

マイクロインシュアランスへの期待と展開

目 次

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| I. はじめに | III. 保険会社の関わり |
| II. マイクロインシュアランスの意義と期待 | IV. まとめ マイクロインシュアランスの今後 |

研究員 池田 香織

要 約

I. はじめに

マイクロインシュアランスとは一般的に、開発途上国の低所得者層向けに設計された、低価格・低コストで提供される保険を指す。本稿では、マイクロインシュアランスに対する様々な立場からの期待の高まりと、これに対する保険会社の取り組みについて紹介し、今後の進展について考察する。

II. マイクロインシュアランスの意義と期待

マイクロインシュアランスの意義としてまず挙げられるのは、国の社会保障制度の補完手段としての役割である。これに加え、貧困削減手段、自然災害に対する金銭的準備としても注目されており、様々な国際機関等がマイクロインシュアランスの活用を始めている。

III. 保険会社の関わり

マイクロインシュアランスにはII. で挙げた期待に加え、潜在性の高い市場への参入手段としての見方もある。しかしその運営にあたっては、顧客の保険についての知識不足や、低額な保険料を維持するための運営コスト抑制など、様々な課題が存在する。このような状況下で、保険会社のマイクロインシュアランス参入は2000年以降本格化した。マイクロファイナンス実施機関(MFI)と提携した信用生命保険の提供からスタートする会社が多かったが、市場理解やノウハウの蓄積に伴い、他の種目、他の地域へ展開する会社も出てきている。

IV. まとめ マイクロインシュアランスの今後

今後のマイクロインシュアランス進展を支える重要な要素としては、地域に根付いたMFIやNGOなどの組織との協働、国際援助機関や政府等との連携、技術革新と普及が挙げられる。技術革新の分野では携帯電話(モバイル機器)の活用が注目されており、近年はモバイルペイメントサービスを活用した天候インデックス保険も登場している。マイクロインシュアランスには保険会社にとっての先行メリットが少ないのではないかという懸念もある一方、参入する保険会社は年々増加している。40億人という潜在市場を抱える巨大な保険市場が、わずかずつではあるが創造されつつある。

I. はじめに

マイクロインシュアランスとは一般的に、通常の保険（conventional insurance）が入手困難な開発途上国の低所得者層向けに設計された、低価格・低コストで提供される保険を指す。対象となる顧客の所得レベルや保険料などに関する共通の基準は存在しない¹。

マイクロインシュアランスは、開発途上国の低所得者層の生活を守るリスク移転手段として、また先進国市場の大半が飽和状態となる中、世界人口の約7割を占める開発途上国の低所得者層40億人²という成長可能性が高い新しい市場への参入手段としても注目されている。本稿では、低所得者層の生活向上に向けてマイクロインシュアランスへの期待が高まる一方で、参入に際しては複数の課題が存在することを指摘する。また、主要なプレーヤーである保険会社のかかわり方の変化について概観し、今後の進展について考察する。

まずII. では国際機関等を中心に高まるマイクロインシュアランスへの期待と、低所得者層の生活向上にマイクロインシュアランスが果たすと見られる役割・意義について紹介する。III. では保険会社のかかわりを中心に見ていく。まず1. では、マイクロインシュアランスへ保険会社が参入しようとした場合のいくつかの課題を取り上げる。これらの課題が、マイクロインシュアランス普及の障壁となっている。続いて2. で、これら障壁の存在にもかかわらず保険会社の参入が増加した2000年代以降の状況と、提供商品の中心となった信用生命保険（Credit Life）の販売モデルについて触れる。3. では、さらに地域や商品の幅を拡大してきた近年の保険会社の取り組みを見ていく。IV. では、マイクロインシュアランスの今後を考える。1. では今後のマイクロインシュアランス進展を支えるものとして、コミュニティに根ざした組織との協働、国際援助機関や政府との連携、技術革新の重要性を挙げる。2. では、本稿のまとめとして、マイクロインシュアランスの今後の発展可能性について考察する。

II. マイクロインシュアランスの意義と期待

マイクロインシュアランスの出番は、社会保障と個人的なリスク対処能力の隙間にあると言われる（《図表1》参照）³。すなわち、主に国の社会保障制度によってカバーされていない人々に対する社会保障制度の補完手段としての意義を持つと考えられる。さらに近年では、災害に対して脆弱な開発途上国における低所得者層の貧困削減対策や、自然災害に対する金銭的準備としても、マイクロインシュアランスへの期待が高まっている。

¹ 保険監督者国際機構（International Association of Insurance Supervisors：以下、IAIS）は2007年のレポートでマイクロインシュアランスを次のように定義している。

「マイクロインシュアランスはさまざまな事業体によって、低所得者層に提供される保険であるが、一般的に受け入れられている保険慣行（IAISの定める保険監督基本原則を含む）に従って運営される。これが意味する重要な点は、マイクロインシュアランスによって引き受けられるリスクは、保険原則に基づいて管理され、その資金は保険料によって賄われるということである。それゆえ、マイクロインシュアランスの活動は、当該国の国内法に基づき、保険規制・監督当局の監督下に入る。」

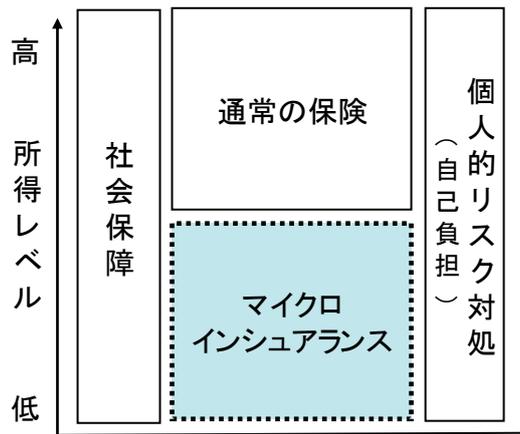
IAIS, CGAP working group on microinsurance, “Issues in regulation and supervision of microinsurance”, June 2007, p.10.

² World Resources Institute, “The Next 4 Billion”, 2007.

当該レポートでは、3,000ドル未満（基準年2002年購買力平価換算）の年間所得で暮らす40億人の人々をBOP層（base of the economic pyramid）と定義している。ただし、各々の機関によって低所得者層を定義する所得等の基準にはバラつきが存在する。

³ Claudia Moura, Ruthine Williams-Baron, “Microinsurance Beyond Social Responsibility”, LIMRA, 2010, p.5.

《図表 1》マイクロインシュアランスに期待される位置



(出典) 損保ジャパン総合研究所作成。

1. 社会保障制度の補完手段としてのマイクロインシュアランス

国際労働機関 (International Labour Organization, 以下 ILO という) は、全世界の労働者のうち社会保障があるのは 2001 年時点で 20%に過ぎず、サブサハラ、南アジアでは、労働者の 5~10%しかカバーしていないと推定している。こうした状況を受け、2001 年の ILO 総会では、加盟国の政府、労働者、使用者からなる代表団によって、社会保障を持たない人々への拡大等に関する新しいコンセンサスについて合意された。この合意文書において、マイクロインシュアランスについての期待が次のように言及されている。

「マイクロインシュアランスの可能性も、徹底的に調査しなければならない。総合的な社会保障システムの基盤にはならなかったとしても、価値ある第一歩にはなる。特に医療の入手可能性を緊急に改善する必要がある人々への対応においては。」⁴⁾

またアジアでは、1997 年のアジア通貨危機以降、「医療保障・年金」分野における協力が国際援助機関においても特に注目されるようになり、各機関から「社会保障」分野における援助戦略が出された⁵⁾。アジア開発銀行は 2003 年に発表した政策文書において、マイクロインシュアランスへの期待を次のように示している。

「マイクロインシュアランスは高い可能性を持つ新たな話題である。マイクロインシュアランスは、手ごろな価格で社会保険を提供することを可能にし、コミュニティが直面する様々な問題を現実的に理解することによって適用範囲を拡大し、地域社会の参加を促進する。」⁶⁾

⁴⁾ ILO, “Social security: A new consensus”, 2001, p.2.

⁵⁾ 独立行政法人国際協力機構 (JICA)、「課題別指針 社会保障 (医療保障・年金・社会福祉)」(2009 年 3 月) p.27.

⁶⁾ Asian Developing Bank, “Our Framework Policies and Strategies_Social Protection”, July 2003, p.20.

2. 貧困削減手段としてのマイクロインシュアランス

国連のミレニアム開発目標は、2015年までに、飢餓で苦しむ人々の割合を1990年対比で半減させることを目標の1つとして掲げている。これに対し、2005年のG8 グレンイーグルス・サミットと国連世界サミットで、債務救済を除く実質的政府開発援助（ODA）の増額が約束されたものの、2008年以降の経済の減速により先進国の政府予算は圧迫されており、ODAを減額または延期する動きも出てきている⁷。このような状況において、貧困削減への取り組みに関して、最貧困層に対する援助という伝統的アプローチ以外に、より幅広い低所得者層に対する機会の付与という市場ベースのアプローチが提言されている。この市場ベースのアプローチが成功すれば、「新たな民間セクター資源を大幅に活用することにより、現時点では実行可能な市場ベースの解決策を見出せない部分や分野に開発援助を集中することが可能⁸」になるという。

国連世界食糧計画（World Food Programme、以下WFP）は長年各国政府と協力して、飢餓に苦しむ人々に対し、労働と引き換えに食料または金銭配給を行っているが、リスク軽減手段として保険を導入するようになっている。収穫高が極めて大きく変動することで、農民の収入は一層不安定になる。農民たちは万が一凶作となった場合でも、家族を養い、翌年再び植え付けを行うためのお金を確実に残しておかねばならないため、農業に少ししか投資しない⁹。このように、いざというときに頼れる仕組みがない場合、農民たちは収穫量を改善するために必要なリスクを取らなくなるという¹⁰。

マイクロインシュアランスが、特に天候の安定しない地域における農民がかかえる最大の問題である収穫の不確かさを補うことで、農民が収穫効率を高め、生活基盤を安定させていく取り組みが促進される可能性がある。WFPは2008年に国際農業開発基金と合同で天候リスクマネジメント機関（IFAD-WFP Weather Risk Management Facility : WRMF）を設立し、エチオピアと中国で天候インデックス保険のパイロット・プロジェクトを実施している¹¹。

3. 自然災害に対する金銭的準備としてのマイクロインシュアランス

2011年1月に開催されたダボス会議での論議を元に、2011年4月に世界経済フォーラムから提言レポート「自然災害リスクの管理に関する展望（A vision for managing natural disaster risk）」が出された。この中で、先進諸国では保険などのリスク移転商品が、自然災害による経済的損失の軽減において主要な役割を果たしており、その約30%をてん補しているのに比べ、開発途上国では保険商品による損失てん補率は1%に過ぎないことが指摘されている¹²。これに対し、将来的には保険やキャット・ボンド、大災害プールなどのリスク移転手段がカバーする範囲を拡大し、政府がリスクの単独負担者になることを防ぐことが目標として描かれており、特に保険普及率が低い開発途上国におけるリスク移転商品のひとつとしてマイクロインシュアランスが挙げられている。また、より安全な環境を構築することに

⁷ 「国連ミレニアム開発目標報告2010」p.66.

⁸ World Resources Institute, *supra* note 2, p.6.

⁹ Tina Rosenberg, “To Survive Famine, Will Work for Insurance”, New York Times, May 12, 2011.

¹⁰ *ibid.*

¹¹ 国際農業開発基金ホームページ (visited July 20, 2011) <<http://www.ifad.org/ruralfinance/wrmf/>>

¹² World Economic Forum, “A vision for managing natural disaster risk”, Apr. 2011, p.58.

よって投資や経済成長を促進するという保険の効能が指摘されている¹³。

Ⅲ. 保険会社の関わり

1. マイクロインシュアランスの潜在市場規模と普及を阻む課題

(1) マイクロインシュアランスの潜在市場規模

Ⅱで見てきたように、低所得者層向けのリスク移転手段としてマイクロインシュアランスへの期待は高まっている。また、先進国保険市場の大半が飽和状態で成長が限定的と見込まれる一方、開発途上国市場におけるマイクロインシュアランスは成長や収益性の面で潜在性が高いと見られており¹⁴、その市場規模は元受保険料ベースで年間 800～900 億ドルほどと見込まれている（《図表 2》参照）。なお、世界には低所得者層がおよそ 40 億人存在すると見られているが、そのうちマイクロインシュアランスの主要な対象となるのは、貧困ライン¹⁵周辺で暮らす人々であり、最も保険を必要とする貧困ラインを大きく下回る層には、保険を購入する資力が無いという¹⁶。2007 年時点、貧困国 100 か国中 77 カ国でマイクロインシュアランスの存在が確認されている¹⁷。しかし、実際にマイクロインシュアランスでカバーされている人は極めて少なく、世界の低所得者層のうち、実際に保険に加入しているのは 5%に過ぎないという¹⁸。

《図表 2》 マイクロインシュアランスの潜在市場規模

潜在市場規模	現在の契約規模
契約数 15-30 億件 (年間 800-900 億ドル)	契約数 約 1 億 3500 万件 (潜在市場規模の 5%)

(出典) Claudia Moura, Ruthine Williams-Baron, “Microinsurance Beyond Social Responsibility”, LIMRA, 2010, p.5.

(2) マイクロインシュアランス参入を阻む課題

一方、マイクロインシュアランス運営にあたっては多数の課題が指摘されており、参入はたやすすくない。主な課題を、顧客側である低所得者層の状況と、供給者側である主に保険会社の課題、および事業環境の問題に分けて見ていく。

①顧客側の状況

マイクロインシュアランスへの加入率は未だ低いですが、比較的加入者が多いインドにおいて実施された調査では、マイクロインシュアランス加入者における「支払意思」(willingness to pay) を持つ人の割

¹³ World Economic Forum, *supra* note 12, p.59.

¹⁴ 米国保険情報協会 (Insurance Information Institute : 以下、III) 「ザ・ファクトブック 2011」(2010 年) p.11.

¹⁵ 貧困ラインは、最低限のエネルギー摂取費用に必要な食料と最低限の生活必需品支出を加えた 1 日の消費支出で示す貧困の指標。

¹⁶ Craig Churchill, “Protecting the poor: A microinsurance compendium”, 2006, p.35.

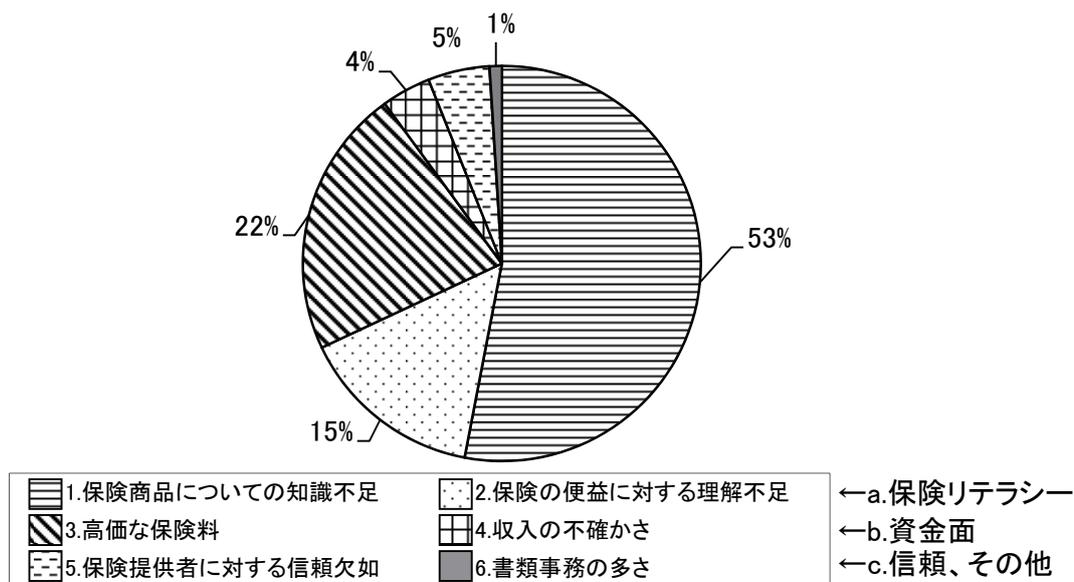
¹⁷ The Micro Insurance Center, “The Landscape of Microinsurance in the World’s 100 Poorest Countries”, Apr. 2007, p.15. 調査の対象となった「世界で最も貧しい国」100 カ国は、国連開発計画による 2005 年の人間開発指数に基づき、国民一人当たり GDP を基準に選定されている。

¹⁸ Claudia Moura, Ruthine Williams-Baron, *supra* note 3, p.5.

合は 80%以上ときわめて高い¹⁹。つまり、マイクロインシュアランスにいったん加入した契約者には、その価値が認識されているということであり、需要が存在すると言えるだろう。

同調査では、人々がマイクロインシュアランスに加入しない理由も確認されている。これによると、マイクロインシュアランス加入を妨げる顧客側の要因は、主に保険リテラシーの問題、資金面の問題、保険供給者に対する信頼・その他の問題に分けられる（《図表3》参照）。

《図表3》マイクロインシュアランスに加入しない理由



(出典) Micro-Credit Ratings International Limited, “Micro-Insurance regulation in the Indian financial landscape_case study”, Mar. 2008, p.96.より損保ジャパン総合研究所作成。

a. 保険リテラシーの問題

低所得者層の大半は銀行口座を持たず、現代的な金融サービスも利用することができない環境にあるといわれる²⁰。当然ながら低所得者層の保険認知度は極めて低く、保険のメリットがなかなか理解されないことが、保険加入率が低い最大の要因となっている。マイクロインシュアランス供給にあたっては、リスク移転手段としての保険の概念について一から教育を行う必要がある。

b. 資金力の問題

低所得者層の中には、保険料が低く設定されているはずのマイクロインシュアランスですら購入できないと感じる人も存在している。収入の不安定さから、保険料を継続して支払うことが障害となるケースも想定される。

¹⁹ Micro-Credit Ratings International Limited, “Micro-Insurance regulation in the Indian financial landscape_case study”, Mar. 2008, p.97.

インド各地域のMFIやNGOの顧客層を集めて実施されたグループディスカッションにおける投票結果。

²⁰ World Resources Institute, *supra* note 2, p.4

c. 保険会社・販売チャネルへの信用の問題

マイクロインシュアランスの見込み客となる人々の多くは、(事故の際には保険金を支払う) 約束をするだけでお金を取る人々を信じようとし²¹ない。また、保険に関心がある場合でも、見ず知らずの人に領収証無しにお金を支払うことに不安を感じるケースがあるという²²。

②供給者側の課題

こうした顧客側の状況を踏まえつつ、持続可能な事業としてマイクロインシュアランスを展開しようとした場合、供給者側の課題としては、主に次の3点が挙げられる。

a. 運営コスト／損害率の問題

マイクロインシュアランスの提供にあたっては、第一に対象となる低所得者層が入手可能な価格を設定する必要がある。この価格設定を維持しつつ事業を継続するためには、契約募集、保険料の集金、契約の管理、損害査定と保険金支払いといった各場面で、運営コストを最大限に抑制することが求められる。

損害率についても注意が必要である。マイクロインシュアランス開始当初は損害率が極めて低いケースがあるが、これは契約者が保険という商品に馴染んでおらず保険金請求が行われていないためであることが指摘されている²³。そのため、開始後数年間は特に損害率の変化に注意を払い、必要に応じて保険料等の見直しを検討する必要がある。

b. 商品開発／運営スキーム構築上の問題

マイクロインシュアランス提供にあたっては、既存商品を単純に小規模化するだけでは成功が望めないとされる。低所得者層のニーズに基づいた商品を開発するのは当然であるが、例えば保険の概念が理解されていないことを考慮すれば、商品は極力シンプルにする必要がある。収入が不安定で継続した支払いが困難な顧客が多ければ、フレキシブルな保険料の支払方法を検討することも重要となる。保険設計に必要な数理データの不足も商品設計上の大きな問題である。

また保険が普及しておらず、銀行口座を持たない人も多い途上国の低所得者市場を舞台に、コスト効率の高いスキームを構築するためには、募集から保険金支払いまでの運営面においても、先進国と同じ方法が使えるとは限らない。マイクロインシュアランスでは、商品、運営スキーム等全ての面で、展開地域の状況を踏まえた柔軟かつ革新的なアイデアが求められる。

c. 規模の問題

1 件あたりの収益が小さい低所得者層向けのビジネスモデルにおいて、投資収益の基盤になるのは件数(規模)である²⁴。規模の拡大には教育による保険リテラシーの向上と強力な販売ルートの構築が必

²¹ Rainer Schurmann, "Microinsurance and why it cannot work", Gen Re, 2010, p.11.

²² Micro-Credit Ratings International Limited, *supra* note 19, p.96.

²³ Zahir Sharif, "Microinsurance – Building a Sustainable Model", Chartis Insurance Indonesia, July 2011.

²⁴ Craig Churchill, *supra* note 16, p.17.

要不可欠であるが、容易ではない。

③事業環境の問題（マイクロインシュアランス促進に向けた規制の欠如）

事業環境に関しては、規制の問題が大きいと考えられる。マイクロインシュアランスの特徴を踏まえた規制を制定している国はまだ少ない。高い資本要求や厳しいコンプライアンスなど、通常の保険と共通の規制が、しばしばマイクロインシュアランス参入の妨げとなる。国際的な保険監督基準の策定等を行う保険監督者国際機構（以下、IAIS）は2007年6月にマイクロインシュアランスの規制についての討議報告書を発行した。IAISはこの報告書で、保険業における規制や監督のための枠組みであるIAISの「保険監督基本原則」を低所得者層向けの保険サービスに当てはめる際は、マイクロインシュアランスの特徴と、それが引き起こす危険を認識することが必要と指摘し²⁵、通常の保険とマイクロインシュアランスの特徴の違いを示している（《図表4》参照）。

《図表4》通常の保険とマイクロインシュアランスの具体的な特徴（IAIS）

通常の保険	マイクロインシュアランス
保険料は現金領収。 それ以外は銀行口座引き落としがほとんど。	保険料は現金領収であったり、ローン返済や資産購入といった取引の代金に組み込まれ領収することが多い。 このマーケットでは、現金収入が不規則なため、保険料支払頻度を上げるといった集金対応が求められる。
有資格の仲介人による販売。	無資格の仲介人による販売も多い。
代理店やブローカーは販売およびサービスに関する責任を担う。 ダイレクト販売も一般的。	代理店は保険料集金を含む顧客との関係全体を管理する。 集団に対する直接販売も多い。
新興国市場では、一般的に富裕層か中間層がターゲット。	低所得者層がターゲット。
新興国市場では概して保険になじみがない。企業顧客だけは保険に精通している。	市場は概して保険になじみがない。 それゆえ顧客の教育に多額の投資が必要。
引受審査基準に医療診査を含めることができる。	引受審査基準を設定する場合でも、健康状態の告知に限られている。
保険金額が大きい。	保険金額が小さい。
年齢／特定のリスクに基づく料率設定。	コミュニティやグループごとの料率設定。 個々に料率設定する場合、契約者の危険レベルや、供給側の競争が少ないことにより保険料が高くなることが多い。
標準的な免責条項がある、制限的な保険カバー。	包括的な保険カバーで、免責条項はあってもわずか。
複雑な保険証券。	シンプルで理解しやすい保険証券。
保険金請求手続きは契約者にとって多少難解なこともある。	保険金請求手続きはシンプルにしつつ、詐欺も抑制しなければならない。

（出典） International Associations or Insurance Supervisors, “Issues in regulation and supervisions of microinsurance”, June 2007, p.12.

²⁵ International Associations or Insurance Supervisors, “Issues in regulation and supervisions of microinsurance”, June 2007, p.51.

なお、当局による規制を受けない非公式のマイクロインシュアランススキームも存在するが、資本規制や再保険の手当てが無いまま保険リスクを引き受ける「規制を受けない」保険提供主体は、顧客にとって危険であるとも見られている²⁶。IAISは2010年10月、保険会社と同様にマイクロインシュアランスを提供している共済、協同組合、その他地域組織（Mutuals, Cooperatives and other Community-based Organisations、以下MCCO）に対する適切かつ効果的な規制・監督についての議論を進めるため、保険提供におけるMCCOの役割についての討議報告書も発行した²⁷。

2. マイクロインシュアランスの始まり

(1) マイクロインシュアランス発展初期

もともと低所得者層のリスクを分かち合う手段として、多くの国にさまざまな形の福祉結社（welfare association）が存在する。しかしその規模の小ささなどから、例えば、ひとつの葬祭組合から供給される補償額が限られていることや、事故が続くと積立金が枯渇することがあるといった問題が指摘されている²⁸。

マイクロインシュアランスが組織的に展開されるようになったのは1990年代からであるが、当初はドナーと呼ばれる資金提供者（国際的な開発援助機関など。例：アジア開発銀行、ドイツ技術協力公社）主導で行われることが多かった²⁹。上記のとおり、マイクロインシュアランスの展開・普及にあたっては数々の課題が認識されており、保険会社の参入は比較的遅かったが、現在では保険会社が最大のマイクロインシュアランス提供者となっている（《図表5》参照）。

保険会社による新商品発売は2000年頃から急増している。保険会社のマイクロインシュアランス参入が急増した直接的な背景としては、まず2000年にインドにおいて、保険業規制開発庁法（Insurance Regulatory and Development Authority Act）が制定された1999年以降に同国内で営業を開始する全ての保険会社に対し、農村部とソーシャルセクターに向けて保険を販売する義務が課せられたことが挙げられる³⁰。これとは別に、低所得者向けに小規模融資を行うマイクロファイナンスの発展も大きなインパクトをもたらした³¹。マイクロファイナンス実施機関（Microfinance Institute：以下、MFI）からローンに組み合わせる信用生命保険（Credit Life）提供の要望が高まったこと、MFIが強力な販売チャネルとなったことなどが、多数の保険会社がマイクロインシュアランスに取り組むきっかけとなったと考えられる（信用生命保険については後述する）。

この2点以外に、保険会社のマイクロインシュアランスに対する関心が高まった理由として、以下の

²⁶ The Micro Insurance Center, *supra* note 17, p.iii.

²⁷ IAIS, Microinsurance Network, “Issues Paper on the Regulation and Supervision of Mutuals, Cooperatives and other Community-based Organisations in increasing access to Insurance Markets”, Oct. 2010.

²⁸ Craig Churchill, *supra* note 16, pp.34-35.

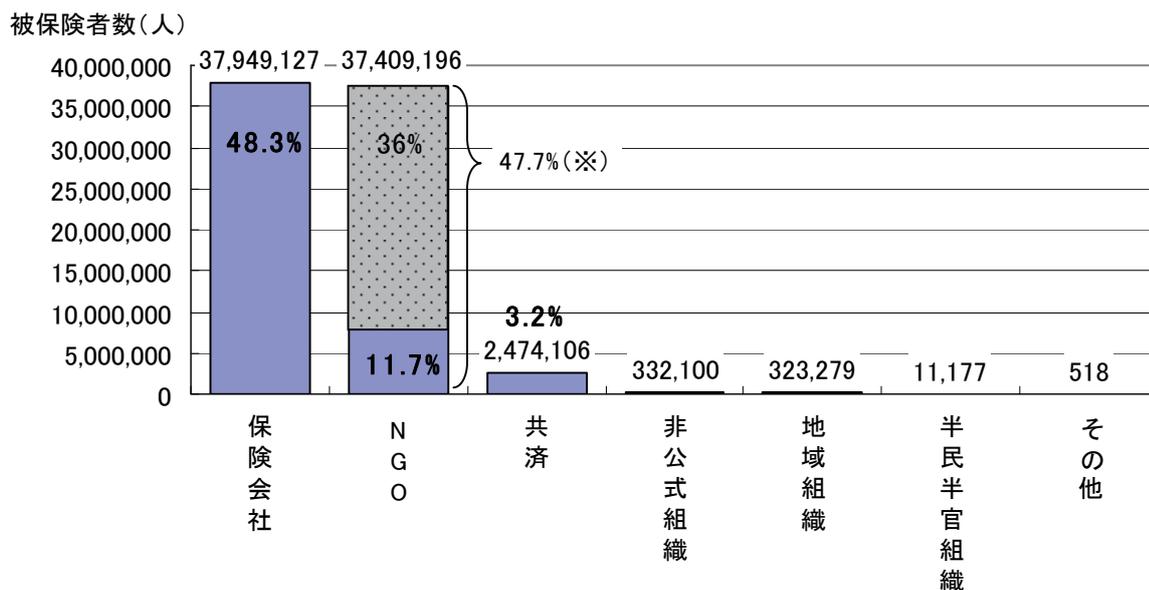
²⁹ Swiss Re, “sigma No.6 Micoroinurance – risk protection for 4 billion people”, 2010, p.30.

³⁰ The Gazette of India, “Insurance Regulatory and Development Authority (Obligations of Insurance to Rural Social Sectors) Regulations, 2000”, July 2000.

ソーシャルセクターとは、非組織労働者、インフォーマルセクター、貧困層、下層階級などを指し、地域は農村・都市部を問わない。なお、ここでいう「保険」は、マイクロインシュアランスとは明記されていないが、低所得者層を多く抱える地域における保険販売義務を果たすため、多くの保険会社がマイクロインシュアランスに参入した。

³¹ Swiss Re, *supra* note 29, p.13.

《図表5》 保険提供主体ごとの被保険者数 (covered lives)



(出典) The Micro Insurance Center, “*The Landscape of Microinsurance in the World’s 100 Poorest Countries*”, Apr. 2007, p.19.より損保ジャパン総合研究所作成。

(注) NGOの47.7%中36%は中華全国総工会 (China Federation of Trade Unions) の被保険者であり、それを除いたNGOの被保険者は11.7%となるという。

ものが挙げられている³²。

- ・収益を生み出し得ること。
- ・高所得者市場がしばしば飽和状態にあるのに対し、マイクロインシュアランスが新市場であること。
- ・市場におけるブランド認知度を高める助けとなること。今日の低所得者層は、将来の中間所得層であるため、ブランド認知度は重要である。
- ・新市場の政府や規制当局との関係を深める助けになること。
- ・企業の社会的責任 (CSR) としての活動になること。

(2) 保険会社における代表的な商品と販売モデル — 信用生命保険 —

マイクロインシュアランスで提供されている商品の割合は《図表6》のとおりである。

低所得者層のニーズは医療保険がもっとも高いと言われる³³。しかし、医療保険においては、モラルハザードや逆選択、詐欺の問題が大きいこと³⁴、および質の高い医療サービス自体がしばしば欠如しているケースがあることも指摘されている³⁵。医療保険の最大の提供者はNGOである。しかしNGOによるプロジェクトでは、医療保険分野におけるマイクロインシュアランスの運営で収益を上げることの難

³² The Micro Insurance Center, *supra* note 17, p.21.

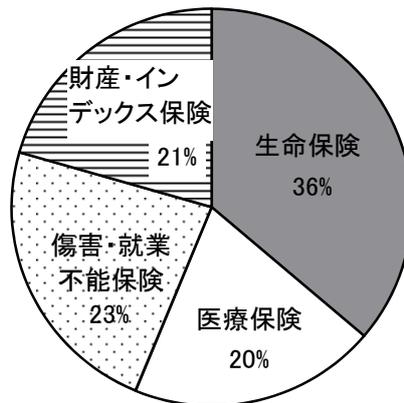
³³ The Micro Insurance Center, *supra* note 17, p.22.

Micro-Credit Ratings International Limited, *supra* note 19, p.95.

³⁴ Craig Churchill, *supra* note 16, p.68.

³⁵ Craig Churchill, *supra* note 16, p.36.

《図表6》 マイクロインシュアランス商品ごとの被保険者数（covered lives）割合



(出典) The Micro Insurance Center, “*The Landscape of Microinsurance in the World’s 100 Poorest Countries*”, Apr. 2007, p.25.より損保ジャパン総合研究所作成。

(注) 保険会社以外が提供しているものを含む。

しさと、NGOの収益志向の低さゆえに、かなりの資金援助が必要と見られている³⁶。

一方保険会社は、生命保険の最大の提供者となってきた。この理由については、生命保険が医療保険や財産保険と比較して、供給や管理がしやすく、収益性が高いためであると考えられている³⁷。

マイクロインシュアランスで提供される生命保険商品の60%は信用生命保険(Credit Life)である³⁸。信用生命保険は、マイクロファイナンスの拡大に伴い、MFIや銀行における提供ニーズが高まったことで、マイクロインシュアランスにおける中心的な商品となった。また、一般的に信用生命保険の運営スキームは、1.(2)で挙げたコストや規模の問題といったマイクロインシュアランス普及を阻む課題のいくつかを解決することになるため、比較的短期間で保険会社に収益をもたらしやすいと考えられる(《図表7》参照)。実際に小規模ながらも収益が上がっていると報告している保険会社も存在する³⁹。

3. マイクロインシュアランスの発展 ～より広く、より深く～

信用生命保険は、信用補完効果により信用基盤の弱い低所得者層が融資を受けることを可能にするという機能を果たしているが、あくまでもマイクロクレジットの貸し手であるMFIや銀行を守る商品であるという指摘も多く見られる。

一方、信用生命保険はその提供のしやすさから、保険会社がマイクロインシュアランスに参入する際の最初の商品となることが多い。ドイツ最大の保険会社であるAllianzはインドネシアにおけるマイク

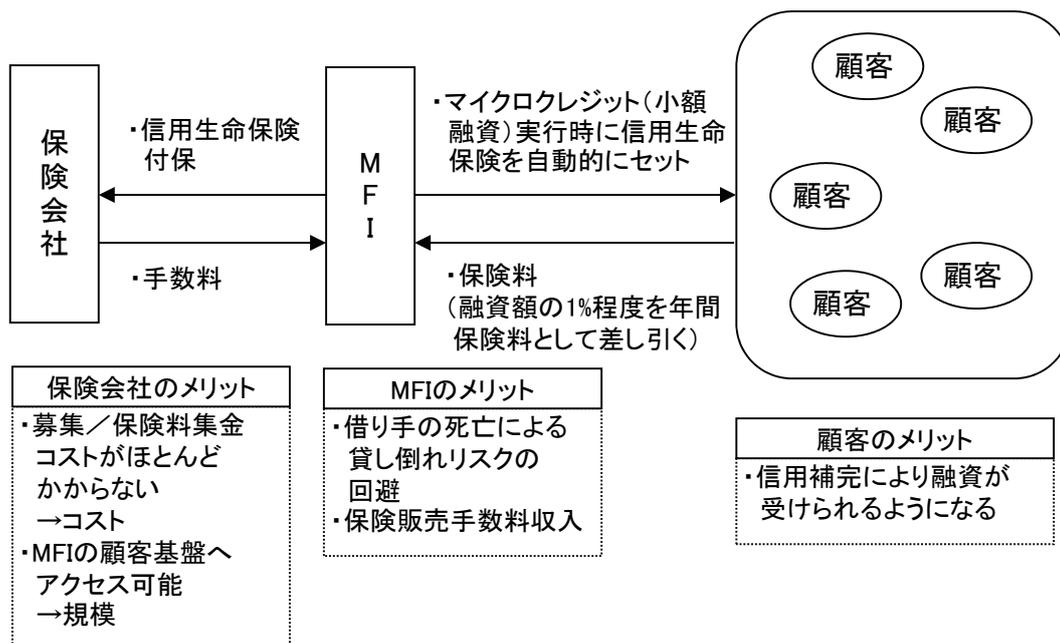
³⁶ The Micro Insurance Center, *supra* note 17, p.22.

³⁷ The Micro Insurance Center, *supra* note 17, p.22.

³⁸ The Micro Insurance Center, *supra* note 17, p.29.

³⁹例えばAllianz Life Indonesiaでは2006年に信用生命保険プログラム「Family Umbrella」をスタートし、2009年には契約数が20万9000件と2007年の6倍に増加。2009年の保険料収入は16万5,000ユーロとなり、小規模ながらも収益が出ているという。Allianz, “*Microinsurance Report_leaning to insure the poor*”, 2010, pp.6-7.

《図表 7》信用生命保険運営スキームの例



(出典) 損保ジャパン総合研究所作成。

スキームは Allianz, “Microinsurance Report_leaning to insure the poor”, 2010, pp.6-7 を参考にした。

ロインシュアランス参入にあたり、低所得者層のより深刻なニーズ（子供の教育、深刻な病気や農業における収穫の失敗）を調査・理解しつつも、そういったニーズを満たす商品は複雑であり、かつ市場についての深い理解が必要があるとして、保険金の査定や支払いがしやすく、詐欺のリスクも低い信用生命保険を選択したと説明している⁴⁰。さらに、Allianz がインドですでにモデルを確立していたこと、他社の事例から学ぶことができることも、信用生命保険を選択した背景として挙げられている⁴¹。

近年は、信用生命保険提供の経験を活かして展開地域・国を拡大したり、クロスセルやセット商品の提供、低所得者層のニーズを満たす新たな商品の開発に取り組むなど、マイクロインシュアランスをより広く、より深く展開しようとする保険会社も見られる。

先述の Allianz は、2010 年に発行したレポート⁴²で、同グループにおけるマイクロインシュアランス展開の歴史を公開している（《図表 8》参照）。ここからは、2004 年にインドで信用生命保険をスタートして以来、①信用生命保険を足がかりに、他の開発途上国へマイクロインシュアランスを展開、②最初に参入したインドでは、特定の地域におけるニーズ調査を元にした多種目展開の試行や、新たな貯蓄型商品の提供という 2 つの方向でマイクロインシュアランスを展開している様子が伺える。

また米国 AIG グループの Chartis Indonesia は、当初、現地の銀行の求めに応じて信用生命保険によるマイクロインシュアランスプログラムを実施していたが、より付加価値の高いサービスの提供による顧客ロイヤルティ向上を目指す現地の銀行の求めに応じ、配偶者向け（または夫婦向け）の医療保険を

⁴⁰ Allianz, *supra* note 39, p.6.

⁴¹ *ibid.*

⁴² Allianz, “Microinsurance Report_leaning to insure the poor”, 2010.

《図表 8》 Allianz グループのマイクロインシュアランス展開

2004年	インド	MFIと協働して信用生命保険提供開始
		Allianz本社でマイクロインシュアランスの引き受けに関して最初の議論と計画立案を実施
2005年	ラオス	国連開発計画、ドイツ技術協力公社と協働して市場アセスメントを実施
	インドネシア	国連開発計画、ドイツ技術協力公社と協働して市場アセスメントを実施
	インド	国連開発計画、ドイツ技術協力公社と協働して市場アセスメントを実施
2006年	インド	NGO (CARE International) と協働して南インドの沿岸地域 Tamil Nadu で3年間のマイクロインシュアランス開発プロジェクト開始。
	インドネシア	信用生命保険 (“Family Umbrella”) 提供開始
2007年	エジプト	MFI (PlaNet Guarantee) と協働して信用生命保険提供開始
	コロンビア	MFI と協働して死亡・就業不能保険提供開始
	インド	上記 Tamil Nadu で医療保険のパイロットプロジェクト実施。 [従来から自助グループで運営されていた相互医療保険スキームを補強する形で、少額支払は既存スキームで対応。Bajaj Allianz は再保険的な役割を担い、手術や入院といった高額支払に対応する。] → その後、2008年末までに3地域へ同様のスキームを拡大。
2008年	インド	上記 Tamil Nadu で損害保険を販売開始。 [地域のニーズ調査を元に開発した、1契約で複数のリスクをカバーする損害保険。カバー範囲は、障害、入院、住宅・財産損害、死亡。さらに子供1人分の教育手当てを含む。]
	カメルーン	MFI (PlaNet Guarantee) と協働して信用生命保険提供開始
	セネガル	MFI (PlaNet Guarantee) と協働して信用生命保険提供開始
	マダガスカル	MFI (PlaNet Guarantee) と協働して信用生命保険提供開始
	インド	MFI (SKS Microfinance) と協働して貯蓄型生保提供開始
2009年	コートジボワール	MFI (UNACOOPEC) と協働して葬儀保険提供開始
	インド	MFI (Punjab Dairy Federation) と協働して貯蓄型生保提供開始

(出典) Allianz, “Microinsurance Report: leaning to insure the poor”, 2010. より損保ジャパン総合研究所作成。

追加購入できるオプションの提供を開始した。2010年時点で15%以上の顧客がこのオプションを購入したという⁴³。

その他にも、信用生命保険以外のマイクロインシュアランスが、様々な工夫と共に提供されてきている。

米国の生命保険会社 New York Life とインドの財閥の1つである Max India の合弁会社である Max New York Life がインドで展開している“Max Vijay”保険は、低所得者層向けの生命保険に長期的な貯蓄機能を組み合わせて提供している。プログラムへの登録にあたり、顧客は1,000ルピー、1,500ルピー、2,500ルピーのいずれかを最低保険料として支払う。その後は1日当たり10ルピーから2,500ルピーの範囲内で支払える額の保険料を、最寄の集金場所で都合の良いときに支払い、積み立てた保険料は10年後には利息と共に満期返戻金として支払われる。保険契約は一定の金額が口座に残っている限りは維持される。Max New York Life によると、この保険は「顧客が10年間に渡って小銭を貯めることができる貯蓄口座として機能する」という。“Max Vijay”保険の初年度の契約数は70,000件であったが、2012

⁴³ “Reaching out to the poor and needy”, Asian Insurance Review, July 2010, p.62.

Chartis Indonesia マイクロインシュアランス担当者のお話によると、インドネシアでは、世帯主だけでなく配偶者も生活費の稼ぎ手として重要な役割を担っており、世帯主と同様に保険ニーズが高いという。なお、Chartis Indonesia は世帯主向けの入院保険、配偶者向けの生命保険も別途提供している。

年までには 300 万世帯をカバーする目標だという⁴⁴。

図表 9 でも紹介したとおり Bajaj Allianz はインドにおいて、地域に根付いた自助グループ (self-help group) が運営している医療共済制度 (mutual health insurance) を活用して、医療保険の提供を始めている。従来の医療共済制度の欠点は、小さなグループ内でリスクを分け合うため、大きな支払いが発生すると、積立金をたやすく超過してしまう点にあった。そのため、少額支払はこれまでどおり医療共済制度で行い、手術や入院といった高額な支払いについては Bajaj Allianz が引き受けるという棲み分けを行った。このモデルは、自助グループによる低コストでの共済運営と、Bajaj Allianz による補償範囲拡大および技術的ノウハウという両者の強みを生かしている⁴⁵。

損害保険分野では、気候が不安定な地域の農民へ金銭的なリスク緩和手段を提供する天候インデックス保険のプログラムが、多くの国々で実施されている。天候インデックス保険の需要は、II で挙げたように WFP や世界銀行のような国際援助機関によっても喚起されており⁴⁶、今後の展開が期待される分野である。

IV. まとめ マイクロインシュアランスの今後

1. 今後のマイクロインシュアランスの進展を支えるもの

これまで見てきたように、低所得者層に対する支援手段としてマイクロインシュアランスに対する期待は高まっているが、保険会社のマイクロインシュアランスに対する取り組みは、先行する保険会社等によるこの 10 年間の試行錯誤を経て一定の知見が蓄積され、ようやく新たな展開が始まったところと言えるだろう。今後 10 年間のマイクロインシュアランスの展開について、スイス再保険会社は、保険会社の関心の高まりと集中的なアプローチによって、契約者にとっての選択肢がさらに拡大すること、さらに市場へ新たなプレーヤーが参入することで、ビジネスモデルや商品に進化と革新が起こると予想している⁴⁷。

しかし、低所得者層のニーズを満たすマイクロインシュアランス商品を、より広く普及させていくには、保険会社単独の取り組みでは限界がある。今後のマイクロインシュアランス進展において、重要と考えられる要素を 3 点挙げる。

(1) MFI、NGO その他、地域に根付いた組織との協働

多くの保険会社がすでに MFI や NGO、その他様々な地域に根ざした組織を通じてマイクロインシュアランスを提供している。Allianz のシニア・マイクロインシュアランス・マネージャー Michael Anthony 氏は、これら組織との協働が重要な理由として、第一に運営・組織の面から保険会社を援助し、取引コストを低く抑えることができること、第二にそれらの組織が保険その他の商品に関する教育を行い、コ

⁴⁴ Max New York Life のホームページ (visited July 25, 2011)

<http://www.maxnewyorklife.com/about_us/news.aspx?News_Id=196>

および Manuelita Contreras, "Plain goodwill or good business?", Asian Insurance Review, July 2010, p.60.

⁴⁵ Allianz, *supra* note 39, pp.17-18.

⁴⁶ International Fund for Agricultural Development and World Food Program, "The Potential for Scale and Sustainability in Weather Index Insurance for Agriculture and Rural Livelihoods", 2010, p.27.

⁴⁷ Swiss Re, *supra* note 29, p.30.

コミュニティの信頼を築き上げてくれることを挙げている⁴⁸。

ただシインドにおける調査では、MFI や NGO を通じて提供されているマイクロインシュアランスの顧客は、提供された保険商品については理解しているも、リスクを引き受けている保険会社の名前を挙げるができないという結果が報告されている⁴⁹。MFI や NGO を通じたマイクロインシュアランス提供では、取引コスト、すなわち募集・保険料の集金等にかかるコストとの低さと引き換えに、保険会社のマイクロインシュアランス参入動機の1つに挙げられているブランド認知度が犠牲になっている可能性がある。顧客層の保険リテラシー向上にあわせて、将来的なブランド認知度に向けた取り組みが必要になってくるかもしれない。

(2) 国際援助団体や政府等との連携

従来、保険会社がマイクロインシュアランスを展開するに際し、ドナーから資金提供を受けることは少なく、2003年から2006年に保険会社が実施したマイクロインシュアランス・プロジェクトにおいて直接的な資金提供を受けたものは8%に過ぎなかった⁵⁰。この理由としては、比較的低コストで効率よく運営できる信用生命保険からスタートする保険会社が多かったことも挙げられる。一方、医療保険や天候インデックス保険のようにより複雑な商品の提供や（《図表9》参照）、画期的なイノベーションは、公共部門や資金提供者の主導で行われることが多かったという⁵¹。これは、保険会社がインデックス保険などの調査および開発において先行者メリットを得にくいと考えていることが理由のひとつであると考えられており、保険会社の参入を促すためには、政府やドナーによる支援が重要であると指摘されている⁵²。また、顧客規模の拡大や、長期的なマイクロインシュアランスの提供のためにも、政府による保険料補助等の果たす役割は大きいと考えられる。

(3) 技術革新と普及

マイクロインシュアランス運営および流通において、様々な技術革新がもたらすインパクトは大きいと見られている⁵³。特に保険料の集金と保険金支払いに関して注目されているのが、携帯電話（モバイル機器）の活用である。

2009年の100人あたりモバイル加入者数は世界全体で67.9人であり、先進国の114.3人に対して、開発途上国でも57.7人がモバイルに加入している。一方、インターネットユーザーの伸びはずっと緩やかで、2009年の100人あたりユーザー数は世界全体で27.1人、先進国が66.6人で開発途上国が18.5人となっている。いまや携帯電話（モバイル機器）が開発途上国を含む世界の多くの国々で重要なツールになりつつあることが分かる（《図表10》参照）。

⁴⁸ World Economic Forum, *supra* note 12, p.62.

⁴⁹ Micro-Credit Ratings International Limited, *supra* note 19, p.93.

⁵⁰ The Micro Insurance Center, *supra* note 17, p.43.

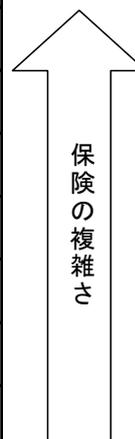
⁵¹ Stephanie Denton, "Microinsurance – A solution to all ill?", Post online, 21 June, 2011.

⁵² International Fund for Agricultural Development and World Food Program, *supra* note 46, p.10.

⁵³ Swiss Re, *supra* note 29, p.31.

《図表 9》一般的なマイクロインシュアランス商品

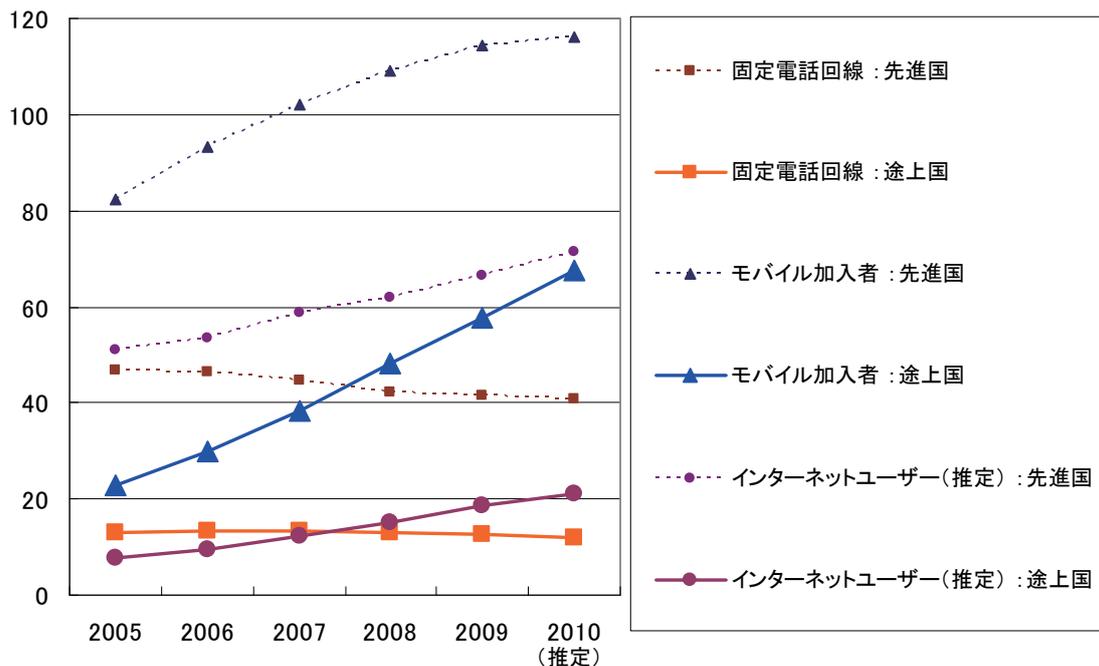
商品	詳細
農業／インデックス保険	特定の原因による作物損失をカバー。 天候条件がインデックスに一致した場合に保険金が支払われる。
医療保険	病気のための医療コストをカバー。
養老保険、年金保険、 終身生命保険	財産形成、年金積立のための保険。 契約者が満期前に死亡した場合、保険金受取人へ保険金支払い。
財産保険	ローンを組んで購入した財産や、個人財産をカバー。
定期生命保険	葬祭費用を保険金受取人へ支払い。
就業不能保険	ローンの借り手が障害を負った場合に、ローン残高の返済を行う。
信用生命保険	ローンの借り手が死亡した場合に、ローン残高の返済を行う。



(出典) “Sizeable potential”, Asian Insurance Review, July 2011, p.90.

《図表 10》固定電話、モバイル、インターネット普及率の推移（先進国、開発途上国）

(100人あたりの数)



(出典) International Telecommunication Union ホームページより損保ジャパン総合研究所作成

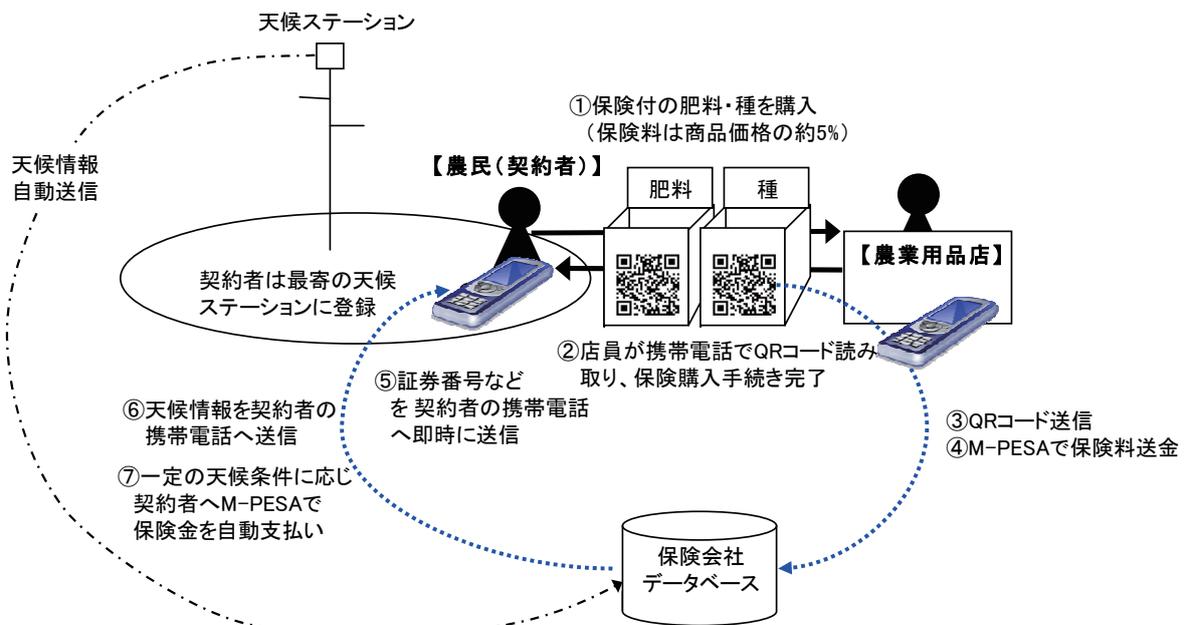
(注) 普及率は100人あたりの回線数、加入者数、ユーザー数。先進国 (Developed Countries) と開発途上国 (Developing Countries) の区分は国連の分類による。2010年は推定値。

中でも、出稼ぎ労働者から遠方の家族への送金を可能にすることから始まったモバイルペイメントサービスは、すぐにアフリカやアジアの多くの国々で、人々が安全かつ低コストで送金を行う手段のひ

とつとなった⁵⁴。例えばボーダフォンが子会社のサファリコムを通じて 2007 年にケニアで開始した M-PESA (エムペサ) という名前のモバイルペイメントサービスは、農民を対象にしたいくつかの天候インデックス保険プロジェクトで実際に活用され始めている⁵⁵。

2009 年にケニアでパイロット・プロジェクトが始まった Kilimo Salama (“Safe Agriculture”) は、保険を買ったことが無い農民が保険を試してみることが可能にした。保険はケニアの保険会社 UAP International が提供する。このプロジェクトでは農民は農業用品店でとうもろこしか小麦の肥料や種とセットで保険を購入でき、最寄りの天候ステーションであらかじめ定められたレベルの早魃または大雨が観測されると、自動的に保険金が支払われる。手続きには携帯電話および M-PESA が幅広く活用されている(《図表 11》参照)。Kilimo Salama の概況報告書では、保険を大規模に提供する場合、徹底的に安全な取引を保証する技術を活用することが唯一の選択肢であるとその重要性を説明している⁵⁶。こうした技術普及および活用が進めば、マイクロインシュアランス提供における大きな障害のひとつである運営コストが大幅に削減できる可能性がある。

《図表 11》ケニアのモバイルを活用した天候インデックス保険のイメージ



(出典) Kilimo Salama プロジェクトのホームページ、リリース資料、チラシ等から損保ジャパン総合研究所作成。

2. マイクロインシュアランスの今後

マイクロインシュアランスは、開発途上国の低所得者層にとって現代的な保険サービスへの入り口となる仕組みとして、大きな意義を持つと考えられる。

その一方で、マイクロインシュアランス普及における各種課題、および低所得者層人口の 5%程度と

⁵⁴ Rainer Schurmann, *supra* note 21, p.14.

⁵⁵ 野村総合研究「BOP ビジネス戦略」(2010年11月) pp.140-141.

⁵⁶ Kilimo Salama のホームページ (visited Aug. 8, 2011) <<http://kilimosalama.wordpress.com/about/>>

いう現在の極端に低い加入率を考えると、今後の普及にはまだ時間がかかると予想される。マイクロインシュアランスでは、多くの保険会社が従来対象としてきた層とは異なる顧客層のニーズ・購買力や市場環境等を踏まえた商品開発や販売チャネルの開拓が求められ、その調査や試行には大きなコストが必要となる。また、マイクロインシュアランス提供において先行する保険会社にとっては、保険を購入したことがない顧客層への保険リテラシー向上に向けたユーザー教育も避けて通れない課題となる。さらに、地域に根付いた組織を通じてマイクロインシュアランスを供給するという、現在広く普及しているモデルでは、保険会社のブランド認知度が上がらない可能性もある。こうしたことから、保険会社にとっての先行メリットは低いのではないかという懸念もある。

しかし、マイクロインシュアランス推進機関であるマイクロインシュアランス・ネットワークの調査によれば、マイクロインシュアランスに参入する保険会社は年々増加している⁵⁷。

先行する保険会社の1つである Chartis Indonesia の統括責任者 Michael Blakeway 氏はマイクロインシュアランス展開の意味について次のように語っている。

「我々の事業には収益だけが貢献しているのではない。一度保険商品を購入した顧客は、将来的にも繰り返し保険の顧客になる傾向が強い。言い換えれば、このマイクロインシュアランス商品は、保険リテラシーを高め、保険普及率を高めるために重要なのだ。⁵⁸」

また同じく先行保険会社である Allianz Life Indonesia の CEO、Jens Reisch 氏（当時）はマイクロインシュアランスの可能性について次のように語っている。

「我々にとって最も重要なことは、新規顧客を獲得し、彼らとともに成長することだ。そうすれば、我々のポートフォリオは拡大し始めるだろう。⁵⁹」

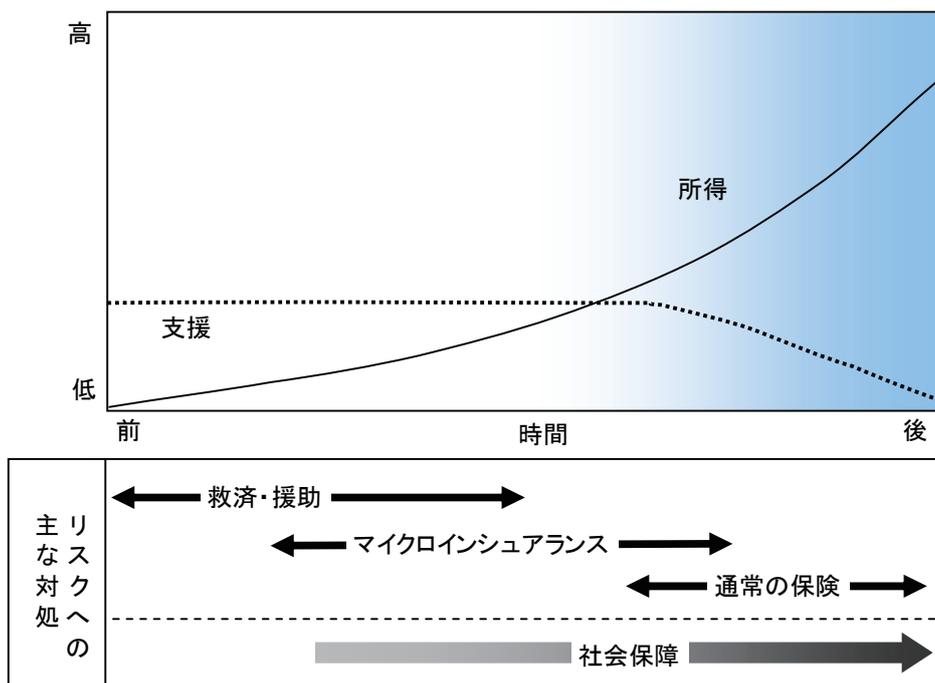
現在、40 億人という潜在顧客を抱える巨大な保険市場が、わずかずつではあるが創造されつつある。この市場創造にかかわって行くことができるのは、対象となる低所得者層のニーズを理解し、革新的な商品・オペレーションモデルを開拓する資金力・技術力を保持しつつ、長期的な視野で低所得者層顧客とともに成長していくという強い意思を持つ保険会社を中心になるだろう。さらに長いスパンで考えた場合、現在の低所得者層が中間層に移行していくにつれ、マイクロインシュアランスの一部は、徐々に普通の保険と融合、または移行していく（《図表 12》参照）。特に経済成長の著しい新興国においては、マイクロインシュアランスから通常の保険に移行していくスピードは、思いのほか速いかもしれない。

⁵⁷ Marie-Amadine Coydon and Veronique Molitor, “Commercial Insurers in Microinsurance”, Microinsurance Network, 2011, p.8.

⁵⁸ “Reaching out to the poor and needy”, Asian Insurance Review, July 2010, p.62.

⁵⁹ Allianz, *supra* note 39, p.7.

《図表 12》 顧客層の所得変化に応じたリスク対処方法の進化



(出典) 損保ジャパン総合研究所作成。

《BOX》 歴史的に見た保険の新市場拡大

歴史を振り返ると、これまでも商品・販売手法その他さまざまな面での技術革新によって、保険の新市場拡大が引き起こされてきた例が存在する。

例えば 19 世紀前半の英国では、産業革命によって形成された労働者階層向けの生命保険を提供する保険会社は存在せず、大衆は友愛組合や労働組合などの互助組織によって提供される保険で、恥ずかしくない程度の埋葬に必要な保険金を得ていた⁶⁰。そのような中 1848 年に設立された英国プルデンシャル社は、当時中間層および富裕層向けの保険にしか適用されていなかった保険数理という手法と、伝統的な友愛組合や葬祭会の代理店を通じた直接販売の手法を組み合わせることで労働者向け生命保険を開発した。これにより、英国プルデンシャル社は 1900 年までに英国の人口の 1/3 の保険を引き受けることになったという⁶¹。

⁶⁰ 下和田 功編「はじめて学ぶリスクと保険[改訂版]」(2007 年) pp.116-118.

⁶¹ 英国プルデンシャル社ホームページ (visited Aug. 9, 2011)

<<http://www.prudential.co.uk/prudential-plc/aboutpru/ourhistory/businesshistories/prudentialeurope/>>