

金融・保険市場における動向（欧州）

【EU・販売規制】

○保険仲介業務指令の国内法制化状況

2002年12月に採択された保険仲介業務指令の実施期限は、2005年1月15日とされていたが、1年以上が経過した現在でもいくつかの加盟国において国内法制化が完了していない。これを受けて、欧州委員会は2006年4月19日、ドイツ、ギリシア、フランス、マルタ、スペインおよびポルトガルの6カ国に対し、この違反行為に対する「理由を付した意見書」を送付することを決定した。EUのプレスリリースによると、ドイツ、ギリシアおよびポルトガルからは法制化の手続きが継続中であるとの連絡があり、フランス、マルタおよびスペインからはいくつかの国内措置が連絡されてきたが、さらなる法制化が必要との内容であったという。

ポストマガジンは、同指令が欧州大陸の主要国において最終的に施行される3～5年後までは、欧州での業務を拡大する方針はないというイギリスのブローカーの声を紹介している。

(Post Magazine 2006.4.27、EU Press Release 2006.4.19)

【イギリス・販売チャネル】

○BMWが金融サービス事業を拡大

ドイツの自動車メーカーBMWが、クレジットカード、保険および貯蓄商品を提供し金融サービス事業に本格的に参入することとなった。これまでは、自動車保険およびリース事業に限って事業を行っていたが、その範囲を拡大する。同社は、既に米国、ドイツおよびオーストラリアといった地域で、金融サービス事業の成功を収めている。BMWは、世界の主要な市場で金融サービス事業に力を入れていく方針であり、その目的は、彼らの顧客の情報をより多く入手し、自動車の購入を促進することだという。

イギリスの既存顧客に同社の金融サービス事業について興味をもってもらうため、発売前の新型車に試乗できる機会を与える、および同社の自動車を購入する予定の貯蓄には金利を優遇するなどの特典を用意する。

調査会社データモニターによると、欧州において損害保険商品は、日用品化（commoditization）が急速に進んでいるという。多くの損害保険商品は、短期で、仕組みが比較的単純であるため、顧客は専門的なアドバイスを受けずとも意思決定をすることが可能である。つまり、売る商品から買う商品へと変化している。この意思決定の際に重要な役割を果たすのはブランドであり、ブランド力があり独自の販売ネットワークを有する事業者などの新規参入が活発化している。

(Financial Times 2006.5.29、Datamonitor News and Comment 2006.5.30)

【ドイツ・市場動向】

○アリアンツ、2006年第1四半期のグループ利益は目標レベルを達成

アリアンツは、5月12日、2006年第1四半期のグループの利益は、傘下のドレスナー銀行の好調さもあり、34.4%増の180億ユーロと、目標レベルを達成したと発表した。

損保部門は、グロス収保141億ユーロ、損害率66.2%と安定し、営業利益は14.2%増の142億ユーロとなり、生命・医療保険部門は、グロス収保128億ユーロ、営業利益は39.8%増の7億ユーロ、投資運用部門は、預かり資産7,530億ユーロ、営業収入は横ばいの140億ユーロ、営業利益は31.6%増の3億ユーロとなった。また、銀行部門は、手数料収入は19%増の7.9億ユーロ、トレーディング収入は7%増の4.5億ユーロとなり、営業収入は16.1%増の19億ユーロ、営業利益は2倍超の3,300万ユーロとなった。

一方、アリアンツの第1四半期の事業成績に対するアナリストの評価は分かれており、手数料とトレーディング収入拡大を評価する意見とトレーディング収入がドイツ銀行など大手3行と比べ低いこと指摘する意見がある。

(Insurance Day 2006.5.15、Frankfurter Allgemeine Zeitung 2006.5.13 ほか)

【フランス・テロリスク等】

○2005年の国家保証テロリスクプールの再保険料収入は大幅に減少

フランスの国家保証再保険を扱う再保険中央金庫(CCR)は、2005年の決算状況の中で、企業物件のテロリスクプールGAREATの2005年の再保険料は、前年比45%の大幅減の2,930万ユーロとなったことを明らかにした。これは、企業のテロリスクの低下による保険料の引下げおよび2004年のような保険料調整による増加要因がなかったことによる。また、保険法典で義務付けられる戦争、テロ等による傷害および財物損害の補償に係る再保険料も、リスク低下による保険料の引下げによって20%減の1,760億ユーロとなった。一方、建物、動産、自動車等の財物の損害保険に強制付帯される地震・洪水等の異常自然災害補償に係る再保険料は、2.1%増の6億9,460万ユーロとなった。これは、対象物件の増加と自動車を除く保険料の引上げによる。

(World Insurance Report 2006.5.12、CCR Press Release 2006.5.2)

【フランス・M&A】

○アクサがクレディスイスの保険事業を買収

フランスの大手保険会社アクサは、スイスを本拠地とする総合金融グループ、クレディスイスの保険部門であるウィンタートゥールを123億スイフラン(79億ユーロ)で買収し、100%子会社とすることを発表した。アクサは2005年11月にウィンタートゥールのカナダ事業を買収しており、6月上旬より独占的買収交渉を行っていた。ECの反トラスト当局の承認などを得た後、2006年の終わりには買収を完了させる予定だという。

クレディスイスは、1997年に銀行商品と保険商品のクロスセリングを目的としてウィンタートゥールを買収したが、世界同時株安などが原因となり2002年以降その業績

は低迷。他の事業に回すべき資本を吸い上げているとして、株主からは経営責任追及の声もあがっていた。また、当初期待していたほどのシナジー効果も見出せず、2004年にはコア事業である投資銀行事業、リテール・プライベート銀行事業、アセット・マネジメント事業に専念する方針を打ち出していた。

アクサのマネジメント・ボードのチェアマンであるアンリ・ドゥ・キャストゥルは、「この買収により、私たちはスイス市場へ参入し、ドイツ、ベルギー、オランダ、スペインおよびイギリスなどの欧州主要国での事業を強化し、中・東欧の年金事業やアジアでの事業といった高成長を期待できる市場での存在感を高めることができる」との見方を示している。

株式市場では、両社の事業が重複しているドイツ、スペインおよびベルギーにおいてコスト削減が可能であるとの声が出ていた。また、格付会社ムーディーズはアクサの格付 A2、見通し「安定的」を維持、S&P は格付 A を維持するが見通しを「ポジティブ」から「安定的」に引き下げるとのコメントを発表している。

(Le Monde 2006.6.14、AXA Press Release 2006.6.14 ほか)

【フランス・バンカシュランス】

○銀行が損害保険分野でのシェア拡大に意欲

銀行が販売する保険商品としては、銀行預金と類似する貯蓄性の生命保険、年金が主たるものであったが、損害保険商品の販売も徐々に拡大させている。フランスにおける 2005 年の損害保険のバンカシュランスのシェアは、自動車保険分野で 10%、住宅保険分野で 13%であるが、2000 年から新しく損害保険市場に導入された「生活上の事故に対する保障」(Garantie des Accidents de la vie : GAV) では 75%となっている。GAV とは、従来の保険商品ではカバーされていなかった、家庭内の事故、自然災害、医療事故などによって被った重大な身体傷害に対して継続的な補償をする傷害保険商品である。またバンカシュランスに適した新しい分野として、医療保険分野が注目されている。

銀行の保険子会社 10 社で形成される「G11」の議長でありクレディ・アグリコルの生命保険子会社プレディカの会長である Michel Villatte は、「クレディ・アグリコルの損害保険子会社パシフィカとの経験によって、この市場を今後の成長の軸とする必要があると考えるに至った」と述べており、銀行の保険子会社が損害保険市場での販売に意欲を見せていることを示唆している。

(Les Echos 2006.6.12、2006.6.14)

金融・保険市場における動向（米国）

【市場動向】

○ハリケーンと保険業界

－今年度の発生予測とマーケットの現状－

2005年度、米国に上陸した3つの巨大ハリケーン、カトリーナ、リタ、ウィルマにより、米国保険業界は災害損失累積額として過去最高の576億ドルの打撃を受けた。全体の損害額は、他の米国の自然災害による年間損害額の2倍以上、2001年のニューヨークとワシントンでの同時多発テロ事件による損害額の1.5倍に上るものであったが、米国損害保険会社の収入保険料は、更改率の改善や保険料率アップ、保険契約件数の増加によって全般的に改善されてきた。

しかし、マイアミにあるナショナルハリケーンセンターにより公開された、2006年度の連邦海洋大気庁（NOAA）の予測によれば、6月1日以降のハリケーンシーズンには、13～16個のトロピカルストームが発生、うち8～10個がハリケーンとなり、4～6個は大型化するということである。また、カリフォルニアにあるリスクマネジメント社 Newark 社によれば、今後5年間にハリケーンが上陸する確率は過去と比べものにならないほど高いということである。

また、ニューヨーク州でも、2006年度はハリケーンが上陸する可能性は高いと予想されており、ニューヨーク保険監督官であるハワードミルズ氏より保険仲介者に対し洪水保険の付保推進強化について通達が出された。洪水カバーを拒む契約者がいた場合には説明書に顧客の署名を取り付けることが盛り込まれている。

このような状況下、フロリダ州のオールステートフロリディアングループでは、新規住宅保険販売の中止や契約更改が見合わせられている。また、住宅保険販売で3番目の規模であったポエフィナンシャルグループ社が経営破綻した。

一方、フロリダ州知事のブッシュ氏は、今年も引き続きハリケーンに対応しなければならない住宅所有者や住宅保険の引受けに困窮している保険業界を支えるために立法制定案に署名した。その法案の主な内容は、下記のとおりである。

- ・ 2.5億ドルの貸付により保険会社の引受け能力を高める。
- ・ 7月から保険料率アップを認める。
- ・ 減税により7.5億ドルを復興援助金として市民に還元する。
- ・ 古い住宅を耐風性のあるものに改築する費用の補助 等

(National Underwriter 2006.05.22、Best Week 2006.05.22、Business Insurance 2006.05.29ほか)

【規制動向】

○ニューヨーク州司法当局がリバティ・ミューチュアルを提訴

ニューヨーク州およびコネチカット州司法当局は、大手損保リバティ・ミューチュアルに対して、コンティンジェンシー・フィー（成約高に応じ保険会社がブローカーに支払う報酬）についてマーシュなどのブローカーと共謀して不正入札（bid-rigging）を行い、顧客を同社に不当に誘導したとして民事訴訟をそれぞれ個別に提起した。

訴状によると、リバティ・ミューチュアルによるインセンティブの提供に応じたブローカーや代理店が、顧客を同社の保険に不当に契約させ、多くの場合それは「最安値で最良の保険商品を顧客に仲介する」という信頼義務に違反していたとされる。ニューヨーク州当局は、同社の違法行為に対する懲罰賠償を含めた損害賠償や被害契約者への利益の返還、および不当利得の吐き出しを求めている。

この提訴に至る前に、司法当局はリバティ・ミューチュアルに和解を提案していた。しかし、同社は、一部の元従業員が内部規定に違反していたことは認めたものの、「手数料の支払いに関する商慣行は適切・適法であった」として当局の指摘を否定し、和解を拒否したため、州当局側が今回提訴に持ち込んだものである。

ニューヨーク州司法長官エリオット・スピッツアー氏によると、2001～2004年にかけて、マーシュはリバティ・ミューチュアルおよびその他の保険会社に一方的に有利で顧客の利益に反する不当な保険仲介を繰り返し行っているとされる。最終的にマーシュはニューヨーク司法当局に和解金 8 億 5,000 万ドルを昨年支払っており、同様の行為に加担していた AIG、チューリッヒ、エースも既に当局と和解している。

これらのブローカーや保険会社が和解したのに対し、リバティ・ミューチュアルが和解を拒否しているのは、両者の背景に何らかの違いがあるのだろうか。Business Insurance 誌はこれについて、「リバティ・ミューチュアルが相互保険会社であるためニューヨーク州法では罰金の適用対象外」であり、「株式会社ではないため株主の怒りを気にする必要がないからではないか」と指摘している。また、「ごく一部の州監督機関が強引に全国レベルの商慣習に口出ししているとリバティ・ミューチュアルが判断しているのかもしれない」という識者の見解も紹介している。

ただ、今回の提訴によって、同社と当局の全面戦争が決まったわけではない。

ニューヨーク州司法当局側は「和解への門戸は提訴後も常に開いている」としており、「リバティ・ミューチュアル側のコメントからも同社は妥当な額での和解を望んでいる節が窺われる」とする識者もいるという。

(Business Insurance 2006.5.8、National Underwriter 2006.5.15 ほか)

金融・保険市場における動向（アジア）

【韓国・市場動向】

○自動車保険市場、オンライン販売の拡大と赤字幅の増大

韓国自動車保険市場は、2001年にオンライン専門の自動車保険会社が新規参入後、安さを売り物にしたオンライン販売競争が過熱し、2005年度はオンライン販売^(注)による自動車保険料が初めて全自動車保険料の10%を超えた。2006年4月からは既存大手損害保険会社の現代海上もオンライン専門子会社によってオンライン市場に参入した。

(注) オンライン販売にはインターネットでの販売のほか電話等によるダイレクト販売を含む

保険料引き下げと車両登録台数増加率の低下で保険料の伸びが鈍化している中、人身事故件数は減少しているものの物損事故は増加傾向にあり、車両の高級化による修理費の高騰もあって損害率が恒常的に悪化、加えて競争にともなう広告費負担など高い事業費率も原因となって自動車保険の赤字が慢性化している。次の表は過去5年間の自動車保険市場の損害率（アード・インカード基準）と事業費率の推移を表したものである。

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
損害率	67.5%	68.3%	76.7%	72.8%	76.6%
事業費率	32.4%	32.1%	31.5%	32.1%	32.1%
合計	100.0%	100.4%	108.2%	104.9%	108.8%

(出典：金融監督院公表資料)

2005年度の全社の自動車保険業績（暫定速報数値）は、元受保険料が8兆7,885億ウォン（約1兆700億円）で前年比3.1%増加したが、引受損益は前年度の赤字3,568億ウォンからさらに大幅悪化し6,577億ウォン（約800億円）の赤字となり、過去最大の損失8,061億ウォンを出した1993年度に次ぐ赤字金額となった。

このような状況下で、韓国損害保険最大手のサムスン火災は、営業の重点を長期保険や自動車以外の一般種目にシフトし自動車保険の引受基準を厳しくする戦略をとり、2005年度の保険料収入は前年比で、長期保険が13%、一般種目が7.5%とそれぞれ増加したのに対して、自動車保険は2.5%の減収となり、自動車保険のマーケットシェアが前年比1.6ポイント減少し、2002年当時は30%台であった自動車保険のマーケットシェアは28.0%まで落ち込んだ。（いずれも暫定速報数値）

サムスン火災は当局からオンライン市場への参入許可を得ているが、収益性が見込めない限りオンライン自動車保険市場にはあえて参入せず、顧客の自動車運行形態、特性、ニーズ等を総合的に分析した上で個別提案するコンサルティング型営業を強化することを表明し、そのための新たな自動車保険提案システムを開発、導入した。

当局と業界は自動車保険収支改善に向けて、モデル別車両保険料の導入、最高無事故割引適用までに必要な無事故期間の延長など自動車保険制度の改定を検討しているが、最大手サムスン火災の自動車保険戦略変更に伴う他の大手損害保険会社の自動車保険戦略の動向が注目される。(保険日報 2006.5.18 他)

【マレーシア・市場動向】

○「タカフル」事業が拡大の見込み

マレーシアの中央銀行であるバンク・ネガラ・マレーシア (Bank Negara Malaysia) は 2005 年度の「タカフル」保険の拠出金 (保険料に相当) は 13 億リンギ (約 400 億円) と前年比 18.8% の伸びを記録したと発表した。

「タカフル」とは相互扶助を意味し、イスラム法で禁止されている利息、賭博、投機、不確定要素といったものを排除したイスラムの保険に該当する。損害保険にあたる「一般タカフル」と生命保険にあたる「家族タカフル」がある。マレーシアでは 1984 年に初のタカフル会社が設立され、現在は 5 つのタカフル会社が営業を行っている。

2006 年 1 月に HSBC Insurance、Prudential Holdings Ltd、Tokio Marine & Nichido Fire Insurance および Bahrain's Solidarity Co の外資 4 社が新たにタカフルの事業免許を取得し、2006 年秋より営業を行う予定となっており、さらなるタカフル事業の拡大が見込まれる。(Asia Insurance Review 2006.3、Bank Negara Malaysia ウェブサイト等)

【インド・市場動向】

○2005 年度の損害保険料収入は 16% 上昇

インドの保険規制監督機関である IRDA (Insurance Regulatory and Development Authority) によると、2005 年度のインドの損害保険料は前年比 16.0% の高い伸びを示した。

インドでは 2000 年に国営保険会社が独占していた保険市場が民営の保険会社に開放され、現在では 9 社の民営損害保険会社と 6 社の国営損害保険会社が営業を行っているが、国営損害保険会社上位 4 社の 2005 年度のマーケットシェアは合計で約 73% となっており、依然として国営損害保険会社が高いシェアを占めている。

民間の損害保険会社トップ ICICI Lombard General Insurance のマーケットシェアは 7.81% と国営会社に比べると未だ低いが、前年比 79.9% の高い増収率を示し、続く 2 位の Bajaj Allianz General Insurance はマーケットシェア 6.32% で増収率 50.4%、3 位の IFFCO-Tokio のマーケットシェアは 4.40% で増収率 78.8% になるなど、民営会社トータルの増収率は 52.5% と国営会社トータルの増収率 7.0% を大きく上回っており、徐々にではあるが、マーケットシェアの格差は縮まりつつある。

(Asia Insurance Review 2006.5 他)