

## イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向

### 目 次

- |                  |                |
|------------------|----------------|
| I. はじめに          | IV. ドイツ保険市場の概要 |
| II. EU 損害保険市場の動向 | V. フランス保険市場の概要 |
| III. イギリス保険市場の概要 |                |

研究員 関口 敦子

### 要 約

本稿では、当研究所が継続して行っている欧州先進国に関する調査の一環として、イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の概観について紹介する。

イギリスにおける 2012 年の損害保険の元受保険料は、448 億ポンドであり、前年から 3.7% の増加となった。コンバインド・レシオは、99.5 であった。ドイツにおける 2012 年度の損害保険の元受保険料は 942 億ユーロと、前年から 3.2% の増加となった。コンバインド・レシオは 97.2 であった。フランスにおける 2012 年度の損害保険の元受保険料は、678 億ユーロであり、前年から 3.6% の増加となった。コンバインド・レシオは 100 であった。

## I. はじめに

損保ジャパン総合研究所では、欧州の保険市場についての調査、分析を継続して行っている<sup>1</sup>。本稿の目的は、欧州の保険市場についての、情報、分析を継続的に提供する点にあり、直近年次（2012年、ただし一部は2011年）のデータを用いて、EUの損害保険市場の規模を確認した後、イギリス、ドイツ、フランスの主要3カ国の損害保険市場動向について概観してゆく。

## II. EU 損害保険市場

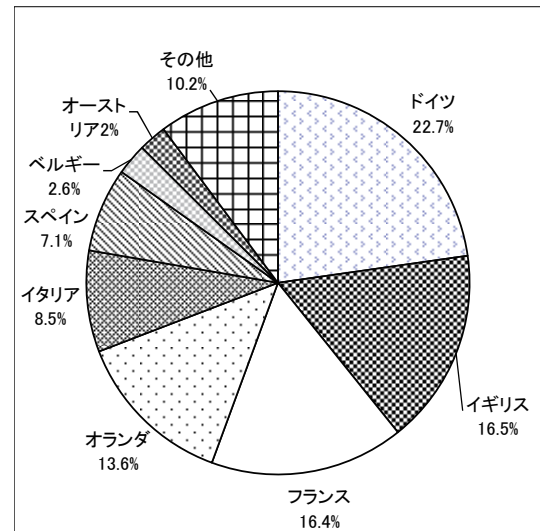
### 1. EU 損害保険市場の概要

欧州各国の保険協会の連合体である Insurance Europe（旧 CEA(Comite Europeen des Assurances)）によれば、EU 全体の 2012 年の元受保険料は 4,143 億ユーロと前年から 2.2%増加した。EU の損害保険市場の国別元受保険料シェアを見ると、2012 年はドイツ 22.7%、イギリス 16.5%、フランス 16.4%、オランダ 13.6%、イタリア 8.5%、スペイン 7.1%となっている<sup>2</sup>（《図表 1》参照）。

### 2. ソルベンシー II の動向

ソルベンシー II<sup>3</sup>の導入は延期されてきたが、2013年12月5日の欧州理事会によって、ソルベンシー II は 2016 年 1 月 1 日より適用となる旨が発表された<sup>4</sup>。

《図表 1》EU の損害保険市場の  
国別元受保険料シェア（2012 年）



(出典) Insurance Europe, “European Insurance in Figures”  
Feb.2014 より損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>1</sup> 損保ジャパン総研クォーターリー第 26 号「EU 市場における損害保険制度改革と保険自由化の影響」（1998 年 10 月）、第 32 号「1990 年代における欧州の金融・保険市場の変化と金融・保険事業者の動向—英国、ドイツ、フランスを中心に—」（2000 年 4 月）、第 41 号「欧州損害保険市場の最新動向—自由化後の現状と当事者の対応—」（2002 年 10 月）、第 43 号「欧州損害保険市場の最新動向—2001 年の実績と主要国市場の変化—」（2004 年 3 月）。第 46 号「欧州損害保険市場の最新動向—2005 年の実績とトレンド変化—」（2006 年 12 月）、第 54 号「EU 損害保険市場の最新動向—2008 年の実績とトレンド変化—」（2009 年 11 月）、第 56 号「イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向—欧州における金融監督規制改革の動向—」（2010 年 11 月）、第 60 号「イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向—イギリスの金融監督規制改革とイギリス、ドイツの自動車保険におけるダイレクトチャネル—」（2012 年 3 月）第 62 号「イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向—EU 仲介者指令の改正にともなうイギリス保険業界の反応とイギリス競争委員会による個人自動車保険の市場調査実施について—」（2013 年 3 月）を参照のこと。

<sup>2</sup> 2013 年 7 月にクロアチアが、EU に加盟したため、今回のレポートより、集計に加えている。

<sup>3</sup> 保険会社に対する従来のソルベンシーマージン（ソルベンシー I）の資本計量モデルが簡素でリスクを正確に計量できない等の問題があったとして、より精緻なソルベンシー II の検討が行われた。

<sup>4</sup> Official Journal of the European Union: Directive 2013/58/EU of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013.

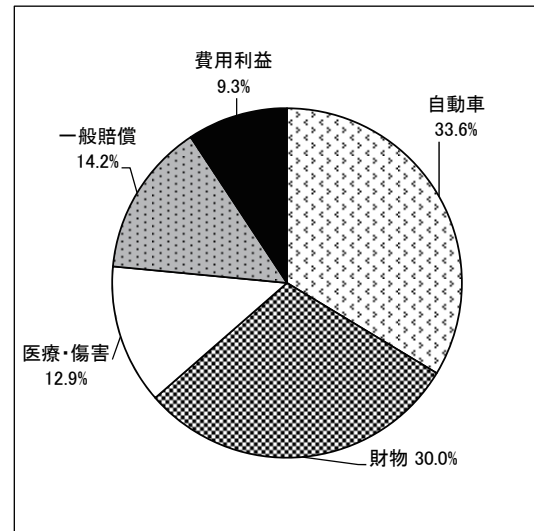
### Ⅲ. イギリス保険市場の概要

#### 1. 元受保険料

イギリス保険協会（Association of British Insurers、以下「ABI」という。）によれば、2012年のイギリス国内の損害保険全種目（除く海上・航空・運送保険）の元受保険料は448億ポンドと、前年から3.7%の増加となった<sup>5</sup>。

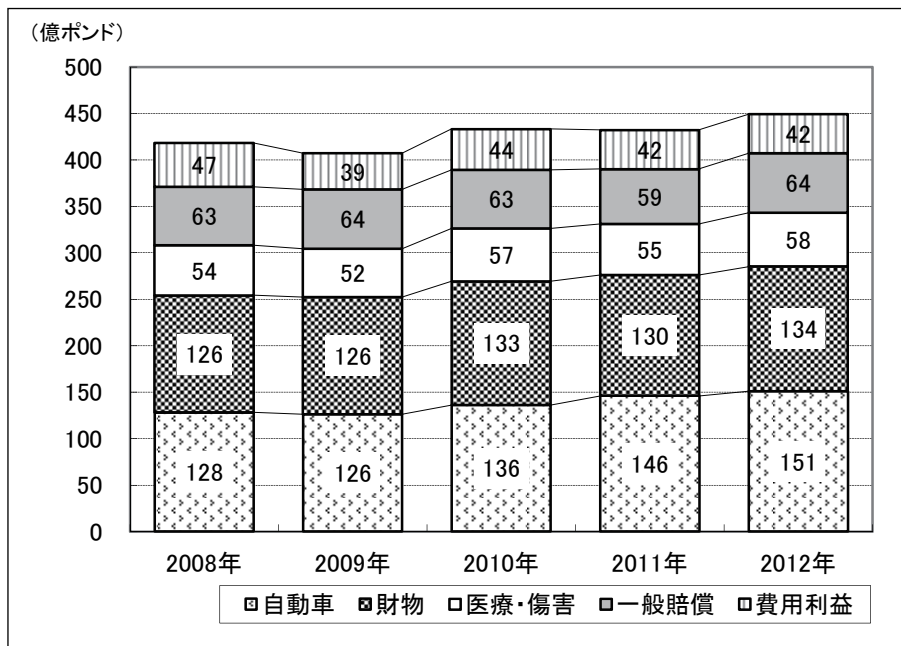
損害保険全種目に占める割合は、自動車保険が33.6%と最も大きく、次いで財物保険が30.0%であった（《図表2》参照）。2012年の種目別の元受保険料は、自動車保険が151億ポンドと前年の146億ポンドから3.4%の増加となり、財物保険が134億ポンドと前年の130億ポンドから3.3%の増加となった<sup>6</sup>（《図表3》参照）。

《図表2》 イギリスの保険種目別保険料内訳  
(2012年)



(出典) ABI, "Total General Insurance Market Statistics 2012"  
より損保ジャパン総合研究所作成。

《図表3》 イギリスの保険種目別保険料の推移 (2008年-2012年)



(注) 海上保険・航空保険・運送保険を除く。

(出典) 《図表2》に同じ。

<sup>5</sup> ABI, "Total General Insurance Market Statistics".

<sup>6</sup> 同上。

## 2. 保険引受収支

2012年のイギリス損害保険全種目の損害率は68.2%、事業費率は31.3%、コンバインド・レシオは99.5であった<sup>7</sup>（《図表4》参照）。コンバインド・レシオは2011年に100を下回ったが、2012年は再び上昇傾向となった。また、自動車保険の保険引受収支は、損害率が80.0%、事業費率が22.5%、コンバインド・レシオは102.5となっており、昨年と比べ、4.0ポイント悪化している<sup>8</sup>。

《図表4》イギリスの保険引受収支に関する指標の推移（2008年－2012年）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
損害率（%）	66.2	73.9	73.8	66.5	68.2
事業費率（%）	32.1	32.4	29.6	30.0	31.3
コンバインド・レシオ	98.3	106.3	103.4	96.5	99.5

（出典）《図表2》に同じ。

## 3. 販売チャネル

イギリスの損害保険においてはブローカーが中心的な役割を果たしており、2012年のシェアは55%であった<sup>9</sup>。次いでダイレクトが24%、公共機関・小売業・アフィニティが8%、銀行・住宅金融組合（building society）は7%、代理店は5%であった（《図表5》参照）。

個人向けの損害保険について、個人種目全体の35%、自動車保険に限ると49%がダイレクトチャネルであった<sup>10</sup>。個人向け自動車保険におけるダイレクトの割合は、2002年の39%から、2012年には49%に増加している。一方で、ダイレクト販売の増加に伴い、個人種目におけるブローカーのシェアは減少している。個人向け自動車保険における2002年のブローカーのシェアは42%であったが、2012年には33%まで減少している。

《図表5》イギリス損害保険市場のチャネル別シェア（全種目）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
ブローカー	56%	57%	57%	56%	55%
代理店	6%	6%	7%	5%	5%
銀行・住宅金融組合	10%	7%	7%	8%	7%
ダイレクト	22%	23%	23%	26%	24%
公共機関、小売業、アフィニティ	5%	5%	6%	5%	8%
その他	1%	1%	0%	1%	1%

（出典）ABI, “Product Distribution 2012” より損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>7</sup> 同上。

<sup>8</sup> ABI, “Motor income and outgo 2012”。

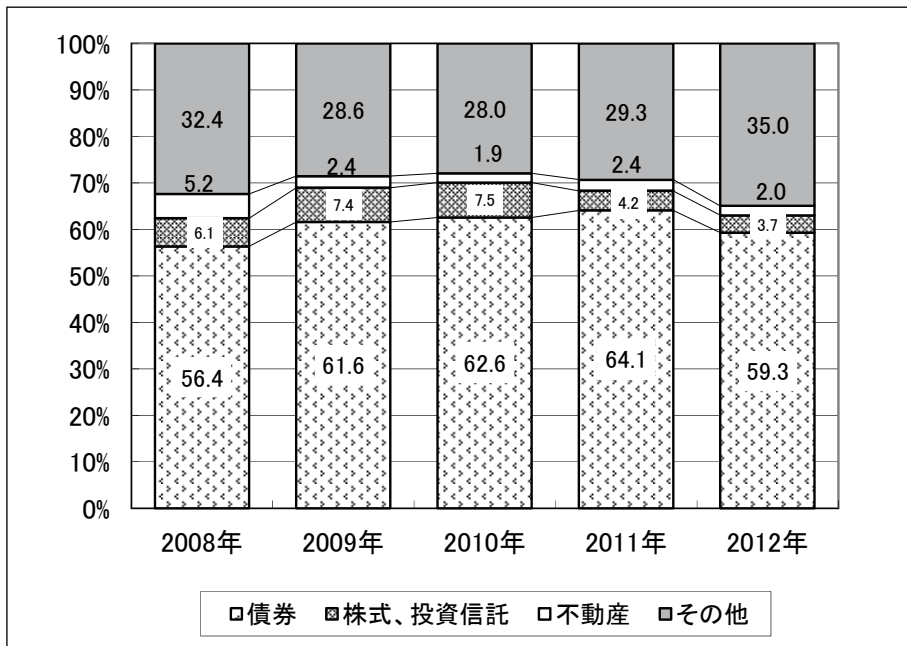
<sup>9</sup> ABI, “Product Distribution 2012”。

<sup>10</sup> 同上。

#### 4. 資産運用状況

イギリスの損害保険会社の運用資産は前年から17.3%増加し、1,231億ポンドとなった。2011年までは債券投資のウェイトが徐々に高まっていたが、2012年は債券投資のウェイトは減少した（《図表6》参照）。

《図表6》イギリスの損害保険会社のポートフォリオの推移（2008年－2012年）



(出典) ABI, “Worldwide General Business Investment Holdings” より損保ジャパン総合研究所作成。

### 《BOX》自動車保険におけるイギリスのジェンダー規制の影響

2012年12月21日より導入されたジェンダー規制に則り、EU域内では男女別保険料の設定が禁止されている<sup>11</sup>。中でもイギリスは自動車保険の男女の保険料の差が大きく、ジェンダー規制の導入は、特に若年層の女性ドライバーの保険料引き上げという形で大きく影響するのではないかと懸念されていた。

ジェンダー規制が導入されて1年が経過し、英国保険誌 POST によれば、イギリス自動車協会 AA (Automobile Association) を出典としたデータを示し、ジェンダー規制の影響は当初予想していたほど明確にはなっていないと報じている<sup>12</sup>。《図表7》は規制導入前後の平均自動車保険料の男女差を示したものである<sup>13</sup>。これによれば、10代、20代の若年層において保険料の男女差は縮小したものの、その差は30代以上の年齢層における男女差に比べて依然大きいことが見てとれる。また、イギリスの自動車保険の全体的な保険料の低下傾向が見られる中で<sup>14</sup>、導入前に予想されたような女性の自動車保険料が大幅に上昇したという結果は見られていない。

当初の予測と異なった要因のひとつに、女性向け自動車保険の存在がある。イギリスは、自動車保険のリスク細分化が進んでおり、各保険会社は、顧客セグメントを明確にし、高齢層、ハイリスク層等といった特定層をターゲットとする戦略を採っている。

イギリスでは、女性にターゲットを当てた保険商品は以前から存在してきており、女性向けの自動車保険を提供する保険会社は、概して男性に比較して損害率の低い女性顧客を取り込むという戦略を採ってきた。

ジェンダー規制導入後には、新たな女性向けの自動車保険が登場している。保険会社は、“Drive Like a Girl”や、“Girls Drive Better”といった若い女性を集客することを意図したネーミングの商品やカラフルなデザインのウェブサイトを作成し、保険購入者に対しては、女性に人気の店舗での買い物の際のキャッシュバックをつけるなど、女性に魅力のある商品を提供し始めた<sup>15</sup>。

性別を保険料設定の要素とすることを禁じるジェンダー規制下で、このように、女性に焦点を当てたマーケティングをし、その商品ポートフォリオの大半を女性顧客とすることで、商品価格の引き上げを要さないという新たな商品戦略を投じる保険会社が登場している。このような商品戦略が女性ドライバーの保険料の大幅上昇にはつながっていない要因になった可能性がある。

《図表7》イギリスにおけるジェンダー規制導入前後の自動車保険料の男女比較

	2012年10月末時点	2013年10月末時点
17歳－22歳	42	24
23歳－29歳	48	34
30歳－39歳	9	5
40歳－49歳	4	4
50歳－59歳	-4	-2
60歳－69歳	14	13
70歳以上	27	24

(注) 男性の保険料が女性の保険料より何%高いかを示している。

(出典) POST, “Gender Directive One Year on”, Jan. 14, 2014 より損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>11</sup> 詳細は、「損保ジャパン総研レポート vol.62」(損保ジャパン総合研究所、2013年3月31日) pp.39-40を参照のこと。

<sup>12</sup> POST, “Gender Directive One Year on”, Jan.14,2014, (visited Feb.21, 2014) <<http://www.postonline.co.uk/post/analysis/2321740/gender-directive-one-year-on>>.

<sup>13</sup> 同上。

<sup>14</sup> AA, “AA British Insurance Premium Index Quarter 4 2013”, Jan.23,2014,(visited Feb.21, 2014) <<http://www.theaa.com/newsroom/bipi/201401-bipi.pdf>>.

<sup>15</sup> POST, “Gender Directive New Tricks”, Aug.13, 2013, (visited Feb.21, 2014) <<http://www.postonline.co.uk/post/analysis/2287745/gender-directive-new-tricks>>.

#### IV. ドイツ保険市場の概要

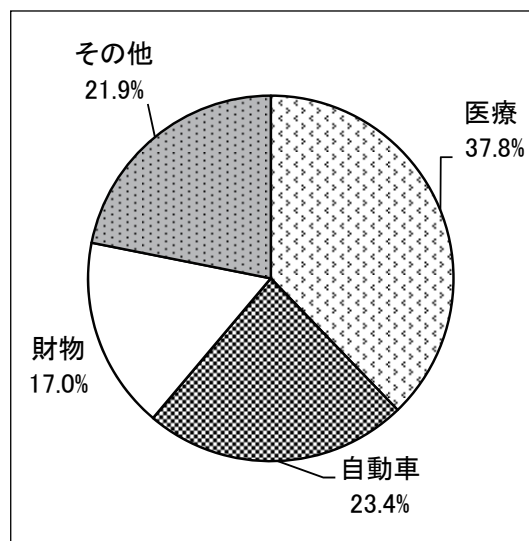
##### 1. 元受保険料

Insurance Europe によれば、2012 年のドイツ損害保険市場の元受保険料は 942 億ユーロと、前年から 3.2%の増加となった。

損害保険全種目に占める割合は、医療保険が 37.8%と最も大きく、次いで、自動車保険が 23.4%、財物保険 17.0%、その他が 21.9%である<sup>16</sup>（《図表 8》参照）。

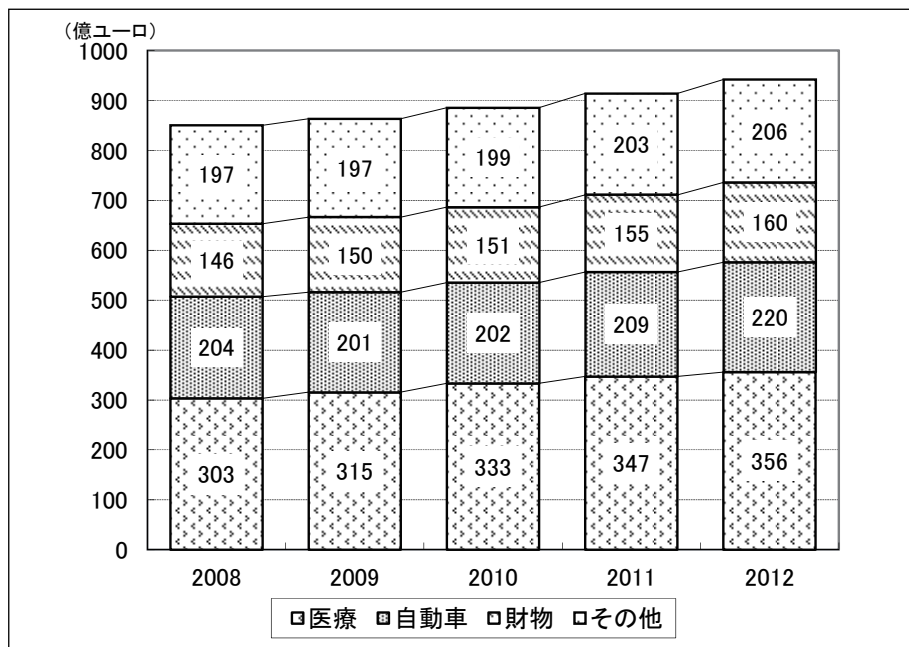
2012 年の種目別元受保険料は、医療保険が 356 億ユーロと、前年の 347 億ユーロから 2.6%の増加となり、自動車保険が 220 億ユーロと前年の 209 億ユーロから 5.2%の増加となった（《図表 9》参照）。

《図表 8》 ドイツの保険種目別保険料内訳  
(2012 年)



(出典) Insurance Europe, “Statistics N°48: European Insurance in Figures” より損保ジャパン総合研究所作成。

《図表 9》 ドイツの保険種目別保険料の推移 (2008 年—2012 年)



(出典) 《図表 8》 に同じ。

<sup>16</sup> Insurance Europe, “European Insurance in Figures”, Feb.2014.

## 2. 保険引受収支

2011年のドイツ損害保険全種目の損害率は77.4%、事業費率は19.8%となり、コンバインド・レシオは97.2であった。全種目のコンバインド・レシオはここ数年、100を下回って推移している（《図表10》参照）。自動車保険のコンバインド・レシオは102.6であり、100を上回るものの、2011年の107.4より4.8ポイント改善した<sup>17</sup>。

《図表10》ドイツの保険引受収支に関する指標の推移（2008年－2012年）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
損害率（%）	78.8	78.5	80.3	79.4	77.4
事業費率（%）	16.1	17.1	17.9	18.7	19.8
コンバインド・レシオ	94.9	95.6	98.2	98.1	97.2

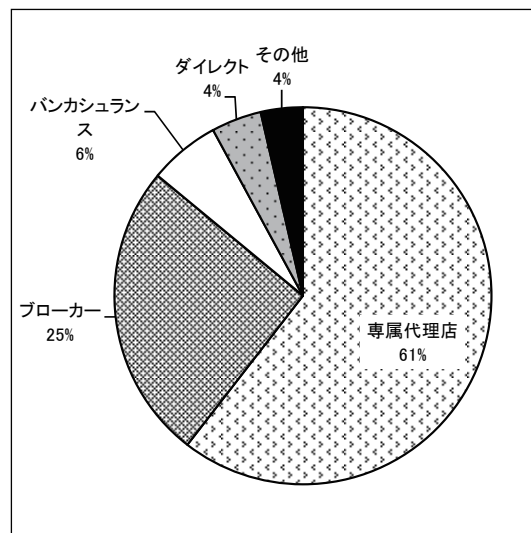
（注）除く医療保険。

（出典）GDV, “*Statistical Yearbook of German Insurance 2013*” より損保ジャパン総合研究所作成。

## 3. 販売チャネル

ドイツの損害保険においては専属代理店が中心的な役割を果たしており、Insurance Europe によれば、2011年のシェアは61%であった。次いでブローカーが25%、バンカシュランスが6%、ダイレクトが4%であった<sup>18</sup>（《図表11》参照）。

《図表11》ドイツ損害保険市場のチャネル別シェア（2011年）



（出典）《図表8》に同じ。

<sup>17</sup> GDV, “*Statistical Yearbook of German Insurance 2013*”.

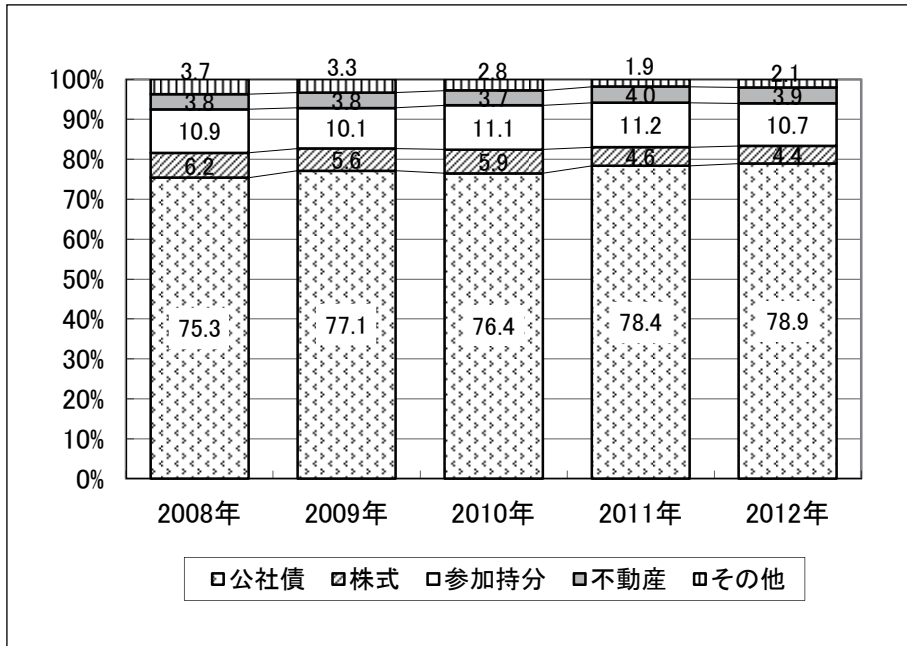
<sup>18</sup> 前脚注16。



#### 4. 資産運用状況

ドイツの損害保険会社の運用資産は前年より 69 億ユーロ多い、1,449 億ユーロであった。運用資産に占める割合が最も大きいのは公社債であり、78.9%であった。次いで参加持分 (Participating interests) 10.7%、株式 4.4%、不動産 3.9%であった<sup>19</sup> (《図表 12》参照)。

《図表 12》ドイツの損害保険会社のポートフォリオの推移 (2008 年 - 2012 年)



(注) 参加持分は、主に子会社や関連会社への投資。

(出典) 《図表 10》に同じ。

#### V. フランス保険市場の概要

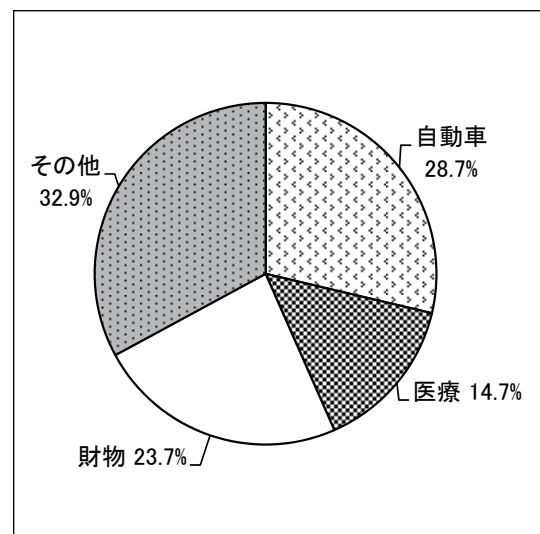
##### 1. 元受保険料

Insurance Europe によれば、2012 年のフランス損害保険市場の元受保険料は 678 億ユーロと、前年から 3.6%の増加となった。

損害保険全種目に占める割合では、自動車保険が 28.7%と最も大きい。次いで、財物が 23.7%、医療が 14.7%を占める (《図表 13》参照)。

2012 年の種目別の元受保険料は、自動車保険が 195 億ユーロと前年から 2.8%の増加となり、次いで財物が 161 億ユーロと前年から 4.7%の増加、医療は前年から 4.9%の増加となった (《図表 14》参照)。

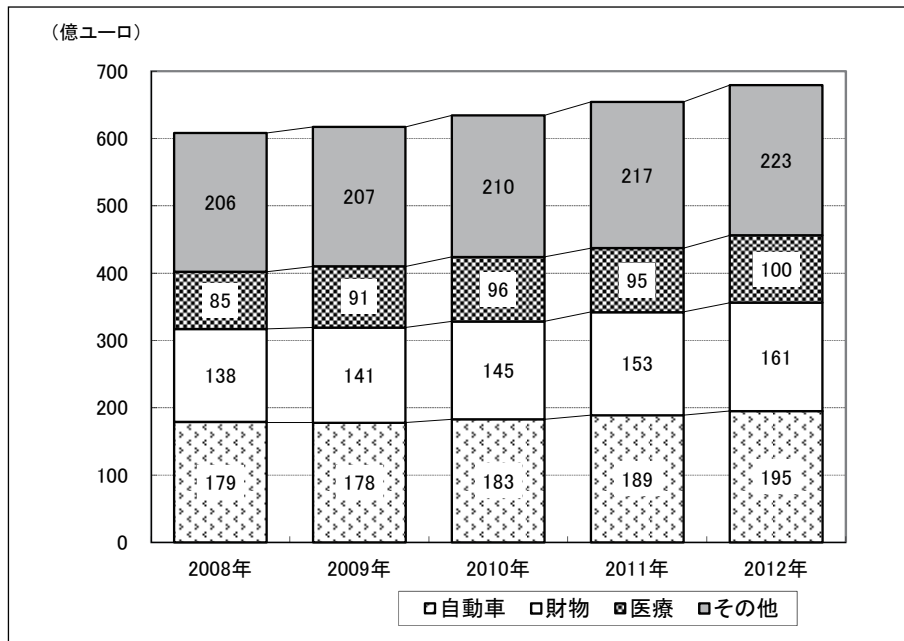
《図表 13》フランスの保険種目別保険料内訳 (2012 年)



(出典) 《図表 8》に同じ。

<sup>19</sup> 前脚注 17。

《図表 14》フランスの保険種目別保険料の推移（2008年－2012年）



(出典)《図表 8》に同じ。

## 2. 保険引受収支

2012年のフランス損害保険全種目のコンバインド・レシオは100であった（《図表 15》参照）。

《図表 15》フランスの保険引受収支に関する指標の推移（2008年－2012年）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
損害率 (%)	71	78	75	70	71
事業費率 (%)	29	26	27	29	29
コンバインド・レシオ	100	104	102	99	100

(出典) FFSA, “LES ASSURANCES DE BIENS ET DE RESPONSABILITÉ Données clés 2012”より  
損保ジャパン総合研究所作成。

2012年の自動車のコンバインド・レシオは103であった。2009年の109をピークに徐々に減少してきたが、2012年は2011年と同様となっている<sup>20</sup>。

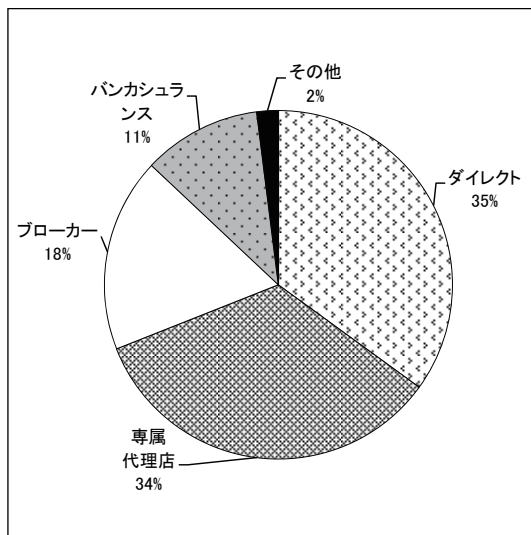
## 3. 販売チャネル

フランスの損害保険においては専属代理店とダイレクト（直販）が中心的な役割を果たしており、Insurance Europeによれば、2011年のシェアはダイレクトが35%、次いで専属代理店が34%、ブロー

<sup>20</sup> FFSA, “LES ASSURANCES DE BIENS ET DE RESPONSABILITÉ Données clés 2012”

カーが18%、バンカシュランスが11%であった（《図表16》参照）。ダイレクト比率が高いのは、保険会社の社員が営業所で直接販売をする直販相互保険会社が含まれていることによる。直販相互保険会社は、フランスの伝統的な保険会社の形態である。インターネットを通じたダイレクト販売のシェアは1~2%といわれている。

《図表16》 フランス損害保険市場のチャネル別シェア（2011年）



(出典) 《図表8》に同じ。