共済・保険

生命保険販売におけるインターネットチャネルの現状

主任研究員　大沼　八重子

はじめに

2008年に日本で初めてインターネットを主たるチャネルとする生保(以下、「ネット専業生保」という。）が登場し、12年目を迎えた。現在、ネット専業生保４社を含む13社がインターネットを通じて生命保険を販売している[1]（**図表１**）。

本レポートでは、インターネットを通じた生命保険販売の参入状況や保険種類、契約実績などを紹介することとしたい。最初に、インターネットチャネルをもつ生命保険会社の現状を概観し、次に、ネット専業生保を中心に実績等をみていく。

１．生命保険販売におけるインターネットチャネルへの参入状況

日本初のネット専業生保は2008年４月にアクサダイレクト生命、その翌月にライフネット生命が誕生した（**図表２**）。その後、2013年４月に楽天生命が誕生、続いてSBI生命が2016年２月よりネット販売に参入した。楽天生命は、2011年旧アイリオ生命時代にもインターネットによる生命保険販売に参入したが、アイリオ生命を買収後、2013年４月社名変更して楽天生命としてネット販売へ本格的に参入している。

主たるチャネルではないが、インターネットによる生命保険販売を行う会社は９社である。2011年５月にオリックス生命、同年12月にメットライフ生命が従来のチャネルに加え、ネット完結型のインターネットによる申込サービスを開始した。さらに、1996年から日本初のダイレクト販売専業の生命保険会社として郵便や電話などによる通信販売を中心に展開してきたチューリッヒ生命が2013年９月に参入している。そのほか、2014年７月に住友生命の子会社であるメディケア生命、2019年８月に第一生命の子会社であるネオファースト生命など、大手生保は子会社を通じてネット販売に参入している。既存の営業職員チャネルを活かしつつ、マルチチャネル展開を進めている。

（図表１）インターネットを通じた生命保険販売を行う生保

	国内生保	外資系生保
ネット専業生保	ライフネット生命 楽天生命	アクサダイレクト生命 ＳＢＩ生命
インターネットチャネルも活用する生保	オリックス生命 損保ジャパン日本興亜ひまわり生命 東京海上日動あんしん生命 FWD富士生命 チューリッヒ生命 メディケア生命 ネオファースト生命	メットライフ生命 アフラック生命

（出典）各社ホームページ等より、筆者作成（2019年８月15日現在）

２．インターネットチャネルで取り扱う生命保険種類

(1)　各社の生命保険種類取扱いの状況

次に各社が取り扱う生命保険種類数を見ていく。生命保険種類は、アクサダイレクト生命が11種類で最も多く、オリックス生命・チューリッヒ生命・楽天生命が７種類、メディ

1　本稿では、申込みと告知をネット上で行い、ネット上で申込が完結する生命保険会社を指す

（図表２）インターネットを通じた生命保険販売への参入状況

ネット参入時期	生命保険会社名	参入状況
2008年４月	SBIアクサ生命（現・アクサダイレクト生命）（注１）	日本初のインターネット専業生命保険会社が誕生 ネット完結型の医療保険と定期保険の取扱いを開始
〃　５月	ライフネット生命	インターネット専業生保として開業、定期死亡保険、終身医療保険の取扱いを開始
2010年９月	AIGエジソン生命（注２）	クレディセゾンの専用サイトにて、インターネットによる医療保険の取扱いを開始
2011年５月	オリックス生命	インターネット申込専用の定期保険ほか、ネット完結型の医療保険３種類およびがん保険の取扱いを開始
〃　９月	アイリオ生命（現・楽天生命）（注３）	楽天インシュアランスプランニングを代理店とし、同社が運営する「楽天の保険」サイトを通じ、インターネットによる医療保険３種類の取扱いを開始
〃　12月	メットライフアリコ生命（現・メットライフ生命）（注４）	インターネットによる申込サービス開始
2012年９月	損保ジャパン・ディー・アイ・ワイ生命（現・ネオファースト生命）（注５）	インターネット申込みによる、「１年組み立て保険（定期保険）」の取扱いを開始
〃　11月	富士生命（現・FWD富士生命）（注６）	インターネット申込サービス「富士ダイレクト」を通じ、がん保険、医療保険のほか、インターネット生保初の介護保険の取扱いを開始
2013年４月	楽天生命	楽天がアイリオ生命を買収し、楽天生命として、インターネットによる保険販売に本格参入。
〃　９月	チューリッヒ生命	インターネットによる申込サービスにより、がん保険を２種類、医療保険３種類の取扱いを開始
2014年７月	メディケア生命	インターネット申込専用「定期保険」のほか、医療保険、限定告知型医療終身保険のインターネットによる取扱いを開始
2015年７月	損保ジャパン日本興亜ひまわり生命	インターネット（パソコンのみ）により、医療保険２種類の取扱いを開始
2016年２月	SBI生命	インターネット申込専用定期保険の取り扱いを開始
2018年10月	アフラック生命	生保初のオンライン専用健康増進型医療保険の取扱いを開始
2019年８月	ネオファースト生命	医療保険をはじめ４商品のインターネットによる申込手続きを導入・開始

（出典）各社ニュースリリース等より、筆者作成（2019年８月15日現在）
（注１）SBIアクサ生命は、2010年５月に社名をネクスティア生命へ変更、2013年５月にアクサダイレクト生命へ社名を変更
（注２）AIGエジソン生命は、2012年にジブラルタ生命に吸収、現在対面チャネルのみ
（注３）アイリオ生命は、2013年４月１日に楽天生命へ社名変更
（注４）メットライフアリコ生命は、2014年７月に、メットライフ生命に社名変更
（注５）損保ジャパン・ディー・アイ・ワイ生命は、2014年11月にネオファースト生命へ社名変更。2015年、「１年組み立て保険」の新規取扱いを終了
（注６）富士生命は、2013年４月に社名をAIG富士生命へ変更、2017年９月にFWD富士生命へ社名変更

ケア生命６種類、メットライフ生命・ライフネット生命が５種類となっている（**次頁図表３**）。５種類以上を取り扱う生保が多い。

これを保険種類別で見ると、終身医療保険が12社で最も多く、次いで定期保険が８社、終身型のがん保険が７社、女性向けの終身医療保険が６社、引受基準緩和型の終身医療保険が５社となっている。全体的に、医療保険やがん保険などの第三分野商品が多い。ネットチャネルを活用し、主力の第三分野を積極的に販売する姿勢がうかがえる。また、死亡保障では定期保険が多く、終身保険を主流とする対面チャネルとは異なる保険種類となっている。割安な保険料により、若年層を意識した商品構成となっていると思われる。

（図表３）生命保険会社別／インターネットチャネルで取り扱う生命保険種類

		アクサダイレクト生命	アフラック生命	オリックス生命	ネオファースト生命	チューリッヒ生命	メットライフ生命	メディケア生命	ライフネット生命	日本興亜損保ジャパン日本興亜ひまわり生命	東京海上日動あんしん生命	楽天生命	ＦＷＤ富士生命	ＳＢＩ生命	（参考）種類・合計
死亡保険	終身保険	●		●(注6)									●		3
	定期保険	●		●		●(注3)	●(注3)	●	●			●		●	8
	収入保障保険	●		●		●(注3)									3
就業不能保険		●				●			●						3
特定疾病に対する保険（注1）					●(注4)	●		●							3
医療保険	終身型	●	●(注5)	●	●(注3)	●	●	●	●		●	●	●	●	12
	終身型（女性向け）	●		●		●		●	●			●			6
	定期型	●							●						2
	入院サポートタイプ（注2）				●							●			2
	先進医療保険（単体）									●					1
	薬剤治療保険							●							1
がん保険	終身型	●		●		●	●		●			●	●		7
	終身型（女性向け）	●								●					2
	定期型	●													1
	がんサポートタイプ（注2）											●			1
引受基準緩和型保険	終身保険						●						●		2
	定期保険	●													1
	医療保険（終身型）			●	●(注5)		●	●				●			5
各社の取扱い種類数計		11	1	7	4	7	5	6	5	2	1	7	4	2	

（出典）各社ＨＰより、筆者作成（2019年８月15日現在）
（注１）特定疾病に対する保険…チューリッヒ生命は「３大疾病」、メディケア生命は「特定３疾病」または「特定８疾病」
（注２）「医療保険・入院サポートタイプ」および「がん保険・がんサポートタイプ」は、入院時の一時金および先進医療給付金に特化した商品
（注３）リスク細分型の生命保険
（注４）契約日から５年以内に５日以上の入院給付金の支払がない場合は、健康割引により保険料が安くなる
（注５）健康増進型生命保険。アフラック生命は、更新時の健康年齢により健康還付金、ネオファースト生命は保険料が割引となる
（注６）オリックス生命の終身保険（死亡保険）は、死亡保障付医療保険Relief W［リリーフ・ダブル］を指す

⑵ 終身医療保険の保障内容

取扱い先が最も多い終身医療保険に着目し、各社の商品内容を示したのが**図表４**である。

保険料払込期間は、12社のうち６社は終身払のみの取扱いである。保険料がより割安な商品設計が目立つ。また、１回の入院支払限度日数は、30日が１社、60日のみの生保が７社で、日数は短縮型が主流である。しかし、特約を付帯することで、対象疾患により入院日数の延長や無制限とするところも多く、特定疾病に対する保障充実を図る傾向がうかがえる。なお、オリックス生命は、基本保障に入院日数の延長保障・無制限が特定疾病にまで及ぶ保障を組み込む。

昨年、ネットチャネルに参入したばかりのアフラック生命は、生保初のオンライン専用健康増進型保険の取り扱いを始めた。１年に

（図表４）インターネットチャネルで取り扱う主な終身医療保険

ネットによる発売年月	会社名	商品名	保険料払込期間	１回の入院の限度日数	特定疾病に対する入院保障	主な特徴
2014年７月	メディケア生命	医療終身保険 メディフィットＡ	終身、60歳・65歳・70歳・75歳・80歳	60日・120日	プラン選択により、７大生活習慣病は60日延長、３大疾病は日数無制限	豊富なオプションにより、自分にあった保障を実現。おくすり保険「薬剤治療保険メディフィットＥＸ」も取り扱う（2019年５月より）
2013年９月	オリックス生命	医療保険　新キュア	終身、60歳・65歳	60日	三大疾病日数無制限および７大疾病120日が基本保障	重度三疾病一時金特約により入院給付金日額の200倍の一時金
2014年３月	FWD富士生命	さいふにやさしい 医療保険	終身、 60歳・65歳・70歳・80歳	60日	特約により、７大生活習慣病が180日	特則付加により無事故の場合は５年毎に健康ボーナス
2014年５月	ライフネット生命	終身医療保険 「新じぶんへの保険」	終身、60歳・65歳	60日	プラン選択により、３大疾病が日数無制限	おすすめコースでは、がん治療給付金、３大生活習慣病による入院なら日数無制限で保障
2015年７月	チューリッヒ生命	終身医療保険 プレミアムＤＸ	終身、 55歳・60歳・65歳・70歳・75歳、10年払	30日・60日・120日	特約により、７大生活習慣病は日数無制限、ストレス性は１回の入院が365日	オプションにより、ストレス性疾病や所定の病気、ケガによる就業不能を保障
2015年９月	アクサダイレクト生命	アクサダイレクトの 終身医療	終身	60日	入院日数が61日以上で、特約により一時金50万円	特則付加により、３年毎に健康祝金
不明 （発売は2015年11月）	東京海上日動あんしん生命	メディカルKit NEO	終身	60日	特約により、３大疾病は日数無制限	特則より、短期入院は10日分の一時金のほか、特約により入院前後の通院保障
2016年２月	SBI生命	終身医療保険「も。」	終身、 60歳・65歳・70歳	60日・120日	－	オプションにより、退院後120日以内通院を入院給付金日額の60％保障、退院後の在宅医療を通算36か月、入院給付金日額の６倍保障
2018年４月	楽天生命	スーパー医療保険	終身	60日	特則により３疾病は日数無制限、５疾病は120日	基本のプランに、三大疾病による入院の支払日数が無制限、七大疾病は120日まで保障のほか、先進医療、通院なども保障
2018年10月	アフラック生命	アフラックの 健康応援医療保険	終身	30日	重大疾病は120日	生保初のオンライン専用健康増進型保険。健康年齢が実年齢未満の場合、「健康還付金」
2018年11月	メットライフ生命	終身医療保険「Flexi　S」	終身	60日	特約により、７疾病は無制限	継続10日以上の入院がなければ、最長90歳まで５年おきに健康祝金。オプションにより、短期入院による定額保障
2019年８月	ネオファースト生命	ネオdeいりょう	終身	60日・120日	各特則により、それぞれ３大疾病が無制限、８大疾病が無制限	主契約は入院保障のみのため、手術等はオプションにより対応る非喫煙・BMIが所定の範囲内であれば健康保険料率を適用

（出典）各社ＨＰより、筆者作成（2019年８月15日現在）

１回、健康診断の結果を基に算出された健康年齢が満年齢より低い場合、健康還付金を支払うもので、昨今の健康志向の人のニーズを捉えた生命保険となっている。また、2019年８月よりインターネットチャネルによる生命保険販売をスタートしたネオファースト生命も、健康志向を反映し、入院歴、喫煙の有無、肥満度を示すBMIによる健康保険料率を適用し、リスク細分型による割安な生命保険を提供する。

その一方、持病や既往症があり、医療保険への加入が難しい人に向けた引受基準緩和型も増えている。対面での加入をためらう人には申し込みやすいなどのメリットが考えられるが、販売者側にとっても、超高齢社会に向けた新しいマーケット開拓が期待される。

３．ネット専業生保の新契約実績

ここからは、保険引受の実績について、新契約および保有契約の状況を見ていく。なお、近年増加傾向にある医療保険・がん保険などいわゆる第三分野の契約動向も見るため、契約高（金額）ではなく「新契約（あるいは保有契約）年換算保険料」を用いた。また、ネット専業生保を除く９社は、チャネルごとの実績が不明なため、ネット専業生保のみで実績を概観する。

⑴　2018年度末新契約実績

ネット専業生保４社の2018年度新契約実績を見ると、楽天生命が件数324,000件、年換算保険料47億4,800万円で最も多く、次に、ライフネット生命、アクサダイレクト生命、SBI生命が続く（**図表５**）。SBI生命を除き、３社は件数・年換算保険料とも順調な伸びとなった。特に、ライフネット生命は、前年実績を大きく上回っており、件数64,000件の前年度比64.5％増、年換算保険料27億4,900万円の前年度比62.4％増となった。

とはいえ、ネット専業生保のシェアはまだまだ小さく、うちネット専業生保の４社合計のシェアはわずか0.36％ほどである[2]。

（図表５）ネット専業生保の2018年度末新契約実績

	新契約			
	件数（千件）		年換算保険料	
		前年度比（％）	（百万円）	前年度比（％）
楽天生命	324	101.8	4,748	129.6
ライフネット生命	64	164.5	2,749	162.4
アクサダイレクト生命	29	130.6	1,215	127.8
SBI生命	7	95.9	294	99.8

（出典）各社ディスクロージャー誌より、筆者作成
（注）楽天生命は、一定の条件を満たした楽天会員に無料で提供する１年定期ガン保険を加えた実績。それを除くと、新契約件数82,000件（前年比112.3％）、新契約年換算保険料46億6,540万円（前年比130.6％）

⑵　新契約年換算保険料の推移

次に、ネット専業生保上位３社について、開業からの新契約の推移を見ると、新契約年換算保険料は、2013年度から参入した楽天生命は21億4,900万円から47億4,800万円まで順調に増加し、拡大基調にある（**図表６**）。一方、アクサダイレクト生命とライフネット生命の２社は、開業して３年目以降の４～５年間、年換算保険料は低下傾向となった。なかでも、ライフネット生命は、2011年度24億6,800万円から2015年度には11億7,000万円にまで大きく落ち込み、苦戦を強いられる。ただし、2016年度以降再び回復し、３年間で年換算保険料105.5％増、件数では116.7％増、と、成長軌道に乗せた。同社は2014年に終身医療保険や定期保険、2016年に就業不能保険をリニューアルしており、こうした新商品の投入が奏功したようだ。

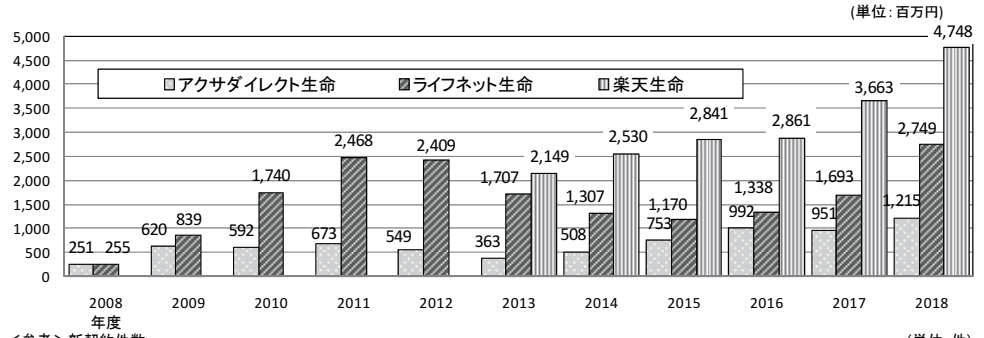
⑶　新契約年換算保険料における第三分野比率と第三分野の寄与度

新契約年換算保険料において、保険種類の取扱いが多い医療保険やがん保険等の第三分野が占める割合を見た[3]。2018年度の第三分野比率は、楽天生命が83.3％で最も高く、ライフネット生命が66.3％、アクサダイレクト生命が58.5％で、いずれも半数以上を占める（**図表７**）。３社とも第三分野は伸長、拡大傾向にあるが、なかでも、楽天生命は契約の８割以上を第三分野が占める。第三分野に対するニーズの高まりや、ニーズ顕在型である第三分野のネットとの親和性の高さを示しているようにも思われる。

2　（出典）生命保険協会ＨＰ「生命保険事業概況」。生命保険41社の新契約年換算保険料合計２兆4,852億円
3　第三分野は、「医療保障・生前給付保障等」を示し、医療保障給付（入院給付、手術給付等）のほか、生前給付保障給付（就業不能給付）等に該当する部分の年換算保険料が含まれている

寄与度で見ても、新契約年換算保険料で高い比重を占める第三分野は、2018年度ではアクサダイレクト生命が24.9%、ライフネット生命では30.2%、楽天生命で26.4%となっている。ネット専業生保の新契約における第三分野の寄与は大きいことが確認できる(**図表８**)。

（図表６）ネット専業生保の新契約年換算保険料の推移

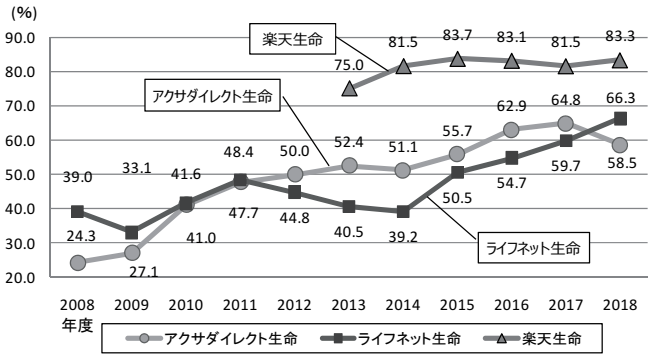


＜参考＞新契約件数　(単位:件)

会社名＼年度	2008年度	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
アクサダイレクト生命	5,456	12,977	13,831	17,102	13,831	8,636	11,746	18,651	24,734	22,672	29,614
ライフネット生命	5,253	19,282	42,214	60,725	60,685	46,237	27,982	25,150	29,741	39,175	64,435
楽天生命						62,000	163,000	387,000	314,000	318,000	324,000

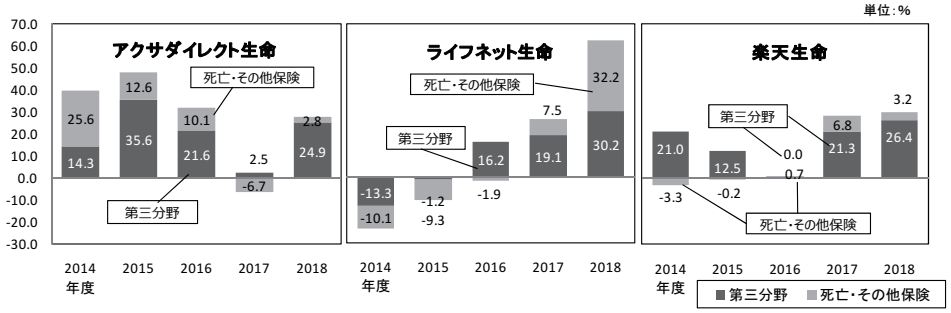
（出典）各社ディスクロージャー誌より、筆者作成
（注）楽天生命は、社名変更した2013年度以降の実績。2014年度以降は、2014年度から条件を満たす楽天会員を対象に、無料で提供する１年定期ガン保険の件数を含む

（図表７）ネット専業生保の第三分野比率（新契約年換算保険料）



（出典）各社ディスクロージャー誌より、筆者作成
（注）第三分野は、「医療保障・生前給付保障等」を示し、医療保障給付（入院給付、手術給付等）、生前給付保障給付（就業不能給付）等に該当する部分の年換算保険料を含む

（図表８）ネット専業生保の種類別寄与度の推移（新契約年換算保険料・直近５年間）



（出典）各社ディスクロージャー誌より、筆者作成

４．ネット専業生保の保有契約実績

⑴　保有契約年換算保険料の推移

次に、保有契約の状況を見ていく。なお、楽天生命は、旧アイリオ生命が保有していた契約を含むため省略した。

２社の開業からの保有契約の推移を見ると、件数・年換算保険料ともに安定して推移している（**図表９**）。2018年度実績は、アクサダイレクト生命が件数12万6,332件、年換算保険料50億9,200万円、ライフネット生命が30万8,854件、129億9,300万円となっており、ライフネット生命が大きく伸長した。

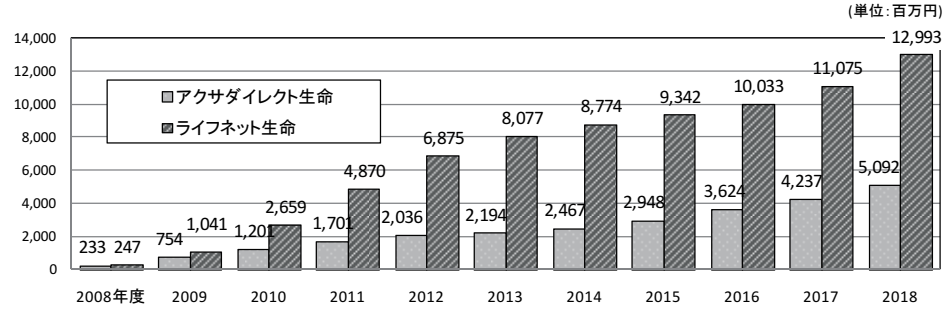
ただ、寄与度で見ると、アクサダイレクト生命では2012年以降、ライフネット生命では2013年以降、微増・横ばいで推移し、伸び率も低い（**図表10**）。新契約年換算保険料では高い寄与を示していた第三分野が大幅に低下した。保有契約は着実に増加傾向にあるものの、伸び率は低く、主力の第三分野が保有契約の伸長に大きく寄与していない。

⑵　解約・失効状況

保有契約の解約・失効状況を見ていく。なお、保有契約高による解約・失効率は第三分野の保障額を反映していないことや、上述してきた年換算保険料が概ね件数と比例していたことから、解約・失効率を件数率で算出した。

解約・失効状況を見ると、アクサダイレクト生命・ライフネット生命ともに、解約・失効件数は増加傾向にある（**図表11**）。しかし、解約・失効率は、開業後の2009年度はアクサダイレクト生命が19.5％、ライフネット生命が17.1％であったが、2013年度には、順に6.5％、7.3％台にまで低下し、その後横ばいで推移している。開業直後は保有契約件数も少ないため、解約・失効率は高めとなったが、

（図表９）ネット専業生保の保有契約年換算保険料の推移

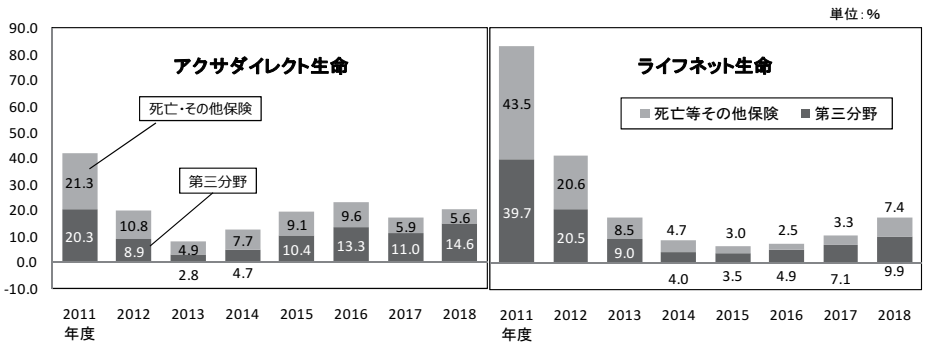


＜参考＞保有契約件数　（単位:件）

	2008年度	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
アクサダイレクト生命	5,121	16,268	27,156	40,425	49,498	53,489	60,210	72,671	90,393	105,672	126,332
ライフネット生命	5,116	23,506	63,188	118,040	169,312	202,963	215,403	225,534	239,800	263,847	308,854

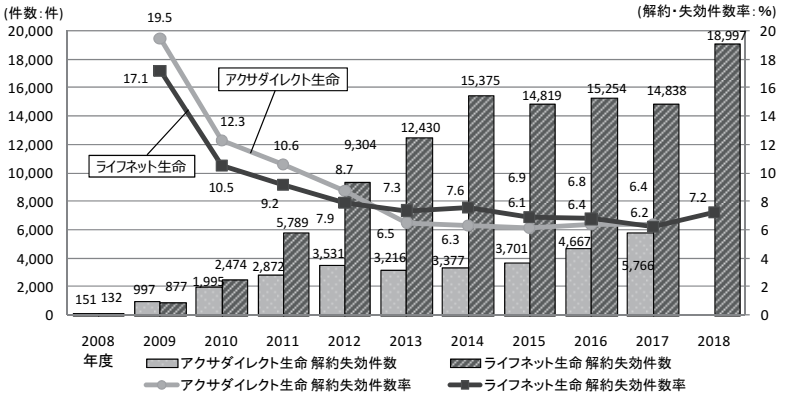
（出典）各社ディスクロージャー誌より、筆者作成

（図表10）ネット専業生保の種類別寄与度の推移（保有契約年換算保険料）



（出典）各社ディスクロージャー誌より、筆者作成

（図表11）保有契約の解約・失効状況の推移（件数）



（出典）各社ディスクロージャー誌より、筆者作成
（注１）解約・失効件数率は、解約失効件数（(解約＋失効＋保険金額の減少）－（復活＋保険金額の増加)）の年度始保有契約件数に対する比率
（注２）アクサダイレクト生命の2018年度は、解約失効件数不明の為、非表示

現在は概ね６～７％台を維持している。

しかし、大手生保４社の2017年度の解約・失効率は平均4.5％であり[4]、それと比べると、両社の解約・失効率は大きく上回る。

ネット専業生保における保有契約年換算保険料の低い伸び率は、解約・失効率の高さが影響しているようである。また、第三分野は新契約ほど保有契約の伸長に寄与していないことからも、解約・失効の多くは第三分野であることが考えられる。

おわりに

ネット専業生保は、シェアは小さいながらも、第三分野商品を主力として成長しつつあることが確認できた。なかでも、楽天生命は、実績を拡大しており、１億人以上の会員数をもつ強みを発揮している[5]。しかし、一方で、ネット専業生保は解約・失効率の高さが課題であり、大手生保と比べても大きな差異がみられた。割安な保険料や加入しやすさの裏腹に解約のしやすさがあることも、解約・失効を誘引する要因として考えられる。

バブル崩壊以降、生保の破たんによる信頼の失墜などを背景に、新規契約の伸び悩みに加え、生保の解約・失効率も10％以上に上昇した[6]。しかし、各社が契約継続・保有契約の純増など質的側面の改善に取組み、解約・失効率は減少してきた。また、2005年以降は保険金等の不払い問題を契機に、契約内容確認活動など契約者との関係強化を図る取組みにより、解約・失効率は大幅に改善してきている。非対面チャネルにおいても、今後は利用者との関係強化に向けた仕組みなども重要になるのではないだろうか。

ネット専業生保誕生から10年以上が経過した現在、インターネットチャネルへの新規参入生保は徐々ではあるが、増えつつある。直近では第一生命が８月よりスマートフォンを通じて同社のウェブサイト等から１日単位のレジャー保険の代理販売に着手している。若年層を中心に将来の保障提供につなげていくことが狙いにあると考えられ、インターネットチャネルに対する期待は大きい。今後もインターネットを通じた生命保険販売には注視していく必要があろう。

4　当研究所調べ。日生・明治安田・第一・住友の４社。2018年度数値は、異動状況の推移が開示されていないため、2017年度実績とした
5　楽天株式会社ＨＰより。2018年９月末現在。会員登録完了後１回以上ログインをしたことのある会員数（国内のみ、退会者除く）
6　（出典）生命保険協会。解約・失効率は、2011年度の11.8％をピークに低下している