

TALとオーストラリアの生命保険市場

ケント・グリフィン CFO

2018年9月7日

TAL

オーストラリアの生命保険市場

市場規模は172億豪ドル⁽¹⁾。多様な販売チャネル・モデルで販売を通じて提供される

死亡保障保険、高度障害保険、重病保険、所得補償保険を提供

他国と異なり、生命保険市場の中心は保障性商品。銀行預金以外の主な貯蓄手段は、強制加入の年金基金制度 (superannuation)

上記年金基金に付帯する団体保険への加入により、生命保険の加入率は90%超と非常に高い水準

一方、消費者による自発的な保険準備意識は低く、保障額は必要な水準に達していない
(必要額のうち保険でカバーできているのは最小限の死亡保障の61%、所得補償の16%)

生命保険業界は、消費者保護と独立アドバイザーに係る大規模な構造改革、ならびに年金基金制度 (superannuation) に付帯する保険の重大な構造変化の時期を迎えている。

こうした要因により、個人保険市場の成長は各販売チャネルを問わず鈍化し、年金基金制度 (superannuation) に付帯する保険市場は縮小する見通し。

(1) 2018年3月末時点、保有契約年換算保険料ベース

保険市場・お客さま行動の変化

構造改革 (規制面)

1

豪州会社法改正（生保市場改革法案）

販売手数料の上限設定、フィナンシャル・アドバイザーの最低教育要件

2

生命保険業界の行動規範と連邦予算

生命保険会社と受託会社の行動規範を強化して顧客の信頼を確保
年金基金制度 (superannuation) 付帯保険の構造変化

3

消費者・監督当局からの要求

生命保険会社の行動規範に対する要求水準の高まり
王立委員会 (Royal Commission) の設立による極めて高い国民の関心

4

販売チャネルのビジネスモデル融合

アドバイザー、銀行窓販、年金基金、ダイレクト販売

5

自分で保険を選びたいお客さまの増加

主導権はお客さまへ

6

デジタル活用の増加

既存チャネル、電話、個人向けアドバイス等と合わせて活用

お客さま行動 の変化

生命保険販売における4つの主要チャネル

リテール

- › 15,000名の独立
フィナンシャル・アド
バイザー (IFAs)に
よる販売が大部分
- › IFAsは、お客さまの
ニーズに最も適した
生命保険商品を提
案

団体保険

- › 団体加入者全員に
対し、生命保険が提
供される
- › 大部分が年金基金
(superannuation) の
加入者に自動的に提
供される

ダイレクト

- › TALはダイレクト販
売における大手2社
の一角
- › お客さまは電話や
インターネットを通
じて、保険会社から
直接生命保険を契
約

銀行

- › 国内大手4銀行、準
大手3銀行による販
売
- › 銀行による保険事業
の売却の動きが広ま
る
- › 窓口で販売される
銀行商品と共に生
命保険を販売。ま
た、銀行顧客への
ダイレクトマーケ
ティングを実施

オーストラリアの生命保険市場におけるM&A取引

成長の鈍化、業界に大きな影響を及ぼす構造変化と規制改革を背景にM&Aが急増。

近年の事業統合は、銀行顧客や銀行窓販チャネルへのアクセス確保や事業規模拡大を狙うグローバル生保が主導

 	16年 6月	“Real Insurance” ブランド名で展開しているダイレクト販売の大手。44%の持分をカナダの年金基金に売却。事業価値は11億豪ドル。
 	16年10月	チューリッヒがマッコリー生命を全額出資子会社化。
  	16年10月	NABがMLCの持分80%を日本生命に売却。リテール保険と団体保険の事業を刷新。2019年末までにウェルスマネジメント事業からの撤退（上場も視野）を発表。
 	17年 9月	CBA LifeのAIAグループへの売却は当局の許可待ちのため未完了。CBAは残りのウェルスマネジメント事業と資産運用事業の分割も発表。
 	17年12月	ANZが生保部門 OnePath Life をZurichに売却することで合意。2018暦年末に売却完了予定。
 	18年8月	Suncorpの豪州生命保険事業Suncorp Lifeを買収することについてTALとSuncorpが基本合意書を締結。



約400万人のお客さま

アドバイザー5,300名とのパートナーシップ

核となる10の年金基金パートナー

核となる4つの戦略的提携先

1,600名の従業員

16億豪ドルの保険金支払

25,000件超の保険金支払件数

保障性市場においてシェア第1位(22%)

保有年換算保険料38億豪ドル

178百万豪ドルの個人保険新契約獲得は業界最大

(データは2018年3月現在)

大志

お客さまが自身の保障の価値を理解・評価し、必要な時に私たちがそばにいることを実感いただく



戦略的 優先事項

リーダーシップ

お客さま・パートナーのために正しく行動し、業界をリード

人財

高いパフォーマンス、既存事業を基盤に、信頼、チャンスに満ちた企業文化を醸成。お客さまの未来に資する新事業を模索

成長

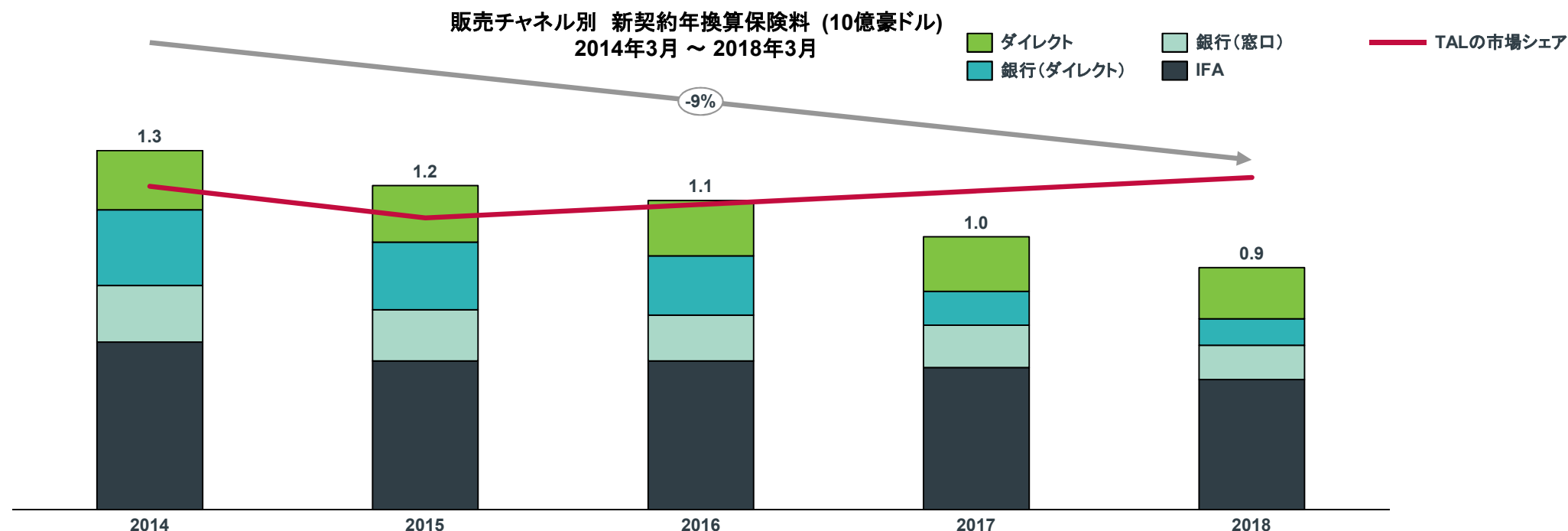
簡素化

業務・手段を簡素化し、迅速性と効率性を向上

財務実績

長期的に持続可能な財務実績の実現により、当社の存在目的と願望を成就

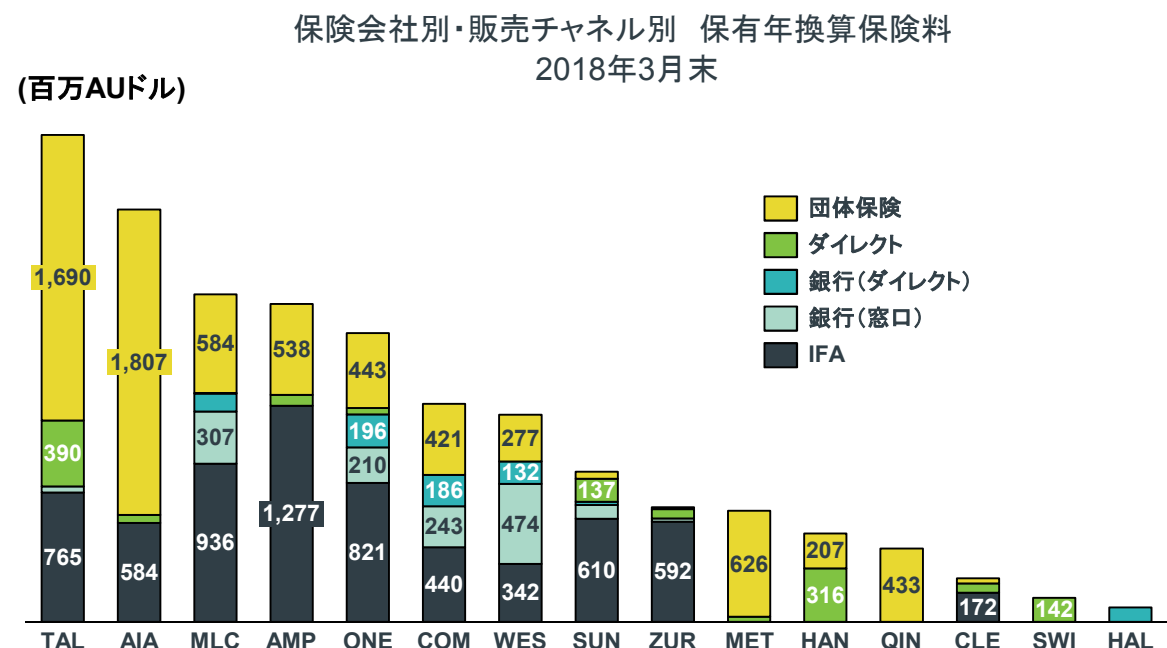
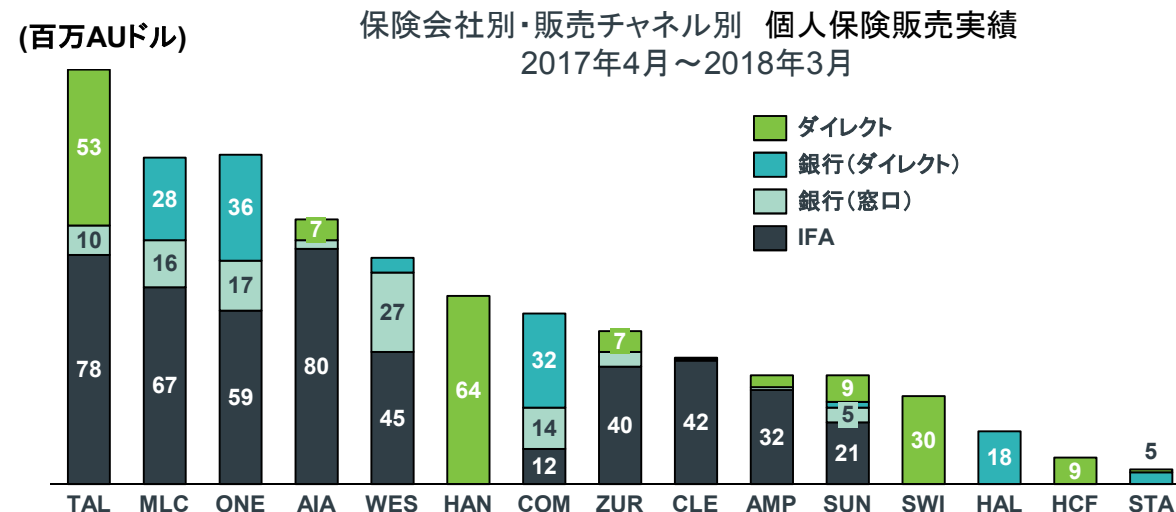
個人保険販売実績 2014年～2018年



- 個人保険市場の新契約状況は引き続き厳しい。市場全体で見ると直近では2014年の13億豪ドルから9億豪ドルへ30%、年率にして9%の減少。
- シェア拡大のための過当競争と制度改革の影響で各チャネルで新契約が大幅に減少した。
- この期間、TALは市場シェアを伸ばし、2018年には16%を占めるようになった。(Suncorpの生保事業買収の前の数値。)
- 最近の法改正はお客さまの意識や市場規模にネガティブな影響をおよぼすため、厳しい市場環境が続くと考える。このような厳しい環境下、TALは販売方法の多様化や新商品の開発に取り組む。

生命保険市場構造

- 2018年3月までの12ヶ月間、TALは個人保険販売で業界首位を堅持。
- オーストラリアの個人保険販売は市場全体で前年比▲9%（うちリテールは同▲11%）。
- リテールが引き続き最大のチャネルだが成長率が限定的となり、TALを含め多くのプレーヤーの事業に影響を与えている。
- ダイレクトや銀行など、他の販売チャネルの成長も厳しく、参入障壁も高い。生保市場全体が縮小しているという状況にはあるが、TALは今後市場シェアの拡大による成長を見込む。
- TALは個人保険及び全販売チャネル商品合計の市場シェアにおいて引き続きトップシェアを維持する見通し。
- M&Aにより競合環境に変化が生じ、市場の勢力図も塗り変わる見込み。



出所: NMG Risk Distribution Monitor, 2018

TALによるSuncorp Lifeの買収

Suncorpとのパートナーシップで目指すもの



より良いものを
お客さまへ

あらゆるチャンネルにおいて、商品、引受、保険金支払、データの活用などの分野で業界トップクラスのサービスをお客さまに提供



生命保険事業での
支援

Suncorpの生命保険事業戦略を今後2年間に渡ってサポート



ダイレクトチャネル
の成長回帰

TALが有するダイレクトビジネスのノウハウ・商品を活用してSuncorpのダイレクトチャネルを転換



リテールでの
ノウハウを統合

TALの商品、サービス、販売網を提供しながらも、既存の高能率のアドバイザーとの関係を維持

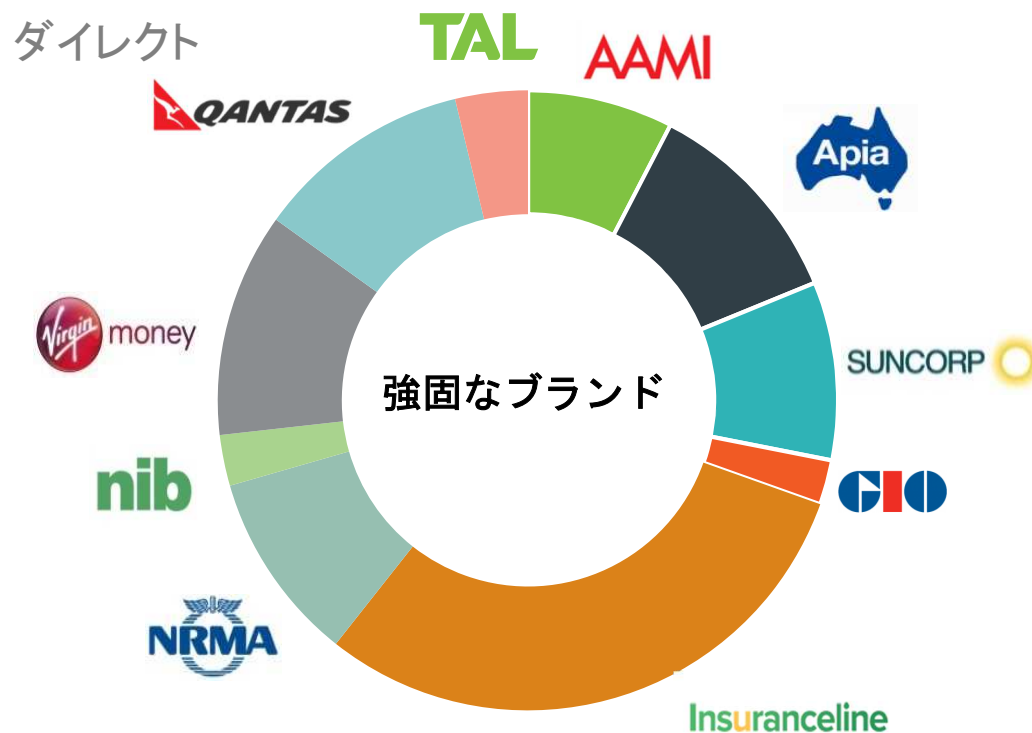


投資ビジネスにおける
スケールメリット

追加的な投資ビジネスポートフォリオの獲得によるスケールメリットを得る他、新商品も投入

オーストラリア市場におけるパートナーシップの広がり

リテール **TAL** +  Asteron Life Australia



団体保険 **TAL** +  SUNCORP

買収による効果:

既存の強固な提携網に
さらに5つのブランドを
追加

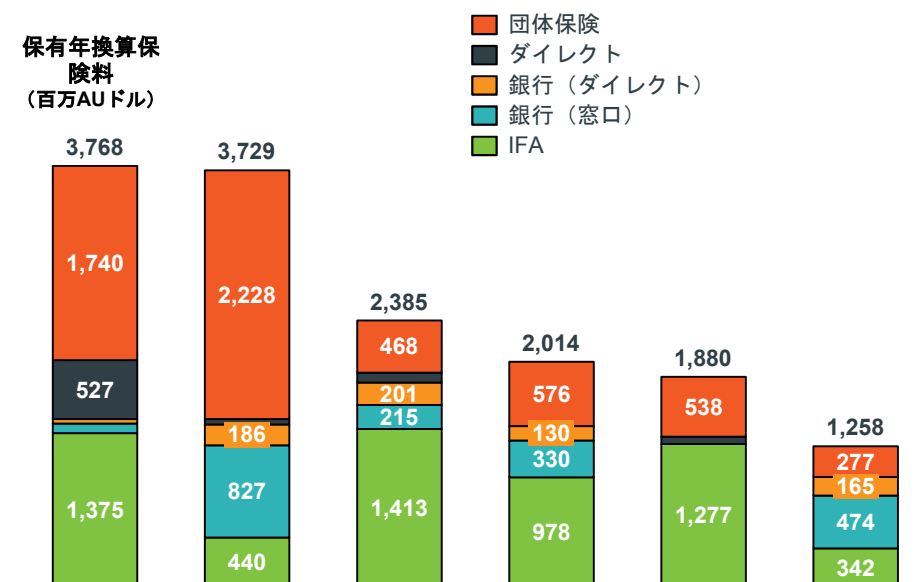
ポートフォリオの
多様化

ダイレクト市場での
トップシェアをより確
固たるものに

今後の市場勢力図

- 生保 & ウェルス業界の競合図は、一世代に一度の大きな変化が続く。
- 多くの銀行やウェルスマネジメント会社が、保有する生保事業について戦略的な選択肢を検討。
- CBAの戦略変更が実現し、AIAによるCBAのCommInsure（オーストラリア）と Sovereign（ニュージーランド）買収が2017年9月21日に発表された。買収価格は38億豪ドル。2018年内に買収完了予定。
- ANZの戦略変更も実現し、チューリッヒ生命によるANZの生保事業の買収が2017年12月12日に発表された。買収価格は29億豪ドル。2018年後半に買収完了予定。
- 上記の買収の後、AIAはオーストラリア市場において2位となる。TALは首位を堅持し、チューリッヒが3位に続く。
- ソニー生命は2018年4月に行使期限を迎えたコールオプションを行使せず、Clearviewの株式100%を取得しなかった。
- 近い将来、オーストラリア市場は4～5社のグローバル生保会社による寡占化が進む可能性が非常に高い。
- このような大規模な買収や資本の流れにより、新規参入会社が規模を拡大させ、オーストラリア生保市場の競合関係はさらに変化する。
- 設立された王立委員会 (Royal Commission) の今後の結果によっては、市場環境はますます変化し、さらなるM&Aを助長する。

生命保険会社トップ6社の競合関係(想定)

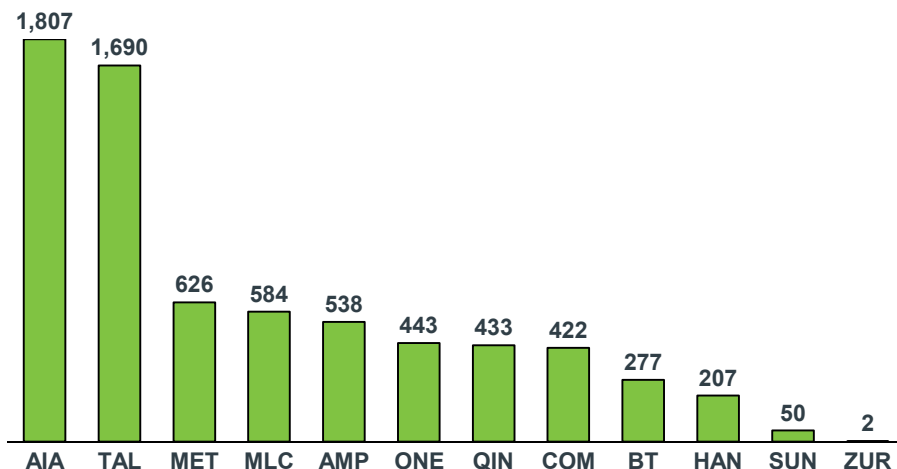


	TAL	AIA	ZURICH	MLC	AMP	W
総額 (百万豪 ドル)	3,768	3,729	2,385	2,014	1,880	1,258
% シェア	22%	22%	14%	12%	11%	7%

業界のリーダー – 団体保険戦略

保険会社・セグメント別保有年換算保険料(2018/3/31)

(百万豪ドル)



- › オーストラリアには強制加入型公的年金制度 (superannuation) がある。
- › TALはオーストラリアの年金基金トップ10のうち4基金に生命保険を提供するマーケット・リーダーである。
- › 団体保険は一定のシェアを得ており、更なる成長余地は少なくなっているが、TALにとっては長期的に持続可能な事業基盤である。
- › 生命保険以外の商品提供等の機会も期待される。

オーストラリアンスーパー



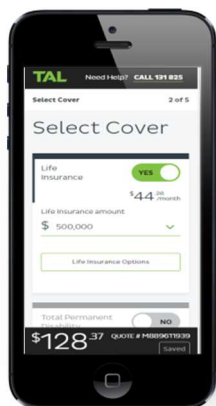
- › オーストラリアンスーパーは、オーストラリアの年金基金制度 (superannuation) における最大のファンドであり、預かり資産残高は1,200億豪ドル、加入者は200万人。
- › 2020年までの既存提携契約に加えて更に10年間(2030年4月まで)の契約延長を締結済み。
- › 現在、オーストラリアンスーパーでは毎年約2万人が自主的に保険金額の見直し・増額を行っているが、それに加えてオーストラリアンスーパーと協力して、保険金支払請求プラットフォームの導入、提供サービスのアップグレードを通じて、加入者とのグリップを強化を図っている。
- › 各加入者に対し他の保険商品の提案を検討。

- › 2018年の連邦予算は、団体保険の市場規模を大きく縮小させ、業界を変化させる見通し。
- › 法案で提示されている変更案によって、不利益を受ける団体加入者が数多く発生することが見込まれる。
- › KPMGの試算によれば団体年金付帯保険のカバーは半減する見通し。これは年間10億豪ドルの保険金の支払規模に相当し、これらが2019年の7月1日から支払われなくなることとなる。

出所: NMG Risk Distribution Monitor, 2018

TALの実用的なアプローチでお客さまの体験は大きく変化

保障内容ビルダー



自分で保険を選ぶお客さまに、選択肢を十分理解していただいた上で商品を選んでもらえるように

また、リテール販売と同じレベルの保障内容の商品を契約してもらえるように

新しいオンライン提案を可能とする機能



アルフレッド

営業時間外の見積比較対応をチャットボットで改善



Wunderwriter

ダイレクト販売におけるすべての契約の引受審査業務を自動化

TAL Consumer(オンライン直販プラットフォーム)とQuantas Assure 加入者に展開中

2016

2017

2018



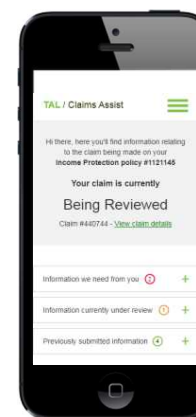
QANTAS ASSURE

提携パートナーと組み健康状態や積極的な健康増進活動に応じてお客さまに特典を与えるオンラインサービスを提供



Cora

保険金受給者が健康な日常生活に戻れるようにTAL独自開発の独立チャットボット Cora がサポート



保険金請求アプリ

請求手続きの透明性とシンプルさを団体保険のお客さまに

成長 – 最新のデジタル機能を導入

リテール

- › 独立アドバイザー向けTAL Adviser Centreのアップグレード等、市場をリードする新しいデジタル機能への投資
- › 即時で取引を検証・レビューするユーザー主導の設計
- › お客さまの契約内容、イベント等に関する独立アドバイザーへの幅広い情報提供
- › カスタマイズ可能なレポートの作成
- › 独立アドバイザー向け教育ツール、カスタマーマーケティング、販売管理支援へのアクセス向上



ツール一覧ページ

顧客との契約や見積りに関する活動とコミュニケーションがリアルタイムで分かる機能も含む。

見積り機能

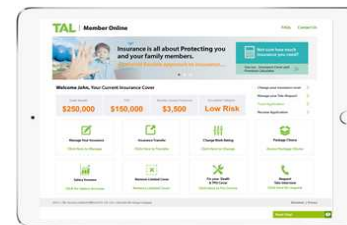
このフレキシブルな見積り機能を使えば、アドバイザーは1つの見積りで、ステップと標準の両方の保険料支払を設定できる。

団体保険

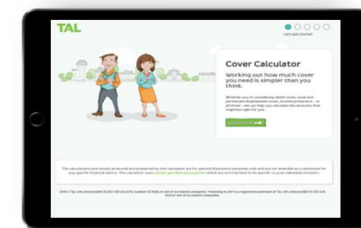
- › オンライン計算機能の導入等、団体加入者への情報提供を可能にするオンラインシステムへの投資
- › 紙での手続を不要にするオンライン即時申込アプリケーション
- › 保険関連手続が可能な団体向けポータルのアップグレード
- › 業務報告プラットフォーム
- › 団体加入者向けポータルを通じた個人保険の販売拡大



オンライン
申込フォーム



運用会社&メンバー専用
ポータル



オンライン計算機能

年金基金を通じて毎年4万人以上の団体加入者が
個々に保障を増額（新契約年換算保険料 40百万豪ドル）

成長 - 商品戦略と提案戦略アップデート

主要な4つのライフイベントと結びついたお客さまと団体パートナー向け商品提案

- 2016年、健康なお客さまへの保険料割引「HealthSense1.0」を開始
- 健康診断を受診しているお客さまへの保険料割引「HealthSense2.0」の実施（2018年度予定）
- 糖尿病を持病・既往症に持つお客さまへの保障（2018年度予定）

生命保険

「健康優良体向け」「障がい者向け」等のお客さまニーズ・対象に合わせた商品開発

- お客さまの健康な人生を支える生命保険・医療保険の戦略的提案
- 医療保険の販売開始（2018年度予定）
- 医療保険に上乗せする形での重大疾病保障商品を販売（2018年度予定）

学資保険

TAL Education Trust
TAL Education Bonds
TAL Education Saver

- 貯蓄/保障商品の開発
- 貯蓄/保障商品の販売開始（2018年度予定）
- 貯蓄商品Insurance Bondの検討（2019年度予定）

医療保険

医療保険と生命保険の統合
医療保険の提案

退職年金

年金の提案

長寿への備え公的年金と個人年金の活用

- 年金基金と共同実施した調査・商品設計が完了
- 政府・業界による関連制度・税制の導入検討遅延
- 現時点では消費者の関心を醸成する余地あり
- 更なる開発を保留中