

図表1 2016年中に発売された就業不能保障保険

社名/商品名	発売月	特徴
太陽生命 『働けなくなったときの保険』	3月	三大疾病やケガなどが原因で所定の就業不能状態が30日継続で給付金支払い。「保険組曲ベスト」に付加。
ライフネット生命 『働く人への保険2』	6月	従来商品を改定、支払対象外期間を60日または180日のいずれかを選択可能。
アフラック 『給与サポート保険』	7月	病気やケガを原因に就業困難状態が60日継続後、その状態が続く限り給付金支払い（最長で60歳もしくは65歳まで）。
チューリッヒ生命 『くらすプラス』	9月	所定の働けない状態になった場合に最高1,200万円を確定年金として受け取れる。
東京海上日動あんしん生命 『家計保障定期保険NEO 就業不能保障プラン』	11月	5疾病により所定の就業不能状態、病気やケガにより所定の要介護状態になった場合に毎月給付金を支払う特約を新設。

外貨建て保険は、標準利率の適用を受けないことに加え、円建て保険に比べ予定利率が高い。その一方で顧客自らが為替リスクを負うため、場合によっては元本割れの危険性もある。このほか、為替手数料などがかかることもデメリットである。

ただし、米トランプ政権のインフラ投資・雇用拡大政策の期待感から米国の長期金利が上昇、景況感も良好だ。日本国内では円安・株高となっており、売り止め商品の販売再開などの動きも出ている。しかし、しばらくは冷静に市場・金利状況をみていくのが各社のスタンスだ。外貨建てへの急激なシフトはなさそうだが、主要生保でも外貨建て商品販売に注力してくるだろう。

注目される 働けなくなるリスク

外貨建て保険と並んで、各社が力を入れているのが、医療保険などの第三分野の商品だ。

ただし、2018年4月には保険料算出基礎のひとつである標準生命表が11年ぶりに改定される予定だ。長寿化による死亡率の低下から、死亡保険は保険料が下がる一方で、生存給付型の第三分野の保険は値上げが予想されており、この点も含めた商品戦略が保険会社には求められている。

第三分野の中でも特に注目されている商品が、就業不能保障保険（図表1）。「働けなくなるリスク」への関心が高まっていることを受けて登場した商品である。病気やケガによって就労不能状態や要介護状態となった場合に給付金が受け取れる仕組みであり、医療保険や生命保険ではまかないきれない生活費や住宅ローン、教育費などの支出に備えることができる。

2010年にライフネット生命が「働く人への保険」を販売開始（2016年6月にはリニューアルし、「働く人への保険2」を発売）し、2012年に東京海上日動あんしん生命が「家計保障定期保険」を発売した。

その後、2015年に住友生命が「Wステージ 未来デザイン1UP」の就業不能保障機能を拡大。2016年には太陽生命が「働けなくなったときの保険」を保険組曲ベストの商品ラインアップに加え、アフラックが「給与サポート保険」、チューリッヒ生命が「くらすプラス」を発売した。

2017年4月2日からは、三井住友海上あいおい生命が「働けなくなるリスク」の保障を拡充した「&LIFE 新収入保障保険」を発売する。

今後も、各社で就労層マーケット開拓に向けた就業不能保障保険の拡大が見込まれる。

公的制度・支援事業を 補完する保険商品の登場

少子化・高齢化と人口減少によって国内の保険マーケットが全体的に縮小する中、これまでの一律的な保障商品は限界にきている。

予定利率引下げで 販売が厳しい生保業界

生保各社で保険料の値上げが発表され始めている。日銀のマイナス金利政策を契機にした国債利回り低下を受け、2017年4月1日から標準利率が現在の1・0%から0・25%に引き下げられるためだ。

標準利率とは金融庁が定めるもので、保険会社が責任準備金を積み立てる際の計算で使用される。これが引き下げられると、保険会社は責任準備金の積立負担から保険料の算出基礎のひとつである予定利率を下げざるを得ず、結果として保険料の値上げにつながるという仕組みになっている。

標準利率引下げの影響が特に大きいのは終身保険、個人年金保険、学資保険などの貯蓄性商品で、各社で軒並み保険料がアップとなる。日本生命の学資保険を例にとると、現在の1・35%から0・85%へ予定利率が引き下げられる。

特別企画

有限会社インスパレス代表
保険ジャーナリスト

石井 秀樹

2017年度の 保険商品のトレンドを 押さえる!

予定利率引下げの影響と今後の商品の方向性を探る

2017年4月に行われる標準利率の引下げや、不妊治療保険の解禁、インシュアテックの取組みの加速など、ここ最近、保険商品を取り巻く環境は大きく変化している。お客さまに最適な保険商品を提案するためにも、FPは、これらの情報に敏感でありたい。そこで本特別企画では、各社の特徴的な商品を取り上げながら、最新トレンドについて解説していく。

外貨建て保険や 第三分野商品にシフトか

終身保険など主力商品の魅力が減少する中で、各社では販売戦略が見直されている。その中で各社が販売を強化している商品のひとつが外貨建て保険（とりわけ米ドル建て・豪ドル建て）だ。

その結果、学資保険では契約者30歳・男性、被保険者0歳、保険期間＝被保険者18歳、基準保険金額100万円の場合、保険料は現行の1万2620円から1万3350円に上がる。

各社で値上げ幅は異なるものの、第一分野の商品は軒並み保険料が引き上げられる。ただし、特約等は値下げを図ることによって主契約プラス特約といった全体として保険料アップの影響を極力抑えようとする例もある。

いずれにせよ貯蓄性保険の魅力が薄くなるのは確かだ。3月は駆け込み需要が見込まれるものの、4月以降の販売環境は厳しくなる。