

マイクロ・インシュアランスの 変遷と展望

主席研究員 渡部 美奈子

目 次

1. はじめに

2. マイクロ・インシュアランスとは

- (1) マイクロ・インシュアランスの概要
- (2) マイクロ・インシュアランスの仕組
- (3) マイクロ・インシュアランスに関する課題

3. 保険会社のマイクロ・インシュアランス事業

- (1) 概要
- (2) アリアンツ・グループの事例

4. マイクロ・インシュアランスの展望

- (1) 保険監督者国際機構（IAIS）の取組
- (2) 金融包摂（ファイナンシャル・インクルージョン）の推進
- (3) 携帯電話を活用した事例
- (4) その他の新技術の例

5. おわりに

要旨

マイクロ・インシュアランスは、低所得層を対象に、低価格で提供される保険商品として、これまでローンに付帯される信用生命保険などを中心に販売されてきたが、契約件数や保険商品の種類の増加とともに、利害関係者（ステークホルダー）も拡大している。保険料単価に比べて固定費が高いことなど保険の提供者のビジネス参入にかかる課題が多く、保険に対するニーズを認識していない消費者も多いことから浸透に時間がかかっていることが指摘されてきた。

近年、提携パートナーの販売する商品に自動付帯される保険商品を契機として、低所得層が将来中間所得層に移行したときの顧客確保やブランド構築などを目的とした長期的なビジネス戦略がみられるようになり、このような例は、マイクロ・インシュアランスのビジネス参入に関する課題への対応例として参考になると考えられる。

低所得層に対する保険マーケットや金融サービスへのアクセス向上に対しては、保険監督者国際機構（IAIS）や G20（金融世界経済に関する首脳会合）において採り上げられ、推進する動きがみられる。これらは、携帯電話などによる新たな技術の活用とあわせて、今後のマイクロ・インシュアランスの発展の一助となることが考えられる。

一方、低所得層全体としての観点からは、保険の普及はまだ一部である。今後の市場拡大・発展のためには、保険や金融制度が整備され、保険の提供者が事業参入にかかる課題へ効率的に対応するとともに、金融リテラシーを向上し、消費者のニーズを喚起することが重要と考えられる。

1. はじめに

マイクロ・インシュアランスは、低所得層を対象に、低価格で提供される保険商品である。マイクロ・インシュアランスは、低所得層の貧困緩和を目的とした小口金融（マイクロ・ファイナンス）のひとつとしてローンに付帯される保険商品として始まり、その後、単独の保険商品として発展してきた。

2011年のマイクロ・インシュアランスの契約件数約5億件に対して¹将来の新興国・途上国における契約件数の見込みは約15億件～30億件²と潜在マーケットの大きさが認識される一方、保険料単価が低いことや保険料に対して販売コストが高いことなどから、事業参入にあたっての課題も多いとされてきた。

本稿では、まず、マイクロ・インシュアランスの概要と仕組み、課題について説明する。次に、保険会社が行うマイクロ・インシュアランス事業の事例を紹介する。その中で、マイクロ・インシュアランス事業を行う保険会社がどのように課題に対応しているかを概観する。さらに、今後のマイクロ・インシュアランスの発展の一助となることが考えられる周辺動向として、保険監督者国際機構（IAIS）やG20（金融世界経済に関する首脳会合）における低所得層に対する保険マーケットや金融サービスへのアクセス向上の取組や、携帯電話などによる新たな技術の活用について説明する。

2. マイクロ・インシュアランスとは

本項においては、マイクロ・インシュアランスの概要、仕組みおよび課題について説明する。

(1) マイクロ・インシュアランスの概要

本項においては、マイクロ・インシュアランスの定義、沿革、提供される地域および提供される保険商品について説明する。

a. 定義

マイクロ・インシュアランスは、低所得層に対して当該リスクに対応する保険料を対価として補償を提供する保険商品である。保険監督者国際機構（International Association of Insurance Supervisors : IAIS）は、マイクロ・インシュアランスに適用される原則・規制を、「IAISの保険基本原則を含む保険原則に従って運営され、当該国の保険規制および関連法規が適用される³」としている。

¹ ILO and Munich Re Foundation, “Protecting the poor : A microinsurance compedium, Volume II” (2012.4)

² Lloyd’s 360° Risk Insight, “Insurance in Developing Countries: Exploring Opportunities in Microinsurance”, Lloyd’s (2009.11)

³ IAIS and CGAP Working Group on Microinsurance, “Issues in Regulation and Supervision of Microinsurance” (2007.6)

マイクロ・インシュアランスは、低所得層を対象としていること以外、一般の保険⁴原則・規制に従って運用されるが、一般の保険の規模を小さくしただけのものではなく、いくつかの特徴的な相違がある。例えば、保険文化が確立されていない国や地域で販売されることがあり、顧客が保険の仕組みや価値を理解していないことや保険募集の資格を持たない人が募集に携わることがあるなど、マイクロ・インシュアランスの顧客に適した保険商品や販売方法が必要となる。

b. 沿革

マイクロ・ファイナンスの始まりは、バンクラディッシュのグラミン銀行において、創設者のムハマド・ユヌス氏の貧困層に対する数十ドルからの小口貸付によるものである⁵。設立当初提供されていたサービスは貸付（マイクロ・クレジット）のみであったが、次第にサービスの範囲が貯蓄や送金などへと拡大され、さらにローンの借主に対する死亡や事故時の補償を提供する保険としてマイクロ・インシュアランスが必要となり、マイクロ・ファイナンスの拡大とともに普及・発展した⁶。

その後、いくつかの国では民間保険会社がマイクロ・インシュアランス・マーケットに参入するための規制が整備され、これによってマーケットが認識され、民間保険会社がマイクロ・インシュアランス事業に参入した。

c. 提供される地域

マイクロ・インシュアランスの販売実態については、統一的なデータがないものの、2007年に世界100の最貧困国において約7,800万件だった契約件数が、2009年には約1億3,500万件に増加し、2012年には農業保険や家畜保険などを含めた契約件数は約5億件となっている⁷。

国際労働機関（ILO）のマイクロ・インシュアランス・イノベーション・ファシリティの2012年のアニュアル・レポートによると、マイクロ・インシュアランスのマーケット全体の契約件数の約6割がインドにおけるものである。これは、インドにおいて保険会社が、貧困層などに対して全体の収入保険料に対する一定割合の補償を提供することを義務付けられているなど、政府が低所得層に対する保険の普及を主導してきたことが主因となっている⁸。

マイクロ・インシュアランス・センター（Micro Insurance Centre）⁹とミュンヘン

⁴ 本稿では、中・高所得者を対象とした保険を「一般の保険」とする。

⁵ 貧困削減への貢献から、2006年にグラミン銀行とユヌス氏はノーベル平和賞を授与されている。

⁶ マイクロ・ファイナンスのサービス提供者は、マイクロ・ファイナンス機関と呼ばれる。非政府組織（NGO）、金融機関、マイクロ・ファイナンスに特化した金融機関などがサービスを提供している。

⁷ 前掲脚注1参照。過去の調査におけるマイクロ・インシュアランスの定義では世界100の最貧困国のみが対象であったことや、マイクロ・インシュアランスの対象者がより広範になったことも契約件数拡大の要因となっている。

⁸ ILO Microinsurance Innovation Facility, “Protecting the working poor, Annual Report 2012”

⁹ マイクロ・インシュアランス・センター（Micro Insurance Centre）は、マイクロ・インシュアランスに

再保険財団（Munich Re Foundation）によると、ラテン・アメリカとカリブにおける契約件数は約4,490万件で、そのうち約2,510万件をメキシコとブラジルで占める¹⁰。次いでコロンビア、ペルー、エクアドルで、この3カ国とメキシコとブラジルをあわせた5カ国で契約件数の約9割を占める。

アフリカにおいては、2008年から2011年の3年間で契約件数は200%増加し、39の国における契約件数は約4,440万件で、うち、南アフリカ共和国が6割を占める¹¹。

d. 提供される保険商品

マイクロ・インシュアランスにおいては、保険契約者や被保険者の保険に関する知識が乏しいため、複雑な保険商品は理解が得られないとして、商品内容および募集方法、保険料集金方法などいずれも簡単なものが販売されてきた。最も代表的なものがローン利用者に対して組込で販売する信用生命保険などの生命保険で、次いで養老保険や、葬儀費用をカバーする定期生命保険¹²、傷害保険などが多く販売されてきた。

近年、これら以外にも低所得層に対してより幅広いニーズに対応できる保険商品として、医療保険、財物保険、農作物保険、家畜保険などがみられるようになった。販売の形態もローンに組込まれる生命保険や団体の構成員全員を対象とした強制的な補償から、任意加入ベースのものとして、顧客が自ら選択できる保険商品がみられるようになった。

自然災害の多い地域では、気象変動により収入が大きく左右されやすい小規模の農家などに対して補償が必要とされ、例えばインドにおける天候インデックス保険の試験的プログラムなど民間保険会社が政府による支援を受けて開発した保険商品もみられるようになった。

(2) マイクロ・インシュアランスの仕組

本項では、マイクロ・インシュアランスの規制、保険の提供者（保険者）、保険仲介者、保険料、保険金支払審査・手続について説明する。

a. 規制

マイクロ・インシュアランスは、当該国の保険規制および関連する法規に従って運用されるが、その定義や保険種類、保険金額などは国や地域によって異なる。

関する調査や、マイクロ・インシュアランス事業を行う民間保険会社や開発機関などに対してコンサルティングを行う会社である。

¹⁰ Micro Insurance Centre, “Landscape of Microinsurance in Latin America and the Caribbean” (2012.10)

¹¹ Making Finance Work for Africa, Munich Re Foundation, “The Landscape of Microinsurance in Africa 2012” (2013.5)

¹² 定期生命保険で、葬儀費用に対して保険金を支払う。アフリカや南米の一部の国では、威厳のある葬儀が慣習として行われており、地域によって水準は異なるが世帯の1ヶ月分以上の収入に相当する金額を

インドは、世界で最初にマイクロ・インシュアランスに関する規制を制定した国である。「2005 年インド保険規制開発庁 (IRDA) ¹³マイクロ・インシュアランス規制 (IRDA Microinsurance Regulations (2005))」において、マイクロ・インシュアランスの商品内容や募集に関する規制などが定められている。フィリピンにおいては、フィリピン保険法 (The Insurance Code of Philippines : Insurance Code) のなかでマイクロ・インシュアランス商品の保険金額等を定めている。メキシコ、台湾においてもマイクロ・インシュアランスに関する規制が存在する¹⁴。アフリカでは、ケニア、セネガル、マリ、ナイジェリアなど 16 の国においてマイクロ・インシュアランスに関する規制が存在する¹⁵。

b. 保険の提供者（保険者）

保険の提供者は、保険に関する監督・規制に基づき免許を取得した営利保険会社、相互保険会社等と保険以外の法律に基づく共済、協同組合等に分けられる。

また、法的根拠に基づかないインフォーマルな組織も多く存在し、例えば地域に根付いた相互扶助組織などが、保険の前段階の組織として補償を提供している。

c. 保険仲介者

マイクロ・インシュアランスにおける保険仲介者は、広く低所得層に保険を仲介する個人または組織をいう。

保険仲介者の代表的な例として、マイクロ・ファイナンス機関 (Microfinance Institute : MFI) ¹⁶、信用組合、協同組合、小売業者、非政府組織 (NGO)、郵便局などがあげられる。

保険仲介者には、契約者保護の観点から必要な研修などを受けた一定知識のある者が求められる一方、低所得層である顧客にとって地理的、信頼度の点からアクセス可能であること¹⁷が求められる。資格取得のための費用は保険料引上げの要因となることから、資格を持たない保険仲介者により取り扱われる場合もある。

d. 保険料

マイクロ・インシュアランスにおける保険料は、一般の保険と同様に、保険金支払のためのロス・コスト（純保険料）と事業費率などの付加保険料によって算出する。

葬儀費用にあてる地域もある。

¹³ インドの保険規制・監督行政機関 (Insurance Regulatory and Development Authority : IRDA)

¹⁴ Microinsurance Network, “Commercial Insurers in Microinsurance” (2011)

¹⁵ 前掲脚注 11 参照。

¹⁶ 前掲脚注 6 参照。

¹⁷ 低所得層が農村などの都市部から離れた地域に住んでいること、仕事の都合で住居を移動する可能性があること、また、金融制度に関する知識がないため正規の金融制度に対する信頼度が低いことなどに対応することが求められる。

一般の保険が統計データに基づき算出されたものであるのに対し、マイクロ・インシュアランスにおいては保険料を算出するための十分な統計データが入手できないことも多いことから、データが不足する部分は数理的な推計値（assumptions）に基づき算出する。このため、保険商品構成やコストなどの様々な要素を考慮したうえで、長期的かつ継続的なモニタリングが必要となる¹⁸。

e. 保険金支払審査・手続

保険金支払審査を簡素化するため、マイクロ・インシュアランスにおいては適用される免責事由が少ないか、全く適用されない場合が多い。

事故が発生し、保険金を支払う時が保険の価値が最大限に発揮される時であるため、マイクロ・インシュアランスにおいても迅速な保険金支払は重要である。

また、適切で効率的な保険金支払手続を確保することも考慮される必要がある。例えば、書類の入手のために農村部の契約者が遠方まで行かなければならないなど、時間と費用が大きな負荷となるような手続きは避けなければならない¹⁹。

(3) マイクロ・インシュアランスに関する課題

マイクロ・インシュアランスに関する供給者側にとっての課題は、大別すると事業参入にかかる課題と、収益性の2つに分けられる。収益性に関しては、マイクロ・インシュアランス事業のみに関するデータがないため、参考として国際労働機関（International Labour Office : ILO）のマイクロ・インシュアランス・イノベーション・ファシリティによるケース・スタディの結果を紹介する。

a. 事業参入にかかる課題

ロイズが2009年に発行したマイクロ・インシュアランスに関するレポートによると、将来の新興国・途上国におけるマイクロ・インシュアランス・マーケットの契約件数の見込みは約15億件～30億件である²⁰。潜在マーケットの大きさが認識されているにもかかわらず、浸透に時間がかかっていることも指摘されているが、これは、保険の供給者側のマーケット参入にかかる課題や、低所得層の保険に対する認識の低さなどが主因と考えられる。

保険監督者国際機構（IAIS）は、マイクロ・インシュアランスの課題として、低所得層が保険料として支払うことのできる金額が限られているということだけではなく、地理的な障壁や、文化、契約管理、言語、金融リテラシーなどの様々な課題をあげている。これまで民間保険会社がマイクロ・インシュアランス・マーケットを魅力的でないと捉えてきた理由は複数ある。例えば1人あたりの保険料が固定費を考慮すると

¹⁸ 前掲脚注8参照。

¹⁹ World Bank, “New Microfinance Handbook” (2013.2)

低すぎることで、保険料の基礎となるデータが限定されていること、ターゲットとする低所得層の保険に対する需要が把握できていなかったことなどである²¹。

これらの課題を克服し、継続可能なマイクロ・インシュアランス事業を行う条件として、保険会社は以下のような要件を満たす必要がある²²。

- ① 低所得層のニーズに対応するため補償を拡大する。
- ② 保険会社の事業費を抑える。
- ③ 保険料を抑え（取引のためのコストも含める）、低所得層が購入可能な保険料水準とする。
- ④ 低所得層に必要とされる金融教育やアドバイスを提供する。
- ⑤ シンプルな保険金請求手続きとするとともに保険詐欺やモラルハザードを最小限に抑制する。

b. 収益性

マイクロ・インシュアランスにかかる事業費のみを分けて管理し、公表しているデータがないため、参考として国際労働機関（ILO）のマイクロ・インシュアランス・イノベーション・ファシリティによる、マイクロ・インシュアランスを扱う5社に対する収益性に関するケーススタディ²³の結果を紹介する。調査結果全体から、以下の傾向がみられた。

- 組込保険商品として販売する信用生命保険と傷害保険が収益性が高い。
- 保険料規模を確保し、逆選択を排除することが損害率コントロールの鍵となる。
- 現地パートナーとの提携により、募集コストや管理コストを下げるのが可能となる。

(a) 損害率（グロスベース）

保険商品によって大きく左右される傾向にある。調査対象会社の信用生命保険の損害率は一般的に低い水準で、損害率は調査対象となった3年間いずれも10%程度であった。天候インデックス保険の損害率は、調査対象となった3年間、75%～115%であった。葬儀費用をカバーする定期保険の損害率は、調査対象となった3年間、65%～100%であった。

²⁰ 前掲脚注2参照。

²¹ IAIS, “Application paper on Regulation and Supervision Supporting Inclusive Insurance Markets” (2012.10)

²² 前掲脚注3参照。

²³ ILO Microinsurance Innovation Facility, “A business case for microinsurance: An analysis of the

(b) 事業費率

販売コスト (acquisition cost) と管理費 (administration cost) に分けて分析された。販売コストは仲介者に支払う手数料に左右される傾向にある。管理費用は初年度が高いが 2 年目以降は下がる傾向にある。3 年間の具体的な事業費率は、調査対象会社によって、10%以下から 50%台後半と大きな開きがあった。ただし、マイクロ・インシュアランスのみにかかる事業費を把握することが難しいことから、全体の事業費率をマイクロ・インシュアランスの保険料の比率で分けて算出するなど前提条件や算出方法が異なることもあり、ケーススタディの結果を単純に比較することはできない。

3. 保険会社のマイクロ・インシュアランス事業

本項では、マイクロ・インシュアランス事業を行う保険会社の具体的な事例とともに、保険会社がマイクロ・インシュアランス事業における課題にどのように対応しているかを概観する。

(1) 概要

マイクロ・インシュアランスの推進と普及を行う活動機関であるマイクロ・インシュアランス・ネットワーク (Microinsurance Network)²⁴は、マイクロ・インシュアランスに対するインセンティブと長期的な将来性を理解するため、2010 年の米国の経済誌フォーブス (Forbes) における世界上位 50 の保険会社と大手再保険会社、保険ブローカー、再保険ブローカーに対し、マイクロ・インシュアランス事業に関して、書面と電話による追加ヒアリングによる調査を行った。マイクロ・インシュアランス・ネットワークの初期調査によると、少なくとも 33 社がマイクロ・インシュアランス事業を行っていると言われた。調査の対象となった上位 50 の保険会社と再保険会社、保険ブローカー、再保険ブローカーを含む 55 社のうち、24 社が書面での回答に合意した。マイクロ・インシュアランス・ネットワークによると、マイクロ・インシュアランス事業に参入する保険会社の数は 2005 年から増加しており、回答のあった保険会社も概ねほぼ同時期にマイクロ・インシュアランス事業に参入している。

調査結果に基づく、保険会社が行っているマイクロ・インシュアランス事業の概要は、以下のとおりである²⁵ (図表 1~3 参照)。

① 事業参入の動機

profitability of microinsurance for five insurance companies” (2011.7)

²⁴ マイクロ・インシュアランス・ネットワーク (Microinsurance Network) は、低所得層に対する保険の普及を目的とした活動機関で、国際労働機関 (ILO) の Churchill 氏が議長となっている。同機関内のワーキンググループやタスクフォースにおいてマイクロ・インシュアランスの個別テーマに関する調査や研究が行われている。

²⁵ 前掲脚注 14 参照。

最も多かったのは、新規マーケットへの参入、次いで利益が見込まれる、企業の社会的責任やブランド構築、現地規制によるもの²⁶、などであった（図表 1 参照）。

② 被保険者数

アジアが最も多く、中でもインドと中国、インドネシアが多かった。これらの国では、マイクロ・インシュアランス・マーケットや販売網が他の国や地域と比べて比較的発達していることが要因のひとつとなっている。南米ではブラジル、メキシコ、アフリカでは南アフリカが多かった。

回答のあった被保険者数の合計は約 2,700 万人で、これは 2009 年のマイクロ・インシュアランス・マーケット全体の約 2 割を占める。

③ 販売種目（保険商品の数）

生命保険、信用生命保険、傷害保険が最も多く、全体の 66%を占める。これらの種目は、商品内容が分かりやすく、販売がしやすいことが理由としてあげられる。この他に、財産保険、医療保険、法的費用保険、インデックス保険、新種保険があり、複数の保険商品の組み合わせによる販売も多くみられた。生命保険や傷害保険などの基本的なカバーとの組合せにより、販売が難しい医療保険や財産保険などの販売を行っている（図表 2 参照）。

④ 販売チャネル

現地パートナーとの提携や協力を得て、保険商品の販売や保険商品の開発を行っているケースが多かった。最も多いケースはマイクロ・ファイナンス機関・銀行で、次いで代理店、非政府組織（NGO）、ブローカー、小売業者、地域に根付いた組織（Community based organizations）、教会、協同組合などであった。

⑤ マーケット参入の課題

保険料が低額であるものの、契約獲得のために高いコストがかかることが課題であるとの回答が多かった。また、保険の需要に対する認識の欠如、不十分な販売チャネル、不十分なデータ、低所得層の資金不足、逆選択、保険教育の不足、現地の規制、モラルハザードなども挙げられた。

⑥ 利益

多くの会社が、マイクロ・インシュアランスを長期的な事業と捉えていた。また、約半数の会社が、利益が見込まれるビジネスであると回答した。マイクロ・インシュアランス事業から得られる利益は、数値として把握できるもの以外にも、ブランド構築や企業イメージなどの数値化できないものもあるとの回答もあった。

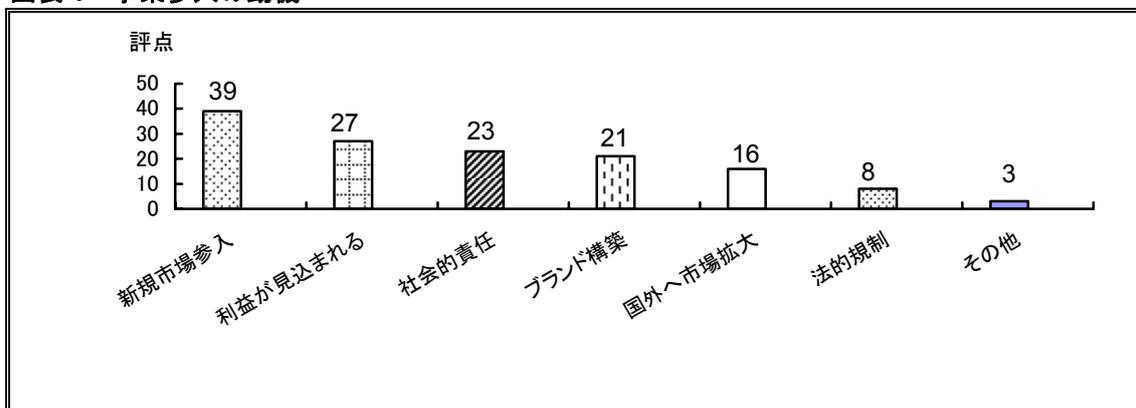
⑦ 将来性

成長率については、多くの会社が 3 年以内に 100%以上の成長を見込んでいた。これは、経験を重ね保険の必要性が社会的に認められることで達成される、との回答であった。マイクロ・インシュアランス事業は社会貢献活動としてだけでなく、利

²⁶ 前記 2. (1) c のインドの例を参照。

益を生み出す期待ができるビジネスである、との回答もあった。今後、マイクロ・インシュアランス事業により多くの資源を投入する予定との回答もあった。

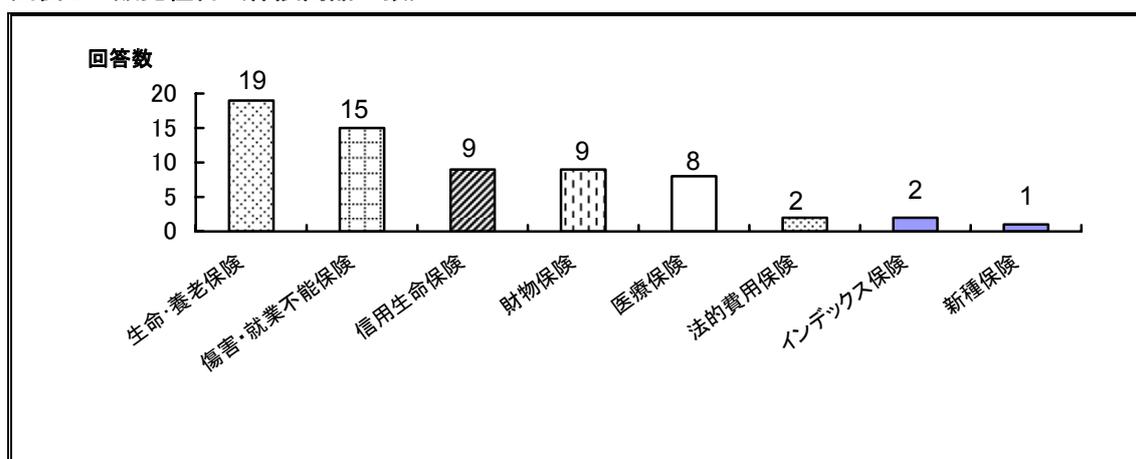
図表 1 事業参入の動機



(注) 回答は、市場参入の動機として、上位3つの理由を選択するもので、1位を3点、2位を2点、3位を1点として評点を合計した。

(出典：Microinsurance Network, “Commercial Insurers in Microinsurance” (2011) をもとに作成)

図表 2 販売種目（保険商品の数）(注)



(注) 該当保険商品の数（複数回答）による。

(出典：Microinsurance Network, “Commercial Insurers in Microinsurance” (2011) をもとに作成)

図表 3 マイクロ・インシュアランス事業を行う主な保険会社(注1)

会社名	被保険者数 (注1)	国・地域	主な保険商品	主な提携先
エース・セグロス (ACE Seguros S.A.)	4,800,000	ブラジル	傷害・高度障害（就業不能）(注4) 保険	国内保険会社、電力会社、カード会社、大手プロカー・プラットフォーム、テレコム会社など
アリアンツ・グループ (Allianz SE) (注2)	6,000,000	インド、インドネシア、コートジボワール、マダガスカル、セネガル、	養老保険、信用生命保険、傷害保険	マイクロ・ファイナンス機関、日用品協同組合、コミュニティベース組織

会社名	被保険者数 (注1)	国・地域	主な保険商品	主な提携先
		カメルーン、エジプト、コロンビア		
チャーティス (Chartis)	630,000	インドネシア、インド、ウガンダ	生命・入院保険、家畜保険、信用保険、傷害・高度障害(就業不能) ^(注4) 保険	マイクロ・ファイナンス機関、国内保険会社、コミュニティベース組織、ブローカー、代理店、政府
フォーティス (Fortis)	43,573	インド	信用生命保険	NGO、マイクロ・ファイナンス機関
IFFCO Tokio (東京海上日動火災グループのインドの合弁会社)	2,956,691	インド	傷害・高度障害(就業不能) ^(注4) 保険、財産保険	協同組合、マイクロ・ファイナンス機関、代理店、政府
マニユライフ・ファイナンシャル (Manulife Financial)	60,000	ベトナム	生命保険、傷害・高度障害(就業不能) ^(注4) ・入院時の所得補償保険(Hospital Income)	NGO
マフレ・メキシコ (Mapfre Mexico)	2,034,000	メキシコ	生命保険、傷害・高度障害(就業不能) ^(注4) 保険	マイクロ・ファイナンス機関、メディア、小売業者、ブローカー
メット・ライフ (Met Life)	750,000	インド、チリ、ブラジル、メキシコ	生命保険、信用、養老保険、生命・高度障害(就業不能) ^(注4) 保険・傷害保険	マイクロ・ファイナンス機関、協同組合、ユーティリティ会社 (Utilities Companies) 小売業者
ミュンヘン再保険 (Munich Re)	不明	フィリピン	インデックスベースの自然災害超過損害額再保険 (NatCat)	協同組合、NGO
タタ AIG 生命保険 (TATA AIG Life Insurance Company Limited)	81,670	インド	生命保険	マイクロ・ファイナンス機関、NGO、自助グループ ⁶⁾
チューリッヒ・ファイナンシャル・サービス (Zurich Financial Services)	2,000,000	中国、インドネシア、ヨルダン、メキシコ、ブラジル、チリ、ベネズエラ、ボリビア、南アフリカ	葬儀保険、傷害・疾病保険、高度障害(就業不能) ^(注4) 保険、失業保険、信用生命保険、法的費用保険 (Legal Expenses)	マイクロ・ファイナンス機関、小売業者、協同組合
ホーランド・インシュアランス・グループ ^(注3) (Holland Insurance Group)	4,000,000	南アフリカ共和国、アフリカ南部地域	法的費用保険、葬儀費用を補償する生命保険、信用生命保険	マイクロ・ファイナンス機関、代理店、小売業者、インフォーマルグループ ⁶⁾
PICC Property and Casualty Company Limited ^(注3)	3,000,000	中国	財産保険、傷害・高度障害(就業不能) ^(注4) 保険	マイクロ・ファイナンス機関、代理店、事業主、政府

(注1) 調査結果による、被保険者数の多い上位10社と再保険会社1社をとりあげて上表に掲載した。
なお、被保険者数は、調査時における回答に基づくものであり、被保険者数のデータがなく、契約数による回答となっている場合もある。

(注2) Allianz グループの直近の数字は後記(2)を参照願う。

(注3) フォープスにおける上位50社ではないものの、マイクロ・インシュアランスネットワークが参考として調査を行った会社のうち、被保険者数の多い上位2社を掲載した。

(注4) 原文は disability となっているが、国や地域、保険会社によって補償内容は異なる。
(出典：Microinsurance Network, “Commercial Insurers in Microinsurance” (2011) をもとに作成)

(2) アリアンツ・グループの事例

本項においては、アリアンツ・グループのマイクロ・インシュアランス事業の概要について説明する。

a. 事業の方針

アリアンツ・グループではマイクロ・インシュアランス事業へ参入する理由を、社会的な貢献および利益を得る双方の目的のため、としている。

同グループの事業は、当該国において現地法人があり、かつ効率的に販売が行える提携パートナーを有する国や地域に限定して行われている。これは、マイクロ・インシュアランスの保険商品単価が低いことを考慮したうえで、効率的な事業運営を行うための同グループの方針である。

同グループでは、マイクロ・インシュアランスに関する年次報告書を作成し、各地域・国における実績とその推移、販売する保険商品等をウェブサイトにて開示している。

b. 事業展開の考え方（インドネシアの事例）

インドネシアにおいては、長期のブランド構築のための戦略としてマイクロ・ファイナンス機関の扱うローンに組込まれる信用生命保険により一定規模の被保険者数を確保し、これを基盤としてその他の保険商品を展開していく、としている。

アリアンツ・グループの2012年のマイクロ・インシュアランス事業に関するレポートによると、アリアンツ生命保険インドネシア（Allianz Life Indonesia）の顧客担当責任者である Yoga Prasetyo 氏は、今後の事業展開を以下のとおり語った。

- 2012年の被保険者増加の主な要因は提携パートナーであるマイクロ・ファイナンス機関の組織的な拡大によるものであるが、アリアンツ社でも企業代理店などを活用しマーケット拡大のために努力をした。
- 現在のマイクロ・インシュアランスの顧客の多くは、10～15年後には中間所得層になるだろう。そのとき、より高い保険商品を買う金銭的な余裕ができるようになる。マイクロ・インシュアランスは、当社の長期的なブランド構築への投資である。
- 現在販売している生命保険は提携パートナーであるマイクロ・ファイナンス機関のローンに対する組込の保険商品であって、ブランド構築としての効果は低いかもしれない。しかし、これは出発点であると考えている。今後任意加入の保険商品や、低所得層のニーズにあった多様な保険商品を開発し、販売することを検討している。そのために、消費者の金融教育にも力を入れている。

c. マイクロ・インシュアランス事業の概況

2012年12月末において、アリアンツ・グループは11の国においてマイクロ・インシュアランス事業を行っている。

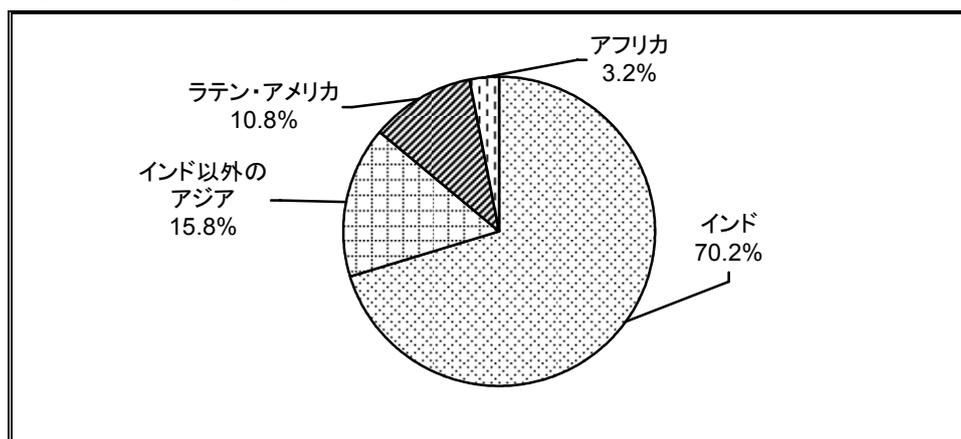
マイクロ・インシュアランスの被保険者数は、2011年の390万人から1,320万人増加し、1,710万人となった。保険料は2011年の5,740万ユーロ（約75億6,900万円）²⁷から2,120万ユーロ（約27億9,600万円）増加し、7,860万ユーロ（約103億6,500万円）となった。これは、インドにおいて、新たなマイクロ・ファイナンス機関との提携による定期生命保険の販売により、被保険者数が1,170万人、保険料が1,460万ユーロ（約19億2,500万円）それぞれ増加したことを主因とするものである。

保険料の地域別内訳は、アジア86.0%、ラテン・アメリカ10.8%、アフリカ3.2%となっている（図表4参照）。種目別では、生命保険、定期保険、傷害保険が主要保険商品となっている。

提携パートナーは、マイクロ・ファイナンス機関が最も多く全体の51.0%を占める。次いで銀行が33.9%となっている（図表5参照）。

マイクロ・インシュアランス事業においては、一定規模の被保険者数を獲得すること、販売のためのコストを削減すること、保険金、損害調査費用を削減すること、の3点が事業の成否を決める重要な要素とされているが、アリアンツ・グループにおいては、現地における提携パートナーを活用し、パートナーであるマイクロ・ファイナンス機関が提供するローンに組込まれる保険商品によって一定規模を確保するとともに、販売のためのコスト削減を実現している。

図表4 保険料の地域別内訳



（出典：Allinz Group, “Microinsurance at Allianz Group, 2012 Full Year Report”をもとに作成）

²⁷ 2013年9月30日為替レートに基づき、1ユーロを131.87円にて換算。

図表 5 提携パートナー

提携先	数	割合
マイクロ・ファイナンス機関（ノンバンク系）	236	51.0%
銀行	157	33.9%
共済（Productive Cooperatives）	12	2.6%
通信会社（テレコム）	2	0.4%
郵便局	1	0.2%
その他（NGO など）	55	11.9%
合計	463	100.0%

（出典：Allianz Group, “Microinsurance at Allianz Group, 2012 Full Year Report”をもとに作成）

d. 保険商品の例

本項では、アリアンツ・グループが販売する保険商品の例を紹介する。保険商品の種類は生命保険や定期保険が多く、加入形態は団体加入が多い（図表 6 参照）。

図表 6 アリアンツ・グループのマイクロ・インシュアランス商品の例

国（会社名）	提携者	保険商品	加入形態	補償内容と特徴
コロンビア （Allianz Colombia）	食料品・日用品販売会社（契約者）	傷害と歯科疾病補償	団体（任意）	<ul style="list-style-type: none"> ・保険金額 300 万ペソ（約 16 万 6,200 円） ・歯科疾病は、緊急治療時にキャッシュレスで受診可能（保険料水準に関する資料なし）
インド （Bajaj Allianz Life Insurance Company Limited）	マイクロ・ファイナンス機関、地域銀行、銀行通信機関（Banking Correspondents）、協同組合、顧客サポートセンター	養老保険と貯蓄	団体（任意）	<ul style="list-style-type: none"> ・保険期間 5 年の定期保険と貯蓄 ・死亡、傷害死亡、高度障害を補償 ・最低保険金額 2,500 ルピー（約 3,950 円） ・最低年間保険料 500 ルピー（約 790 円） ・年間平均保険料 1,750 ルピー（約 2,770 円）
マレーシア （Allianz General Malaysia）	郵便局（Postal Service）	自転車事故による第三者賠償責任等	個人（任意）	<ul style="list-style-type: none"> ・自転車事故による第三者賠償責任とオプションで自転車の損害等を補償 ・保険金額 5,000 リンギ（約 15 万 6,400 円） ・年間保険料 15 リンギ（約 490 円） ・同国においては、自転車の第三者賠償責任の付保が義務付けられている。
インドネシア （Allianz Life Indonesia）	マイクロ・ファイナンス機関（他のマイクロ・ファイナンス機関のアグリゲーターの場合もあり）	信用生命保険	団体（強制）	<ul style="list-style-type: none"> ・本人または配偶者の死亡時にローンの残債金額を保険金として支払う。オプションで葬儀費用を補償 ・ローンの上限 2 億ルピア（約 170 万円） ・保険期間：5 年間 ・年間保険料 100 ルピア～100 万ルピア（約 1 円～約 8,500 円）でローンの金額等により異なる。 ・年間平均保険料は 1 万 2,000 ルピア（約 102 円）
コートジボワール （Allianz Côte）	電話・通信会社	定期生命保険（葬儀費用補償）	団体（任意）	<ul style="list-style-type: none"> ・死亡保険金額 50 万フラン（約 8 万 8,000 円）、傷害死亡保険金額 100 万フラン（約 17 万 6,000 円） ・保険金は葬儀費用として指定された者

国(会社名)	提携者	保険商品	加入形態	補償内容と特徴
d'Ivoire Assurance Vie)				(業者) に支払可能 ・年間保険料は 8,000 フラン (約 1,370 円) 月払 700 フラン (約 130 円) も可能で、モバイル口座から引き落とし
エジプト (Allianz Assurance)	マイクロファイナンス機関	信用生命保険	団体(強制)	・強制の団体生命信用保険で、ローン利用者の死亡時に保険金を支払う ・ローンの上限は 10 万エジプトポンド (約 156 万円) ・保険料 2 エジプトポンド ~ 1,800 エジプトポンド (約 32 円 ~ 29,300 円) でローンの金額等によって異なる。 ・年間平均保険料は 15 エジプトポンド (約 240 円)

(注) 2013 年 9 月 30 日の換算レートに基づき、1 インドネシアルピアを 0.0085 円、1 インドルピーを 1.58 円、その他はアリアンツ社の資料をもとに 1 米ドル=97.75 円にて換算。

(出典: Allianz Group, "Microinsurance Product Pool" (2013.4) をもとに作成)

e. 新たな保険商品

アリアンツ・グループのマイクロ・インシュアランス商品はこれまで、ローンに組込まれる生命保険、定期保険、傷害保険が主要保険商品とされていたが、近年新たな保険商品が販売されている。2013 年 4 月に発行された同グループのマイクロ・インシュアランス商品に関する資料 (Microinsurance Product Pool (2013.4)) から、保険商品の例を紹介する。

(a) プリペイドのカード型傷害保険

インドネシアにおいて、現地のマイクロ・ファイナンス機関との提携により、2012 年 10 月から個人の任意加入方式のカード型傷害保険を販売している。保険金額は、死亡補償が 2,500 万ルピア (約 21 万円) で、死亡保険金額を限度に後遺障害の程度に応じて後遺障害保険金が支払われる。バウチャー (保険料) は 2 万 7,500 ルピア (約 230 円) で、保険期間は 1 年間である。カード型のプリペイド保険商品で、顧客はカードを購入後、携帯電話で手続きを行うことにより、契約を成立させる仕組みである。被保険者は、約款およびアリアンツ社の連絡先電話番号などが記載された携帯できるカードを受領する。

特徴は、携帯電話のショート・メッセージ・サービス (詳細は後記 4.(3)a を参照願う。) を利用した加入方式で、これにより募集および集金のコストを削減できることである。

(b) 天候インデックス保険

アフリカ西部のブルキナファソとマリにおいて、2011 年よりマイクロ・ファイナンス機関や銀行、農業協同組合等との提携により天候インデックス保険を販売している。天候インデックス保険は、例えば測定地における降雨量などの一定値を基準

に保険金を支払う保険商品である。この天候インデックス保険は、小規模の農家に対して、降雨量の不足により、とうもろこしと綿が十分に育生しなかった場合に貸付残高を補償するもので、ローンに対する強制保険として販売されている。測定地におけるインデックス値が基準値を下回った場合、全損となり、貸付残高の全額が補償される。一部損害に該当する値の場合、貸付残高の一部が補償される。

保険料は、地域やローンの金額によって異なるが、ローンの一定割合に設定されている。年間保険料の平均は 27 米ドルである。ローンの平均金額は 235 米ドルで平均期間は 3.5 ヶ月である。販売期間は植苗期前の 4~6 週間のみである。測定地におけるインデックス値をもとに保険金を支払うため、損害査定のためのコストはかからず、不正な保険金の請求を排除できるというメリットがある。一方、実際に損害が発生していない場合にも保険金が支払われることがあることや、損害が発生していても保険金が支払われないことがあることがデメリットである。

(c) 家畜保険

インドにおいて、低所得層の農家向けの保険商品として、2005 年 4 月より家畜保険を販売している。ローンを扱う銀行、マイクロ・ファイナンス機関、日用品協同組合、信用協同組合などにより販売されている。補償内容は牛、羊、ヤギなどの家畜の死亡リスクに加え、牛乳の生産不能に対するリスクをオプションで補償する。加入形態は 85%が団体、15%が個人である。ローンの利用者は加入が義務付けられているが、個人での任意加入も可能である。

保険金額は一般的な家畜のマーケット価格 3 万ルピー²⁸から 4 万ルピー²⁸（約 4 万 7,400 円~6 万 3,200 円）で、年間保険料は 800 ルピー²⁸から 1,200 ルピー²⁸（約 1,260 円~1,900 円）である。

4. マイクロ・インシュアランスの展望

低所得層に対する保険や金融サービスへのアクセス向上のための国際的な動向として、保険監督者国際機構（IAIS）や G20（金融世界経済に関する首脳会合）における取組がある。携帯電話などの新たな技術の活用などとあわせて、これらは今後のマイクロ・インシュアランスの発展に有効となり得ることから、概要を説明する。

(1) 保険監督者国際機構（IAIS）の取組

2009 年 9 月に、保険監督者国際機構（IAIS）は、貧困層支援協議グループ（Consulting Group to Assist the Poor : CGAP）²⁸、世界銀行（World Bank）、国際労働機関（ILO）

²⁸ 貧困層支援協議グループ（Consulting Group to Assist the Poor : CGAP）は、途上国における貧困層のための金融システム構築を目的として、国際開発機関、各国外務省、民間開発機関などにより設立され、助言、指標、優良事例の紹介などをマイクロ・ファイナンス機関やドナー（Donor）と呼ばれるマイクロ・ファイナンスの支援者・資金提供者に提供している。

などの国際機関とともに、低所得層に対するマイクロ・インシュアランスのアクセス向上のための新たな組織（グローバル・パートナーシップ）を立ち上げた（Access to Insurance Initiative）。これは、低所得層に対する保険マーケットへのアクセス向上のために、保険監督者が統一された規制・監督の策定を行うことを目的としている。マイクロ・インシュアランスに関する規制に関しては、2006年からマイクロ・インシュアランス・ネットワークとのワーキンググループとして活動していたが、2009年に IAIS の実行機関として、正式に発足したものである。

保険監督者国際機構（IAIS）においては、その後、金融包摂小委員会（Financial Inclusion Subcommittee）が設置され（金融包摂については後記（2）を参照願う。）、新興国および途上国において保険監督者国際機構（IAIS）保険基本原則および他の監督指針を適用し、金融包摂マーケットにおける規制・監督を推進していくことを承認した。

また、2012年10月に、「包摂的な保険マーケット（Inclusive Insurance Market）を支援するための規制および監督に関する適用文書（Application Paper）²⁹」により、低所得層に対する包摂的な保険マーケットの強化を目的とする国や地域において、保険監督者国際機構（IAIS）保険基本原則がどのように適用、実施されるかについての具体的な事例を示した³⁰。

適用文書は、金融包摂と包摂的な保険マーケットとの関係等について触れたうえで、マイクロ・インシュアランスを含めた保険商品および保険商品を提供するにあたっての具体的な事例として、保険市場へのアクセス向上に関する手法と問題点、保険監督者の役割、監督方針の策定等について記載されている。

（2）金融包摂（ファイナンシャル・インクルージョン）の推進

金融包摂（ファイナンシャル・インクルージョン）は、貧困や地理的な理由などにより金融サービスを十分に受けていない人（underserved）がそのような状態を解消するための包摂的な金融サービスへのアクセス向上の取組をいう。金融包摂に対する取組は、2009年のG20（金融世界経済に関する首脳会合）ピッツバーグ・サミットにて承認された。これを受けて各国・地域において具体的な取組に対する複数年計画が策定され、以降、継続的に取組に対する確認と進捗状況の評価が行われている。

²⁹ 前掲脚注 21 参照。

³⁰ これまでIAISにより発行されたマイクロ・インシュアランスに関する文書は、マイクロ・インシュアランスの概念や背景、基本的な監督方針を示した貧困層支援協議グループ（CGAP）ワーキンググループとの共同による“Issues in Regulation and Supervision of Microinsurance”（2007.6）および共済や相互組織、地域ベース組織について触れた“Issues Paper on the Regulation and Supervision of Mutuals, Cooperatives and other Community-based Organizations in increasing access to Insurance Markets”（2010.10）がある。

a. 金融包摂とは

保険監督者国際機構（IAIS）は、金融包摂を「すべての成人が信用、貯蓄、送金、保険などの金融サービスに対して適切で効果的な、正規のサービスへのアクセスが可能な状態」と定義している。「適切で効果的な金融サービス」とは、顧客が入手可能で、かつ提供者が持続可能である正規のサービスを利用することであり、例えば家族や友人に現金を預けたり人づてで送金するなどの非正規な手段ではなく、正規な金融サービスへのアクセスが可能となることを言う³¹。

途上国においては銀行の支店や ATM の設置台数が少ないため銀行口座を開設できないなどの物理的な制約を解消するなどこれまでの金融包摂は主として基礎的な銀行サービスが主眼とされてきた。しかし、近年、携帯電話の発達により、銀行口座を持たない人が携帯電話で送金できる手段などが普及したことにより、低所得層が利用できる金融サービスの範囲は広がり、貯蓄、貸付、保険など、より広い金融サービスへのアクセスの向上に対して使われるようになった。

b. G20（金融世界経済に関する首脳会合）における提唱

G20（金融世界経済に関する首脳会合）においては、貧困層のための包摂的な金融サービスへのアクセス向上に対する取組として、金融包摂を 2009 年 9 月のピッツバーグ・サミット首脳声明で採り上げた。G20（金融世界経済に関する首脳会合）首脳声明によると、金融包摂は、新たな技術を安全かつ健全に普及することを通して貧困層の金融サービスへのアクセスを向上することである、と定義している。（図表 7 参照）。

図表 7 G20 ピッツバーグ・サミット首脳声明

<p>最も脆弱な人々への支援の強化 41.</p> <ul style="list-style-type: none">・我々は、貧困層のための金融サービスへのアクセスを向上することにコミットする。・我々は、貧困層に届くような新たな金融サービスの提供を安全に、かつ健全に普及することへの支持に合意し、マイクロ・ファイナンスの例を基にし、中小企業（SME）の資金調達に関し成功したモデルを拡大する。・貧困層支援協議グループ（CGAP）、国際金融公社（IFC）及び他の国際機関と共に作業しつつ、我々は、G20 金融包摂専門家グループを立ち上げる。このグループは、これらのグループに対する金融サービスの提供における革新的アプローチに関して学んだ教訓を特定し、成功した規制及び政策アプローチを促進し、金融アクセス、金融リテラシー及び消費者保護に関する基準を具体化する。・我々は、持続可能かつ測定可能な形で、いかにして公的資金が民間資金の展開を最大化することができるかにつき、最良の提案を行うことを民間部門に求める。・G20 中小企業金融チャレンジを立ち上げることにコミットする。 <p>（出典：外務省ウェブサイト、G20 ピッツバーグ・サミット首脳声明（仮訳）（2009.9.24）をもとに作成）</p>

³¹ 前掲脚注 21 参照。

c. 革新的な金融包摂のための原則

G20（金融世界経済に関する首脳会合）ピッツバーグ・サミットにおける承認を受け、2010年6月のG20（金融世界経済に関する首脳会合）トロント・サミットにおいて、「革新的な金融包摂の原則（以下「原則）」³²が採択された。

2010年11月のG20（金融世界経済に関する首脳会合）ソウル・サミットではこの「原則」を踏まえて複数年の具体的な「行動計画」が採択され、以降、継続的な取組の確認と評価が行われている。国際通貨研究所が2010年に発行した金融包摂に関するレポートによると、各国は「原則」に基づいてそれぞれの状況に応じた施策を企画・実施するが、自国の開発戦略の中で高い優先度と位置づけ、政府がオーナーシップを持って取り組むという強いコミットメントを確認することとあわせて、先進国はこれらを具体化できる実効性のある支援を検討し、推進していくことが必要である、と指摘している³³。

(3) 携帯電話を活用した事例

世界銀行（World Bank）の調査では、世界で銀行口座などの基礎的な金融サービスへのアクセスを持たない人は、成人人口の約50%、約25億人以上と推計している³⁴。近年、携帯電話や電子マネーなどの技術の発達と普及により、従来銀行口座を持たなかった多くの人が正規な送金ができるようになった。本項では、新たな技術を活用した金融サービスの例として、携帯電話を利用した送金について説明する。

a. ショート・メッセージ・サービスを利用した送金

国際電気通信連合（ITU）が2013年5月に発行したモバイル・マネーの動向に関するレポート³⁵によると、アフリカで銀行口座を持つ人の割合は約20%である。ケニアで2007年に始まったサファリコム社（SAFARICOM）の携帯電話のショート・メッセージ・サービス（Short Message Services、以下「SMS」）³⁶を利用した送金手段はその利便性の高さから急速に普及し、特に途上国において従来の銀行サービスや非正規な金融サービス³⁷を代替する手段になりつつあるという。送金者は携帯電話番号と

³² 原則は、9項目（①リーダーシップ、②多様性、③革新性、④消費者保護、⑤金融リテラシー向上、⑥協力、⑦知識、⑧公平性、⑨規制枠組）から構成されている。

³³ 福田幸正「Financial Inclusion（金融包摂）～最近のG20を中心とした金融包摂の動向～」国際通貨研究所ニュースレター2010年No.26、（2010.8）

³⁴ World Bank, “Financial Inclusion Data, Key Indicators”(2011)

³⁵ 国際電気通信連合（International Telecommunication Union : ITU）は国際連合（United Nations）の専門機関のひとつである。ITC-T Technology Watch Report, “The Mobile Money Revolutions, Part2 : Financial Inclusion Enabler”（2013.5）

³⁶ 野村総合研究所「アフリカの銀行事情」金融（一般社団法人全国銀行協会、2013.8）による。携帯電話のショート・メッセージに簡単なプログラムのようなコマンドを織込み、この機能を使って送金する仕組みである。

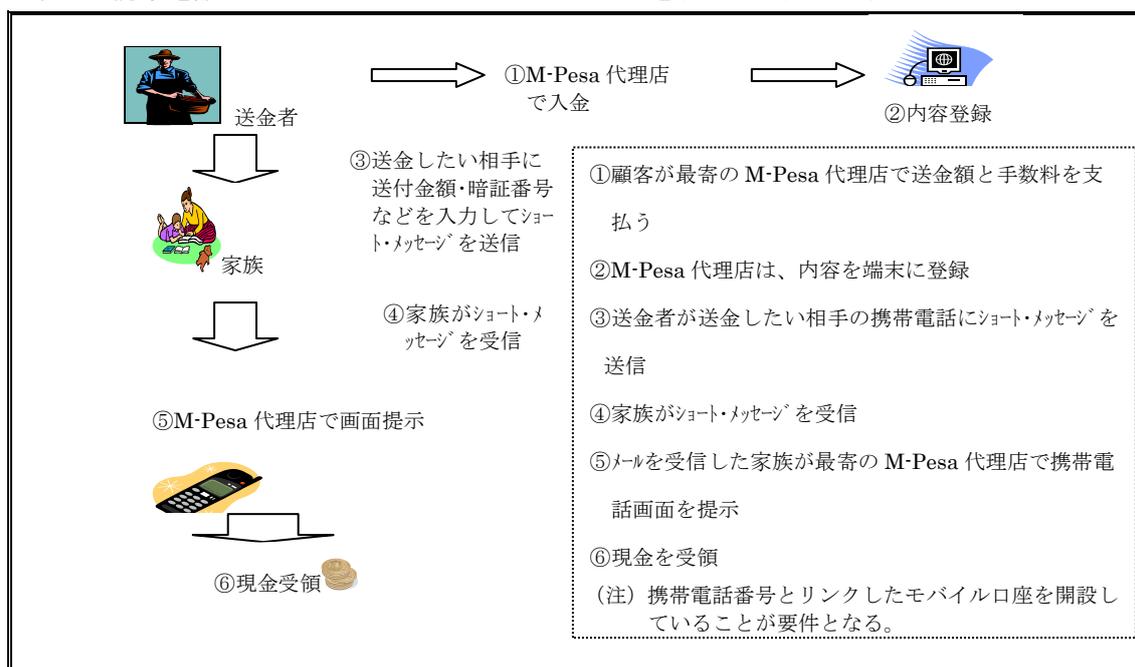
³⁷ 貧困層がこれまで正規な金融サービスを利用できなかったことから、例えば友人や家族に現金を預ける、人づてで送金する、高利貸しを利用するなど正規でないサービスをいう。

リンクしたモバイル口座を開設したうえで、自分の携帯電話から送金額等を織り込んだショート・メッセージを送金受取人の携帯電話に送り、受取人はそのショート・メッセージを身近な携帯電話取扱代理店に提示または送付し、現金を受け取るというような流れである（図表 8 参照）。これは顧客にとっての利便性を提供するだけでなく、保険の提供者にとっても支払の遅れを解決する手段や保険金支払のための手段として活用可能である。

国際電気通信連合（ITU）によると、携帯電話による送金サービスが最も顕著であるケニアでは、携帯電話を利用した毎月の取引額は3億7,500万米ドルになるという³⁸。

サファリコム社のウェブサイトによると、同社の M-Pesa³⁹と呼ばれる携帯電話による送金サービスは、2007年に約200万人だった顧客数が2009年には900万人を超え、2010年には約1,380万人に増加した⁴⁰。国際電気通信連合（ITU）によると、ケニアにおけるモバイル口座の数は、2007年の約250万件から2011年には約1,500万件に増加した。また、M-Pesaは、送金手段としてだけでなく、貯蓄に対しても利用されているという。

図表 8 携帯電話のショート・メッセージ・サービスを利用した送金の流れ



(出典:各種資料をもとに作成)

³⁸ 前掲脚注 35 参照。

³⁹ M-Pesa の M は Mobile、Pesa はスワヒリ語で Money の意味。サファリコム社は、ボーダーフォンとの提携によりサービスを提供している。

⁴⁰ サファリコム社ウェブサイト

http://www.safaricom.co.ke/images/Downloads/Personal/M-PESA/m-pesa_statistics_-_2.pdf

b. ブランチレス・バンキング

野村総合研究所の「アフリカの銀行事情」によると、携帯電話を利用した送金は、アジアにおいてフィリピン人の海外出稼者が自国の家族に送金をするために普及したという。海外の送金者だけでなく、国内の出稼者が農村部の家族へ送金するというニーズもあり、SMS 送金のみならず小額の預金等も受け入れられるようになり、SMS バンキングとして発展した。また、携帯電話事業者だけでなく、他の業態がサービスを提供する例もみられるようになり、ブランチレス・バンキングと総称されるようになった。ブランチレス・バンキングは「サブサハラ」と呼ばれる、アフリカのサハラ砂漠より南に位置する地域が他の地域に比べてより盛んであるが、これはそれだけ一般の銀行口座を持たない国民が多いことを現わしている⁴¹。

(4) その他の新技術の例

この他にも、損害査定や契約管理、データ分析などの分野で新たな技術が開発・利用されている。例えば、これまで家畜保険においては、保険の対象となる家畜に耳輪をつけるなどして保険の対象等を把握する方法が多くとられていたが、不正な請求が多く、損害率が悪化する原因のひとつとなっていた。近年、耳輪の代わりに小型のチップを埋め込んで、電波により対象となる個体を認識する方式（Radio Frequency Identification Device）等の導入により、不正な請求が削減されているという⁴²。

また、衛星を利用した降雨量の測定や農作物の成長の観測⁴³、指紋などの生体認証技術（バイオメトリクス）を利用した ATM などの開発が進んでおり、コスト削減や低所得層の金融サービスに対する障壁を解消する手段のひとつとして利用されることが期待される。一方、新たな技術の導入により解決できる問題もあるが、それだけでは解決できない課題も多く、技術の導入を行うためには投資コストを考慮した長期的なビジネスモデルの策定が必要である。

5. おわりに

マイクロ・インシュアランスの歴史は一般の保険と比べると浅い。一部の地域ではマーケットは発展しているものの、世界の低所得層全体という観点からは、普及度はまだ

⁴¹ 前掲脚注 36 参照。ブランチレス・バンキングに対する金融監督当局の対応は国によって異なるが、一般的にこのような事業が銀行サービスの普及に貢献していると理解され、預金者保護の手当をしつつも、サービス提供者に対する過度の負荷を避ける方策をとっているという。例えば、携帯電話事業者が利用者から受け入れた送金のためのデポジットの一定比率を免許を受けた銀行に預託するなどの保護策をとれば、自らは銀行免許を取得せずにブランチレス・バンキングのサービスを提供できるというものである。

⁴² IFFCO-Tokio の例：Microinsurance Innovation Facility ウェブサイト

<http://www.microinsurancefacility.org/projects/lessons/cattle-insurance-through-electronic-identification-chip>

⁴³ 例として、衛星画像システムを用いて東南アジアや南アジア諸国において米の収量などを測定する RICE (Remote Sensing-Based Information and Insurance for Crops in Emerging economies) がある。RICE ウェブサイト <http://www.riice.org/news-publications/>

一部であり、ビジネス参入にかかる障壁の高さがうかがわれる。これは、保険料規模に比べて固定費が高いことや、低所得層が保険に対するニーズを認識していないことなどマイクロ・インシュアランス固有のものもあれば、当該国や地域において保険や金融制度が未整備なことも理由として考えられる。そのような国や地域においては、保険の供給者側が主導して、組込や商品付帯などの保険商品を提供することにより需要を喚起し、マーケットを形成する役割を担っているケースも多い。将来、マーケットが拡大・発展していくためには、消費者が保険商品を理解し、保険商品に対するニーズを喚起することが不可欠である。従って、保険を含めた金融リテラシーの向上を促進することが重要な課題になると考えられる。

経済協力開発機構（OECD）は金融リテラシーを、「金融（商品）に対する適切な決定を行うための認識、知識、技術、行動である」と定義している⁴⁴。

保険商品は、購入してすぐその効果が実感できる商品ではなく、生活必需品以外に支出できる金額が限定的である低所得層に対して、保険商品の価値や必要性に対する理解を促すことは容易ではない。新規に市場に参入する保険会社にとっては、これまで経験のない顧客層に対する、長期にわたる多大な投資が必要であると考えられる。しかし、そのような活動は、今後新興国や途上国が経済成長を遂げる中で、保険市場形成という点で当該国に貢献できる価値のある活動として認識されると考える。

⁴⁴ OECD, “Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy” (2011.10)

<参考資料>

- ・ 雨森孝悦「東南アジアのマイクロファイナンス、マイクロ保険における営利と非営利～フィリピン、カンボジア、インドネシアの動向から～」(日本福祉大学経済論集第41号、2010、9)
- ・ 池田香織「マイクロ・インシュアランスへの期待と展開」損保ジャパン総研レポート Vol. 59号(損保ジャパン総研、2011.9)
- ・ 大西洋也、茂木桂樹「インドにおけるマイクロ保険の社会的位置づけと事業持続性～保険会社の活力を通じた社会保障システムの充実～」(一般社団法人国際開発センター、2012.3)
- ・ 佐川果奈英「アフリカの損害保険市場」損保総研レポート第104号(損害保険事業総合研究所、2013.7)
- ・ 東洋経済オンライン記事「マイクロファイナンスの幻想と真実」(2013.4.9)
- ・ 野村総合研究所「アフリカにおける金融事情」(金融、一般社団法人全国銀行協会、2013.8)
- ・ 野村総合研究所「BOP ビジネス～立ち上がる最後の巨人～」(2010.11)
- ・ 福田幸正「最近のG20を中心とした金融包摂の動向」国際通貨研究所、ニュースレターNo.26(2010.8)
- ・ 松野篤「保険ビジネスとしてのマイクロインシュアランス」損保総研レポート第80号(損害保険事業総合研究所、2007.6)
- ・ 森田芳樹「インドの保険事情～自由化の流れと規制～」損保総研レポート第75号(損害保険事業総合研究所、2006.3)
- ・ Allianz Group, “Microinsurance at Allianz Group, 2012 Full Year Report”
- ・ Allianz Group, “Microinsurance Product Pool” (2013.4)
- ・ Asia Insurance Review, “Microinsurance Features” (2013.7)
- ・ CGAP, “Building Resilience through Access to Insurance” (2013.4.9)
- ・ G20 Financial Inclusion Experts Group, “Innovative Financial Inclusion, Principles and Report on Innovative Financial Inclusion from the Access through Innovation Sub-Group of the G20 Financial Inclusion Experts Group”(2010.5)
- ・ IAIS and CGAP Working Group on Microinsurance, “Issues in Regulation and Supervision of Microinsurance”(2007.6)
- ・ IAIS, “Application Paper on Regulation and Supervision Supporting Inclusive Insurance Markets” (2012.10)
- ・ ILO and Munich Re Foundation, “Protecting the Poor : A Microinsurance Compendium, Vol.II” (2012.4)
- ・ ILO, “Informal Micro-Finance Schemes: The case of funeral insurance in South Africa”(2000.3)
- ・ ILO Microinsurance Innovation Facility, “A business case for microinsurance: An analysis of the profitability of microinsurance for five insurance companies”(2011.7)
- ・ ILO Microinsurance Innovation Facility, “Protecting the Working Poor, Annual Report 2012”
- ・ ITC-T Technology Watch Report, “The Mobile Money Revolutions, Part2 :Financial Inclusion Enabler”, International Telecommunication Union(2013.5)
- ・ Lloyd’s 360° Risk Insight, “Insurance in Developing Countries: Exploring Opportunities in

- Microinsurance”, Lloyd’s(2009.11)
- Making Finance Work for Africa, Munich Re Foundation, “The Landscape of Microinsurance in Africa 2012”(2013.5)
 - Micro Insurance Centre, “Landscape of Microinsurance in Latin America and the Caribbean” (2012.10)
 - Microinsurance Network, “Commercial Insurers in Microinsurance”(2011)
 - OECD, “Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy”(2011.10)
 - World Bank, “New Microfinance Handbook” (2013.2)

<参考サイト>

- 一般社団法人日本損害保険協会ウェブサイト <http://www.sonpo.or.jp/>
- 外務省ウェブサイト <http://www.mofa.go.jp/mofaj/>
- グラミン銀行ウェブサイト <http://www.grameen-info.org/>
- 経済協力開発機構（OECD）ウェブサイト <http://www.oecd.org/>
- 経済産業省ウェブサイト <http://www.meti.go.jp/>
- 国際労働機関（ILO）ウェブサイト <http://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>
- 社団法人生命保険協会ウェブサイト <http://www.seiho.or.jp/>
- 世界銀行ウェブサイト <http://www.worldbank.org/>
- 日本貿易振興機構ウェブサイト <http://www.jetro.go.jp/indexj.html>
- 三菱東京 UFJ 銀行ウェブサイト http://www.bk.mufg.jp/gdocs/kinri/list_j/kinri/kawase.html
- Access to Insurance Initiative ウェブサイト <http://www.access-to-insurance.org/>
- Allianz Group ウェブサイト
https://www.allianz.com/en/sustainability/approach/access_to_finance.html?search.query=Microinsurance
- Consultative Group to Assist the Poor（CGAP）ウェブサイト <http://www.cgap.org/>
- HDFC ERGO ウェブサイト <http://www.hdfcergo.com/rural-insurance/gramin-arogya-nidhi.html#>
- Insurance Regulatory and Development Authority（IRDA）ウェブサイト
<http://www.irdaindia.org/>
- International Association of Insurance Supervisors（IAIS）ウェブサイト <http://www.iaisweb.org/>
- International Telecommunication Union ウェブサイト <http://www.itu.int/en/Pages/default.aspx>
- Micro Insurance Centre ウェブサイト <http://www.microinsurancecentre.org/>
- Microinsurance Innovation Facility ウェブサイト <http://www.microinsurancefacility.org/>
- Microfinance Gateway ウェブサイト
<http://www.microfinancegateway.org/p/site/m/template.rc/1.11.48248>
- Microinsurance Network ウェブサイト <http://microinsurancenetwork.org/>

- Munich Re Foundation ウェブサイト <http://www.munichre-foundation.org/home.html>
- Philippine Insurance Commission ウェブサイト <http://www.insurance.gov.ph/>
- Remote Sensing-Based Information and Insurance for Crops in Emerging economies (RICE)
ウェブサイト <http://www.riice.org/news-publications/>
- SAFARICOM ウェブサイト <http://www.safaricom.co.ke/>