

マイクロ生命保険商品について

ニッセイ基礎研究所
片山 ゆき

1、はじめに

本報告では、マイクロ生命保険の商品を中心に、その展開状況（世界における普及状況）、新型コロナウイルスによる影響など直近の状況を整理する。また、デジタル化が進む中で商品の多様化も進んでおり、その課題や新たな役割についても検討する。

2、マイクロ保険・マイクロ生命保険

マイクロ生命保険商品として現在展開されているものは死亡（葬儀）、医療・傷害（交通事故の死亡・後遺障害などを含む）などのリスクに備える商品が挙げられる。

一般的にマイクロ保険を販売する保険会社はまず、定期保険やローンに付帯する信用生命保険のような強制加入のシンプルな保険の取扱いから開始する¹。次のステップとして、個人傷害保険、医療保険、貯蓄型の保険（養老保険、年金など）のような比較的複雑な保険のクロスセルなどへと続いている。一方、葬儀費用の補償、教育資金などを準備するための保険などもある。

3、世界における普及状況

2022年、マイクロ保険の加入者は34か国、最大2億2300万人が加入しているとされている²。地域別ではアジアの加入者数が最も多い1億3500万人、次いでラテンアメリカ・カリブ地域が5400万人、アフリカが3400万人となっている。また、導入国・地域は増加しており、2022年時点での市場規模は390億ドルとなった。これもアジアが159億ドルと最大の市場となっている。

2019-2020年は新型コロナウイルス禍の影響による収入の減少などから保険料負担が困難となるなど契約件数、加入者数、保険料総額とも減少した。しかし、2021年には世界においても経済が回復に向かって動き始めたことから、加入者数や1人あたりの保険料拠出額は2019年のコロナ前まで回復している。その背景にあるのは経済・消費の回復もさることながら、商品の多様性の強化、コロナ禍の非接触型消費の普及、デジタルプラットフォームの成長もある。ただし、デジタル・デバイド（情報格差）、個人情報保護、サイバーセキュリティなどの課題も浮き彫りとなっている。

¹ 竹内康恭（2017）「マイクロ保険の動向調査 フィリピン/インドネシア/スリランカ-FALIA マイクロ保険サーベイ 2017-」 P. 13、公益財団法人国際保険振興会。

² Microinsurance Network（2022）「the landscape of microinsurance」。

4、商品の多様化とデジタルプラットフォームの発展

マイクロクレジット（小額融資）のローン契約者向けの信用生命保険や事故による死亡・傷害・高度障害などを保障する傷害保険など伝統的なマイクロ生命保険が存在する一方で、低所得であるものの保険になじみのない若年層向けのライフスタイルに基づいた保険商品なども出現するなど、デジタル化の進展によって保険商品が多様化している。また、世界的にも課題となっている非正規労働者やギグワーカーの増加などセーフティネットが脆弱で所得が低い層に向けてもこれまでの死亡・傷害などの保障のみならず、就労の履歴や保険加入をアプリ上で登録することで本人の信用度を引き上げるなど、次のステップの就職や都市生活の向上につながる機能を付帯しているケースもある。デジタル化の進展、更にはデジタルプラットフォームの発展はマイクロ生命保険に新たな役割を發揮させている点についても検討する。

5、まとめ

マイクロ生命保険商品は、低所得者・貧困者が抱える死亡、傷害、医療といったリスクを付保する保険である。新型コロナ禍の影響も受けており、健康に対するリスク意識の向上から医療保険の需要が拡大する一方、収入の減少などから保険料負担が難しくなるなど加入者の減少もあった。新型コロナ以降、経済・消費の回復とともに需要も回復したが、コロナ禍はデジタルの更なる普及と保険商品の多様化をもたらすこととなった。それはデジタルを活用した手続きの利便性の向上のみならず、貧困や低所得の脱却に向けたサービスの提供にも及んでいる。ただし、デジタル・デバイド、個人情報の保護といった新たな課題にも直面している点にも留意する必要がある。