

研究要旨

ファイナンシャル・ウェルビーイング： 生命保険改革の鍵となるか

ジュネーブ協会ヘルス&エイジングディレクター、Adrita Bhattacharya-Craven

Global Aging Institute 社長、Richard Jackson

ジュネーブ協会副専務理事兼リサーチ & フォーサイト責任者、Kai-Uwe Schanz

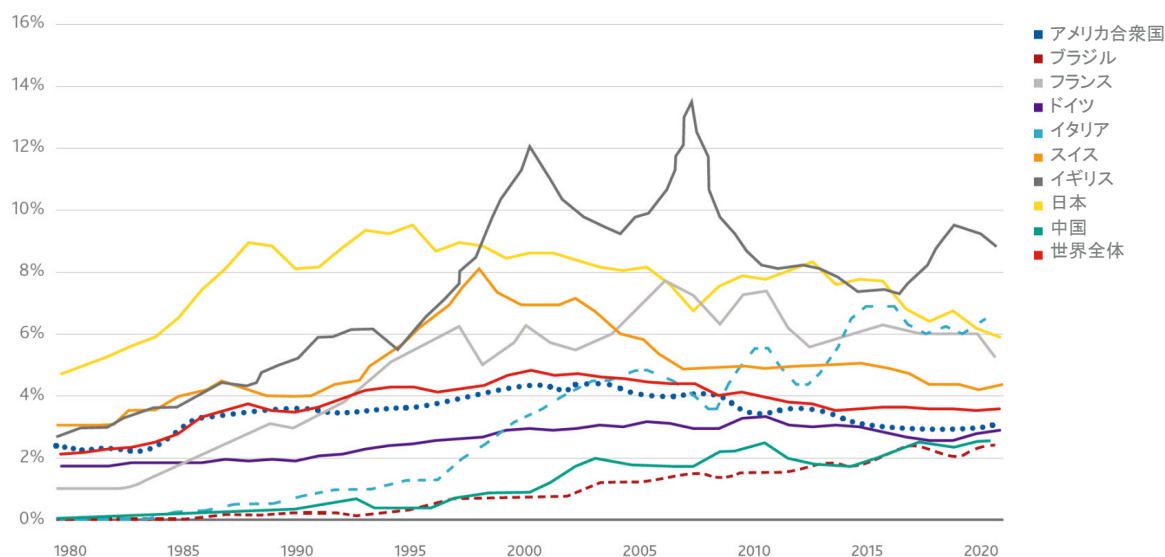
ファイナンシャル・ウェルビーイングとは、個人の一般的な幸福度と、継続的に経済的義務を果たし将来の経済的要求を満たすための十分な資産を、生涯を通じて保有していることとの相関に基づいた概念です。生命保険の主な目的はファイナンシャル・ウェルビーイングの保証ですが、社会経済、人口動態、健康および技術の変化に加え、長期化する低金利により貯蓄型生命保険の魅力が世界で低下しており、近年、従来のビジネスモデルが苦境に立たされています。(図1参照) このことは、個人のファイナンシャル・ウェルビーイングが徐々に損なわれていくだけでなく、生命保険業界が将来どのように発展していくべきかという課題を提起しています。

生命保険業界は、お客様の十分な資産形成を助け、健康的な生活習慣を推進し、また、仕事、余暇、および継続教育の期間を交互に繰り返すであろう、より長い人生におけるリスクを適切に管理する事ができるでしょうか。ますます複雑化

するニーズに対応し、経済的および非経済的目標を達成するために、お客様自身がより積極的な役割を果たせるよう、どのように支援できるでしょうか。これらの課題にうまく対処するには、生命保険会社は従来のビジネスモデルの先を見て、ファイナンシャル・ウェルビーイングに対してより包括的なアプローチを取り入れる必要があります。

ジュネーブ協会のファイナンシャル・ウェルビーイングに関する報告書では、リスクと脆弱性(特に退職後の生活)を再形成している社会経済、人口動態、健康、およびテクノロジー要因について議論しています。また、保険会社が展開する現在のファイナンシャル・ウェルビーイング戦略を検証して、生命保険の役割を拡大する機会を評価しています。広範な文献調査に加え、アジア、アフリカ、米州、および欧州の保険市場を代表する大手生命保険会社25社の調査についても報告しています。

図1: 生命保険の普及率(GDPに占める保険料割合)、1980~2020年



出典: スイス再保険会社シグマ・データベースより作成

将来のファイナンシャル・ウェルビーイングの形成要因

退職後の生活の不安が高まっています。先進国では、高齢化と経済成長の鈍化により、戦後初期に導入されたほぼ普遍的な公的年金制度の持続可能性に懸念が生じています。政府は退職給付額を減らし、受給開始年齢を引き上げることで対応してきました。開発途上国では、大規模なインフォーマル・セクター（非公式経済部門）の存在により、公的年金制度の対象範囲が限られており、人口の多くはいまだに高齢者の扶養を拡大家族に依存しています。しかし、都市化と工業化が進み核家族化が進むにつれて、非公式な家族支援ネットワークは弱まっています。世界中の政府が、雇用主と個人の年金を推進するために革新的なアプローチで対処してきましたが、老後の資産形成と保険による備えは依然として不十分であり、多くの人は老後貧困に直面しています。

人口動態および健康状態の傾向も、医療費を圧迫し、ファイナンシャル・ウェルビーイングを脅かしています。現在、OECD諸国の65歳以上の人口のおよそ60%が、2つ以上の慢性健康障害を持ちながら生活していると報告されています。近年、高齢者の障害水準が低下して、より長い労働生活の促進に貢献しているものの、慢性罹患率は横ばいまたは上昇しており、高齢者の健康状態は平均余命の伸びと連動せず改善していないことがわかります。多くの国で若年層の慢性疾患の発生率が増加しているという事実も懸念材料であり、このことは、医療や介護費が家計をさらに圧迫し、生産性を低下させ、ライフサイクル全体の資産形成を減少させる可能性があります。さらに、経済的不安そのものが心身の健康を悪化させ、悪循環を招いていることは明らかです。

低金利を特徴とするマクロ経済環境は、将来退職する人々の生活に必要な年金給付を実現するための、年金基金や民間保険の能力を弱体化させます。状況をさらに困難なものにしているのは、最近のインフレ率の上昇であり、このことは、年金運用者の（さらなる）運用利回りの逆イールドや、将来、インフレ調整後の退職所得水準の低下を招く可能性があります。現在のマクロ経済環境下で、若年層が十分な老後資金を貯蓄することが可能であるのかは疑問です。早期に貯蓄を開始し、より長く働くといった行動の適応は、目標達成のためにある程度役立つ可能性がありますが、労働市場の非公式性の高まりや平均余命の伸びといった追加要因も、退職所得の見通しに重くのしかかっています。

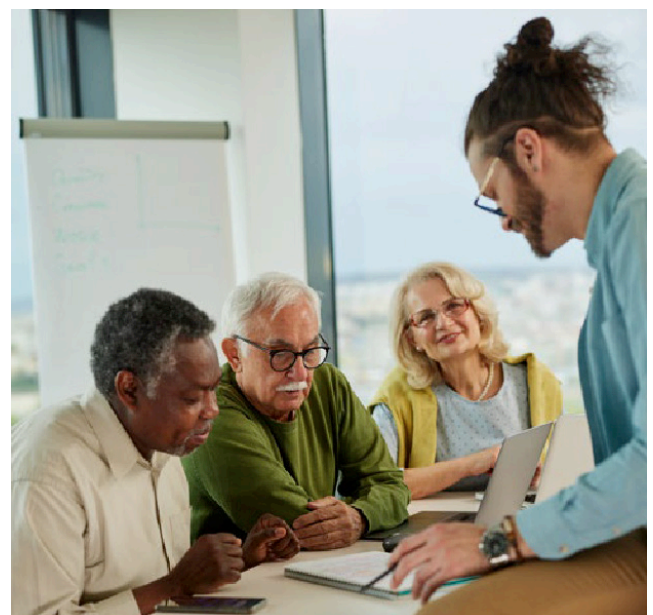
デジタル技術は、消費者との交流の重要な手段となっています。これまで生命保険会社の主な対象顧客であったベビーブーム世代とは異なり、ミレニアル世代とZ世代はテクノロジーに精通しています。コロナによる不安が生命保険需要の急増につながったことから、過去2年間で、デジタル処理能力のある保険会社がこれらの集団ニーズを満たす

ことに最も成功したことを示すデータがあります。例えば、デジタル処理能力を持ちアルゴリズム主導型の引受を行う米国の生命保険会社は、2020年以降、販売額が30～50%増加しています。¹しかし、一部の生命保険会社が躍進している一方で、業界全体としてはデジタル技術の活用が遅れています。そのことにより、金融、高齢化、および健康に携わる独自のテクノロジー・プラットフォームが成長市場となりました。エイジテックのベンチャー基金だけでも、2011年から10倍以上に拡大し、2020年には10億米ドルを超えたと推定され、長寿経済を最大限に活用している業界であることがわかります。²しかし、このような発展が、ファイナンシャル・ウェルビーイングの向上、カスタマー・エンゲージメントの改善、および金融包摂の進展に実質的な違いをもたらすのか、あるいは、単にマーケティングと販売のための新しいインターフェースを生み出しているだけなのか、まだ確かなことはわかりません。

調査のファイナンシャル・ウェルビーイングへの示唆

本報告書のために実施された調査では、大手生命保険会社25社(生命保険部門の年間総保険料計は5500億米ドル超)³に、進化するファイナンシャル・ウェルビーイングの構想について展望を探りました。特に、以下に着目しています。

- 保険会社のファイナンシャル・ウェルビーイングに対する解釈と認識
- ファイナンシャル・ウェルビーイングの概念が実際にどのように応用されているか
- ファイナンシャル・ウェルビーイングにおいて、保険会社の役割強化に伴う機会と課題に関する示唆

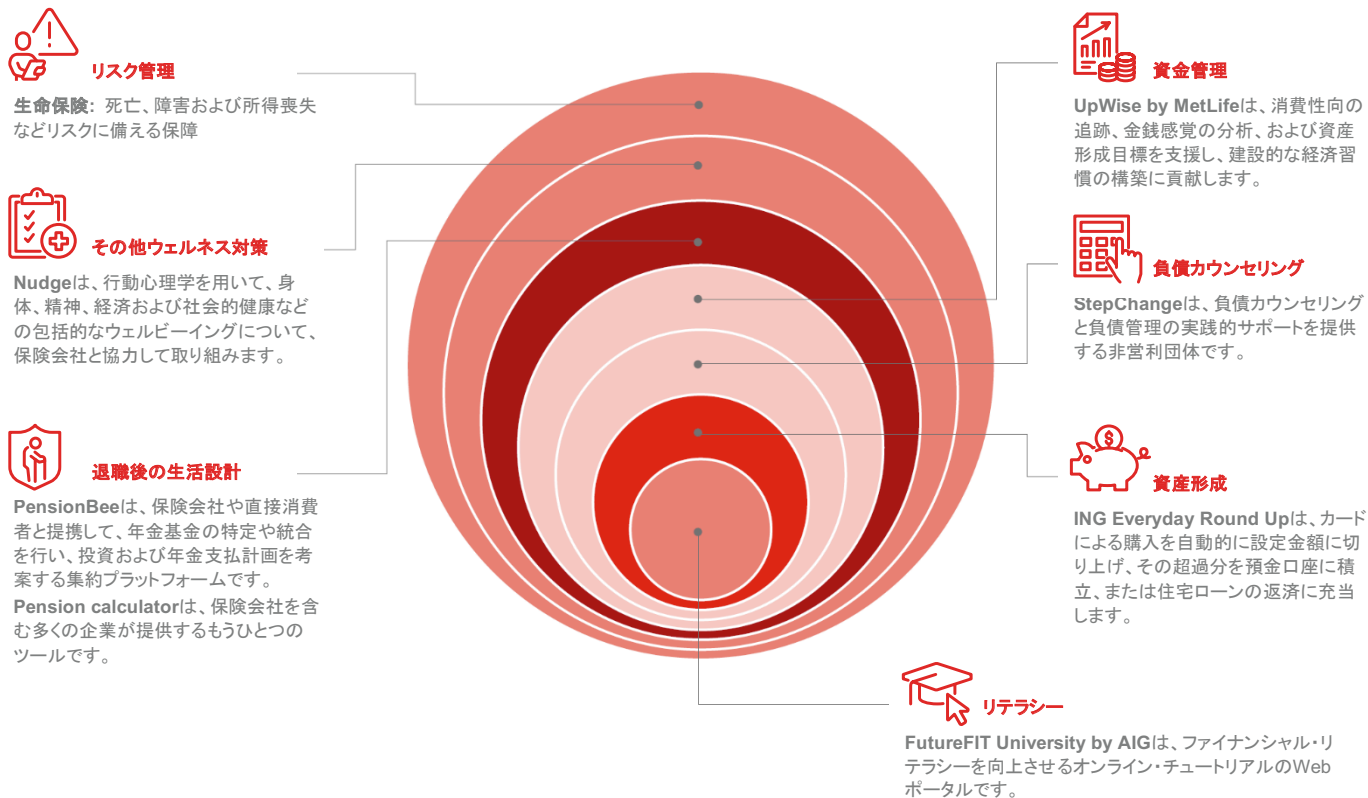


1 Kakar 2021.

2 Etkin 2021.

3 2021年のライフ・セグメント(医療、生命、年金、傷害、障害保険を含む)の公表データに基づき算出。入手できない場合は2020年データを使用。

図2. ファイナンシャル・ウェルビーイング: 消費者ニーズ



出典: ジュネーブ協会2022

この報告書では、文献調査の結果に基づき、ファイナンシャル・ウェルビーイング(および関連商品)を、退職年金やリスクに備える保障といった中核的な保険商品に加えて、金融リテラシー、資産形成、負債、資金管理、および一般的なウェルビーイングといった消費者ニーズのエコシステムとして解釈しています。調査によると、一部の生命保険会社は、このすべての分野に対応するために、その役割を拡大し始めていることが明らかになりました。しかし、大多数の生命保険会社は、退職後の生活設計、資産形成、および金融リテラシーなど、図2の色の濃い部分から中程度に濃い部分で示された分野に重点的に取り組んでいます。

ほとんどの保険会社は、ファイナンシャル・ウェルビーイングを包括的に検討すべきだと考えていますが、依然として老後の資産形成に重点を置いています。これにより、重要であると認識していることと、解決策として提供していることに、隔たりが生じていることがわかります。特に、人口動態の変化がこの構想を推進し、市場を形成しているという点で意見が一致しています。驚くべきことに、販売額の増加、マーケティングの改善、および、アクセス向上に関するものを除き、テクノロジー要因はそれほど重要ではないと見なされています。保険会社と銀行がこの分野で最も積極的な役割を果たしていると考えられており、政府がそれに続きます。特に、独自の(デジタル)プラットフォームは、近年の成長にもかかわらず、最も活躍していないもののひとつと見なされています。

すべての保険会社は、従来のリスクと資産形成の解決策を超えた、ファイナンシャル・ウェルビーイングを高めるための商品を提供しています。しかし、ほとんどの商品は退職後の保障を主な目的として設計されており、次に、金融リテラシーや一般的な資産形成の推進が続きます。

興味深いことに、より予防的な戦略によってリスク・エクスポージャーを制限することは、挙げられた動機として最も少ない結果となりました。負債への取り組みを含む資金管理は、保険会社が提供する商品の範囲外であるため、保険会社は他の金融行動に影響を与えるためにいくつかの段階的な措置を講じながらも、従来の役割の範囲内で概ね機能していることがわかります。商品特性は、これらの調査結果を反映しています。ファイナンシャル・ウェルビーイング・プログラムで若年層を対象としている保険会社はほとんどなく、大多数は生産年齢の成人に重点を置いており、一部の保険会社のみが高齢者を対象としています。

ほとんどの保険会社は、ファイナンシャル・ウェルビーイング商品が顧客数、保有契約数、および経験値の増加に寄与していると考えています。エンゲージメントを強化し行動に影響を与えるために、お客様との接点の増加や質の向上にむけて、さらに多くのことを実践できる可能性があることと認識しています。消費者の成果に関しては、商品のより良いカスタマイズを推進し、保険としての役割が低い一般的貯蓄を目的とした老後の資産形成を見直し、さらに、より望ましい医療サービスとの統合によって高齢者ニーズを活用

することにより、生命保険会社は、ファイナンシャル・ウェルビーイングを向上させるのに適していると考えられています。しかし、生命保険会社は、家計の可処分所得を圧迫して人々の有意義な資産形成の実現を困難にしていることや、長期的な貯蓄習慣の浸透を困難にする政治および規制環境の不安定性などの、重要な課題にも直面しています。

保険会社に対する4つの提言

資産形成とリスクに備える保障の決定要因に直接影響を及ぼす取組みの強化 ファイナンシャル・ウェルビーイングの概念には、生命保険会社が提供する従来の商品を越えた消費者ニーズのエコシステムが内在しています。生命保険会社がより戦略的な位置づけを望むのであれば、政府、ファイナンシャル・アドバイザー、および資産運用会社との連携を推進し、金融リテラシー教育、アドバイザー・サービス、メンタリングおよび金融インセンティブを通じて、老後の資産形成やリスクに備える保障の決定要因に直接影響を及ぼすことを含めて、保険会社の役割を再定義しなければなりません。そのためには、保険会社が新しい機能を構築あるいは購入、あるいは、パートナーがそれらを導入する必要があります。

若年期における金融リテラシーの向上 金融教育への関心の欠如により、若者が現在の労働市場の不安定な状況を乗り切り、退職後の生活に向けた準備ができない結果となります。また、若いうちに生命保険の役割を知る機会を逃しています。

比較的小さな投資で、保険会社は国の教育機関、学校、地域社会、およびデジタルプラットフォームと提携し、ゲーム化、ソーシャルメディアの利用、およびロコミや「インフルエンサー」の活用など、より幅広い金融知識を広める革新的な方法を開発することができます。

予防措置によるリスク・エクスポージャーの改善 新商品を開発する主な動機として、リスク・エクスポージャーの制限を挙げた生命保険会社はほとんどありませんでした。それでも、ファイナンシャル・ウェルビーイング、一般的なウェルビーイング、およびリスク行動の間には強い関連性があります。これらの行動を変えるには、保険会社が商品の中核にデータ・サイエンスを組み込み、ニーズを理解するための鍵として、パラダイムを修正、交換から予測、予防へと移行させる必要があります。同様に、データ・サイエンスを利用して健康やウェルネス商品をより適切に統合することは、大きなメリットがあります。

長寿経済の活用 生命保険会社が、急成長している長寿分野に参入する取り組みは、現在あまり見受けられません。それらの商品が、引退後復職、段階的引退、退職後の新しい仕事、あるいは家族構成の変化などの退職様式の変化に対応していることを示唆するものもほとんどありません。中年層が再びスキルを身に付けて、より長い労働生活を推進するためのシルバー・サバティカル休暇や、政府が撤退した補助的な健康・介護給付金などを引き継ぐ形での新しい解決策は、保険会社がシルバー・エコノミーの可能性を開き、高齢化社会との関連性を高めるのに役立つ可能性があります。

生命保険業界だけでなく、次世代のファイナンシャル・ウェルビーイングに関しても、多くのことが危機に瀕しています。保険業界は、今日の急速に変化する人口動態、経済、および社会環境の中で、個人や家族を支援するために不可欠な役割を担っています。しかし、彼らが目標をより効果的に達成できるようにするためには、ファイナンシャル・ウェルビーイングについて幅広く理解し、従来通り老後の資産形成と万が一の備えの使命を果たしながら、ライフサイクル全体にわたって人々のニーズを包括的に満たす新商品とサービスを提供しなければなりません。保険業界がこの方向に動き始めている明るい兆候も見受けられますが、まだやるべきことが数多く残っていることも事実です。

参考資料

Etkin, K. 2021. Who is Investing in the Agetech Revolution in 2021? (誰が2021年のエイジ・テック革命に投資しているのか) *The Gerontechnologist*. <https://www.thegerontechnologist.com/who-is-investing-in-the-age-tech-revolution/>

Kakar, P. *Financial Inclusion and the Underserved Life Insurance Market, Part Two: (金融包摂とサービスの行き届いていない生命保険市場、パート2) Closing the U.S. coverage gap to drive growth and bolster DEI. (成長とDEI強化に向けた米国のカバレッジ・ギャップの解消)* 15 September 2021. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/life-insurance-coverage-gap.html>