

日本における外資系生命保険会社の行動特性

崔 桓碩

目 次

1. はじめに
2. 外資系生命保険会社の日本市場への参入
3. 外資系生命保険会社の行動特性
4. おわりに

1. はじめに

「保険とは、特定の偶然事故に関連する経済上の不安定を除去・軽減するために、多数の個別経済主体が結合し、合理的計算に基づく拠出によって、計画的に共通準備財産を形成する経済制度である。⁽¹⁾」すなわち、保険はその経済的保障機能や金融機能を通じて個人生活や企業活動の安定や向上に重要な役割を担っている。そのため、保険事業は国民の生活に深く浸透しているといえよう。

そこで、保険契約が行われる市場は非常に重要であり、その市場は多数の保険会社の参入により成立し、お互いの競争により発展していく。たとえば、競争が行われることによって、各々の保険会社は収益を上げるため、契約者のニーズに合致する高度の保険商品を開発することやコスト削減といった企業の効率化に集中することになる。それが保険契約者の利益につながり、保険産業は国民経済の発展に大きく寄与していると考えられる。

ところで、保険産業をめぐる競争は国内保険会社同士のみで行われるものではなく、外資系保険会社の参入によっても行われる。その中で、特に、生命保険の場合はその国の生命表に基づいているため、国際化に馴染み難い面があるといわれている。このように、生命保険のドメスティックな性質を考えると、果たして生命保険産業においても外資系の参入が必要であるのかについて疑問が生じる。

それにもかかわらず、外資系の参入が必要であるとすれば、その理由は何であろうか。また、受入れ国と外資系生命保険会社にはそれぞれどのような目的があり、外資系生命保険会社の進出が受入れ国にどのような影響を与えるのかを確認することが重要である。

最近、少子高齢化の時代を迎え、生命保険産業においても生命保険会社による海外進出が

大きな話題になっている。業界の垣根を越えた競争・自由化が進展することにより、環境はますます厳しくなっている。このような環境の下で、持続的な成長を実現するため、相互会社からより柔軟な経営戦略を取り得る株式会社に組織形態を変更しようとする生命保険会社が増えている。

そこで、本論文では、日本の事例を基に外資系生命保険会社の行動特性を分析する。分析の期間は外資系生命保険会社の参入時点である 1972 年からデータの収集のできる 2009 年までとする。分析の方法は、生命保険会社の場合、どのような「商品」をどのような「販売チャネル」を利用して提供し、保険契約者に確実に保険金を支払うための「資産運用」はどのように行っているのかが重要である。そこで、この 3つの項目を中心に、外資系生命保険会社が日系生命保険会社に比較してどのような経営戦略を行っているのかを調べることにしたい。分析のデータはインシュアランス生命保険統計号の資料を利用した。

2. 外資系生命保険会社の日本市場への参入

2.1 生命保険会社数の推移

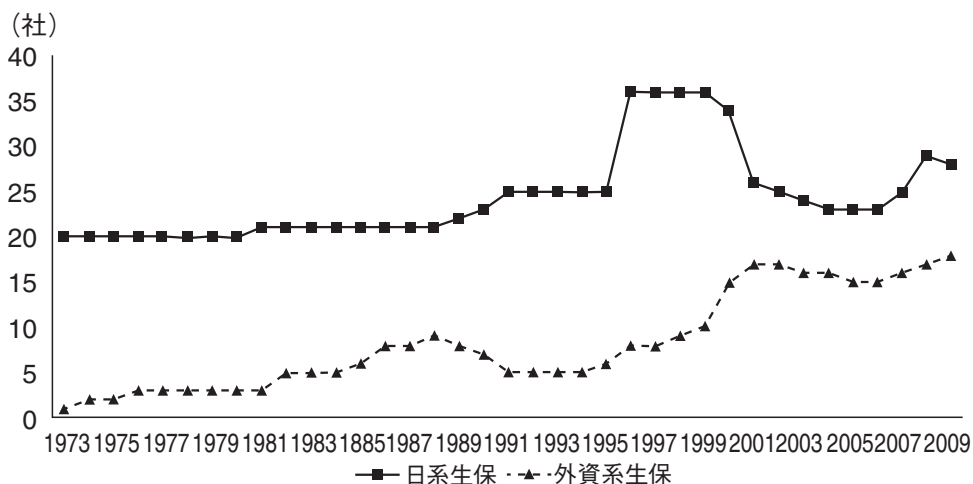
日本において、初めて外資系生命保険会社が日本人向けの営業を開始したのは、1972 年 12 月にアリコジャパンが政府から免許を取得してからである。すでに、アリコジャパンは 1954 年 9 月に外国保険事業者法（外者法）に基づいて日本支店を開設し、外国人対象のドル建て営業で免許を取得、営業を開始していた。それが 1964 年 4 月の日本の OECD 加入に伴う資本自由化により、営業の転換をもたらしたとみなされる。その上で、保険審議会による外資系の進出に関する諸問題の検討（1972 年答申「国際化の進展による保険商品の諸問題」）を経て戦後最初に市場国際化への準備体制が整備された。

その翌年の 1974 年 10 月にアフラックも日本支店として、日本人対象の円建て営業で、免許を取得した。それ以後、外資系生命保険会社の数は着実に増加し、2011 年 4 月現在は全社 47 社の中、19 社が営業を開始している。

<図 2-1>は、外資系生命保険会社が参入した時点から 2009 年までの推移をグラフ化したものである。図にも見られるように、資本の自由化が行われた直後には、外資系生命保険会社の参入が大きく増加することはなかった。その理由は、監督官庁が外資系生命保険会社に対して、日系生命保険会社とは異なる認可基準を設けていたためである。それは、基本的条件ともいえる「財務健全性」に加えて、マーケティング方法（商品・販売方法など）での「特異性」であった。すなわち、日系生命保険会社にはない、ある程度の独自性あるいは新しい経営方法を求めたものである⁽²⁾。

しかしながら、その後、外資系生命保険会社に当たって監督官庁の規制は、この「独特な

図 2-1 生命保険会社数の推移



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

マーケティング方法」という条件から、その進出が「契約者の利益を損しない」という一般的で、極めて抽象的な条件に変わった。

この外資系生命保険会社に対する認可基準の変更理由は明確にされていないが、外資系生命保険会社に対して特別な営業方法を要求することは当時の「外国保険事業者に関する法律」の第1条に掲げた国内業者との「衡平の条件」に矛盾し、日系生命保険会社と外資系生命保険会社間の不平等な取り扱いという印象を与えたためだと考えられる。これにより、外資系生命保険会社への監督は日系生命保険会社に比べて実際的にも異なるところがなく、同等になった。

外資系生命保険会社は、1995年の時点においてわずか6社を数えるのみであった。その当時、日本の生命保険業界は株安と低金利で経営環境が悪化する状況が強まり、1997年4月の日産生命の経営破綻を発端として2001年3月までに、東邦生命、第百生命、大正生命、千代田生命、協栄生命、東京生命と7社の日系生命保険会社が経営破綻した。この7社の内、外資系生命保険会社は、大正生命と東京生命を除く5社を買収した。また、経営破綻には至らなかったが、経営状況が厳しかった中堅・中小生命保険会社の日本団体生命、平和生命、ニコス生命、オリコ生命の4社も外資系生命保険会社を買収された。1997年からわずか5年間で9社の生命保険会社を買収された結果、外資系生命保険会社数は、2001年に17社へと急増した。

その他に、＜図 2-1＞の中で1995年から1997年にかけて日系生命保険会社数が急増した理由は、1995年度の保険業法の改正によって生命保険会社と損害保険会社との相互乗り入れ

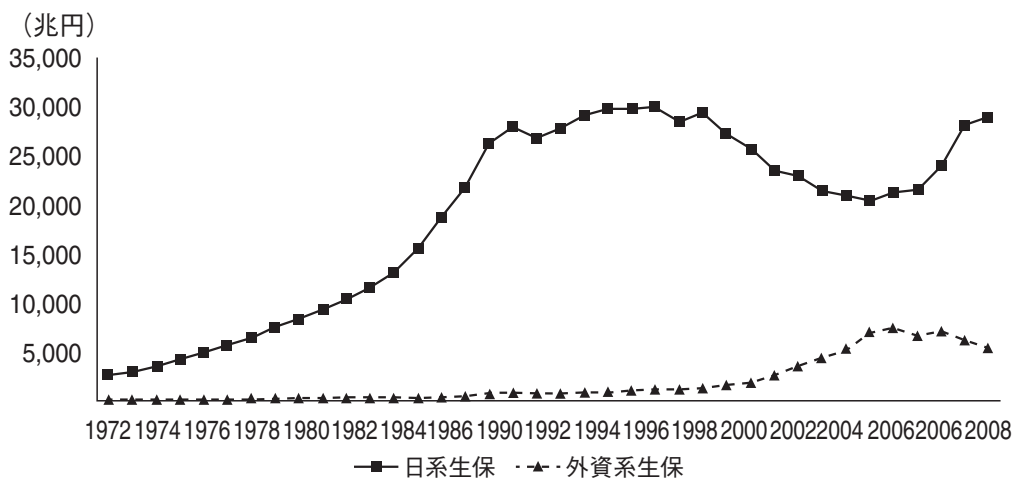
が可能となったためである⁽³⁾。

2.2 収入保険料の推移

それでは、外資系生命保険会社の参入に伴い、日本の生命保険市場はどのように変わってきたのか。外資系生命保険会社が日本の生命保険市場に占めるシェアを確認するため、収入保険料を基準とし、その推移をグラフ化したのが<図 2-2>である。

この<図 2-2>を見ると、日系生命保険会社の場合、収入保険料は 1989 年まで急速に増加した反面、外資系生命保険会社はほとんど横ばい状態で、徐々にしか伸びていない。このような現象が起こった原因としては、①保険契約者が日系生命保険会社の商品をより選好していたこと、②また、日系生命保険会社の主力販売チャネルである女性中心の営業職員の交渉力が大きかったこと、③何よりも、大きく影響したのは、政府による護送船団体制の下で、相対的に日系生命保険会社を保護⁽⁴⁾していたことなどを挙げることができる。

図 2-2 収入保険料の推移



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

その後、外資系生命保険会社は経営破綻した日系の中堅生命保険会社を買収することによってマーケットシェアを拡大した。まだ、日系生命保険会社と比較すると大きな差異はあるものの、既に飽和している日本の生命保険市場の状況を考えるとその存在感はしだいに小さくなってきているといえる。

3. 外資系生命保険会社の行動特性

外資系生命保険会社が海外に進出するには、その対象国における既存のライバル企業よりも何らかの面で優位性を持っていなければならない。もし、その優位性を持っていなければ、進出国において一定の地位を占めることができない。また、その優位性をどのように生かして利益を上げるのが重要なポイントである。そこで、以下では、「商品」、「販売チャネル」、「資産運用」に基づいて外資系生命保険会社の行動特性を分析したい。

3.1 商品

最初に外資系生命保険会社の進出を認可する際、商品の独自性は監督官庁の判断基準の1つともなっていたことより⁽⁵⁾、外資系生命保険会社の競争戦略の中心は、独自性のある商品の販売とそれに基づく顧客セグメントの創造であると理解できる。すなわち、外資系生命保険会社は、日系生命保険会社にはない商品・マーケティング手法に基づいて参入を試みてきた。

たとえば、アリコジャパンの場合、その販売主力商品は無配当定期保険で、これまで有配当の（定期付）養老保険を中心としてきた日系生命保険会社の商品戦略に大きな影響を与えた。

アフラックの場合、販売商品は「ガン保険」1種類のみで、当時の日本における死亡原因第2位の「ガン」という特定疾病に限定して急成長した⁽⁶⁾。それは、入院の場合に「入院給付金」を、死亡の場合に「死亡保険金」を支払うという特色ある商品であった。しかも、1978年9月には、契約者、一般消費者の要望に応えるため、保険金・給付金の増額、在宅療養給付金の新設など給付内容を拡充した「新ガン保険」を発売、さらに同年12月より保険期間を10年にした「ガン定期保険」を発売した。疾病全般ではなく、成人病の中でももっとも死亡原因として上位にあるガンをターゲットとしたこと、それを低料率で代理店を通じて販売したことに大きな特徴がある。

西武オールステートの場合、販売商品は、保障性を重視した終身保険を中心とし、すべて無配当保険であった。また、主要商品にライフサイクル特約（消費者のニーズに応じて組み合わせができ、その場合特別保険料が適用されるもの）、インフレガード条項（3年ごとの契約応当日に消費者物価の上昇率に応じ無告知で保険金を増額できるというもの）⁽⁷⁾の制度を付加し、高額割り引きの導入など、従来の会社にはない特徴を出すことに努めていた。

その後、1990年代後半において外資系生命保険会社から特徴的にみられる商品戦略は、既存の第3分野保険と変額保険、変額年金⁽⁸⁾への注力であった。その中でも注目すべきは、近年、個人保険新契約件数で首位を占めている「医療保険」と日本では未開拓分野であった「変額個人年金」という商品への選択と集中を挙げることができる。

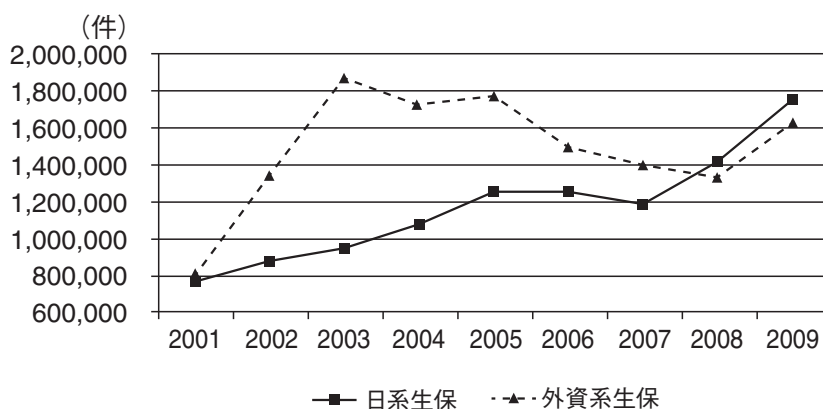
しかし、当初、第3分野の保険を日系生命保険会社や損害保険会社に取り扱うことは、規制により事実上禁止されていた。その規制の経緯に関しては、1996年4月、保険業に対する規制緩和を意図した新保険業法が施行され、生命保険業と損害保険業の相互参入が解禁となった。同法は日系の保険会社による第3分野への参入も可能とするはずであったが、外資系保険会社の既得権益の保護を考えていたアメリカとの協議（1994年から毎年開催された日米保険協議）の結果、第3分野における外資の独占維持は2001年まで延長する政策（激変緩和措置）が決定された⁽⁹⁾。2001年、同措置撤廃の期限を迎えたものの、同年1月に同分野参入が解禁されたのは大手生命保険会社と損害保険会社の子会社生保のみであり、大手損害保険会社の市場参入についてはアメリカの要求により半年遅れの同年7月からとなった。これをもって初めて第3分野の販売は自由化され、多くの保険会社が参入することとなった。

以下では、それぞれの商品について考察する。

1) 医療保険

医療保険とは、疾病または傷害により、入院、手術など所定の医療サービスを受けた場合に約定の給付金が支払われる保険であり、個人または団体に対して、主契約または特約の形式で販売されている⁽¹⁰⁾。また、生命保険会社が販売する医療保険は、定額給付で、医療などに対する費用保障と所得保障の機能を持つ⁽¹¹⁾。しかし、医療保険の場合は2001年から完全自由化され、それ以降、日系の大手生命保険会社や損害保険会社のガン保険と医療保険市場への参入が可能になり、医療保険をめぐる競争が激しくなった。

図 3-1 医療保険の新契約成績表



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

この医療保険における新契約成績表を日系生命保険会社と外資系生命保険会社に分けたの

が<図 3-1>である。完全自由化された 2001 年から 2003 年まで外資系生命保険会社は急激に業績を伸ばしたが、その後、新契約件数が減少し、2008 年には結局、日系生命保険会社に追い抜かれた。2007 年 12 月にはすべての保険商品に対して銀行窓販が全面解禁⁽¹²⁾されることより、両者ともに再び、業績が急増する傾向をみせている。

2) 変額個人年金

変額個人年金とは、株式や債券を中心に資産を運用し、その運用の実績によって年金や解約返戻金などが増減する個人年金保険で、投資リスクは契約者が負うことになっている。日本における変額個人年金保険の歴史は 1999 年のオランダ系の ING から始まる。この市場は 2002 年 10 月の銀行窓販第 2 次解禁を契機に、毎年 5 割～7 割も伸び続けてきた。2002 年の銀行窓販解禁を機に事前予想を裏切る形でこの市場を占拠してきたのは、外資系生命保険会社と損保系生命保険会社であった。具体名を挙げれば、ハートフォード、日米合弁の三井住友海上メットライフ（もともとは米国シティグループの合弁だった）、東京海上日動フィナンシャル（旧スカンディア）、アリコジャパン、ING 等である。この中で日系の大手生命保険会社では住友生命が唯一、上位に入っていた。

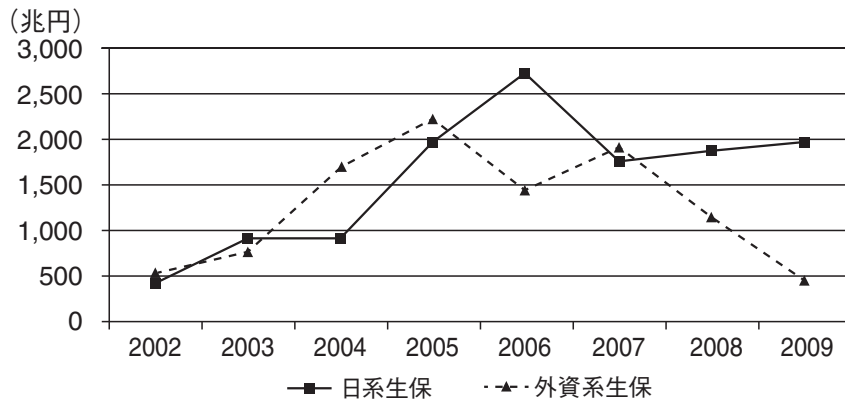
変額個人年金の販売開始以降、販売額は伸長し 2009 年での資産残高は 19 兆円を超えた。2002 年 10 月の銀行窓販解禁以降、変額個人年金は、銀行や信託銀行、証券会社といった金融機関の窓口での販売が中心であった。特に、2002 年 10 月の銀行窓販解禁を機に販売のペースが飛躍的に拡大し、4 年半で資産残高は 25 倍となっている。2006 年 3 月には、生命保険会社 20 社が変額個人年金で提携する金融機関の数が、1,500 支店を超えた。また今後は、駅や商業施設内にある来店型保険代理店やインターネットのような新しい販売ルートも注目されている。

<図 3-2>は変額個人年金の新契約金額推移を比較したものである。生命保険業界の中でも、変額個人年金のような特定分野においては、外資系生命保険会社と日系生命保険会社の間に激しい競争が行われている。

ところで、2008 年度の世界的な金融危機の影響により、変額個人年金の販売を中止する外資系生命保険会社が多く発生し、業績が急落している。

このように外資系生命保険会社が、既存の日系生命保険会社が行っていなかった第 3 分野保険と変額年金保険に集中して進出した理由は、既に成熟期を迎えた日本の生命保険市場から新しい収益源を求めためである。外資系生命保険会社のそのような行動が契約者に新しいニーズを喚起し、生命保険会社間の競争の心理を呼び起こしたのである。その結果、日系生命保険会社の商品開発を促す契機となった。また、生命保険商品に関する新しいブームを助成したことも事実である。

図 3-2 変額個人年金の新契約金額の比較



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

3.2 販売チャネル

生命保険会社の販売チャネルは、主として①営業職員、②代理店、③店頭販売、④通信販売、⑤業務提携などがある。その中で、「営業職員」と「代理店」(法人募集代理店と個人募集代理店に分けられる)が主要な販売チャネルである。そこで、外資系生命保険会社と日系生命保険会社のそれぞれにおける各販売チャネルの規模の推移をみとめる。参考にしたインシュアランス生命保険統計号から1991年から日系生命保険会社と外資系生命保険会社との推移をみることができた。

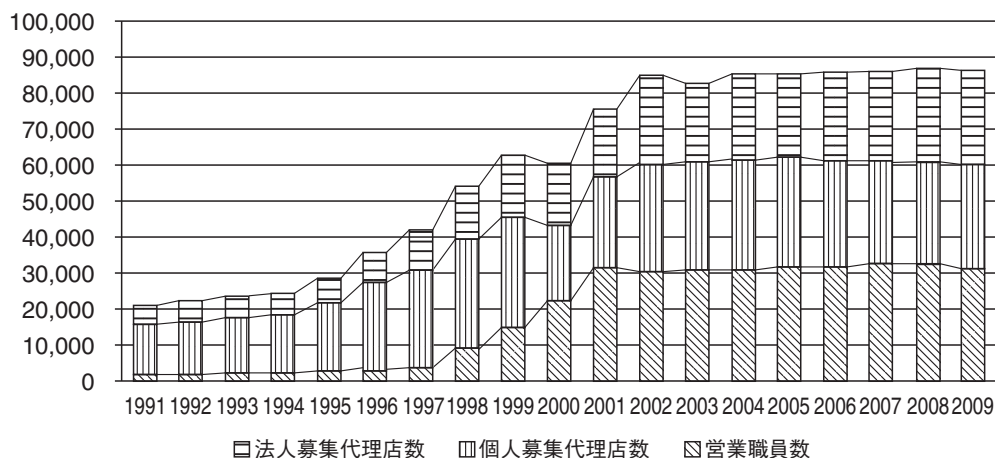
<図 3-3>を基にして販売チャネルの面での外資系生命保険会社の行動を推察すると、外資系生命保険会社が参入した直後は募集代理店の数が営業職員数に比べて圧倒的に多く、募集代理店の中でも個人募集代理店の割合が高い。その反面、<図 3-4>のように、日系生命保険会社は営業職員の数に支配的である。

それでは、なぜ、外資系生命保険会社は営業職員ではなく、募集代理店を選択したのか。それは募集代理店は営業職員に比べて低コストであり、教育・管理・消費者サービス等の観点から比較的シンプルな保険商品の提供チャネルとして適しているためである。

募集代理店の販売活動の形態面からみると、個人募集代理店は、「営業職員」と比較的近い性格を有しており、一方、法人募集代理店の場合は、法人の何らかの組織力・影響力を活用した販売活動を行っており、店頭販売、通信販売、あるいは業務提携などの販売チャネルのベースとなるものであって、「営業職員」あるいは「個人募集代理店」のそれとは性格が異なる⁽¹³⁾。

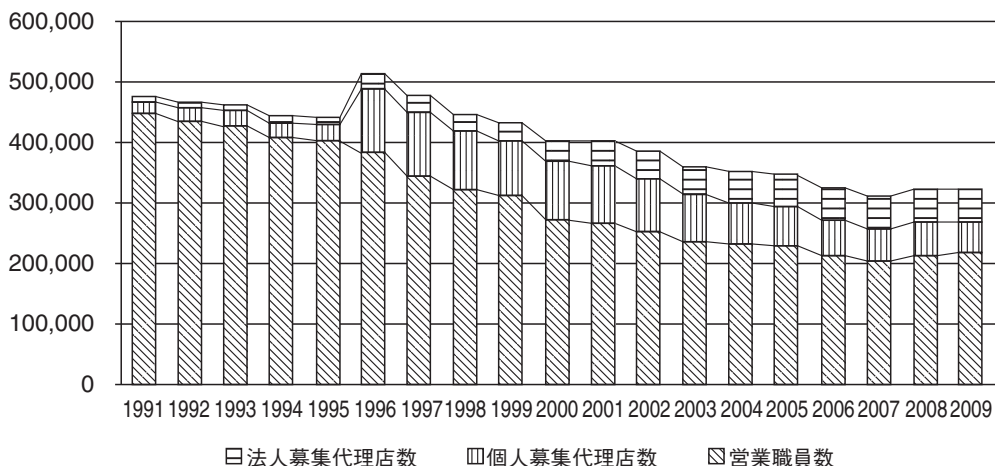
外資系生命保険会社の中でも、特に、アリコジャパンとアフラックが損害保険代理店を販売網として積極的に利用し、両者ともに相当な成果を上げていた。たとえば、アリコジャパンは、世界的規模のAIG (American International Group) に属し、国際的ネット・ワーク

図 3-3 外資系生命保険会社の販売チャネル数の推移



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

図 3-4 日系生命保険会社の販売チャネル数の推移



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

のもと、新聞広告を活用して業績を伸展させた。販売チャネルとしては同系のAIU 損害保険の代理店や銀行代理店など 1,500 店を配置し、その他に営業職員も併用した。アフラックは、銀行との提携の点ではアリコジャパンと共通性があり、百貨店などでの店頭販売のようなものから大企業への代理店委嘱まで 1,100 店の代理店網のもとで成長を続けている。

その後、外資系生命保険会社は経営破綻した日系生命保険会社を買収するとき、営業職員もそのまま引受けたため、1997 年から 2001 年にかけて営業職員数が急増している。2009 年には、法人募集代理店数、個人募集代理店数、営業職員数がほぼ同じ割合を占めている。その反面、日系生命保険会社はほぼ半分に近いほど営業職員数が減っている。それは、バブル

崩壊後、生命保険会社において最もコストの高い営業職員の割合を縮小させることにより、経営の健全性を図ろうとしたと考えられる。また、個人・法人募集代理店数をみると、日系生命保険会社の販売チャネルにおいて、まだ少ない水準であることがうかがえる。

その他に、営業職員においても、外資系生命保険会社は日系生命保険会社の伝統的な販売チャネルである女性営業職員によらない販売戦略を展開した。それは、一般的に少数の「質の高いプロセールスマン」を育成し、特に、大卒の男子営業社員を「ライフ・プランナー」として、顧客のニーズに一致する商品設計を行わせ、高度のサービスを提供したのである。

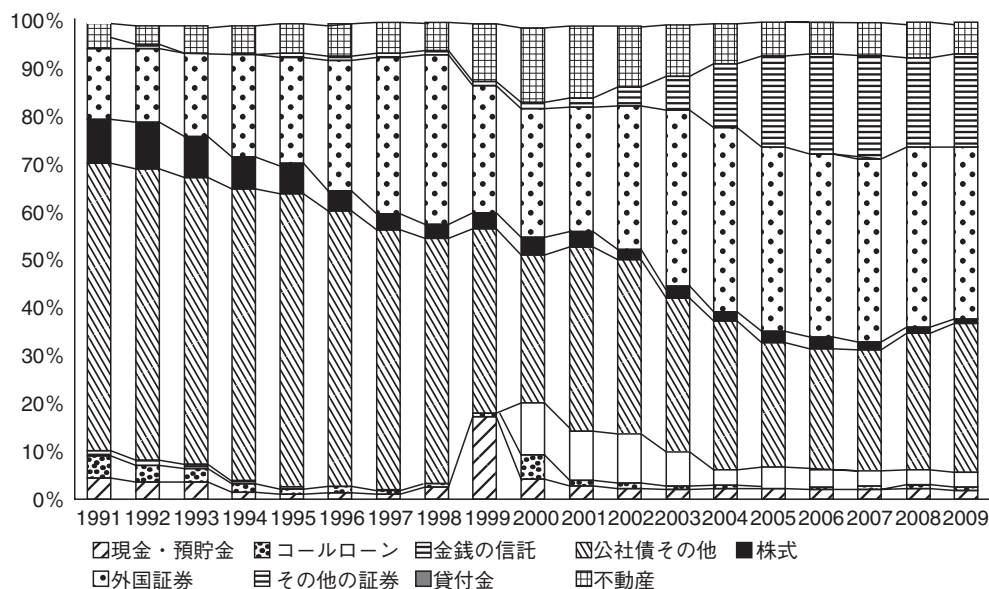
3.3 資産運用

まず、資産運用の場合も販売チャネルと同様、1991年からの統計資料を用いて、外資系生命保険会社の行動を分析した。

〈図3-5〉は外資系生命保険会社の資産運用の推移を、〈図3-6〉は日系生命保険会社の資産運用の推移を表したものである。図から明らかなように、外資系生命保険会社と日系生命保険会社はかなり異なった運用戦略を行っていることが分かる。たとえば、外資系生命保険会社は1991年において資産の86.2%を有価証券で運用していて、この中で、公社債その他の割合が60.1%で最も高く、外国証券14.8%、株式9.0%、その他の証券2.3%を占めている。しかし、2009年においては、資産の大部分を有価証券で運用していることは同じであるが、その内訳が大きく変わった。資産の87.6%が有価証券で運用されていて、この中で、外国証券の割合が35.7%で最も高く、公社債その他31.4%、その他の証券19.5%を占めている。株式の場合は、段々減少の傾向をみせており、1.0%にすぎない。

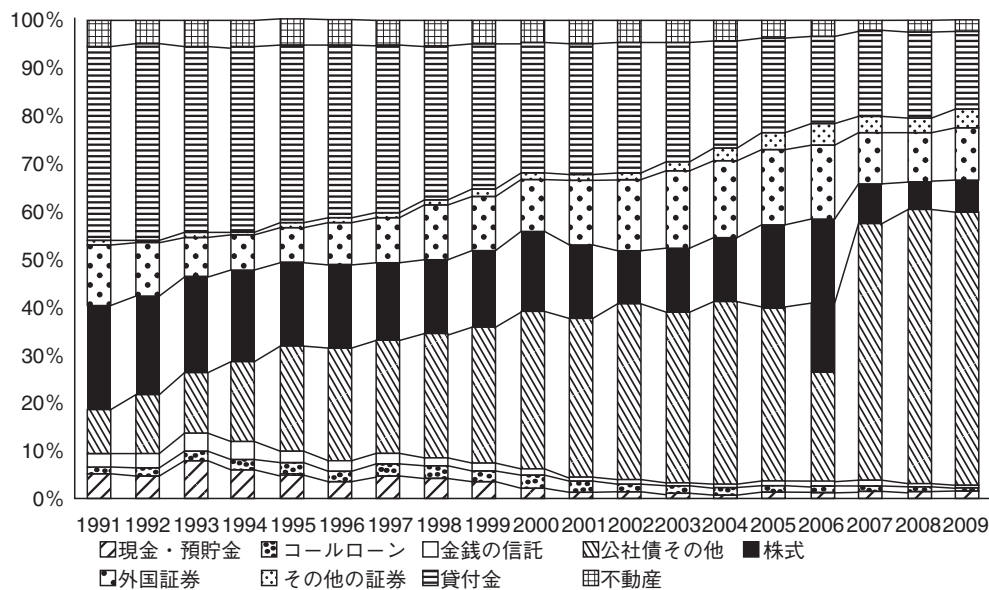
外資系生命保険会社の場合、公社債その他が60.1%から31.4%に急減し、外国証券は14.8%から35.7%へ増加する推移をみせている。また、注目すべきところは、その他の証券の割合である。2000年から徐々に増加して、2009年では19.5%まで達している。その主な投資先は①証券投資信託収益証券⁽¹⁴⁾、②貸付信託収益証券⁽¹⁵⁾、③出資証券⁽¹⁶⁾であった。その他、1999年に現金・預貯金の割合が一時的に急増したが、その原因は、GEエジソンが東邦生命を引受けた時、現金の額が大きかったことが原因とされる。

図 3-5 外資系生命保険会社の資産運用の推移



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

図 3-6 日系生命保険会社の資産運用の推移



出典) インシュアランス生命保険統計号より作成。

その反面、日系生命保険会社は 1991 年において貸付金の割合が 40.5% で最も高く、有価

証券の割合は44.3%で、この中で、株式22.1%、外国証券12.5%、公社債その他8.8%を占めている。しかし、2009年においては、有価証券の割合が78.7%まで急増し、公社債その他57.3%、外国証券10.8%、株式6.7%、その他の証券3.9%を占めている。1991年に最も高かった貸付金の割合は16.2%まで下落した。

また、外資系生命保険会社と日系生命保険会社との大きな差異の1つは、貸付業務分野で見ることができる。外資系生命保険会社の場合、1991年に一般貸付が2.8%に過ぎない反面、日系生命保険会社の場合は、40.5%で高い割合を占めている。これは、日本の経済が高度成長期にあったとき、日系生命保険会社は生保商品の特徴に起因する長期金融機関としての性格をフルに発揮し、基幹産業に対する貸し付けを積極的に行った経緯があり、そのなごりのようであると考えられる⁽¹⁷⁾。

その他、外資系生命保険会社は現金・預貯金、コールローン、金銭の信託、その他の証券、土地・不動産などへの投資はほとんど行っていない点も資産運用上の特徴として挙げることができる。しかしながら、1990年代に発生したバブルの崩壊や2008年の世界金融危機による株価の急落のため、株式の割合を低くし、安定的に資産を運用していることは共通的である。

4. おわりに

以上、本論文は日本における外資系生命保険会社の行動特性について分析した。まず、日本に参入している外資系生命保険会社の数は全社47社の内、19社で40%を占めているにもかかわらず、収入保険料ベースでは全体の生命保険市場の15%を占めているに止まっている。それについて、外資系生命保険会社は主に経営破綻した日系生命保険会社を買収して参入しているが、保険料の安さや商品のシンプルさを中心に営業を行っているため、市場占有率の大幅な確保には至っていないと考えられる。

そして、「商品」に関しては、外資系生命保険会社が新しい商品を販売して営業を始めた当時は、確実に日系生命保険会社に比べて良好な成果をあげることができた。しかし、日系生命保険会社も類似の商品を導入し始めると、外資系生命保険会社のシェアが落ちる傾向をみせている。その理由としては、日系生命保険会社の方が外資系生命保険会社に比べて強い営業力を持っているし、より安定的だと考えられる。

その他に、外資系生命保険会社が医療保険とか変額個人年金のような特定の分野において最初の段階である程度のシェアの獲得ができたのは、日米保険協議において当分間外資系生命保険会社の既得権益が守られていたためである。このように、生命保険産業においても政治的な圧力が作用していることがわかった。

また、「販売チャネル」の面では低コストとシンプルな戦略を展開し、「資産運用」の面ではある程度の資産を本国で運用することによって、日系生命保険会社とは異なる行動をみせていた。

本研究を踏まえると、外資系生命保険会社が日本の生命保険市場に新しい商品や販売チャネルを用いて参入し、活力を吹き込んだことは事実である。しかし、果たして、外資系生命保険会社が日系生命保険会社より経営効率性が高いのか、あるいは、信頼度が高いのかについてはまだ、疑問が残されている点であり、今後の課題はその疑問を解明することである。

【注】

- (1) 江澤 [2007] p.21 参照。
- (2) このような認可基準により、アリコジャパンとアフラックは商品面で、西武オールステートは販売方法面（百貨店での店頭販売）でそれぞれ特異性をもって進出した。
- (3) この時期に、子会社方式によって参入した損害保険会社は、東京海上あんしん生命保険株式会社、日本火災パートナー生命保険株式会社、日動生命保険株式会社、同和生命保険株式会社、千代田火災エビス生命保険株式会社、大東京しあわせ生命保険株式会社、富士生命保険株式会社、興亜火災まごころ生命保険株式会社、共栄火災しんらい生命保険株式会社、三井みらい生命保険株式会社、住友海上ゆうゆう生命保険株式会社の11社である。
- (4) 1995年まで日本の保険産業は商品・料率に関する規制が厳しく、画期的な新商品を開発しても政府は他の生命保険会社が追いつけるようになるまで、新商品に許可・認可を与えなかった。
- (5) 吉田 [1979] pp.78～79 参照。
- (6) これは、単品医療保険であったが、日本の大手生命保険会社に対してはガンのみを対象とする単品医療保険が認められず、1976年にガンを含む成人病特約として、主契約に追加する形で、各社より発売された。生命保険の場合は、疾病、傷害によって入院した場合に保険金が支払われるものとして、生命保険の疾病特約や医療保険があった。生命保険会社は、1986年4月から医療保障保険を発売した。
- (7) 保険研究所 [1980] p.466 参照。
- (8) 変額保険や変額個人年金保険を契約する場合、資産の運用方法（運用資産の種類や評価方法、資産の運用方針）や、商品の仕組み（資産の運用実績によって将来受け取る保険金などの額がどのように変動するのかなど）について、生命保険会社は書面を用いて説明することになっている。また、契約後も運用実績などについて1年ごとに書面を交付することになっている。
- (9) 1996年12月14日に決着した日米保険協議では、第3分野の実際の取り扱いは次のように決められた。
(a) 生保会社の設立した損保子会社に1997年1月から傷害保険分野への部分参入を認める（子会社による相互参入については別の機会に論じたい）。ただし、外資系損保を保護する激変緩和措置（当面は外国会社の既存販売チャネルを侵害しない等）を講ずる。
(b) 医療、ガン保険は激変緩和措置として1997年1月以降も新規参入を前面禁止とする。
(c) 損保料率の自由化（1997年7月を期限とする）後2年半経過した2001年1月に傷害保険、医療・ガン保険の激変緩和措置を解除、第3分野への参入を完全自由化する。
- (10) 公的医療保険を補完するものとして、生命保険会社、損害保険会社、日本郵政公社（簡易保険）、共済団体などによって販売されている。
- (11) その反面、損害保険会社が販売する医療保険には、実際に支払った医療費を担保する医療費用保険があ

日本における外資系生命保険会社の行動特性

る。

- (12) 日本の保険商品の銀行窓販解禁の経緯は次のようである。

時期（段階）	解禁商品等	
2001年04月	第1次解禁	団体信用生命保険、住宅ローン関連の信用生命保険、長期火災保険
2002年10月	第2次解禁	個人年金保険、財形保険、年金払積み立て損害保険、財形傷害保険
2005年12月	第3次解禁	一時払い終身保険、一時払い養老保険、10年以下の平準払い養老保険、貯蓄性生存保険
2007年12月	第4次解禁	すべての保険商品の全面解禁（平準払い終身保険、定期保険、医療・介護保険等）

出典) 各資料より作成。

- (13) 生命保険文化研究所 [1989] pp.251～273 参照。
- (14) 証券投資信託受益証券とは、投資信託及び投資法人に関する法律の規定に基づく証券投資信託で、投資信託会社が投資家から集めた資金を株などの有価証券に投資し、その運用によって得た利益を受けることができる権利を表示した有価証券をいう。
- (15) 貸付信託受益証券とは、貸付信託法第2条第1項に基づく信託で、信託財産を運用することによって得られた利益を受けることができる権利を表示した有価証券をいう。
- (16) 出資証券とは、日本銀行をはじめとした、特別の法律により設立された法人（特殊法人）が発行する、出資者の持分を表す有価証券のことである。一般の株式会社でいえば、株式に当たり、なお、出資証券は、金融商品取引法上の有価証券となっている。
- (17) 江澤 [2007] pp.18～19 参照。一般貸し付けは、高度成長期における運用の中心であったが、安定成長期に入ると設備投資の減退、資金調達が多様化（直接金融の活発化）といった要因により大幅にシェアを落とした。

【参考文献】

- 江澤雅彦 [1997] 「生命保険会社の資産運用（上）、（下）」『金融財政』 pp.18-19.
- 江澤雅彦 [1997] 「生・損保の事業分野問題」『金融財政』 pp.18-19.
- 江澤雅彦 [2007] 「第2章 保険の意義と仕組み」『保険論』（大谷孝一編著）成文堂、pp.21-35.
- 五味正夫 [2006] 「第12章 保険事業のグローバル化と規制・監督の国際基準」『保険進化と保険事業』（堀田一吉・岡村国和・石田成則共著）慶応義塾大学出版会、pp.319-347.
- 保険研究所 [1980] 『日本保険業史、会社編、上巻』 p.466.
- 石野広治 [2002] 「わが国生保会社の90年代以降の資産運用動向」『生命保険経営』第70巻第6号、pp.65-90. インシュアランス生命保険統計号各号.
- 李 洪茂 [2007] 「第15章 新種保険」『保険論』（大谷孝一編著）成文堂、pp.284-309.
- 水島一也 [1979] 「生命保険経営における効率性と公共性」『国民経済雑誌』神戸大学、pp.1-14.
- 水島一也 [2006] 『現代保険経済 第8版』千倉書房.
- 中出 哲 [2007] 「第7章 保険規制」『保険論』（大谷孝一編著）成文堂、pp.101-120.
- 塗 明憲 [1974] 「保険企業の国際経営をめぐる諸問題」『保険学雑誌』第467号、pp.37-65.
- 大越健一 [2002] 「外国保険会社の日本進出状況とその戦略」『MSKR Quarterly』第32巻号、pp.17-38.
- 生命保険協会（韓国） [1985] 「日本生命保険市場の国際化（Ⅰ）」『月刊生命保険』8月号、pp.31-41.
- 生命保険協会（韓国） [1985] 「日本生命保険市場の国際化（Ⅱ）」『月刊生命保険』9月号、pp.28-39.
- 生命保険文化研究所 [1992] 『生命保険新実務講座、第1巻』有斐閣.

日本における外資系生命保険会社の行動特性

- 茶野 努 [1997] 『国際競争時代の日本の生命保険業』 東洋経済新報社．
- 植村信保 [2008] 『経営なき破綻 平成生保危機の真実』 日本経済新聞出版社．
- 家森信善 [1998] 「わが国保険市場における外国生命保険会社」『経済経営研究』 第 47 号、pp.131-159.
- 安井信夫 [1997] 『人保険論』 文真堂．
- 吉田純二 [1979] 「米国からみた日本の生保市場」『生命保険経営』 第 47 巻第 1 号、pp.77 ~ 83.

