバイル決済のイノベーションとキャッシュレス化の展望」野村資本市場クォーターリー2018 春号（2018.5）
- ・ ペイメントナビ「中国のクレジットカードの状況は？」（2018.2.23）
- ・ 町田和久「Alibaba の拡大に見る『一帯一路』と中国のキャッシュレス化」InfoCom T&S World Trend Report 通巻 346 号（情報通信総合研究所、2018.2）
- ・ みずほりポート「産業の新たな発展を促す中国の“インターネット+”ー2017 年度中国商務部国際貿易経済合作研究院への委託調査」（2018.6）
- ・ 三井住友アセットマネジメント「アリババのフィンテック戦略が金融業界に与える波紋」（2018.8.31）
- ・ 三井住友アセットマネジメント「全国民の銀行口座開設で生活向上（インド）」（2015.2.23）
- ・ 南本肇「新しい保険 IT プラットフォームを打ち立てる衆安保険・衆安科技」金融 IT フォーカス 2018 年 2 月号（野村総合研究所）
- ・ 山谷剛史「中国信用社会に向けたネットの取り組み～芝麻信用の信用スコアが消費行動を変えた！？～」KDDI 総合研究所 R&A 2018 年 9 月号（2018.9）
- ・ ライブドアニュース「中国最大の時価総額！テンセントの株価の見通しを解説」（2018.10.2）
- ・ 和田雅彦「中国におけるキャッシュレス社会の現状と展望」Best Value 増刊号（価値総合研究所、2018.4）
- ・ AFPBB News「アリババ、傘下のアントフィナンシャルの株式 33%を取得」（2018.2.8）
- ・ AFPBB News「インド最高裁『プライバシーは基本的権利』 生体認証制度に打撃」（2017.8.25）
- ・ ITmedia Mobile「乱立する『QR コード決済』 普及の鍵を握るものは？」（2018.8.9）
- ・ JETRO「インドの e コマース市場調査」（2017.1）
- ・ JETRO「『WeChat ペイ』『アリペイ』など第三者決済への規制強化」（2018.7）
- ・ NIRA 総合研究開発機構「キャッシュレス決済実態調査」（2018.9）
- ・ SankeiBiz「シンガポール、電子決済加速 小切手廃止やATM引き出し削減」（2018.7.5）
- ・ SankeiBiz「中国を変えた"信用格付けシステム"の怖さ」（2018.10.28）
- ・ SankeiBiz「零細店舗 8 割 偽札に苦悩 無現金連盟の研究報告」（2017.7.5）
- ・ UnionPay International「中国におけるキャッシュレス化の現状」（2017.12）
- ・ YAHOO!JAPAN ニュース「世界最大のマイナンバー制度から読み解く、インドのデジタルエコシステム」（2016.7.21）
- ・ ZUU Online「アリペイのアント・フィナンシャルが 7.2 億円の巨額損失計上も、英銀行は評価引き上げ」（2018.5.18）
- ・ ZUU Online「中国 IT 巨頭が保険業界で存在感 アリババ、テンセント、バイドゥ、京東、シャオミ…」（2018.4.23）

- ・ ZUU Online 「テンセントの金融事業価値、アント・フィナンシャルを上回る？カギはやはり『微信』」 (2018.4.3)
- ・ Alibaba Group Holding Limited, “Annual and Transition Report” (2018.7)
- ・ Better Than Cash Alliance, “Social Networks, e-Commerce Platforms, and the Growth of Digital Payment Ecosystems in China: What It Means for Other Countries” (2017.4)
- ・ BIS, “Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries Figures for 2016” (2017.12)
- ・ BloombergQuint, “Amazon India Plans To Become An Insurance Agent” (2018.9.17)
- ・ Business Today, “Why Amazon has invested \$12 million in Indian startup Acko” (2018.5.28)
- ・ CB Insights, “How Tencent and Ant Financial Are Rushing Into China’s Insurance Industry” (2017.10.23)
- ・ China News Service, “JD acquires 30% stake in Allianz Insurance for \$71 mln” (2018.7.25)
- ・ eMarketer, “E-commerce share of total retail sales in India from 2014 to 2019” InsideRetail Hong Kong (2015.12)
- ・ eMarketer, “India's Ecommerce Sector Just Lost its Third-Place Contender” (2017.8)
- ・ Gen Re, “Online Insurance in China” (2017.12)
- ・ Government Yojana, “Pradhan Mantri Digital Payment Discount Scheme” (2017.3.2)
- ・ GSMA, “2016 The State of Mobile Money in Sub-Saharan Africa” (2017.7)
- ・ GSMA, “The Mobile Economy Sub-Saharan Africa 2018” (2018.7)
- ・ iBAN, “Prospects for Development: Microinsurance in Malawi” (2017.6.13)
- ・ IIFL, “Bajaj Allianz ties up with Snapdeal to sell 2-wheelers insurance” (2015.8.4)
- ・ Inc42, “Flipkart Enters Insurance Market, Beginning With Mobile Phones” (2018.10.7)
- ・ Inc42, “Paytm Bullish About Insurance Sector, Incorporates Two Companies” (2018.2.23)
- ・ Inc42, “Supreme Court Verdict: Aadhaar Legal, Mandatory Only For IT Returns And PAN” (2018.9.26)
- ・ IRDAI, “Annual Report 2016-2017” (2018.4.1)
- ・ ITU, “Mobile-cellular subscriptions” (2018)
- ・ Livemint, “Govt extends BHIM cash back scheme for merchants till March” (2017.8.20)
- ・ Markets Insider, “Bold Penguin Expands Partnership with INGUARD” (2017.8.1)
- ・ MicroCapital, “Barclays Bank of Kenya’s Timiza App Offers Mobile Savings, Loans, Insurance, Bill Payment” (2018.3.26)
- ・ TechCrunch, “Amazon leads \$12M investment in India-based digital insurance startup Acko” (2018.5.27)
- ・ The Digital Insurer, “China in-depth: China’s new community Insurance model” (2018.9.5)
- ・ The Economic Times, “Amazon leads \$12 million funding round in Acko; ChrysCap founder Ashish Dhawan also comes on board” (2018.5.27)

- ・ The Economic Times, “Government may give Bhim App users cashback bonanza on Independence Day” (2017.8.7)
- ・ The Economic Times, “Paytm sets up life, general insurance units” (2018.2.23)
- ・ The Telegraph, “Alipay promotes cashless payment across the EU” (2017.8.21)
- ・ UNEP, “Cashless alliance launched in China” (2017.4.19)
- ・ Visa, “Annual Report 2017” (2017.10)

<参考ウェブサイト>

- ・ ジェトロ <https://www.jetro.go.jp/>
- ・ NHK <https://www3.nhk.or.jp/>
- ・ UnionPay International <https://www.unionpayintl.com/jp/>
- ・ Allstate <https://www.allstate.com/>
- ・ BitPay <https://bitpay.com/>
- ・ CCN <https://www.ccn.com/>
- ・ CHUBB <https://www.chubb.com/>
- ・ GSMA <https://www.gsma.com/>
- ・ Independent Insurance Agents and Brokers of America, Inc. <https://www.independentagent.com/>
- ・ INGUARD <http://welcome.inguard.com/>
- ・ InterNations <https://www.internations.org/>
- ・ IRS <https://www.irs.gov/>
- ・ Mastercard <https://www.mastercard.us/en-us.html>
- ・ MetLife <https://www.metlife.com/>
- ・ MicroCapital <https://www.microcapital.org/>
- ・ OCBC Bank <https://www.ocbc.com/>
- ・ PayPal <https://www.paypal.com/us/home>
- ・ PaySimple <https://paysimple.com/>
- ・ Paytm <https://paytm.com/>
- ・ Visa <https://www.visa.com/>
- ・ Vodafone <https://www.vodafone.com/>