

米国損害保険市場の最新動向 1999 年を中心として

目 次

- ・ 本稿の狙いと構成
- ・ 米国損害保険市場の動向
- ・ 個人保険分野をめぐる動向
- ・ 企業保険分野をめぐる動向
- ・ 米国金融制度改革法の概要とその影響
- ・ まとめ

主任研究員 長岡繁樹 研究員 中村 岳

要 約

・ 本稿の狙いと構成

本稿では、米国損害保険市場の最新動向を明らかにすることを目的とする。2000 年 8 月時点で利用可能な最新データは 1999 年のデータが中心となるが、一部は 2000 年もしくは 1998 年のデータも使用して分析する。また、保険会社の動向、個別保険種目等の動向については、極力最新の情報を織り込んで分析する。

・ 米国損害保険市場の動向

本章では、米国損害保険市場全体の動向について概観する。市場規模、主要保険会社ランキングとマーケットシェア、主要保険会社の最近の事業戦略、事業成績、規制・監督の動向等について概観する。

・ 個人保険分野をめぐる動向

本章では、米国損害保険市場の太宗を占める個人保険分野の動向について分析する。主要保険会社とシェア、個人保険分野をめぐる M&A の動向、個人自動車保険の動向、住宅所有者保険の動向、カリフォルニアの地震保険等について分析する。

・ 企業保険分野をめぐる動向

本章では、主要保険会社の動向とシェア、マーケットサイクルの変化、労災保険の動向、ブローカーの動向等を中心に分析する。

・ 米国金融制度改革法の概要とその影響

昨年 11 月に成立した金融制度改革法の概要と改革法成立後の影響について分析する。損害保険業界への影響として、銀行による保険販売および銀行と保険会社との経営統合の観点を中心に分析する。

・ まとめ

個人保険分野、企業保険分野いずれも競争が激化しており、各保険会社の事業戦略も特定の保険種目や事業に特化する動きが加速している。また、大手保険会社を中心とした事業の再構築と大手社へのシェアの集中が今後とも進むものとみられる。販売チャネルについては、複数チャネルを採用する保険会社が増えておりインターネットを活用する保険会社のシェアが伸びている。2000 年以降、労災等企業保険の一部の種目については、いきすぎた競争を修正すべく保険料値上げの動きがみられる。永らく続いた買い手市場は 1999 年を転換点として売り手市場に転じつつあるとの見方が一般的である。

・ 本稿の狙いと構成

1. 本稿の狙い

本稿では、米国損害保険市場の最新動向を明らかにすることを目的とする。米国損害保険市場は過剰資本を背景に依然として供給過剰の状態が続いているものと考えられるが、企業保険分野においては1999年にソフトマーケット¹の底を打ったとの見方が一般的である。事実、2000年に入り労働者災害補償保険(以下、「労災保険」と略す)など特定の企業保険分野においては保険料率の値上げの動きがみられている。また、大手保険会社を中心に特定の保険種目や事業をターゲットとした買収も活発化し、大手保険会社へのシェアの集中化が進んでいる。本稿では、常に変化している米国損害保険市場の最新動向を、主要な指標、データを用いて分析を行う。2000年8月現在で利用可能な最新のデータを使用しており、1999年のデータが中心となっているが、一部は1998年のデータもしくは2000年のデータもある。なお、保険会社の動向、保険種目等の動向については、極力最新の情報を織り込んで分析する。

2. 本稿の構成

本稿の構成については、まず前段として、第1章において、米国損害保険市場の動向について総括的な分析を行う。ついで後段としてマーケット別により詳しい分析を試みる。すなわち、第2章で個人保険分野をめぐる動向を、第3章で企業保険分野をめぐる動向について分析する。第4章で

は、昨年11月成立した金融制度改革法(The Gramm-Leach-Bliley Act of 1999)の概要と同法成立後の損害保険業界への影響について分析する。

・ 米国損害保険市場の動向

本章では、米国損害保険市場の動向について総括的な分析を行う。以下、1.損害保険市場規模、2.主要保険会社ランキングとマーケットシェア、3.主要保険会社における最近の事業戦略、4.事業成績等概況、5.規制・監督の動向、6.本章要約の順に整理する。

1. 損害保険市場規模

(1) 米国の市場規模と世界市場との対比

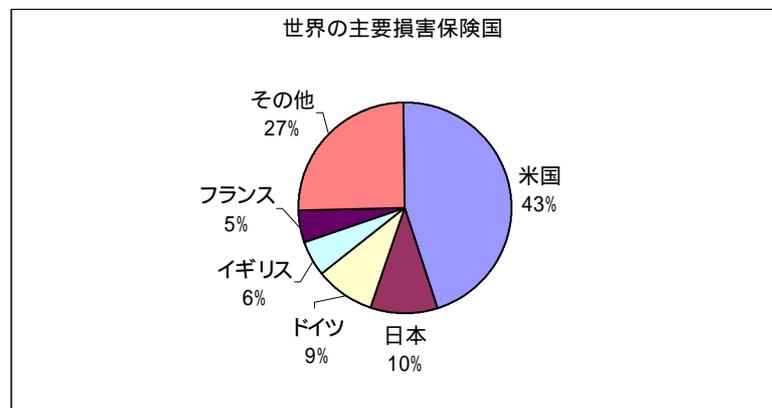
米国の1998年の損害保険料規模は正味計上保険料ベースで2815億ドルであり、世界の損害保険料シェアの40%をこえ世界最大のマーケットを構成している²。

各国別のシェアで見ると、第1位の米国は43.4%(昨年41.9%)と昨年よりシェアを上げている。以下、2位日本10.3%(同11.3%)、3位ドイツ8.8%(同8.9%)、4位イギリス6.4%(同7.4%)、5位フランス4.8%(同4.5%)の順であり上位5カ国の順位の変動はみられない(《図表1》参照)。

(2) 米国生命保険市場との対比

米国の損害保険と生命保険の市場規模を1998年の保険料ベースで比較すると、損害保険が44%、生命保険が56%であり、生命保険市場の方が大きい。

《図表1》1998年世界の主要損害保険国



(出典) 米国保険情報協会 ザ・ファクトブック 2000 アメリカ損害保険事情
(安田総合研究所、2000年)

《図表 2》米国における損害保険と生命保険の保険料推移

年	損害保険	生命保険
1989	208.4	189.2
1990	217.8(4.5%)	208.0(9.9%)
1991	223.0(2.4%)	205.5(-1.2%)
1992	227.5(2.0%)	216.7(5.5%)
1993	241.6(6.2%)	238.0(9.8%)
1994	250.6(3.7%)	252.0(5.9%)
1995	259.7(3.6%)	260.6(3.4%)
1996	268.6(3.4%)	285.2(9.4%)
1997	276.4(2.9%)	312.6(9.6%)
1998	281.5(1.8%)	355.3(13.7%)
89-98年増率	35.1%	87.8%

(出典) 《図表 1》に同じ、保険料単位億ドル、()内は対前年増率

最近の保険料の伸び率を比較すると、年金の急成長を背景とした生命保険の伸び率が高く、1998年是对前年比 13.7%と高増率であった。(《図表 2》参照)。

(3) 米国市場の成長性

成長性についてみると、正味計上保険料ベースの伸び率は 1998年が対前年比 1.8%、1997年が対前年比 2.9%と最近は低迷している(《図表 2》参照)。主な理由として、ソフトマーケットを背景とした厳しい料率競争があげられる。しかし、家計分野と企業分野とでは事情が異なり、一概に米国市場が成熟市場に達したとは言えない。

米国保険情報協会(Insurance Information Institute)のデータによると個人保険分野のシェアは 52%、企業保険分野のシェアは 48%であるが、1998年の保険料伸び率は個人保険分野が 4.1%、企業保険分野がマイナス 1.3%であり、個人保険分野の成長性が高い(《図表 3》参照)。

(4) 保険種目別市場規模

個人保険分野は自動車保険(約 80%)と、住宅所有者保険³(約 20%)の 2種目でほとんど占められている。個人自動車保険は全種目に対するウェイトで見ても 40%を超えており、単種目としては最大の保険種目である。その他、ヨット・モーターボート保険、個人アンブレラ保険⁴等があるがシェアとしてはごく僅かである。

企業保険分野としては、最大の保険種目が労災

保険⁵であり、次いで、一般賠償責任保険、企業自動車保険等が主要保険種目である(《図表 3》参照)。

(5) 販売チャネル別市場規模

販売チャネルの観点からみると、代理店販売制保険会社 53.3%、直販制保険会社 46.7%となっている。代理店販売制保険会社(Agency Company)のうち、全国代理店販売制保険会社(National Agency Company)は 1994年から 1998年にかけてマーケットシェアを 2.3%下げたが、地域代理店販売制保険会社(Regional Agency Company)は、同期間でシェアを 0.8%上げた。一方、直販制保険会社は、この 4年間でマーケットシェアを 1.6%上げた(《図表 4》参照)。

2. 主要保険会社ランキングとマーケットシェア

1999年末時点における正味計上保険料ベースでみた主要保険会社ランキングとマーケットシェアをまとめたのが《図表 5》である。上位 10社で損害保険市場の約 44%のシェアを占めている。最大の保険会社である State Farmは第 2位の Allstateを大きく引き離してトップの座を堅持しているが、最近はずかしながらシェアを下げている。上位 10社のうちランキングが前年度から上昇したのは、Farmers(4位から 3位に)、Nationwide(6位から 5位に)および Berkshire Hathaway(GEICO)(8位から 6位に)の 3社でいずれも個人保険分野に特化しており、保険料増率も業界平均を上回っている。Allstateの場合は昨年、CNAの個人保険ビジネス

《図表3》米国損害保険種目別収保規模(1998年) (単位100万ドル)

保険種目	正味計上保険料	収保ウェイト(%)	対前年増率(%)
個人自動車保険	117,290	41.7	3.3
住宅所有者保険	28,983	10.3	7.8
(個人保険分野合計)	(146,273)	(52.0)	(4.1)
労災保険	23,184	8.2	-3.6
一般賠償責任保険	19,018	6.8	-5.3
企業自動車保険	18,099	6.4	0.4
その他企業保険	54,114	19.2	0.7
(企業保険分野合計)	114,415	(40.6)	(-1.3)
傷害・健康保険	9,842	3.5	18.7
再保険	10,979	3.9	-6.5
全種目合計	281,509	100.0	1.8

(出典) 《図表1》に同じ

《図表4》販売チャネル別マーケットシェア:全損害保険種目

	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年
全国代理店販売制保険会社	32.8%	32.5%	31.5%	30.9%	30.5%
地域代理店販売制保険会社	22.0	21.9	22.3	22.6	22.8
代理店販売制保険会社合計	54.9	54.4	53.8	53.6	53.3
直販制保険会社	45.1	45.6	46.2	46.4	46.7

(出典) 《図表1》に同じ

《図表5》主要損害保険会社正味計上保険料ランキングとシェア

会社/グループ	得意分野	正味計上保険料	1998年MS	1999年MS
State Farm	個人	34,302 百万ドル	12.3%	11.9%
Allstate	個人	19,446	6.8	7.3
Farmers	個人	11,097	3.7	3.8
AIG	企業	10,526	3.8	3.7
Nationwide	個人	9,958	3.0	3.2
Berkshire Hathaway	個人	9,333	2.7	3.1
Travelers	企業と個人	8,530	2.9	2.9
CNA	企業	7,740	3.6	2.9
Liberty Mutual	企業と個人	5,885	2.6	2.9
Hartford	個人と企業	5,639	2.1	2.2

(出典) Best's Aggregates & Averages 1999年版, 2000年版

を買収したことも保険料の高い伸び率に寄与している。

一方、ランキングを下げたのは AIG(3 位から 4 位)および CNA(5 位から 8 位)の 2 社である。CNA は企業保険分野に特化しており、また、AIG も最近個人自動車保険分野に力を入れているものの、ウェートの企業保険分野の方が大きい。このため依然として厳しい料率競争の影響があったものと考えられる。CNA の場合は、個人保険部門を昨年 Allstate に売却したことで保険料の落ち込みが大きくなっている。

なお、最近、インターネット保険販売により急速にシェアを伸ばしている Progressive は 1999 年のランキングでは 11 位になっている。同社の動向については後述するが、引き続き二桁台の高増率を続けた場合は、2000 年時点でのトップ 10 入りはほぼ確実と考えられる。

3. 主要保険会社における最近の事業戦略

最近の米国損害保険会社の事業戦略のうち注目すべき点として、三点を指摘したい。すなわち事業分野の選択と経営資源の集中、販売チャネルの多様化そしてインターネットの活用である(インターネットの活用は販売チャネルの多様化としても捉えられるが、別項とした)。以下、順に述べる。

(1) 事業分野の選択と経営資源集中

まず第一点目は事業分野の選択と経営資源の集中である。3000 社を超える保険会社が存在する米国保険市場は個人保険分野、企業保険分野を問わず競争が厳しいことは周知の通りである。個人自動車保険については、1980 年代後半から 1990 年代初めにかけては、損害率が高く Cigna、Aetna、Travelers といった全国代理店販売制の保険会社は州レベルあるいは特定のマーケットレベルで引受制限を行っていた時期があった。このため、当時、引受制限もなく価格競争力の面でも有利であった State Farm、Allstate といった直販制の保険会社は着々とシェアを伸ばしてきたという経緯がある。

ところが、1994 年以降、個人自動車保険の損害率が改善してきたため、徐々に全国代理店販売制保険会社が積極的な引受姿勢に転じてきたこと、および、直販制保険会社と代理店制保険会社との経費率の差が縮まってきたため直販制保険会社の

価格競争力面での優位性が崩れはじめるという環境変化が起こってきた。また、1990 年代を通じて、GEICO、USAA 等の電話と DM による募集を行う通販保険会社がシェアを伸ばしてきた。さらに、1937 年創立の Progressive(代理店販売制保険会社)が迅速な損害査定サービスを武器として 1990 年半ば以降、毎年驚異的な増率をあげ、既述の通り上位 10 社に比肩するほどに成長し業界関係者の注目を集めるようになった。

すなわち、保険料規模が最大の保険種目であり、しかも損害率が他の保険種目に比べて相対的に低い個人自動車保険市場は参入者が多く競争はますます厳しくなっている。このため、個人保険および企業保険を満遍なく取り扱うマルチライン保険会社(Multi-line Insurer)⁶は生き残りが厳しく、特定の分野ないし保険種目に特化する動きが大手社中心に起こっている。この典型的な例としては Allstate による CNA 個人保険部門の買収である。これは、個人保険分野をさらに強化したい Allstate と企業保険部門に経営資源を集中させたい CNA の思惑が一致したものである。このような特定の分野をめぐる M&A の動きについては後記、個人保険分野をめぐる動向で詳しく述べる。

なお、上記のような動きとは別に、M&A を伴わない戦略的な販売提携の動きもある。たとえば、Travelers は個人自動車保険の通販大手の GEICO と提携し、住宅所有者保険を引受ない GEICO に対して商品を供給している。また、Travelers は生保大手の Metropolitan と提携し、労災と長期障害所得のセット商品を企業向けに販売している。

(2) 個人保険分野における販売チャネルの多様化

第二点目は個人保険分野における販売チャネルの多様化である。従来、直販制保険会社である State Farm、Allstate、Farmers、Nationwide および Liberty Mutual といった大手保険会社は専属代理店ないし自社直販社員により販売活動をおこなってきた。ところが、最近では、State Farm 1 社を除いて、すべて独立代理店との取引を拡大しつつある。大手生命保険会社傘下の損害保険会社である Metlife Auto & Home や Prudential Property & Casualty も従来の自社専属代理店だけでなく積極的に独立代理店との取引を拡大することによりシェアアップを図っている。

このような動きを加速させる要因の一つとして、独立代理店の専属代理店に対する競争力の向上が指摘できる。数ベースでみた場合、独立代理店は代理店業界における M&A の進展により過去 20 年間以上にわたり一貫して減少している。ただし、インターネットの活用を初めとして代理店事務の機械化進展により顧客対応力が向上しており、また代理店手数料率も最近の低下傾向により専属代理店との格差が縮まっているため価格競争力が増している。

では、代理店販売制保険会社の動向はどうだろうか。まず Travelers であるが、同社のチャンネルは従来、独立代理店のみであったが、1998 年、Citicorp との合併により Citigroup が誕生してから大幅に多様化した。傘下のプライメリカの 10 万人におよぶファイナンシャル・アナリスト(ただし、損害保険の販売資格を保持するのは一部)が新しい販売チャンネルとして加わった。大手百貨店 Costco の顧客に対する DM 通信販売、Citibank 顧客に対する DM 通信販売、そしてインターネットでの直販など販売チャンネルは多様化している。次に AIG であるが、同社は 1997 年、カリフォルニアの 20th Century(現在の社名は 21th Century)を傘下に収め自動車保険通販に本格的に進出した。また、同社は Nationsbank、Wells Fargo などの銀行と積極的に提携し銀行顧客に対する DM 方式での通販を展開している。

このように、いくつかの保険会社は既存の販売チャンネルに固執することなく、より効率的かつ競争力のあるチャンネルを積極的に開拓・採用している。

(3) インターネットの活用

第三点目はインターネットの活用であるが、個人保険分野における活用と主要保険会社、オンライン保険モール、企業保険分野における活用の順に整理する。

個人保険分野における活用と主要保険会社

損害保険業界においてインターネットによる保険商品案内や個人自動車保険の保険料見積もり等は既に一般的になっているが、保険契約の締結までインターネットで完結させる保険会社はまだ少ない状況である。すなわち、Datamonitor 社調査⁷

によれば、1998 年の時点では個人自動車保険がインターネットで販売された割合は 1%未満である。しかしながら、インターネットの普及に伴い 24 時間いつでも取引可能なインターネットでの保険加入を好む顧客層が増加しつつあること、販売コストの一層の引き下げのためにはインターネット取引を拡大せざるを得ないことなどから、主要保険会社は着実にインターネット取引の促進を図ってきている。

インターネット取引に最も積極的であるといわれるのは Progressive である。同社は個人自動車保険に特化した代理店販売制保険会社であるが、1998 年頃から本格的にインターネットによる保険販売を開始した。1999 年現在、同社の新規保険料のほぼ 3 割がインターネット取引によるものといわれている。同社は 47 州でインターネットで保険料比較見積もりサービスを実施しているが、オンラインで保険契約の締結まで可能なのは 23 州である。

最近、個人自動車保険に力を入れている AIG は 1999 年、aigdirect.com を通じて、自動車保険を初め住宅所有者保険、生命保険等個人向け商品のオンライン販売を開始した。また、1999 年、専属代理店および独立代理店を募集チャンネルとする Allstate はインターネットおよび電話による直販進出を発表した。さらに 2000 年 6 月、中堅損保の American Express Property Casualty はカードホルダーおよび一般消費者に対してインターネットを通じて個人自動車保険と住宅所有者保険の販売計画を発表した。同社ではカリフォルニア州からサービスを開始し 2000 年末までに 36 州でオンラインによる保険販売を展開する予定である。

上記のような各社の動向のうち Allstate による直販進出は、代理店制度を採用する全米第二位の損害保険会社であるだけに、業界へのインパクトは大きい。同社の場合、競争力強化のためには募集コストを引き下げざるを得ず、そのためにはインターネット等での直販進出は不可欠であると判断したと思われる。同社は 6500 人に及ぶ自社従業員代理店(employee agent)を独立代理店契約に転換するなど、思い切ったリストラ策を行っている。今後、メインの既存代理店チャンネルを維持しながら直販を展開することで業績を拡大できるかどうか成り行きが注目される。

オンライン保険モール

個人保険分野においては複数の保険会社の見積もり提供サービスを行うオンライン保険モールも発展している。オンライン保険モールの代表格は Insweb であるが、同社の場合、50 社以上の保険会社と提携しており、自動車保険、住宅所有者保険、定期生命保険等に関する商品内容情報と、複数の保険会社からの無料の見積もりサービスを行っている。Insweb が見込み客を保険会社に紹介した場合には、保険契約の成約の有無に関わらず所定の手数料を受け取る仕組みとなっている。

最近注目すべき動きとして、State Farm が 2000 年 4 月、Insweb との契約を解除するという事態が発生した。この背景としては、State Farm は、インターネットで顧客紹介を受けてもあくまで自社専属代理店により契約手続きを行うことを志向している点がある。すなわち、見込み客が Insweb にアクセスし料率見積もりの依頼をしても、最寄りの専属代理店に転送されてから保険料見積もりを行うため、どうしても料率提示が他社に比較して遅いという事情があった。従って成約に結びつく割合が低く、State Farm にとり Insweb との取引はメリットが薄かったものと推測される。

一方、Insweb においては、同社の収益の三分之一を占めていた State Farm が抜けることは事業継続にとり影響が大きく、同社ではリストラ策を含め事業戦略の見直しを図っている。

企業保険分野における活用

企業保険分野においては、保険商品内容が個別

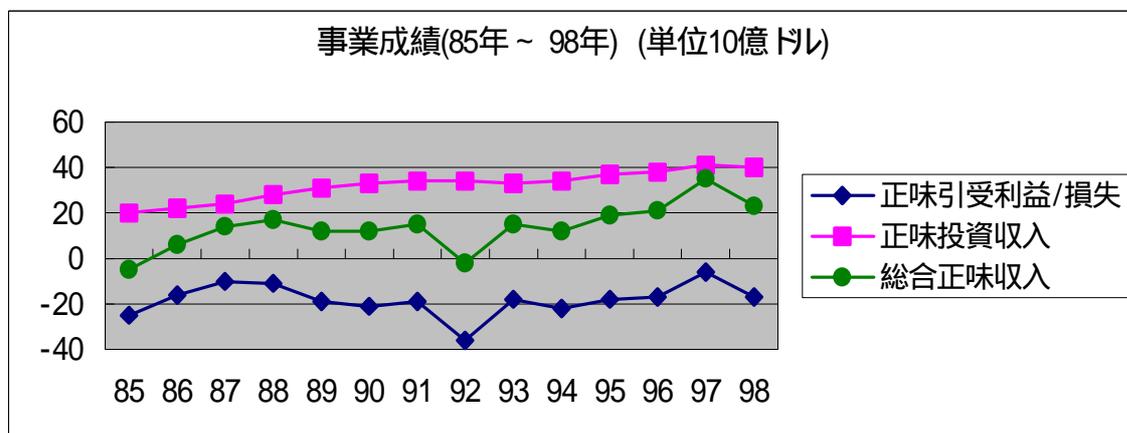
企業のリスクに対応した個別設計となっており各保険会社とも独自の引受基準をもっている。このため、企業分野に関わる保険はインターネット販売になじまず、また企業側のニーズも少ないと考えられる。むしろ、保険会社とブローカー(代理店)間の引受実務の迅速化・効率化の観点からインターネットが活用されている。たとえば、Chubb ではブローカー向けに建設工事保険の引受実務については求率から仮契約締結書(Binder)発行、証券発行、異動処理に至るまですべてインターネットでおこなうサービスを提供している。さらに、保険会社や大手ブローカーは大口企業顧客のために労災保険、企業自動車保険等のロスラン(Loss Run)⁸情報をインターネットで提供できる仕組みを構築するなど迅速な情報提供に努めている。

4. 事業成績等概況

(1) 事業成績

米国の損害保険事業は、本業の保険引受では事業利益を生み出すことができず、投資収益により引受損失をカバーし総合収支で利益を計上するという構造になっている点が特徴的である。ちなみに、1985 年から 1998 年までの業界全体の引受収支をみると、すべての年で事業損失を計上している。また、投資収益を合算した総合収益では、ほとんどの年で利益を計上しており、1985 年とハリケーン・アンドリューの発生した 1992 年の 2 回だけが総合収支においても損失を計上した(《図表 6》参照)。

《図表 6》米国損害保険業界事業成績推移



(出典) 《図表 1》に同じ

(2) 財務成績

次に、業界全体の財務成績をみている。1998 年は、保険料の伸び率が低く、保険金の支払額が増加したため、コンバインド・レシオ(契約者配当後)⁹は前年の 101.6 から 105.6 へ悪化した(なお、1999 年は 107.7 とさらに悪化した)。正味投資収入(主として株式配当と債券の金利による収入)は、3.9%減少した。損害保険業界の法定会計ベースでの利益率(ROE)は、1997 年の 11.9%から 1998 年の 9.2%に低下した《図表 7》参照)。なお、1999 年の税引き後正味利益額でみた上位 10 社のランキングは《図表 8》のとおりであるが、一般的にコンバインド・レシオが低いほど正味利益額が大きくなっている。

(3) 投資状況

1998 年、損害保険会社の運用資産は 7968 億ドルであるが、これは同年における総資産 9088 億ドルの 88%にあたる。運用資産の投資状況は、債券が投資全体の 65%を占めているが、10 年前に比較すると約 5%低下している。普通株への投資は、過去 10 年間増加傾向を辿り、1988 年の約 15%から 1998 年は約 24%に達した。増加分は主に事業会社株式である(《図表 9》参照)が、好調な株式市場が背景にあるものと考えられる。

(4) コンバインド・レシオ推移

最近 10 年間のコンバインド・レシオの推移を個人保険分野と企業保険分野別にみたのが《図表 10》である。1991 年以降、個人保険分野のコンバインド・レシオは連続して企業保険分野のコンバインド・レシオを下回っていることがわかる。これは、損害率の改善がすすんでいる個人自動車保険の影響が大きい。ただし、1999 年以降、自動車保険の損害率は医療費の値上がり率の上昇、修理費の上昇等により徐々に上昇傾向にある。

5. 規制・監督の動向

1999 年から 2000 年にかけて、保険規制・監督に関わる新しい動きとしては、昨年 11 月成立した金融制度改革法(The Gramm-Leach-Bliley Act of 1999:以下、「改革法」という)に規定されたプライバシー条項(個人情報保護の問題)の取扱いと保険募集人に関わる統一的な免許制度創設の動きが主

なものである。

(1) プライバシー条項の取扱い

改革法においては、金融持株会社傘下の金融機関同士あるいは提携的な関係にある金融機関同士では、無条件で消費者の金融情報(Financial Information)を交換できること、また、提携関係のない金融機関間では、消費者側から特別の反対の意志表示がない限り情報交換できる(Opt-out)と定められている(第 502 条(b))。また、改革法では個人の健康情報(Health Information)と金融情報との取扱いの差を設けていない。健康保険業界としては、個人の健康情報保護については金融情報より厳格に取り扱われるべきであるとの立場をとっている。改革法では、個人情報の取扱いについて州に対して連邦法より厳しい立法をすることを認めている。保険会社の個人情報の取扱いを定めたルールとしては、1980 年、NAIC¹⁰が定めた「保険情報プライバシー保護モデル法」(Insurance Information and Privacy Protection Model Act)¹¹が既にある。NAIC としては改革法による個人情報保護では不十分であると考えており、本モデル法の改定を前提に適切な消費者保護ルールづくりをめざし検討している。すなわち、NAIC では、ワーキンググループを設置し、定期的に消費者団体、損保・生保・健康保険の各業界団体、全米独立代理店協会(Independent Insurance Agents of America, Inc.)などの代表を招き、意見交換を精力的に行っているところである。

(2) 保険募集人に係わる統一的な免許制度

一方、保険募集人の免許については、改革法により 3 年以内に各州間で互換性のある免許制度(reciprocal licensing statute)を確立することがもともとめられており、26 以上の州が期限内に成立出来ない場合には連邦政府に対して全米登録代理店・ブローカー協会(National Association of Registered Agents and Brokers: NARAB)の設立を NAIC に対して命じることを認めている(第 302 条)。NAIC としては、連邦政府の規制面での介入は極力排除したい立場をとっており、2000 年 1 月、モデル法(Producer Licensing Model Act)を採択したところである。これまでのところ本モデル法に則り州保険法を改正した州は、ケンタッキー州など

《図表7》米国損害保険業界財務成績推移(1996年～1998年) (単位10億ドル)

	1996年	1997年	1998年	97-98 改善率(%)	96-97 改善率(%)
既経過保険料	263.4	271.5	277.7	2.3	3.1
既発生損害	206.4	197.7	211.8	-7.1	4.2
引受費用	70.8	74.9	77.9	-4.0	-5.8
契約者配当金	2.9	4.7	4.7	0.0	62.1
引受損失	-16.7	-5.8	-16.7	-187.9	65.3
投資収入(注1)	37.5	41.3	40.1	-3.9	9.2
事業利益	20.8	35.5	23.4	-34.1	70.7
実現資産売却益	9.2	10.8	18.0	66.7	17.4
税引前所得	30.0	46.3	41.4	-10.6	54.3
税引後利益	24.4	36.8	30.8	-16.3	50.8
正味計上保険料	268.6	276.4	281.5	1.8	2.9
資産	802.3	872.1	908.8	4.2	8.7
剰余金	255.5	309.8	333.3	7.6	21.2
契約者配当後コン バインドレシオ	105.8	101.6	105.6	-3.9	4.0
法定会計ベース 利益率(注2)	9.5%	11.9%	9.2%	-----	-----

(注1) 投資収入にはその他収支を合算している。

(注2) 法定会計ベース利益率は税引後利益を剰余金で除した数値である。

(出典) 《図表1》に同じ

《図表8》1999年正味利益ベース上位10社ランキング

保険会社名	正味利益額	コンバインドレシオ
Allstate	1,996,294千ドル	99.23
AIG	1,605,858	99.45
Travelers	1,548,648	102.33
St.Paul	843,318	106.48
Berkshire Hathaway	803,820	108.87
State Farm	792,337	109.90
Zurich	667,638	111.37
Chubb	605,098	104.33
CGU	581,414	106.55
Nationwide	522,208	108.86
業界平均	-----	108.09

(出典) Best's Viewpoint Aug7.2000 より安田総研にて作成

《図表 9》米国損害保険会社の投資状況(投資全体に対する割合)

投資対象	1988 年	1993 年	1998 年
債券	70.3 %	72.06%	65.24%
国債	17.89	21.59	12.62
外国債	0.87	0.97	1.00
州債、地方債	11.60	11.50	11.75
特定財源債	24.77	21.83	20.26
普通株	14.83	15.77	23.61
事業会社株式	7.79	9.06	15.19
親会社・子会社・関連会社	4.75	4.56	5.22
銀行・保険	1.21	1.21	2.28
優先株	2.47	2.02	1.50
事業会社株式	0.95	0.85	0.66
銀行・保険	0.25	0.29	0.46
その他	12.36	10.16	9.64
現金/短期投資	8.56	6.42	5.81
不動産	1.32	1.50	1.11

(出典) 《図表 1》に同じ

《図表 10》コンバインド・レシオ(契約者配当後)の推移

年	全種目合計 コンバインド・レシオ	家計物件 コンバインド・レシオ	企業物件 コンバインド・レシオ
1989	109.2	109.9	108.7
1990	109.6	109.8	109.4
1991	108.8	107.1	110.2
1992	115.7	112.5	118.8
1993	106.9	103.9	109.6
1994	108.4	104.5	112.1
1995	106.4	103.5	109.4
1996	105.8	104.9	106.7
1997	101.6	99.8	103.4
1998	105.6	104.3	107.3
1999	107.7	105.4	109.6
2000	108.5 予測	-----	-----

(出典) Best's Aggregate & Average 1999 年版、2000 版

数州にとどまっている模様であるが、保険募集人の免許維持のための継続的研修の要件に関して反対している州もあり、期限内に過半数の州がモデル法に則ったり立法化するかどうか成り行きが注目される。

その他の動向として、労災保険業界に対する経営監視強化の動きがある。労災保険業界については 1990 年代半ば以降厳しい保険料率競争が続いてきたが、1999 年以降、損害率の上昇、準備金の積み立て不足などにより労災保険業界の収支構造は

急激に悪化してきている。このため、2000 年に入り、NAIC ではワーキンググループを設立し労災保険業界の動向を監視するとともに、各州保険庁に対して適切な対応策を採るよう適宜アドバイスを行っている。労災保険の動向については第 4 章で取り上げる。

6. 本章要約

世界最大の損害保険市場である米国市場の最近の保険料伸び率は 2%~3%程度であり、成長力は鈍化している。これは、保険業界における過剰資本を背景としたソフトマーケットが 1990 年代初頭より今日まで依然として持続していることが大きな要因として考えられる。米国市場は個人保険分野と企業保険分野に大きく二分されるが、成長性および収益性の両面から個人保険分野の方が注目されており市場参加者も拡大している。このため個人保険分野の競争は激化しており、大手社間を中心として当該分野をターゲットとした M&A が活発化している。個人保険分野および企業保険分野双方を取り扱うマルチライン保険会社は生き残りが厳しくなっており、CNA や St. Paul のように個人保険分野を売却し企業保険分野に特化するなど事業分野の選択と集中が進んでいる。また、販売コストの削減や募集の効率化を目的とした販売チャネルの多様化、インターネットの活用の動きが強まっている。

1998 年の業界全体の業績は、保険料の伸びが低く、保険金の支払い額が増加したため、コンバインド・レシオは前年の 101.6 から 105.6 へ悪化した(1999 年は 107.7 とさらに悪化)。ただし、投資収益で保険引受損失を相殺しており総合収支では黒字を維持するという基本的な構造は変わっていない。

規制・監督の動向としては、1999 年 11 月、改革法が成立したことによりプライバシー条項の取扱と保険募集人に係る統一的な免許制度の取扱が NAIC 中心に検討されている。

1. 個人保険分野の動向

本章では、1999 年のデータを用いて個人保険分野をめぐる動向について分析する。以下、1. 主要保険会社とマーケットシェア、2. 販売チャネル別

マーケットシェア、3. 個人保険分野をめぐる M&A の動向、4. 個人自動車保険の動向、5. 住宅所有者保険等の動向、6. 本章要約の順に整理する。

1. 主要保険会社とマーケットシェア

個人自動車保険と住宅所有者保険について主要保険会社ランキングとシェアをまとめたのが、それぞれ《図表 11》と《図表 12》である。まず個人自動車保険についてみる。トップの State Farm は 3 年連続でシェアを下げている。大きくシェアを伸ばしているのは Progressive(対前年増率 16.6%)と Berkshire Hathaway(対前年増率 18.7%)傘下の GEICO である。なお、上位 10 社入りはしていないが、個人自動車保険部門にも力を入れている AIG は 11 位にランクされている。業界平均の保険料増率は厳しい料率競争を反映して 1.1%と低増率である。上位 10 社合計のシェアは 59.4%であり、上位社へのシェアの集中が進んでいる。

次に、住宅所有者保険についてみる。トップの State Farm はこの分野でもシェアを下げている。専属代理店制度を採用している American Family Ins Group が 14.3%と高増率を上げた。業界平均の保険料増率は 4.7%である。上位 10 社合計のシェアは 61.3%である。

2. 販売チャネル別マーケットシェア

個人自動車保険と住宅所有者保険について販売チャネル別シェアをまとめたのが、《図表 13》である。個人自動車保険では、地域代理店制販売会社と通信販売保険会社がシェアを上げている。一方、住宅所有者保険については直販制販売会社がシェアを上げている。個人自動車保険、住宅所有者保険とも代理店チャネルが圧倒的なシェアを占めている。

3. 個人保険分野をめぐる M&A の動向

個人自動車保険の市場競争は厳しさを増していることは既述の通りであるが、スケールメリットを持ち経費率が相対的に低い大手社へのシェアの集中が進んでいる。このような市場環境をバックに、最近では個人保険分野のみをターゲットとした部分的な買収が注目される場所である。代表的な例として Allstate による CNA の個人保険部門買収と、MetLife Auto&Home による St. Paul の個人

《図表 11》1999 年個人自動車保険主要保険会社ランキングとマーケットシェア推移

(保険料単位 100 万ドル、MS はマーケットシェア)

保険会社名	正味計上保険料	前年増率	1997 年 MS	1998 年 MS	1999 年 MS
State Farm	22,414	-3.4%	20.5%	19.7%	18.9%
Allstate	14,523	-0.3	12.3	12.4	12.2
Farmers	6,753	-2.1	6.0	5.9	5.7
Progressive	5,710	16.6	3.7	4.2	4.8
Nationwide	5,206	2.8	4.3	4.3	4.4
Berkshire Hathaway	4,821	18.7	3.0	3.5	4.1
USAA	3,740	5.8	3.1	3.0	3.1
Liberty Mutual	2,651	-0.1	2.2	2.3	2.2
American Family	2,397	6.5	1.8	1.9	2.0
Travelers	2,360	3.6	1.7	1.9	2.0
業界合計	118,887	1.1	----	---	---

(出典) A.M.Best, “ Best s Review ”, July 2000

《図表 12》1999 年住宅所有者保険主要保険会社ランキングとマーケットシェア推移

(保険料単位 100 万ドル、MS はマーケットシェア)

保険会社名	正味計上保険料	前年増率	1997 年 MS	1998 年 MS	1999 年 MS
State Farm	7,290	4.3%	23.0%	22.7%	22.6%
Allstate	3,723	4.8	11.3	11.5	11.5
Farmers	2,237	3.6	6.7	7.0	6.9
Nationwide	1,439	8.9	4.2	4.3	4.5
Travelers	1,170	4.7	3.5	3.6	3.6
USAA	1,133	8.8	3.4	3.4	3.5
Chubb	738	9.7	2.1	2.2	2.3
Safeco	737	2.7	2.4	2.3	2.3
American Family	663	14.3	1.8	1.9	2.1
Liberty Mutual	651	3.0	2.0	2.1	2.0
業界合計	32,290	4.7	---	---	---

(出典) A.M.Best, “ Best s Review ”, July 2000

《図表 13》個人自動車保険、住宅所有者保険チャネル別マーケットシェア推移

	個人自動車保険			住宅所有者保険		
	1996 年	1997 年	1998 年	1996 年	1997 年	1998 年
全国代理店販売制保険会社	13.4%	13.4%	13.8%	20.0%	19.7%	19.3%
地域代理店販売制保険会社	18.8	19.2	19.1	18.0	18.2	17.5
専属代理店販売制保険会社	60.1	59.5	59.0	58.0	57.9	59.1
通信販売保険会社	7.7	7.9	8.2	4.0	4.2	4.2

(出典) IIAA(Independent Agents of America, Inc.以下、「IIAA」と略す) 資料より作成

保険部門買収がある。これは、競争の厳しい個人保険分野においては、クリティカル・マス(critical mass:損害保険業界においては収益性を維持できるだけの一定規模以上の保険料実額のこと。以下、「クリティカル・マス」という)を確保することが益々重要になっているためであり、今後とも個人保険分野をめぐる M&A は続くものと考えられる。

(1) Allstate と CNA の取引

Allstate は State Farm に次ぐ業界第 2 位の損保であるが、近年人口増加率が高いヒスパニック系住民に対する個人保険においては全米一のシェアを持っている。元々専属代理店制度のみを採用する会社であったが、既述の通り近年は独立代理店との取引を拡大しつつあった。背景としては、競争激化に伴いコスト負担の大きい専属代理店制度を縮小しようとする狙いが根底にあったものと考えられる。同社は、1999 年 6 月、CNA の個人保険部門を 12 億ドルで買収することを発表した。この結果、同社は独立代理店経由での保険料が一挙に 3 倍に増えることとなった。ただし、CNA と取引のある独立代理店経由の保険契約については買収後 6 年間は CNA Personal のブランド名で保険証券の発行を行うこととしている。

一方、CNA は企業保険分野においては AIG に次いで第 2 位の大手であるが、元々個人保険分野も扱うマルチライン保険会社であった。ただし、近年業績の低迷もあり得意分野である企業保険分野に経営資源を集中するため、今回 Allstate との取引に合意したものである。

(2) MetLife Home&Auto と St.Paul の取引

MetLife Home&Auto は 1972 年、米国最大の生保 Metropolitan Life の損保子会社として設立され、専属代理店主体で個人保険の募集を開始した。その後、同社は 1980 年代後半から 1990 年代にかけて J.C.Penny の個人保険分野、Crum & Forster、Reliance の個人保険分野などを買収し業容を拡大してきた。個人保険部門の強化を図りかつ収益性の向上を図るためには、クリティカル・マスの確保が重要であり、同社では個人保険分野においてトップ 10 ランキング入りを大きな戦略目標の一つとしている。

同社としては最近の個人自動車保険の伸び率は年率 2%から 3%台と低率であり、早期に目標を達成するためには買収以外にないと考えていた。このような背景の下、同社は 1999 年 7 月、St.Paul の個人保険部門を 6 億ドルで買収することを発表した。1999 年の個人自動車保険部門における MetLife Home& Auto のランキングは 14 位に止まったが、トップ 10 ランキング入りは視野に入ってきたものと考えられる。一方の St.Paul は CNA と同様、企業保険分野に特化する目的で今回の売却を行ったものである。

4. 個人自動車保険の動向

個人自動車保険に関する最近の動向を分析する。(1)コンバインド・レシオの動向、(2)主要保険会社の販売戦略、(3)カリフォルニア州における無保険者対策(4)剰余市場の順に整理する。

(1) コンバインド・レシオの動向

個人自動車保険のコンバインド・レシオは賠償責任リスクに係わるものと衝突および包括リスクに係わるものとに分かれる。衝突および包括リスクに係わるコンバインド・レシオは 1990 年代を通じ、1996 年を除き一貫して 100 を切っているが、賠償責任リスクに係わるコンバインド・レシオは 1993 年以降 110 を下回り、以来一貫して改善傾向を続けてきた(《図表 14》参照)。

ところが、1999 年以降、医療費の値上がり率の上昇、修理費の上昇等によりコンバインド・レシオは上昇傾向に転じている。このため、1999 年後半から 2000 年始めにかけて、Progressive、GEICO および SAFECO 等で保険料率の値上げの動きがみられるが、業界最大手の State Farm および第 2 位の Allstate は保険料値上げに向けて具体的な動きをしていないため、損害保険業界としてマーケットがハードマーケットに転じるかどうかは微妙な状況である。

(2) 主要保険会社の販売戦略

最近の保険会社の販売戦略のうち注目すべきものとして、ノンスタンダード市場への進出、職域募集と類縁団体募集の強化、銀行業務への進出の三点について述べる。

《図表 14》個人自動車保険コンバインドレシオ(契約者配当後)推移

年	賠償責任	衝突および包括
1990	118.4	94.6
1991	114.1	89.5
1992	110.0	88.5
1993	108.6	89.7
1994	105.7	93.5
1995	103.0	98.4
1996	100.3	102.2
1997	99.8	99.0
1998	102.0	99.7

(出典) Best's Aggregate & Average 2000年版

ノンスタンダード市場への進出

個人自動車保険ビジネスは、標準リスクまたは優良リスクの物件を取り扱うスタンダード市場と標準リスク以下の物件を取り扱うノンスタンダード市場に二分される。従来、ノンスタンダード市場のプレーヤーは極めて限定的であったため、事故多発者や運転免許取り立ての若年層は必ずしもノンスタンダード市場においても保険カバーが得られず、剰余市場(後述)の発展を促してきた経緯がある。

ところが、最近では、アンダーライティング技術の向上もありノンスタンダード市場の収益性が見直され、市場に参入する保険会社が拡大しつつある。コーニング・レポート¹²によれば、1996年のノンスタンダード市場のコンバインド・レシオは100.3であり、個人自動車保険全体のコンバインド・レシオ100.9より下回っている。1996年時点におけるノンスタンダード市場の個人自動車保険市場全体に対するウェイトは7%程度であり、市場参加社はProgressive, GMACなど130社程度であるが、その後、参入する保険会社数は増大しており、この結果、剰余市場のウェイトは縮小してきた。

職域募集と類縁団体募集の強化

最近、米国においては、ワークサイト・マーケティング(Worksite Marketing:職域募集)とアフィニティ・マーケティング(Affinity Marketing:類縁団体募集)の2つが注目されている。前者は主として生保商品の募集方式の一形態として活用されてきたが、最近では個人自動車保険や住宅所有者

保険の募集にも採用されるようになってきた。企業サイドとしては従業員の福利厚生プランの品揃えの一つとしてメリットがあること、また、保険会社サイドとしては、募集効率の向上や代理店手数料率の大幅な削減がはかれる等のメリットがあるためである。

後者の例として最大のものは、Hartfordによる全米退職者協会(American Association of Retired Persons:以下「AARP」という)会員向けの個人自動車保険等の募集があげられるが、同社だけでなく、AIG, Travelers, Hartford, Chubb等大手各社はいずれも効率的な販売を推進するため、専門的職業人団体、ユーザー団体、カードホルダー等に対する募集を強化している。

Hartfordは会員数3300万人といわれるAARPに対して、全米3つのコールセンターから電話による自動車保険、住宅所有者保険および国家洪水保険等の直接募集を行っている。同社のAARP会員に対する募集は1984年から続いており、同社の収益確保にとり極めて重要な団体顧客となっている。さらに、同社は1999年秋、Fordと提携を行い、Ford車ユーザーに対する電話とDMによる自動車保険の直販を開始した。当初はフロリダ州など一部の州から募集を開始し徐々に全米に展開する予定である。本保険プログラムの特徴の一つとしては、事故車の修理は全米6000店に及ぶFord系ディーラーにおいて必ず純正部品を用いて行われるという点にある。

銀行業務への進出

最近、大手損保による銀行業務進出の動きが顕

在化してきた。State Farm は 1998 年 11 月、単一貯蓄金融機関(Unitary Thrift)の認可を取得していたが、2000 年 3 月、インターネット銀行を立ち上げるとともに同社専属代理店を通じて、銀行商品(普通預金、譲渡性預金、住宅ローン、オートローン等)の販売を開始した。当初はイリノイ州、ミズーリ州等の代理店から取扱を開始している。全米に 16000 店の専属代理店を持つ同社の銀行業務進出は、全米各地の地域銀行から脅威として受け止められている模様である。

一方、Allstate も単一貯蓄金融機関の認可を取得しているが、銀行業務進出の前に 2000 年末を目前に同社専属代理店を通じて変額年金とミュニシャルファンドの販売を強化する予定である。

(3) カリフォルニア州における無保険者対策

カリフォルニア州における自動車保険の無保険者の割合は、最近低下しつつあるが、それでも 1997 年の時点で 20%を超えている。1999 年 10 月、同州では、無保険者の割合が高い大都市、ロサンゼルスとサンフランシスコを対象としたローコスト自動車保険プログラム(California Low Cost Automobile Insurance Program:以下、「ローコストプラン」という)に関して法律を制定した¹³。ローコストプランは 2000 年夏までに実施に移され、2004 年 1 月までの期間限定のパイロットプランである。

ローコストプランの加入条件は、年間所得が貧困ライン 17,000 ドルの 150%以下でかつ優良ドライバーであることが条件である。加入保険金額は対人賠償責任保険一名あたり 10,000 ドル、一事故あ

たり 20,000 ドル、対物賠償責任保険一事故あたり 3,000 ドルである。年間保険料は一律、ロサンゼルス地区が 450 ドル、サンフランシスコ地区が 410 ドルである。

本プランの運営は、同州のアサインド・リスク・プラン(Assigned Risk Plan)¹⁴によって行われるが、同州保険庁では本プランが無保険者の減少につながれば他地域にも拡大実施する意向をもっている。

(4) 剰余市場

剰余市場とは、任意の保険市場で自動車保険カバーが得られない人や企業に対して保険カバーの確保を目的として各州毎に設立された制度である。1997 年時点では、米国の総保険契約台数約 1 億 5600 万台のうち約 2.5%の 380 万台が剰余市場で付保された。1992 年の時点では 4.6%が剰余市場で付保されていたので、最近は剰余市場で付保される割合は低下している。この理由としては、既述の通り任意の保険市場におけるノンスタンダード市場の成長が大きい。剰余市場のウェイトの高い州のベスト 5 は《図表 15》の通りである。

5. 住宅所有者保険等の動向

個人保険分野において約 20%の保険料ウェイトを占める住宅所有者保険の動向ならびに国家洪水保険および地震保険の動向について分析する。(1)コンバインド・レシオの動向、(2)主要保険会社と保険引受上の問題点、(3)国家洪水保険、(4)カリフォルニアの地震保険の順に整理する。

《図表 15》 剰余市場で付保された個人自動車保険の比率

州名	任意市場(台)	剰余市場(台)	合計(台)	剰余市場比率(%)
サウスカロライナ	1,713,807	760,578	2,474,385	30.74%
ノースカロライナ	4,077,273	1,277,275	5,354,548	23.85%
マサチューセッツ	3,353,067	364,232	3,717,299	9.79%
ニューヨーク	7,830,062	662,191	8,492,253	7.79%
ニュージャージー	4,497,272	129,271	4,626,543	2.79%
カリフォルニア	16,608,986	163,784	16,772,770	0.97%
全米	152,164,335	3,839,494	156,003,829	2.46%

(注) サウスカロライナは 1999 年 3 月、共同引受方式に転換し、剰余市場比率は激減している。

(出典) 《図表 1》に同じ

(1) コンバインド・レシオの動向

住宅所有者保険のコンバインド・レシオは大型ハリケーン発生の有無に大きく左右されるが、ハリケーン損害が少ない年でもコンバインド・レシオが他の保険種目と比較して概して高いのが特徴的である。この点に関しては競争激化に伴い保険会社サイドにおいて担保リスクを拡大してきたためであるとの指摘がある¹⁵。すなわち、1992年は大型ハリケーン・アンドリューによりコンバインド・レシオは異常値 158 を記録したが、それ以外の年でも 1997 年を除きコンバインド・レシオは全保険種目平均をコンスタントに上回っている(《図表 16》参照)。

担保リスク改訂の動きとして、2000 年夏、

ISO(Insurance Services Office Inc)¹⁶は住宅所有者保険 ISO 標準約款の改訂を各州保険庁に届け出た。ただし、大手保険会社は ISO 標準約款に縛られず独自の約款を州保険庁に申請するのが一般的であり、追随するかどうかは不明である。ISO による主な改訂点としては、介護施設に入居中の親族の家財担保、ゴルフカートの保険の目的への追加、敷地内に倒壊した樹木の撤去費用の増額などである。住宅所有者保険は業界傾向として担保リスクが引き続き拡大される方向にあると言える。

(2) 主要保険会社と保険引受上の問題点

住宅所有者保険を引き受ける主要 10 社の保険料ベースでのランキングは《図表 17》の通りである。

《図表 16》住宅所有者保険保険料とコンバインド・レシオ(契約者配当後)推移

()内の数値は全種目合計のコンバインド・レシオ

年	正味計上保険料	増率(%)	コンバインド・レシオ
1989	17,671 百万ドル	3.4	113.4 (109.2)
1990	18,577	5.1	113.0 (109.6)
1991	19,303	3.9	117.7 (108.8)
1992	20,477	6.1	158.4 (115.8)
1993	21,546	5.2	113.6 (106.9)
1994	22,551	4.7	118.4 (108.5)
1995	23,987	6.4	112.7 (106.5)
1996	25,424	6.0	121.7 (105.8)
1997	26,895	5.8	101.0 (101.6)
1998	28,983	7.8	108.6 (105.6)

(出典) Best's Aggregate & Average 1999年版、2000年版

《図表 17》住宅所有者保険主要保険会社ランキングとマーケットシェア推移

会社名	1998 年元受保険料	1996 年 MS	1997 年 MS	1998 年 MS
State Farm	6,989,715	23.4%	23.0%	22.7%
Allstate	3,553,920	11.7	11.3	11.5
Farmers	2,159,371	6.2	6.7	7.0
Nationwide	1,299,272	4.0	4.2	4.2
Travelers	1,117,658	3.6	3.5	3.6
USAA	1,041,472	3.3	3.4	3.4
SAFECO	717,880	2.4	2.4	2.3
CHUBB	673,029	2.1	2.1	2.2
American Fam.	579,965	1.7	1.8	1.9
Liberty Mutual	505,655	1.4	1.5	1.6

(出典) 《図表 1》に同じ

上位 10 社で市場全体の約 60%を押さえており、上位社への集中が進んでいる。トップは個人自動車保険と同様に State Farm であるが、最近ではシェアの低下傾向にある。ただし、これは競争力の低下というより、フロリダ州等ハリケーンによる被害を被りやすい特定地域における集積リスクの見直しによるものと推定される。一方、第 3 位の Farmers は最近、米国南東部の各州において独立代理店との取引を拡大しつつありシェアを上げている。

1992 年のハリケーン・アンドリュー以後、大手保険会社ではメキシコ湾岸地区を中心とした引受制限を実施していると言われている。たとえば、再調達価額をベースに保険金を支払う新価保険については、従来は支払い保険金に上限は設定されることはなかったが、最近の新価保険の場合には保険契約時の評価額のたとえば 1.2 倍までといった上限を設ける契約が多くなっている。さらに Nationwide のようにニューヨーク州の特定地域において、新規契約数について代理店毎に割り当て制を設けるなど集積リスク管理を強化しているケースもある。

このような引受制限の動きは、沿岸部地域に住む消費者にとっては深刻な問題になりつつある。このため、すべての消費者にとって保険カバーが安定的に得られるよう、国家が民間保険会社に対して一定金額までの再保険を引き受けるという内容を骨子とした法案 National Disaster Insurance Plan(Homeowner's Insurance Availability Act¹⁷) が 1999 年、連邦議会に提出された。ただし、反対論もあり 2000 年 3 月以降、連邦議会において具体的な進展はない。

(3) 国家洪水保険制度

住宅所有者保険では、洪水リスクはカバーされない。また、民間保険会社は個人分野の洪水リスクは引受けていない。このため、住宅所有者は国家洪水保険制度に加入する以外は洪水リスクカバーを得ることはできない。1968 年創設された同制度は税金を財源としており、当初は連邦危機管理庁(Federal Emergency Management Agency)を窓口とする直扱い契約のみであった。1983 年からは民間保険会社も窓口となることできるようになり、現在では民間保険会社が窓口となった契約が

94%を占めている。

1998 年現在、全米の有効契約件数は 411 万件であり、うちフロリダ州(169 万件)、カリフォルニア州 38 万件)、ルイジアナ州(34 万件)が引受件数ベスト 3 の州である。保険金の支払いは全額、連邦政府が支払い、保険会社は契約手続きおよびクレーム処理に係わる費用を連邦政府から受け取る仕組みとなっている。

国家洪水保険に加入する場合、地域の代理店経由となることが多いと思われるが、一部の州においては最近、代理店に対するエラーズ・アンド・オMISSIONズ(Errors and Omissions)¹⁸のクレームが多くなっている。理由として代理店が契約者に対して国家洪水保険の必要性および内容説明を行わなかったというものが多い。

(4) カリフォルニアの地震保険

毎年カリフォルニア州保険庁は、地震保険を引き受けている保険会社から、地域ゾーン別引受責任額(企業部門・個人部門別)、地域別引受件数等の報告を求めている。州内 8 つの地域ゾーンのうち、A ゾーン(サンフランシスコ)および B ゾーン(ロサンゼルス/オレンジ郡)が最も地震リスクが集積している。1994 年 1 月、B ゾーンでノースリッジ地震が発生し約 150 億ドルの保険損害が発生したが、同地震以降、多くの保険会社が一斉に住宅所有者保険の引受制限を行ったため市場が急激に縮小するという事態が発生した。

市場が急速に縮小した背景としては次の点が指摘できる。すなわち、同州では住宅所有者保険を取り扱う保険会社は地震保険のカバーの提案も同時に行うことが義務づけられており、ノースリッジ地震直後という事情の下で住宅所有者保険を従来通り販売した場合には、地震リスクの集積の急拡大は必至であると保険会社が判断したためである。新築住宅を購入した人が住宅所有者保険に加入できずローンを受けられないといった異常事態も問題となった。このような事態を解決し市場を正常化させる目的で、1996 年設立されたのがカリフォルニア地震保険公社(California Earthquake Authority: 以下、「本公社」という)である。

本公社は State Farm, Allstate, Farmers 等カリフォルニア州保険市場のほぼ 70%を占める有力保険

会社 15 社および州保険庁で組織されているが、メンバー会社以外は本公社の地震保険を活用することができない。たとえば、住宅所有者保険を State Farm で加入した人が、さらに地震保険も希望した場合には本公社の地震保険に加入することになるが、メンバー会社以外の保険会社たとえば Travelers, CHUBB, Safeco 等で住宅所有者保険に加入する人は各社の地震リスク特約を別途購入することとなる。(既述の通り、Travelers 等公社メンバー以外の保険会社は必ず特約として地震保険をすすめることを義務づけられている)。

本公社の地震保険の内容は次の通りである。時価または新価保険ベースで主契約の保険金額までカバー、ただし、保険金額の 15%に相当する控除額(deductible)がある、家財は 5000 ドル限度、臨時生計費として 1500 ドル限度に支払う等々が主なものである。

本公社の設立以降、カリフォルニア州の住宅所有者保険市場は落ち着きを取り戻している。

6. 本章要約

米国損害保険市場の中で太宗を占める個人保険部門は企業保険部門より収益性は高く、競争がもっとも激しい部門である。特に個人保険部門の 80%を占める個人自動車保険部門をめぐり M&A などダイナミックな業界再編が進行している。個別に保険会社をみると、インターネットによる販売を強化している Progressive や通販大手の GEICO、通販保険会社 20th Century を買収した AIG 等の保険料伸び率が顕著である。また、シェアは個人自動車保険、住宅所有者保険とも大手社に集中する動きがみられる。

消費者の立場からみると、自動車保険についてはノンスタンダード市場の拡大により保険入手可能性(Availability)は改善されており、また、競争激化に伴う保険料率低下の恩恵を受けているものと考えられる。ただし、大都市部においては低所得者層を中心とする無保険者の存在が依然として未解決であり、カリフォルニア州のようにローコストプランを推進する動きもある。

一方、住宅所有者保険については、1992 年のハリケーン・アンドリューを契機として大手社における集積リスク管理強化の動きがあり、フロリダ州を始めメキシコ湾岸地域等で一部引受規制の問

題が発生している。また、カリフォルニア州における住宅所有者保険の市場縮小問題は、1996 年カリフォルニア地震保険公社の設立により大幅に改善された。

保険会社の販売チャネル戦略をみると、State Farm のように専属代理店のみで固執する保険会社は大手社ではほとんどなく、代理店チャネルがメインであっても銀行チャネル、通販、インターネット直販など販売チャネルを多様化する保険会社が大多数となっている。保険会社にとり、顧客基盤の拡大を図りつつ販売コストを削減するためには、販売チャネルの再構築または多様化は不可欠になっているものと考えられる。

・ 企業保険分野の動向

本章では、企業保険分野をめぐる動向について分析する。以下、1. 主要保険会社の動向とマーケットシェア、2. 販売チャネル別マーケットシェア、3. 企業保険分野における最近の市場動向、4. ブローカーの動向、5. 本章要約の順に整理する。

1. 主要保険会社の動向とマーケットシェア

1998 年の企業保険種目の主要保険会社ランキングとシェアをまとめたのが、《図表 18》である。トップ 3 の大手保険会社は AIG, CNA および Travelers である。

AIG は米国および海外で、損保、生保、年金、金融サービスと幅広い分野で業務展開しており、世界の保険会社の中で最も国際化した保険会社の一つである。米国大手損保の中でもコンバインド・レシオが低く、ROE(株主資本利益率)等の財務指標でみた収益力も同業者の中では極めて高い水準を維持している。損保の中でも企業保険分野に強く、一般賠償責任保険、航空保険、インランド・マリーンでのシェアは全米一である。また、環境リスクといったニッチ分野にも強い。同社は、2000 年 8 月、Hartford Steam Boiler Inspection & Insurance Co(以下、HSB と略す)を 12 億ドルで買収することを発表した。HSB は電力会社、製紙会社等のボイラ、機械リスクおよび火災リスクを主として取り扱う技術保険分野でのトップ保険会社である。特に同社エンジニアによる事故予防・防災調査には定評がある。AIG は HSB の買収により一気

《図表 18》 1998 年企業保険種目における主要保険会社ランキングとマーケットシェア

会社/グループ	正味計上保険料	1996 年 MS	1997 年 MS	1998 年 MS
AIG	7,938,612 千ドル	6.7%	6.8%	6.3%
CNA	7,078,819	5.8	5.4	5.6
Travelers	4,924,527	3.9	3.9	3.9
St.Paul	4,601,778	4.2	4.0	3.7
Hartford	3,797,737	3.0	3.0	3.0
CHUBB	3,764,395	2.6	3.0	3.0
Liberty Mutual	3,440,885	2.6	3.0	2.7
Berkshire Hathaway	3,389,133	2.8	2.9	2.7
Zurich	3,359,183	2.8	2.9	2.7
State Farm	3,148,261	2.8	2.6	2.5

(出典) 《図表 1》に同じ

に技術保険分野でもトップの地位を築くこととなった。

CNA は AIG とは異なり米国中心の業務展開をしているマルチライン保険会社であった。しかしながら、既述の通り 1999 年、個人保険ビジネスを Allstate に売却し、企業保険分野に特化することになった。同社は企業自動車保険で 1 位、企業総合保険および労災保険で 2 位、医療過誤保険で 5 位である。業種としては建設、製造業、運輸業、金融サービス業等に強いといわれている。同社はアフィニティマーケティングにも強く、1999 年 10 月、全米の私立小中学校向けにリスクマネジメントサービス付きの包括的保険パッケージの販売を発表した¹⁹。

Travelers はマルチライン保険会社であり、取扱保険料は企業分野 60%、家計分野 40%のウェイトとなっている。企業分野の中でも中堅企業分野に強く、企業総合保険のシェアは全米一である。世界的なサービスネットワークが必要な大企業分野においては、AIG,Zurich,Allianz 等の後塵を拝しているといわれ、この点を補うべくスイスの Winterthule と戦略的な提携²⁰をしている。

2. 販売チャネル別マーケットシェア

1998 年の企業保険分野の販売チャネル別シェアをまとめたのが《図表 19》である。企業保険分野においては、代理店販売制保険会社が圧倒的に高いシェアを握っており、最近この傾向に特段の変化はみられない。なお、ブローカーは独立代理店

と機能的には差異がなく、ブローカー経由で保険を引き受ける保険会社は代理店販売制保険会社に分類されている。

3. 企業保険分野における最近の市場動向

企業保険分野における最近の市場動向を、(1)マーケットサイクルの変化、(2)労災保険の動向、(3)バミューダ市場の動向の順に整理する。

(1) マーケットサイクルの変化

企業保険分野における最近のコンバインド・レシオの動向は、1999 年から 2000 年にかけて一段と悪化が予測されているが、最近の医療費の値上がりによる労災保険、医療過誤保険等の損害率の上昇が主な要因となっている。現時点における業界全体としてみたマーケット状況は過剰資本の問題は解消されておらず、供給過剰に基づく保険料引き下げ圧力は依然として存在していると言われる。しかしながら、永らく続いたソフトマーケットはようやく 1999 年に底を打ち、2000 年以降、保険料率は徐々に緩やかな上昇に転じているのも事実である。すなわち大手社中心に極端な低保険料率での更改拒絶や、同料率で更改する場合でも、引受条件の見直し等の動きがでてきている。

たとえば、2000 年以降 AIG,CNA は自社引受基準に反した極端な低料率での更改を拒絶している。Travelers については、中規模企業物件(同社の場合は年間保険料 5 万ドルから 100 万ドル程度の保険契約者を指す。)中心に、労災保険、一般賠償責

《図表 19》企業保険チャネル別マーケットシェア推移

	1996年 MS	1997年 MS	1998年 MS
全国代理店販売制保険会社	50.0%	50.1%	48.7%
地域代理店販売制保険会社	26.7%	27.0%	26.9%
専属代理店販売制保険会社	23.0%	22.6%	24.1%
通信販売制保険会社	0.3%	0.3%	0.3%

(出典) IIAA 資料

任保険、企業自動車保険等ほぼ全種目にわたって料率引き上げを図っている。

マーケットサイクルが変化しつつある点についてブローカーサイドの見解も一致している。AON では、既にソフトマーケットの底は脱しつつあり企業のリスクマネージャーも妥当な料率引き上げであれば受け入れているとコメントしている。全米 6 位の大手ブローカー USI Insurance Services によれば、2000 年の更改において平均 7%~10%(労災保険については 20%~50%)の料率値上げが図られるものと予測している。また、全米 4 位の Arthur Gallagher では、ハリケーン地域所在の企業火災保険については 20%~50%の料率引き上げが図られるであろうと予測している²¹。

(2) 労災保険の動向

企業保険分野における最大の保険種目である労災保険は、1993 年以降、急速にリザルト改善が図られコンバインド・レシオも急速に改善してきた。このため、保険会社の引受競争が激化し保険料率も大幅に低下してきたところであるが、行きすぎた料率競争の結果、1998 年以降は状況は変わり、損害率およびコンバインド・レシオが急速に悪化し始めてきている。損害率の急上昇は料率競争によるものだけでなく最近の医療費値上げによるコストの上昇も起因している。

NCCI (National Council on Compensation Insurance) では、1999 年のコンバインド・レシオは 115 に達すると予測しており、最大手ブローカー Marsh も、2000 年の労災保険マーケットは準保険危機的状況になるだろうと懸念している²²。

このように労災保険のマーケット環境が急激に転換し始めた要因は、損害率の急上昇の他に、労災保険専門の再保険プール Unicover²³の破綻という要因も大きい。これまで元受保険会社が、シェア拡大のために低料率での引受競争を継続できたの

は、この再保険プールの存在が大きく、今後については各社とも適正な引受を行わざるをえなくなるものと考えられる。

労災保険に関してはカリフォルニア州が最も深刻な状況であると言われている。すなわち、カリフォルニア労災保険料率算定会 (California Worker's Compensation Insurance Rating Bureau) によれば、1999 年末現在、保険会社の準備金不足は 43 億ドルに達している模様であり、このため、カリフォルニア州保険庁は平均 18.4%の保険料の値上げを保険会社に勧告したほどである。また、2000 年に入り、カリフォルニア州保険庁は経営の悪化した Superior National Insurance Group 傘下の労災保険会社の業務停止命令を出した。一方、A.M.ベスト社 (A.M. Best Company)²⁴は、カリフォルニア州において適正な業務運営を継続するためには、労災保険は平均して 30%以上の値上げが行われる必要があると指摘している。

なお労災保険は、34の州において自家保険プールの設立が認められているが、今後予想される労災保険料の急激な値上げは自家保険プール設立へのインセンティブを高めるものとみられている。

(3) バミューダ市場の動向

A.M.ベスト社によれば 1999 年の世界のキャプティブ総数は 4,355 に達しているが、うちバミューダには 1,415 のキャプティブが集まっており全世界の 32.5%のシェアを持っている。また、バミューダにおけるキャプティブの親企業の国籍は米国系が 90%を超えている。2000 年に入り米国企業保険分野がハードマーケット²⁵に徐々に転じつつある状況のもと、キャプティブの設立は今後、2005 年にかけて年率 5%程度の割合でさらに増加するものと予測されている。

バミューダがキャプティブ設立地として最も人

気が高いのは同国の税制、会社法および保険行政が比較的自由であり、設立する企業にとってメリットが大きいと言われているが、今後ともバミューダのキャプティブ設立地としての優位性はゆらぎそうにないと考えられる。キャプティブの種類としては、ピュアキャプティブ(Pure Captive)²⁶、グループ・キャプティブ(association and group captive)²⁷、レンタキャプティブ(rent-a-captive)²⁸等に分類される。

数のうえではピュアキャプティブが全体の80%弱と圧倒的に多いが、最近では、レンタキャプティブが増加しつつあり注目される場所である。レンタキャプティブとは中堅企業等で自らピュアキャプティブを設立する資力はないが、保険引受利益と資産運用益の一部を享受するためキャプティブ運営会社の管理するキャプティブの機能をフィーを支払って借りるというものである。

バミューダ市場はキャプティブ本拠地としてだけでなく、Ace, XL, Renaissance Re といった異常災害再保険者や、ファイナイト(再)保険者²⁹として有名な Centre Solution 等も立地しており世界有数の再保険市場として成長している。さらに、保険リスクの証券化や保険リスクと金融リスクを統合した Integrated Solution³⁰といった革新的な領域が発展している。この理由として、バミューダには法律、会計、保険数理、コンピューターモデリングといった専門家が多数存在し、複雑な商品設計を可能とする基本的なインフラが整備されて

いるという点が上げられる。

米国の大企業マーケットにおいては、Integrated Solution という契約方式が普及しつつあり、明確な統計データはないが、Fortune1000 に該当する企業の約25%で採用されているという説もある。主な引受会社はバミューダのXL(エクセル社), Ace, Zurich(Centre Solution)およびAIG等であるが、バミューダ市場が最先端分野の引受方式において重要な役割を担っていることは間違いないところである。

4. ブローカーの動向

最近のブローカーの動向に関し総括的に分析する。(1)ブローカー業界再編動向、(2)ブローカーネットワーク、(3)中小企業マーケットへのシフト、(4)ブローカー機能の変化の順に整理する。

(1) ブローカー業界再編動向

1996年から1998年にかけて、MarshおよびAonによる買収合戦の嵐が吹き荒れたが、1999年以降は落ち着きを取り戻している。1999年の世界の大手ブローカーのランキングは《図表20》の通りであるが、Marsh、Aonの上位2社で、全米上位100社のプロカレッジ収入合計の60%を超えており寡占化が進んでいる。1998年から1999年にかけて上位10社のランキングの変動はほとんどないが、これは大型ブローカー同士の合併がみられなかったためである。ただし、大手ブローカーが中小ブロー

《図表20》 1999年世界10大ブローカーランキング (ブローカレッジ収入による)

ブローカー会社名	ブローカレッジ収入	前年増率	従業員数	前年増率
Marsh& McLennan	6,104 百万ドル	3.8%	45,300 人	-3.4%
Aon	4,800	9.2	39,000	14.7
Willis	1,239	4.2	9,446	2.6
Arthur J. Gallagher	586	11.7	4,589	7.0
Jardine Lloyd Thompson	432	3.5	3,641	4.8
HLF Insurance	406	-1.4	4,580	3.2
Acordia	337	8.9	3,583	6.6
Alexander Forbes	330	19.6	4,758	12.5
USI Insurance Services	321	-2.0	3,159	-2.3
Gras Savoye & Cie	278	7.0	2,179	8.7
10 社会計/平均	14,833	6.0	120,236	4.4

(出典) Business Insurance July17, 2000

カーを買収するという動きは依然として続いており、今後ともブローカー業界全体としては再編の動きは続くものと予測されている。

なお、ブローカー業界の再編とは直接関係ないが、最近、保険会社等による大手ブローカーへの出資の動きもでてきている。すなわち、Chase Manhattan, Citigroup 等による世界第三位ブローカー Willis への出資や、CNA, Travelers 等による世界第九位ブローカー USI Insurance Services への出資、さらには Safeco による米国中堅ブローカー Talbot の買収等であり注目されるところである。

(2) ブローカーネットワーク

ブローカー業界においては買収・合併といった動きの他に、中堅ローカルブローカー同士によるネットワーク化の動きがある。ネットワーク化の目的は、個々のブローカーの独自性を維持したままで、全米規模のブローカーに対抗できるだけの商品設計力、サービス力を持ち競争力を確保する点にある。このようなブローカーネットワークの代表格が Assurex International である。このネットワークに参加しているブローカー数は 68 社であり、プロカレッジ収入合計は 12 億ドルに達し世界第 3 位ブローカー Willis に次ぐ規模である。Assurex のメンバーブローカーは中規模の企業をターゲットとしており、巨大ブローカーとはなるべく競合しない戦略をとっている。

この他のブローカーネットワークとしては、Strategic Independent Agents Alliance(メンバー数 42 社), Group500(メンバー数 150 社)などがある。いずれのネットワークも会員になるための条件を設けているが、メンバー専用の保険プログラムの開発、顧客の相互紹介、保険会社の最新商品情報提供、会員のセールステクニック研修などを実施し、個々のメンバーの競争力強化とネットワークのブランド力向上を図っている。

(3) 中小企業マーケットへのシフト

大企業においては、リスクを伝統的な保険に転化するより、自らリスクを保有したり保有できないリスクについてはキャプティブ設立、Integrated Solution さらにはリスクの証券化といった ART³¹手法を採用するなどの動きが強まって

いる。すなわち、大企業分野においては、伝統的保険市場の役割は今後とも縮小傾向にあるとみられている。

一方、リスクマネージャーを擁しない中小企業については引き続き伝統的保険市場への依存が続くものとみられる。このため、最近では大手ブローカーの中にも中規模企業物件に特化する動きがあり、その代表が USI Insurance Services である。中小企業分野はもともとローカルブローカー(独立代理店)の得意分野であったが、今後は、当該分野を巡って、大手ブローカーとローカルブローカーの競争が激化していくものと思われる。

Marsh, Aon といった巨大ブローカーは従来から Fortune500 など大企業中心のサービス体制を確立しており、それにふさわしい人材とスキルを保有している。従って、急激に中小企業マーケットに軸足を移すことは困難であると考えられる。このため、収益力の維持向上のために、大企業顧客の保険離れに対応した業務内容の早急な変革を行いつつある。

(4) ブローカー機能の変化

大企業の保険離れに対抗し収益力を維持するため、巨大ブローカーは業務内容をこれまでの保険の仲介業務中心からリスクマネジメント、ART 手法に基づくプログラムの設計やコンサルティング業務の強化を初め、さらには保険引受け、新しい金融分野等への進出を試みている。

新しい分野の例として、具体的に最近の Marsh, Aon の動向をみしてみる。たとえば、Aon, Marsh とも保険引受業務に一部進出している。特に、Aon は家電製品の延長保証保険やレジャー、娯楽リスクの保険引受に定評がある。Marsh は 2000 年 3 月、MMC Enterprise Risk を設立し大企業向けの Integrated Solution 商品等の開発に力を入れているが、さらに 2000 年 5 月、インターネット専門銀行@Bank を設立し、同社企業顧客従業員に対してリテール商品の取扱いを開始した³²。

5. 本章要約

2000 年における企業保険部門の市場全体の動向は、1980 年代終わり頃より持続したソフトマーケットが 1999 年によやく底を打ち、保険種目別にバラつきはあるものの保険料率は上昇基調に

なっている。最大保険種目である労災保険については、行き過ぎた保険料率競争の結果、準備金不足の状況になっており大幅な料率引き上げが見込まれており、特にカリフォルニア州においては準保険危機的状況に陥る可能性もあると一部では指摘されている。

企業分野のうち Fortune1000 に代表される大企業分野については、自家保険への移行、キャプティブ設立、その他 ART 商品の採用への動きがみられ、伝統的な保険への依存度はますます低下している。このため、保険会社、ブローカー双方とも中小企業分野へのシフトを強めており、当該分野での競争が激化しつつある。大手ブローカーについては、収益力の維持のために大手企業顧客に対するリスクマネジメント、ART 商品設計等のコンサルタント業務を強化するとともに、リテール銀行業務への進出など新分野への進出を図っている。

・米国金融制度改革の概要とその影響

1999年11月12日、クリントン大統領が改革法を承認し、米国金融業界の長年の懸案であった金融制度改革が達成された。この改革法は、グラス・スティーガル法 (Glass-Steagal Act)³³ や銀行持株会社法 (Bank Holding Company Act of 1956) において、銀行と証券、保険を分離していた条項を廃止し、金融持株会社 (Financial Holding Company : FHC) を通じた各金融サービスの系列化 (affiliation) を認めたものである。本章では、保険業界に関連するものを中心に改革法の概要を整理し、米国損害保険業界に与える影響について分析した。

1. 金融制度改革法の概要

改革法では、系列化の形態として金融持株会社による方法と、子会社による方法が認められたが、以下、それぞれの方法について概略を説明する。なお、《図表 21》に、金融サービスの系列化の形態について、従来と改革法成立後との違いをごく単純に模式化してまとめた。

(1) 系列化の形態と認められる金融業務

金融持株会社による方法

従来、銀行は原則として証券、保険業務を禁じ

られており、銀行の子会社、銀行持株会社の子会社についても同様であった。

改革法では、一定の要件を満たした銀行持株会社は「金融持株会社 (Financial Holding Company : FHC)」となることを選択し、その子会社を通じて幅広い金融業務に従事することができることとなった。その要件とは、系列の全ての預金金融機関 (depository institution) が十分な資本を有し、適切に管理されているとともに、最近の CRA 評価³⁴が「満足な (satisfactory)」以上であることである。FHC の子会社に認められる業務は、以下の a. ~ c. であり、これらの業務を営む会社を買収したり、新たに業務を開始する場合には、30 日以内に連邦準備制度理事会 (Federal Reserve Board : FRB) に事後通知すればよい³⁵。

- a. その性質が本来的に金融業務であると考えられる業務 (financial in nature)
- b. 金融業務に付随する業務 (incidental to financial activities)
- c. 金融業務の補完的業務 (complementary to financial activities)

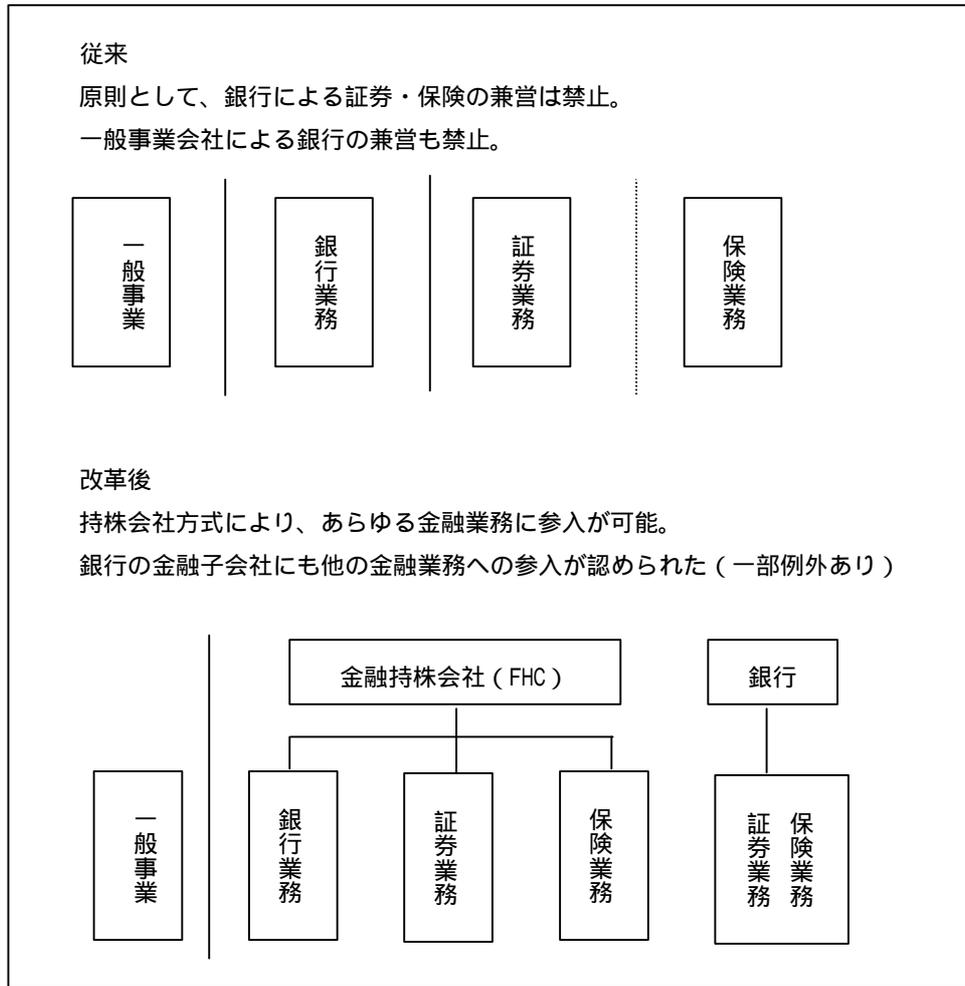
上記 a. には、証券の引受・ディーリング・マーケットメイキング、マーチャントバンキング、保険・年金の引受及び販売、保険会社によるポートフォリオ投資等が含まれる。また、将来開発される革新的な業務を、金融業務に該当するか否かを決定する手続きについては、FRB と財務省との協議によることとされた。

なお、従来から銀行と一般事業との兼営は原則的に禁止されていたが、改革法においても、金融と一般事業が分離されることとなった³⁶。

銀行の金融子会社による方法

国法銀行³⁷は、十分な資本を有し、適切に管理されており、CRA 評価が「満足な」以上である場合に金融子会社 (financial subsidiary) を持つことができ、FHC の子会社に新しく認められたものと同様の金融業務を行うことができる。ただし、全ての金融子会社の総資産が総資産の 45% および 500 億ドルより小さいこととされた。また、保険・年金の引受、保険会社によるポートフォリオ投資、不動産投資および不動産開発、マーチャント・バンキングは認められていない (保険の販売は認められた)。

《図表 21》系列化の形態



(2) 規制監督の方法

従来規制監督制度

従来、国法銀行は主として連邦通貨監督局 (the Office of the Comptroller of the Currency : OCC) の規制監督を受ける他に、FRB、連邦預金保険公社 (Federal Deposit Insurance Corporation : FDIC) による規制監督を受け³⁸、銀行持株会社は FRB の規制監督を受けることとされていた。また、証券会社は証券取引委員会 (Securities and Exchange Commission : SEC)、保険会社は州保険庁の規制監督を受けてきた。このような、業態別の規制監督制度は、同様の金融業務に対する規制監督機関が異なることにより、業界及び規制監督機関の間の争いを生じてきた経緯がある。特に国法銀行の保険業務については、国法銀行の規制監督機関である OCC が、その業務範囲を拡大する判断を繰り返してきたことにより、保険業界と銀行業界との対立を生じる要因となっ

てきた。

改革法における規制監督制度

改革法では、FHC や国法銀行の金融子会社に幅広い金融業務を認めると同時に、規制監督制度を簡素化し、機能別規制監督 (functional regulation) を行う方針を明確にした。すなわち、これまで金融機関の業態に着目して規制監督機関が決定されていた方法から、業務の機能に着目して規制監督機関が決定される方法に変更された。これにより、金融機関の業態に関わらず、銀行業務であれば OCC 等、証券業務であれば SEC、保険業務であれば、州保険庁が規制監督を行うこととなる。

一方、従来から銀行持株会社の規制監督を担ってきた FRB は、引き続き FHC に対する包括的規制監督 (umbrella supervision) を行うこととなる。ただし、OCC、SEC、州保険庁等の機能別規制監督

の権限に配慮し、FRB の権限には一定の制限が設けられた³⁹。

(3) 相互保険会社の株式会社化を目的とした本拠州の移転 (Redomestication)

相互保険会社から株式会社への組織変更は、認めている州と禁止している州とがあるが、改革法では、組織変更を禁止している州に本拠を置く相互保険会社が、それを認める州に本拠州を移転することを認めた。

2. 米国損害保険業界への影響

(1) 銀行による保険販売

銀行業務と保険業務が、従来は原則的に分離されていたことは前述のとおりであるが、実際には、銀行と保険の統合はかなりの範囲で進んでおり、銀行による保険販売についても、いくつかの道筋があった。すなわち、スモールタウンに所在する国法銀行における保険販売、銀行の付随業務と考えられる一部の保険種目の引受・販売⁴⁰、1991年の連邦預金保険公社改革法 (Federal Deposit Insurance Improvement Act of 1991) 成立時に既得権を与えられた州法銀行における保険業務⁴¹等である。保険業界は、このような状況をループホール (抜け穴) として批判してきたが、銀行の業務範囲を拡大しようとする OCC との争いの中で、徐々に銀行に認められる保険業務が拡大してきた経緯がある。このため、保険を販売する銀行の割合は高く、銀行保険販売協会 (Association of

Banks in Insurance : ABI) によると、1998年には資産が100億ドルを超える全ての銀行が保険を販売し、資産100億ドル未満の銀行でも64%が保険を販売したとされる⁴²。

これまで銀行が販売してきたのは、主に資産運用商品としての年金商品の販売であり、生命保険、損害保険等の占める割合は小さかった。ABIによると、1998年における銀行の保険料売上高に占める年金の割合は約63%を占め、個人向け生命保険、損害保険の割合はそれぞれ約2%、9%であった (《図表22》参照)。一方、銀行による個人損害保険販売の増率で言えば、売上高は97年の20億ドルから98年には29億ドルに増加しており、個人向け損害保険の主要商品である自動車保険、住宅所有者保険における販売チャネル別のマーケットシェアを見ても、銀行のシェアは増加している (《図表23》、《図表24》参照)。

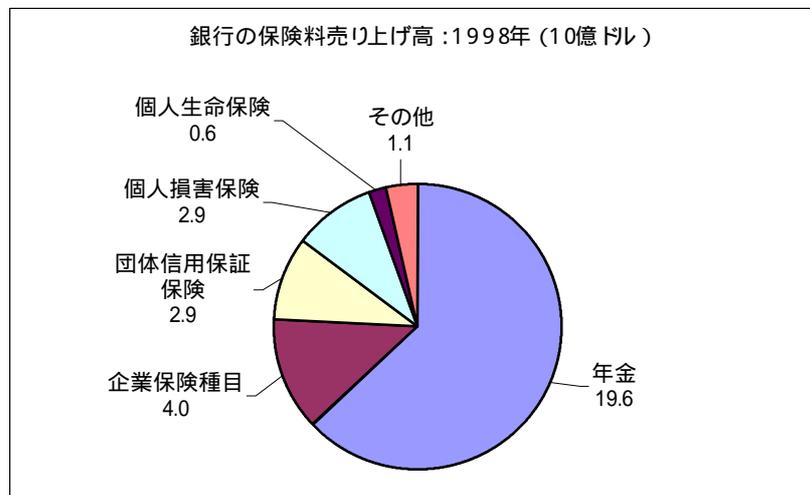
上記のデータからわかることは、

銀行による保険の販売は、改革法成立以前からかなり広まっていたが、これまで積極的に販売してきた商品は資産運用商品としての年金であったこと、

銀行は、損害保険、生命保険の販売に従来消極的であり、そのシェアは非常に小さいが、最近徐々に拡大しつつあること

の2点である。このため、改革法の成立が、銀行の損害保険商品の販売を急拡大させる直接的な要因となる可能性は低いと考えるのが妥当であろう。

《図表22》銀行の保険料売上高



(出典) 《図表1》に同じ

《図表 23》販売チャネル別個人自動車保険マーケットシェア
(1997～1998年、正味計上保険料ベース)

	1997年	1998年
専属代理店	57.26%	56.24%
独立代理店	26.48%	26.08%
通信販売	10.13%	10.79%
銀行	2.94%	2.95%
インターネット	0.01%	0.83%
その他	3.18%	3.10%

(出典)《図表 1》に同じ

《図表 24》販売チャネル別住宅所有者保険マーケットシェア
(1997～1998年、正味計上保険料ベース)

	1997年	1998年
専属代理店	58.88%	57.66%
独立代理店	31.99%	30.99%
通信販売	5.40%	5.58%
銀行	0.47%	2.28%
インターネット	0.01%	1.17%
その他	3.25%	2.32%

(出典)《図表 1》に同じ

(2) 銀行と保険会社との経営統合

1998年、改革法の立法を待たずに、CiticorpとTravelersの合併によってCitigroupが誕生したことは、米国における金融サービスの統合の動きを象徴するものであった。しかし、改革法の成立によって、今後銀行と保険会社との経営統合が加速されるかどうかについては、今のところ不透明な状況である。

銀行の立場から見た場合、年金等の資産運用商品を除けば、保険会社との統合によって得られるシナジー効果は低い。また、保険会社の収益性は他の産業と比較しても低いこと(《図表 25 参照》)から、買収先としてそれほど魅力的なものではないと考えられ、改革法の成立によって、銀行による保険会社の買収が活発化する可能性は高くないと言えよう。事実、Citigroupの誕生以降、銀行と保険会社との合併買収に目立った動きはない状況である。

一方、保険会社側から見た場合はどうか。改革法成立以前において、保険会社が銀行業務を行う方法としては、貯蓄金融機関(thrift)⁴³を設立または買収する方法があった。改革法制定直前には、

保険会社がリテールの銀行業務への参入を目指して、貯蓄金融機関の設立を申請するケースが急増したが、その理由は以下のとおりである。

自己資本水準の低い保険会社にとって、貯蓄金融機関は買収先として銀行よりも手頃である。保険会社には一般事業を兼営している場合が多い。保険会社が銀行業務に参入するにあたってFHCを選択した場合には、一般事業の兼営が原則的に認められない。一方、単一貯蓄金融機関持株会社(Unitary Thrift Holding Company: UTHC)⁴⁴には、従来から例外的に一般事業が認められており、改革法では1999年5月4日以前に存在していたUTHCの行う一般事業には既得権が与えられた。

銀行業務への参入にあたってFHCを選択する場合、新たにFRBの規制を受けること。

《図表 26》は、1997年1月1日から1999年9月30日の間になされた、非銀行企業による貯蓄金融機関の設立認可申請の状況を示したものである。これによると申請の半数以上が保険会社によるものであり、リテールの銀行業務への参入を目指す保険会社が多いことが伺われる。

《図表 25》 年別利益率：株主資本に対する税引後利益の割合（％）

年	損害保険業			他の産業 ⁴		
	法定会計 ¹	GAAP 会計 ²	複合金融機関 ³	銀行	公益事業	フォーチュン500社 ⁵
1989	9.1	10.5	13.0	13.6	12.4	15.0
1990	8.5	8.8	12.7	9.9	11.5	13.0
1991	8.9	9.6	13.9	11.9	11.5	10.2
1992	4.4	4.5	12.8	12.2	9.4	9.0

年				電気・ガス		
	法定会計 ¹	GAAP 会計 ²	複合金融機関 ³	銀行	公益事業	フォーチュン500社 ⁵
1993	10.6	11.0	17.1	14.9	11.1	11.9
1994	5.6	5.6	18.4	15.6	11.3	13.7
1995	9.0	8.7	18.2	15.6	11.9	14.0
1996	9.5	9.3	18.5	16.5	11.5	14.1
1997	11.9	11.6	14.9	16.9	10.4	13.9
1998	9.2	8.4	19.8	16.0	10.2	13.4

¹ 税引後利益/期末契約者剰余金。A.M. ベスト社のデータをもとにした保険情報協会の計算による。保険監督当局への年次報告の際に保険会社が使用したもの。

² 平均純資産利益率、ISO。

³ 複合的な金融サービスの提供を主たる収入源とする企業。こうした企業は各種の金融事業から収益を挙げているが、保険会社、銀行または貯蓄金融機関、証券会社として個別に認可されている訳ではない。

⁴ GAAP 会計基準に基づく株主資本利益率、フォーチュン誌。

⁵ フォーチュン 500 社製造業・サービス業総合の株主資本利益率の中位数。

（出典）《図表 1》に同じ

《図表 26》 非銀行企業による新しい貯蓄金融機関の設立認可申請

1997年1月1日～1999年9月30日

非銀行業務の分類	申請総数	認可待ち件数
保険業	43	17
証券ブローカー・ディーラー	14	5
製造業	7	4
電気通信業	1	0
業界団体	2	1
小売業	4	3
その他	10	5
合計	81	35

（出典）《図表 1》に同じ

3. 本章要約

改革法の立法以前から、市場においては銀行による保険販売、保険会社によるリテール銀行業務への参入だけでなく、ART に見られるような革新的な金融商品等、様々な面で金融サービスの統合が

進んできた。法案提出者の一人である、上院銀行委員長の共和党グラム議員は、法案審議の過程において「業態間の壁は、革新的な規制監督機関と市場の圧力に浸食され、スライスチーズのようになっている」と述べた⁴⁵が、この発言に、今回の制

度改革が市場の現実を追認するものであったことが示されている。このため、今後の金融サービス競争の動向によっては、銀行による買収等が活発化する可能性は残っているものの、今回の改革法が、米国の損害保険業界に直接的に影響を及ぼす可能性は、現段階ではさほど大きくないと考えられる。

．まとめ

本稿においては米国損害保険市場を、個人保険分野と企業保険分野に分けて分析してきた。まず、個人保険分野については、保険会社の収益の柱となる個人自動車保険を中心に大手保険会社間の競争が激化していることが注目すべき点である。最近の M&A についても、個人保険分野をターゲットとしたものが目立っている。競争力強化のため、大手各社は募集チャネルの多様化および販売方法の多様化に努めているが、業界最大手の State Farm は専属代理店制度に依然として固執しており、現時点では競争力の低下を生じているのではないかと考えられる。現在、業界全体における個人保険分野のメインの募集チャネルは依然として専属代理店および独立代理店であるが、当面インターネットを活用した募集の拡大は続くものと考えられる。

企業保険分野については、永らく持続したソフトマーケットがようやく 1999 年に底を打ったとの見方が一般的である。2000 年においては、労災保険を中心に保険料率の上昇が見込まれている。また、大企業分野においては、企業の伝統的保険離れが進んでおり、キャプティブ設立を初め ART 商品へのシフトが引き続き進むものとみられる。このため、Marsh, AON 等巨大ブローカーは収益確保のため、リスクマネジメントを初めとするコンサルティング業務や新規事業を強化しつつある。一方、リスクマネージャーを擁しない中小企業の場合には伝統的な保険への依存が今後とも続くと考えられ、最近においては保険会社間、ブローカー間を問わず中小企業分野での競争が激化しつつある。

金融制度改革を実現する改革法が 1999 年 11 月に成立したが、同法に基づき損害保険会社が他の金融サービス部門に進出するという動きはこれまでのところほとんど見られない。State Farm, AIG 等大手損保は同法成立以前に、単一貯蓄金融機関

の認可を取得しており、既にリテール銀行業務への進出のための足掛かりを構築しているためである。大手生保の Metropolitan が、2000 年 8 月、同法に基づきニュージャージー州の地域銀行を傘下に入れたが、保険業界全体としてみても、これが初めての同法に基づく保険会社による銀行部門への進出例となった。また、銀行は同法成立以前から損害保険の販売を実質的に行っているが、今後も銀行によるブローカーとの提携や独立代理店の買収等が進むものと考えられる。

一方、同法成立以降、銀行による損害保険会社買収の動きもほとんどみられないが、この理由としては、銀行サイドが一般的に ROE の低い損害保険会社を買収してまで、損害保険の引受業務に進出するメリットはないと判断しているためと考えられる。実態としては、同法成立が損害保険業界に与える直接的な影響は少ないものと考えられる。

参考文献

- ・ 大久保亮「米国の金融制度改革とプライバシー」(生命保険経営,第 68 巻第 5 号,2000 年 9 月)
- ・ 大久保亮「米国の金融制度改革法と生保業界」(生命保険経営,第 68 巻第 3 号,2000 年 5 月)
- ・ 安田総合研究所 米国保険情報協会「ザ・ファクト・ブック 2000 アメリカ損害保険事情」(2000 年 4 月)
- ・ 坂本正「グラム=リーチ=ブライリー法と金融統合-グラス=スティーガル法の改正と証券業務-」(証券経済研究,第 24 号,2000 年 3 月)
- ・ V. ジェラルド・コミジオ、マーク I. ソコロウ、高橋宏明「グラス・スティーガル法廃止に伴う米国金融法制について～グラム・リーチ・ブライリー法の概要」(国際商事法務 Vol.28, No2~3, 2000 年 2 月、3 月)
- ・ 野々口秀樹、武田洋子「米国における金融制度改革法の概要」(2000 年 1 月)
- ・ 安田総合研究所 米国保険情報協会「米国保険用語ハンドブック」(1999 年 6 月)
- ・ Thompson Financial Media, "Privacy, Licensing Top NAIC Meeting Issues", Insurance Accounting Sep11 2000
- ・ Roberto Cenicerros, "Rates, Terms vary by account, brokers report", Business

- Insurance, July17 2000
- A.M.Best, “Best Viewpoint: Volatility Drives California Workers’ Comp Downgrades”, July 2000
 - A.M.Best, “Best Review”, July.2000
 - Thomson Financial Media, “Marketplace Pioneer Refines Model”, Insurance Accounting June12th 2000
 - Thomson Financial Media, “State Farm Nixing Insweb Rocks Industry”, Insurance Accounting June 5th 2000
 - NAIC, “NAIC News”, June 2000
 - Conning & Company, “Conning Commentary”, May 2000
 - NAIC, “NAIC News”, May 2000
 - Evandale Publishing Ltd, “Hartford to open third call center to handle AARP business”, Insurance Direct International Apr 12th 2000
 - A.M.Best, “Best’s Viewpoint: Yearly Rise in Captive Formation Expected Through 2005”, Apr. 2000
 - Bill Houston, “Financial services, market and technology changes are changing us”, Independent Agent(以下 I.A.と略す。) Jan 2000
 - Linda Collins, “Selling personal lines via payroll deduction”, American Agent&Broker, Jan. 2000
 - A.M.Best, “Best’s Captive Directory 2000 edition”, 2000
 - Conning & Company, “Worksite Marketing”, 2000
 - Russ Banham, “The Progressive”, I.A. May 2000
 - Amy Gergely, “Most ignore disaster planning”, I.A. Dec 1999
 - Evandale Publishing Ltd, “Direct strategy for Allstate”, Insurance Direct International Nov23th 1999
 - Evandale Publishing Ltd, “AIG launches aigdirect.com”, Insurance Direct International Oct26th 1999
 - A.M.Best, “Best Review P/C”, Oct.1999
 - Jeffrey Yates, “The Independent Agency System: Continued Progress and a Bright Future”, I.A. Sep 1999
 - Dyan Machan, “Devouring risk”, Forbes Global Aug23rd 1999
 - Conning & Company, “Commercial Insurance Brokers”, 1999
 - Conning & Company, “Alternative Market”, 1999
 - Conning & Company, “Internet Insurance Distribution”, 1999
 - Evandale Publishing Ltd, “Insurers invest in affinity-sales specialist USI Insurance Services”, Insurance Direct International Aug10th 1998
 - Conning & Company, “Personal Automobile Insurance”, 1998
 - Conning & Company, “Affinity Marketing”, 1998
 - California Department of Insurance, “California Earthquake Zoning And Probable Maximum Loss Evaluation Program”, 1997+1998

¹ 保険が豊富に供給されており、安価で提供されている市場の状態。すなわち、買い手市場のこと。

² Swiss Re “World insurance in 1998: Deregulation, overcapacity and financial crises curb premium growth” sigmaNo.7/1999, 1999

³ Homeowners Insurance の訳であり、財物と個人賠償責任の両方を担保するパッケージ保険。我が国の住宅総合保険に類似している。

⁴ Personal Umbrella Policy の訳であり、上乗せの個人賠償責任保険である。米国の場合、保険会社の引受実務として、たとえば個人自動車保険の賠償責任保険金額は対人賠償が 30 万ドル、対物賠償が 5 万ドル程度が一般的な契約となっている。従って、保険契約者がこれ以上の保険金額を希望する場合は、別ポリシーとして個人アンブレラ保険を購入することとなる。米国の自動車保には我が国のような保険金額無制限といった高額な商品は存在しない。個人アンブレラ保険は自動車保険だけでなく住宅所有者保険でカバーされる賠償責

任保険の上乗せ保険として機能する。

⁵ 米国における労災保険の供給主体としては民間保険会社、州政府(State Funds)および自家保険の3通りある。通常、企業は3つの選択肢の中から選択することとなる。ただし、North Dakota, Ohio, West Virginia 等一部の州では州政府の運営する労災保険しか加入できない。

⁶ 米国の損害保険会社は、3000社以上あるが、ほとんどの保険会社は、単種目ないし特定の分野の保険のみを取り扱う mono-line insurer であり、また、営業地域も一部の州や地域に限定した地域保険会社(regional insurer)である。

⁷ Datamonitor 社が約 150 の保険会社を対象に行った調査によると、ほとんどの保険会社は専属代理店や独立代理店を通して、自動車保険を販売している。正味計上保険料ベースでみたインターネットによる自動車保険の販売シェアは、1997年 0.01%、1998年 0.83%とわずかである。なお、本調査結果は、1999年3月に公表された。

⁸ 当該契約者に関わる過去複数年にわたる事故歴情報を一覧表にしたもの。事故日、事故の時間帯、支払い保険金、保険の受給者名、事故の形態、事故の発生場所等が記載されており、通常、企業のリスクマネージャーが自社の事故減少、防災対策立案のための資料として活用している。また、適正な保険プログラム立案のための参考資料となる。

⁹ コンバインド・レシオ(Combined ratio)とは通常、保険料に対する、保険会社が支払った保険金および経費の割合をいう。契約者配当後のコンバインド・レシオ(Combined ratio after dividend)の場合は、保険料に対する、保険会社が支払った保険金、経費および契約者配当金の割合をいう。米国の場合、労災保険などの企業保険の他、自動車保険、住宅所有者保険等の個人保険でも配当金を支払う会社がある。

¹⁰ National Association of Insurance Commissioners の略で、全米保険庁長官会議のことである。

¹¹ NAIC “Model Laws, Regulations and Guidelines Volume ” 670-1 ページ

¹² Conning & Company, “Personal Automobile Insurance”, 1998

¹³ California Low Cost Automobile Insurance

Program(SB527 Automobile insurance: low cost policies) (1999 Cal. Stat.11629.9) http://www.insurance.ca.gov/csd/Low_Cost_Au/sb527text.ht (visited Aug. 28th,2000)

California Low Cost Automobile Insurance Program(SB171 Automobile insurance:lifeline policies)(1999 Cal.Stat.11629.7) http://www.insurance.ca.gov/csd/Low_Cost_Au/sb171text.ht (visited Aug.28th, 2000)

¹⁴ 悪績契約者等任意の保険市場では自動車保険を購入出来ない個人・企業に対して保険カバーを提供するために設立された組織であり、州保険法に準拠している。カリフォルニア州で自動車保険を販売しているすべての保険会社は、州内のマーケットシェアに応じ契約引受を強制的に割りあてられる。

¹⁵ Fred R. Marcon, “The future of homeowners”, Independent Agent Feb.1997

¹⁶ 米国最大の料率算出団体であり、会員である保険会社(約 1500社)に対して、参考料率、保険統計、保険数理、保険約款等のデータを提供している。1971年に非営利団体として設立されたが、1997年に営利団体に転換した。

¹⁷ Homeowner’s Insurance Availability Act of 2000, H.R.21,106th Cong.,2nd Sess.

¹⁸ 過誤・脱漏責任保険と訳される。ブローカーや独立代理店は保険カバーの内容について、契約者に対して間違った説明をしたり、必要なカバーについて適切なアドバイスを行わなかった場合、賠償責任を負うケースがある。このため、ほとんどのブローカー、独立代理店はエラーズ・アンド・オMISSIONズに加入している。

¹⁹ CNA News Release <http://www.cna.com/cna/html/press/pr100499.html> (visited Aug.24th,2000)

²⁰ 両保険会社間の提携内容は、ロスコントロール等のリスクマネジメントサービス分野におけるものが中心となっている。たとえば、Travelers の顧客が欧州に工場等の施設を保有している場合には、Winterthule のエンジニアがサービスを提供する。

²¹ 各ブローカーによる料率動向予測は、Mark A. Hofmann, “Insurers claim rate increases are across-the-board”, Business Insurance, July3,

2000 による。

²² Lynna Goch, “ Workers’ Comp Price Increases May Refresh Self-Insured Pools ” ,A.M.Best, 2000

²³ Unicover は、複数の生命保険会社により組織された労災保険専門の再保険プールの運営会社の名称である。元受け保険会社は Unicover を通じて、労災保険の出再を行うが、Unicover は予定損害率を大幅に下回った条件で再保険を引き受けたため多くのビジネスが集まった。この再保険プールはさらに再々保険(Retrocession)を手当てしていたが、極めて低い料率条件で引き受けていた再々保険者が大幅な赤字を計上したことにより再々保険の引受を停止したため、Unicover が管理する再保険プールも破綻を余儀なくされたもの。

²⁴ 1899 年米国で設立された、世界最初の保険会社の格付け会社である。米国の保険会社の個社分析だけでなく、損保、生保など保険業界全体の最新のマーケット状況の分析を得意とし、各種レポート、出版物を発行している。

²⁵ 保険料が上昇し、保険の供給が不足しているマーケットの状態。すなわち、売り手市場のこと。

²⁶ 企業が、自己ないし関連子会社の自社関連の保険のみを引き受けるために設立されたキャプティブ

²⁷ 同一事業分野の複数の会社が、その事業固有のリスクを中心に引き受けるべく設立されたキャプティブ

²⁸ レンタキャプティブとは、キャプティブのメリットを、キャプティブを所有しない企業にも提供できることから付けられた呼び名である。典型的なレンタキャプティブの仕組みは、契約者は元受け保険会社と保険契約を締結する。その後、元受け保険会社はレンタキャプティブへ再保険契約として出再すると同時に、契約者は、レンタキャプティブと、当該保険契約から生じた利益及び投資収益を直接あるいは優先株の配当として契約者に返戻する約定を結ぶ。逆に事故により損失が収益を上回った場合は、差額をレンタキャプティブに直接支払わなくてはならない。それぞれの契約者の勘定は、別々に管理されるので、他の契約者の損害によって影響を受けることは基本的にはない。

²⁹ ファイナイト(Finite)とは、3~5 年契約でのリスク移転およびファイナンスを行う保険、再保険契約であり、損害準備金の保険会社による積立運用と保険金支払実績による利益の割り戻し、

一定限度内のリスク移転、積立金が蓄積される前に保険事故が起きた場合の信用供与、の3つの機能を持つものである。

³⁰ 伝統的保険リスクと金利や為替変動リスク等の金融商品を融合した商品。Integrated Solution については、岡崎康雄研究員「バミューダ保険市場」(安田総研クォーターリー31号)に詳しい。

³¹ Alternative Risk Transfer のことで代替的リスク移転手法と訳されている。一般的に、企業自身でリスクを管理する自家保険、新たな金融手法の活用等、伝統的な保険以外の方法によるリスク管理を指す。

³² Marsh and McLennan Press Release,
<http://www.marshmac.com/news/pr99.shtml>
(visited May 31th,2000)

³³ Banking Act of 1933

³⁴ 地域社会再投資法 (Community Reinvestment Act : CRA) は、銀行等が、特定の地域に対して住宅抵当貸付の付与を自動的に拒絶する差別行為 (レッドライニング) に対処するために定められた連邦法である。FDIC に加盟する銀行等に対し、その所在する地域の低所得者層や少数民族への低利融資促進、公共施設の運営援助等、地域社会への貢献を義務づけている。CRA 評価とは、この法律の遵守状況に関する定期的な検査結果のことである。

³⁵ 保険会社を買収する場合、買収される側の州保険監督官の事前承認が必要となる。

³⁶ 例外として、改革法成立前に非金融業務に従事していた会社が金融持株会社となる場合には経過措置が設けられ、また、従来から一般事業が認められていた単一貯蓄金融機関持株会社についても、引き続き一般事業が認められることとなった (単一貯蓄金融機関持株会社については後述する)。

³⁷ 連邦法に基づいて設立された銀行。一方、各州の銀行法に基づいて設立された銀行は州法銀行と言う (脚注 38,41 も参照)。

³⁸ 州法銀行については、主として州銀行局の規制監督を受け、連邦準備制度 (Federal Reserve

System : FRS)、FDIC に加盟する場合には、FRB、FDIC の規制監督を受ける。

³⁹ § 111 ~ 119、金融持株会社の子会社である証券会社や保険会社に対して、それぞれの機能別規制監督機関が課している以上の資本要件を貸すことが出来ないこと等の制限を課している。

⁴⁰ 1864 年国法銀行法 (Act of June 3, 1864 《National Bank Act》) では、人口 5,000 人以下のモールタウンに所在する店舗での保険販売と、銀行業務の遂行に必要な付随的業務と考えられる一部の保険種目の引受・販売が認められている。なお銀行の付随的業務であるか否かの判断は国法銀行の規制監督機関である OCC による。

⁴¹ 州によっては州法銀行に保険業務を認めていた

が、1991 年連邦預金保険公社改革法では、州法銀行の保険業務は、国法銀行に認められた範囲に限定された。ただし、同法立法前に保険業務を認められていた州法銀行については、既得権が与えられた。

⁴² 米国保険情報協会 ザ・ファクトブック 2000 アメリカ損害保険事情 (安田総合研究所、2000 年)

⁴³ 預金金融機関の中で、商業銀行以外の、相互貯蓄銀行 (MSB)、貯蓄貸付組合 (S&L)、信用組合 (Credit Union) の総称。代表格は S&L で主業務は住宅抵当貸付である。

⁴⁴ 貯蓄金融機関を一つだけ所有する持株会社。

⁴⁵ 145 Cong. Rec. S 13783 (1999)