

健康増進型保険の動向

—2018年10月以降—

上席専門職 熊沢 由弘

1. はじめに

拙稿『「健康増進型保険」の個別商品の特徴とJA共済の「健康分野」の取組みについての考察』（『共済総研レポート』No. 159）では、原稿執筆時点（2018年9月）において生命保険会社から提供されていた代表的な健康増進型保険の概要・特徴を整理した。健康増進型保険は、最新技術の活用など従来にはないタイプの保険であることから、販売動向や他の生命保険会社の対応等を注視していく必要があると考える。

その後の動向として、個人保険分野では大手生保2社から新たに健康増進型保険の提供がなされているが、若干落ち着きつつある印象を受ける。他方、2019年以降は団体保険分野において「企業の健康経営をサポートする」、「従業員等の健康増進に資する」ことをコンセプトとした保険商品が複数の生保から提供されている。

本稿では、2018年10月以降における既存商品および新商品の動向について整理を行ってみた。本稿で触れている2018年9月以前販売開始の個別の健康増進型保険の内容等は、『共済総研レポート』No. 159の掲載内容を適宜参照いただきたい¹。なお、本稿における見解は筆者個人によるものであり、筆者の所属団体とは無関係である。

2. 個人向けの健康増進型保険の動向等

(1) 2018年10月以降に発売された主な保険商品

アフラック生命から新商品が、明治安田生

命から新特約が提供されている²。両社の商品概要は（表1）2018年10月以降に発売された健康増進型保険の概要のとおりである。

① 両社の健康増進に資する内容の共通点等

2018年9月以前に販売されている他社の健康増進型保険において「加入者の懸念となり得る事項」について以下の対応をしており、加入者に受け入れられやすい商品といえる。しかしながら、イ・ウの内容としたことで優遇措置（＝保険料の実質負担軽減水準）のインパクトは弱い印象を受ける。

ア. 「契約加入後の毎年の健康状態」に応じて優遇措置適用を判定するため、加入者が保険契約加入を機に継続して健康増進に努める動機付けがしやすい。

イ. 優遇措置適用・水準の判断要素が「健康診断結果の所定項目のみ」であり、加入者の手続面の負担が少なく、加入者が健康面で意識すべき項目がわかりやすい。

ウ. 加入後に健康状態が悪化した場合でも以後の保険料が割増になる等のペナルティーはなく、安心して加入できる。

② 両社の新商品についての所感

アフラック生命は主力の医療保険「ちゃんと応える医療保険 EVER」での対応ではなく、医療保険の新商品として開発した。また、同社初の「ネット専用保険」であり、契約加

1 具体的には『共済総研レポート』No. 159pp. 32-35掲載の「(表) 主な「健康増進型保険」の概要と特徴等」に整理している。

<https://www.jkri.or.jp/PDF/2018/Rep159kumazawa.pdf>

2 SOMPOひまわり生命が2019年12月に発売したネット専用商品「糖尿病の方のための医療保険『ブルー』（糖尿病患者向一時金給付医療保険）」は「健康応援型商品」として、「各対象期間中のHbA1c値の測定値が7.5%未満」等所定の要件を満たすと「HbA1c管理支援還付金」を支払う保険であり、「健康増進型保険」に類似した内容であるが、糖尿病患者の重症化予防・治療継続支援を趣旨としていることから、本稿では取り上げていない。

(表1) 2018年10月以降に発売された健康増進型保険の概要

保険会社	アフラック生命	明治安田生命
商品名	アフラックの健康応援医療保険 (健康還付金付医療保険)	ベストスタイル健康キャッシュバック (5年ごと配当付組立総合保障保険)
発売年月	2018年10月	2019年4月
契約形式等	○申込手続きがオンライン完結するネット専用※の医療保険(新商品) ※保険証券の電子発行を選択すると第1回保険料を300円割り引く。	○既存の総合保障タイプの主力保険「ベストスタイル※」に新設した「健康サポート・キャッシュバック特約」を付加 ※各種保障特約を組み合わせて加入。主契約の保障はない。
健康増進に資する内容等	<p>①健康還付金の支払要件 60歳までの年単位の契約当日に「健康年齢※が満年齢を下回っているとき」。 ※「年齢・性別」に「身長、体重、血圧、血糖値、肝機能関連の血液検査結果」を加味して算定</p> <p>②健康還付金の水準(性別・年齢で異なる) 当社HP掲載例(入院日額10,000円、総合先進医療特約付加、保険期間：終身)では、年間支払保険料(月払保険料×12か月)に対して「男性40歳加入：約8.6%、女性40歳加入：約6.5%」。</p> <p>③健康還付金の請求手続 「ご契約者様専用サイト」から健康診断結果を入力して健康年齢を確認⇒「満年齢を下回る場合」のみ健康診断結果の画像をアップロード。</p> <p>④健康還付金の受取方法 ア. Amazonギフト券(Eメールタイプ) イ. 指定金融機関口座への振込 ウ. JCBプレモデジタル(デジタルギフト。2019年11月導入)</p> <p>⑤付帯サービス 商品発売にあわせて「健康サービスプログラム」として健康増進をサポートするスマホアプリを提供。</p>	<p>①キャッシュバックの要件 毎年提出する「健康診断の所定検査項目※の結果」に応じて毎年度キャッシュバック(自動積立)。 ※年齢(40歳未満・以上)により異なる。40歳以上は、BMI、血圧、尿(蛋白)、血液(脂質、肝機能、糖代謝)が対象</p> <p>②キャッシュバックの水準 「対象となる特約※の月掛保険料合計額×健康診断結果に応じた3区分の係数(1、0.5、0.1)」により算出。 ※災害系保障(傷害・特定損傷)や終身保障移行系の特約を除き、死亡万一、就業不能、介護、医療保障等、多くの特約が対象となる。</p> <p>③「MY健活レポート※」の提供 健康診断結果をもとに個々の加入者に応じた健康増進に役立つ情報等をまとめたレポートを毎年作成。提供方法は「Webサイト」または「営業職員の専用端末」から閲覧(郵送も可能)。 ※掲載内容は「けんしん結果確認」「疾病リスク予測」「運動・食事のアドバイス」「シミュレーション(健康診断結果数値変動によりキャッシュバックランクや疾病リスク予測変動の試算)」等</p> <p>④付帯サービス(③以外) 当商品提供前から健康増進のための「みんなの健活プロジェクト」を展開済み。先進的な検査の取次・優待等、様々な健康増進サービスを提供。</p>

(注) 両社のホームページ掲載内容(ニュースリリース、しおり・約款)を参考に筆者作成

入手続や健康診断結果の報告手続等を含め、将来を見据えた試行的商品という印象を受ける。

他方、明治安田生命は主力保険で参入し、販売後4か月で約16万件³の実績を挙げている。第一生命・住友生命に続き営業職員をメインチャネルとする国内大手の3社が約1年の間に相次いで健康増進型保険を提供することとなった。3社の共通点として以下の点が挙げられる。

ア. 個人保険分野の主力保険(総合保障タイプで加入者ニーズに応じて必要な保障を自在に組

み合わせ可能)で参入しており、各社の本気度が伺われる。

イ. 「健康増進に資する内容の適用有無を加入者が選択できる特約形式⁴」とし、各保険商品の保障部分と切り離すことにより、健康増進型保険の制度内容に抵抗感(例：健康診断結果というセンシティブな個人情報の提供等)を持つ加入者にも対応できる。また、将来、ビッグデータ分析手法の進化等により健康に関する新たな指標・基準が策定された際に、保障部分や商品体系に影響

3 「週刊東洋経済臨時増刊 2019年版生保・損保特集」(東洋経済新報社)掲載内容の数値を引用。当数値の詳細(対象となる保険商品「ベストスタイル」全体の契約件数なのか、健康サポート・キャッシュバック特約の付加件数なのか等)は不明。

4 第一生命：健康診断割引特約、住友生命：健康増進乗率適用特約+保険契約とは別のVitality健康プログラム契約、明治安田生命：健康サポート・キャッシュバック特約。

響を及ぼさずに柔軟な見直しができる。

(2) 2018年9月以前販売開始の健康増進型保険の動向

① 販売動向

2018年9月以前に販売を開始した健康増進型保険のうち、実績が一定程度把握できる3社の販売動向等について(表2)既発売の健康増進型保険の契約実績に整理した。

第一生命と住友生命は主力保険で健康増進型保険に参入しており、強固な営業力から堅調な実績を確保しているようであるが、健康増進型保険が起爆剤となって新契約実績が大きく伸長しているとまではいえない印象である。

第一生命の「健康診断割引特約」は、契約時のみ健康診断結果を提出すれば以後も保険料割引が適用される簡易な手続であるにもかかわらず、当特約付加可能契約の約2割程度には付加されておらず、健康診断未受診者に加え、健康診断結果提出に抵抗感を持つ加入者の存在も考えられる。

住友生命の「Vitality」は、「Vitality健康

プログラム契約には保険料とは別に利用料(税込み月880円)がかかる」、「保険料割増(最大10%)もあり得る」等を踏まえると、加入対象保険商品における加入率約7割は高いという印象である。他社商品に比べて保険料割引水準(最大30%)が大きく、健康増進に資する多様な特典やプログラムが提供されることから、健康意識の高い(健康に自信がある)若年層を中心に支持されているようである。

SOMPOひまわり生命は当社の個人保険新契約全体の実績が、「2017年度：312,630件、2018年度：344,073件⁵⁾」であることを踏まえると、発売後1年間で11万件超はかなり高い実績といえる。従来から収入保障保険を主力保険と位置付けているが、当商品では健康体であれば従来商品に比べてかなり低廉な保険料率を設定し、保障拡充⁶⁾により魅力を増している。また、当商品は保険のプロからの評価が高く⁷⁾、当社販売チャネル(保険ショップ等の代理店、ネット等)を通じた保険加入層に訴求できていることも好実績の要因と考えられる。

(表2) 既発売の健康増進型保険の契約実績

保険会社	契約実績等
第一生命	○「ジャスト」の契約実績：発売後約1年で100万件超(健康診断割引特約の付加対象外契約を含む)※1 ○「健康診断割引特約」の付帯率：特約付加対象契約の約8割※2 ●「健康診断割引特約」付帯の契約件数：発売後約16か月(2019年7月末)で約62万件※1 ※1 「ジャスト」は商品体系を複数の主契約(保障)の組み合わせ方式としており、1回の加入手続きで複数件の契約が計上されるケースがある。 ※2 契約申込時の健康診断結果提出件数は約2.4倍に増加(2017年度：229,815件⇒2018年度：549,720件)
住友生命	「Vitality」の実績(加入対象保険に健康増進乗率適用特約付加+Vitality健康プログラム契約締結) ○発売後約8か月(2019年3月末)：約20万件※1 ●発売後約1年(2019年7月末)：約27万件(加入対象保険商品の約7割がVitalityに加入)※2 ※1 この期間のVitality加入対象保険商品の新契約年換算保険料は前年同期比2.5%増(279⇒287億円) ※2 加入者の年齢層は20~40歳代中心、従来に比べて20代が増加
SOMPO ひまわり生命	「リンククロス 自分と家族のお守り(収入保障保険)」の契約実績 ○発売後1年：11万件超 ●発売後16か月(2019年7月末)：14万件超

(注)「○」は各社のディスクロージャー誌およびニュースリリース掲載内容から、「●」は「週刊東洋経済臨時増刊 2019年版生保・損保特集」(東洋経済新報社)掲載内容から引用している。

5 「Insurance生命保険統計号」の平成30年版および令和元年版に掲載の「個人保険種類別新契約成績表」による。
 6 就労不能保障特約・メンタル疾患保障付七大疾病保障特約を新設し、オプションにより保障範囲を拡充。
 7 2018年に「オリコン顧客満足度調査」、雑誌「MONOQLO the MONEY」、雑誌「日経トレンド」の保険ランキングの収入保障保険部門において1位に選定。「週刊エコノミスト」(2019年10月29日号)のプロが選ぶ収入保障の商品ランキングベスト5でも1位に選定。

② 商品改定動向等

各社とも商品提供後の経過期間が短いため大規模な改定はないが、第一生命は「ジャスト」の新ラインナップとして2019年9月に発売した「就業不能保険」を「健康診断割引特約」の付加対象としている。

また、住友生命は2019年6月に対象保険種類を拡大し、以前に主力保険（総合保障タイプ）として提供していた「ライブワン」と「Qパック」の加入者に対して「Vitality」を選べる取扱いを開始した⁸。従前の主力保険の既

加入者に対象を広げることで「Vitality」の浸透を図る趣旨と考えられ、新契約獲得のみが狙いではないことが伺われる。

3. 団体保険における動向等

(1) 健康増進に資する保険商品の概要

2019年以降、企業・団体を契約者とし、従業員等を被保険者とする保険（以下「団体保険」という。）における「健康分野」の取組みが活発化している。健康増進に資する内容は（表3）従業員等の健康増進に資する団体保

（表3）従業員等の健康増進に資する団体保険の代表例

会社名 (提供年月)	対象保険種類等	健康増進に資する内容等
明治安田生命 (2019年4月以降順次)	①無配当特定疾病保障定期保険(Ⅱ型) ②無配当医療保険 ③無配当定期保険 注)①~③の1年満期契約	健康状態・活動結果に対する優遇 ○個人向け保険において新設した「健康サポート・キャッシュバック特約」(表1参照)を団体保険に適用。 ○毎年提出される従業員の健康診断結果を踏まえ、キャッシュバックを行うとともに、従業員向けに「健活レポート」を、企業・団体向けに「健活分析レポート」を提供。 ○提供サービス等は次々頁(表4)明治安田生命の②参照。
メットライフ生命 (2019年6月)	【新商品】医療保険(団体型)[あなたと会社の健康計画]注)全従業員が被保険者として加入する	○アプリ「Kencom×ほけん※」を利用して計測した個々の従業員の歩数実績(1日あたり平均歩数)を所定の区分により集計した結果を踏まえ、契約者である企業・団体に支払う配当金が増減。 ※業務提携先のDeNAの子会社DeSCヘルスケア社が提供する健保組合向けアプリをベースに開発。 ○商品発売にあわせて団体保険の加入団体向けに「健康アシストパック」(ティーベック社提供)の紹介サービスを開始。サービス利用は有料。
日本生命 (2019年7月)	団体定期保険	健康経営優良法人に対する保険料割引注2 ○「健康経営割引」を導入。適用条件は「健康経営優良法人(大規模法人部門)認定」、「一定規模以上の契約等所定要件充足」、「契約者からの割引申出」。 ○割引水準は「主契約の純保険料の5%」。 ○提供サービス等は次々頁(表4)日本生命参照。
第一生命 (2019年10月)	【新商品】3大疾病サポート保険(団体型)[3大疾病サポートプラス~健康経営プレミアムプラン~]	○「健康経営割引」を導入。適用条件は「健康経営優良法人認定」、「所定要件充足」。(割引水準は不明) ○提供サービス等は次々頁(表4)第一生命の②参照。
三井住友あいおい生命 (2019年10月)	無配当総合福祉団体定期保険	○「健康経営保険料率」を導入。適用条件は「健康経営優良法人認定」。 ○割引水準は「団体の規模(被保険者数)」と「人員構成(性別・年齢)」により決定。 ○MS&ADインターリスク総研監修の「健康経営簡易チェックシート&診断レポート」を提供(企業・団体が記入したチェックシートに基づいてレポートを作成するとともに、各種付帯サービスや健康経営の取組支援メニューを案内)

(注) 1. 掲載内容は各社のホームページ掲載内容(ニュースリリース等)を参考に作成
2. 「健康経営優良法人」に対して保険料割引を適用する制度は、損害保険会社において以下の先行事例がある。
①東京海上日動火災(2017年4月):「業務災害総合保険(超Tプロテクション)」に「健康経営優良法人割引(5%)」を適用
②損保ジャパン日本興亜(2018年7月):「団体長期障害所得補償保険」に健康経営優良法人の認定等、健康リスク対策の取組状況等を確認し、所定の要件を満たした場合に「健康経営割引(5%)」を適用

8 当改定により、「Vitality」の対象保険について1人につき2件目以降の加入の取扱いを開始した。「Vitality健康プログラム契約」は1件のみ加入すれば複数の保険契約に対応できる。

険の代表例のとおり、各社様々である。

明治安田生命とメットライフ生命は、医療ビッグデータ分析や最新技術活用等を踏まえ、被保険者のリスクや行動を反映する保険であり、その点は個人向けの「健康増進型保険」と同様である。他方、他の3社が「健康経営を支援する」趣旨で導入した「健康経営優良法人⁹の認定⇒保険料割引適用」は趣を異にしている。「健康経営優良法人の認定」という企業の取組みを基準に個々の従業員等の保険料を一律に割り引くのは少々乱暴な印象を受けるが、「認定法人の従業員であれば健康増進に取り組む環境が整っている」という評価と考える。なお、企業向けの団体保険は「契約者保護に欠けるおそれのない保険商品」として商品開発・改定が金融庁への届出で済むため、保険料割引等の制度設計は個人向け保険よりも柔軟に対応できることが背景にあるのかもしれない。

(2) 健康増進に資する付帯サービス等

大手生保を中心に企業・団体等およびその従業員に対して、無料・有料の様々な付帯サービスやヘルスケア事業が提供されている。代表例として大手3社の事例を(表4)大手生保の団体保険付帯サービス・団体向けヘルスケア事業の取組事例に整理した。

第一生命と明治安田生命が特定の団体保険の加入者向け付帯サービスとして提供をしているのに対して、日本生命はサービス提供対象として健保組合もターゲットとし、団体保険加入を必須とはしていないようである。また、日本生命は従業員の健康増進に加えて企

業の経営面にも踏み込んだコンサルティングを提案する等、ヘルスケア事業の取組みに重点が置かれている印象である。

なお、多様な業界に属する他社との連携・提携を通じて「予防効果を狙ったサービス提供」や「気軽に取り組めるツール提供(例:スマホ向けアプリ)」がなされている。団体保険加入者におけるアプリ利用者が増えれば保険会社が収集できる各種データ量は飛躍的に増えることから、個人向け保険も含めた将来の健康増進分野の展開に活用できる効果も期待できる。

(3) 健康増進に資する取組みが強化される背景

団体保険分野において、健康増進に資する取組みが強化されつつある背景としては、以下の点が考えられる。

① 保険会社によるヘルスケア事業の強化

政府が成長戦略において市場・雇用の創出を見込み、重要な柱として位置付けている「ヘルスケア産業」については、大手生損保グループによる取組みが強化されている。保険会社にとっては、新たな収益源になり得る事業分野であり、顧客(利用者)開拓にあたっては、当該保険会社の団体保険加入を通じて関係構築がなされている企業・団体に対して働きかけることが効率的である。また、企業・団体にとっても後掲③のとおり、健康経営やコラボヘルスへの取組みを強化せざるを得ない状況となるなかで、具体的施策の実施にあたり、保険会社が提供する団体保険の無料付

9 地域の健康課題に即した取組みや日本健康会議が進める健康増進の取組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を毎年顕彰する「健康経営優良法人認定制度」(経済産業省)に基づく認定法人。2019年の認定状況(2019年12月1日現在)は、大規模法人部門:816、中小規模法人部門:2,501。認定基準(要件)は多岐にわたるが「1. 経営理念(健康宣言、経営者の健診受診)」、「2. 組織体制(健康づくり担当者設置)」、「3. 制度・施策実行(例:定期健診受診率実質100%、ストレスチェック実施、過重労働防止、健康増進・生活習慣病予防対策等)」、「4. 評価・改善(保険者との連携)」、「5. 法令遵守・リスクマネジメント(健康関連法令での重大違反なし)」等がある。多くの保険会社自体も認定を取得しており、(表3)掲載の5社も2019年の大規模法人部門の認定法人である。(経済産業省HP掲載内容より)

(表4) 大手生保の団体保険付帯サービス・団体向けヘルスケア事業の取組事例

会社名	団体保険の付帯サービス・ヘルスケア事業の概要	
日本生命	ニッセイ健康増進コンサルティングサービス (Wellness-Star☆) (2018年4月～本格提供)	<p>企業・団体・健保組合・共済組合の健康増進支援を目的とし、NPO法人健康経営研究会の助言・監修を受けて提供。従業員の健康増進に加えて企業の経営面にも踏み込んだ内容。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○健康組合・共済組合向けのコンサルティングサービス (野村総合研究所提供) データ分析による課題抽出・改善計画策定支援、特定保健指導・重症化予防等の実行支援 ○健保組合加入者向けコンテンツ (リクルートライフスタイル社提供) 健診結果・健康状態可視化ツール提供、健康増進インセンティブの開発・提供 ○企業・団体向け健康増進支援サービス (野村総合研究所提供) 健康データ・ストレスチェック、労働生産性データ等の分析、生産性向上に向けたコンサルティング ○スマホ向けウォーキングアプリ「aruku& (あるくと) ※」提供 (ONE COMPATH社提供) アプリ活用により企業・健保組合が独自イベント (例:ウォーキングフェスタ等の運動施策) を実施できる専用管理機能を提供。従業員等の運動・アプリ活用状況の分析レポートを作成して提供。 ※団体定期保険への「健康経営割引」の新設と同時期の2019年7月より提供開始。当アプリは個人保険向けサービス「健康サポートマイル」を貯めるメニューにおいて2018年4月より提供済み。
第一生命	①第一生命 Walk&Link サービス DL KENPOS (2017年6月～)	<p>団体保険「新医療保険 (団体型)」加入者への付帯サービスとして提供 (2017年5月時点)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○企業・団体向け健康支援アプリ「KENPOSウォーキングアプリ」、WEBサービス「KENPOS」の提供 (イーウェル社提供) 歩数記録・体重記録・健康日記・健康情報関連コンテンツ等の利用が可能。月間累計歩数が一定歩数をクリアすると抽選で商品提供。従業員等のアプリ利用率等を加入団体に提供。
第一生命	②DL健康経営バックアップサービス (2019年10月～)	<p>団体保険「3大疾病サポート保険 (団体型)」の付帯サービスとして提供。企業・団体の健康経営サポートと従業員の福利厚生充実が目的。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○健康経営サポートメニュー <ul style="list-style-type: none"> ア. 健康経営優良法人認定コンサルティング: 企業の「健康経営」および「健康経営優良法人認定取得」をサポートするWebサービス等 (イーウェル社提供・有料) イ. 企業・団体 (従業員) 向けの健康増進支援アプリ「健康第一」提供 (QOLeap社提供) ウ. 従業員向けの健康イベント開催 (例: 血管年齢診断等) エ. 第一生命健康サポートデスク (企業・従業員向け) によるメディカル・生活関連電話相談サービス、メンタルヘルスサービス (SOMPOヘルスサポート社提供) ○福利厚生メニュー <ul style="list-style-type: none"> ア. がん検診紹介 (がん研有明病院における第一生命限定コース・有料) イ. 家事代行 (ダスキン社提供・有料) ウ. 禁煙サポート (QOLeap社、キュア・アップ社提供・有料) エ. 法定ストレスチェック支援サービス (QOLeap社、ラフル社提供・有料) オ. その他付帯サービス (例: 介護関連サービス) (無料)
明治安田生命	①福利厚生サポートサービス (2018年4月～) ②企業・団体向け健康情報活用商品・サービス (2019年4月～順次)	<p>法人契約の付帯サービスとして提供。役員・従業員・その家族が無料で利用できる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ア. 健康相談 (ALSOKあんしんケアサポート社提供) イ. 妊娠育児相談 (ALSOKあんしんケアサポート社提供) ウ. 介護相談 (明治安田システム・テクノロジー社提供) エ. 人間ドック相談・予約 (ウェルネス医療情報センター社提供) オ. レディースドック相談・予約サービス (ウェルネス医療情報センター社提供) <p>団体保険における「健康サポート・キャッシュバック特約」と一体的に健康増進の取組をサポートする機能を提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ○当サービスの全体概要 (取組みの流れ) 「健康診断の受診勧奨」⇒「結果をデータ化・分析し課題認識と対策検討」⇒「改善計画策定」⇒「実行支援※」⇒「従業員の行動変容促進」により「健康経営」の実現に資する。 ※具体的には、個々の加入者向けの「健活レポート」、企業・団体向けの「健活分析レポート (ランク判定結果・キャッシュバック金額等、同業他社との比較)」、健康増進サポートプログラム、健康増進セミナー、健康イベント支援を活用。提供は複数の提携事業者により対応。 ○健康増進支援アプリ「カラダかわるNavi」の提供 (ルネサンス社提供) 食事のカロリー自動計算、AIを活用した会話形式のアドバイス等 ○「企業・団体専用ポータルサイト」の提供 (2019年10月～) 従業員はパソコン・スマホからサイトにアクセスし、「健活レポート」や保険加入状況の確認等様々なサービスを利用可能。企業・団体の保険契約関連事務手続の大幅削減にも貢献。

(注) 掲載内容は各社のホームページ掲載内容 (ニュースリリース等) から作成

帯サービスの利用から始めてみることは現実的な選択と考えられる。一定の取組みがなされている企業・団体には保険会社が有料のサービス利用を促す等、「団体保険」と「ヘルスケア事業」との親和性は高いといえる。

② 期待される健康増進効果等

個々人が主体的に自身の健康増進を図るためには、食事内容の配慮、日常的運動、節酒、禁煙チャレンジ等の健康的な生活習慣の継続が必要になり、相当程度の努力と強い意思が必要になる。他方、後掲③のとおり、企業・団体が従業員に対して継続的・積極的に健康増進を働きかける取組みを強化¹⁰すれば、多くの従業員は健康増進の取組みをせざるを得ない環境下に置かれることになる¹¹。

保険会社にとっては、企業・団体の取組み次第では団体保険は個人保険よりも効率的に健康増進効果を発揮する可能性があるのではないか。また、(表4)記載の3社を例に挙げると、団体保険の被保険者数¹²は多く、健康増進効果が発揮された場合には保険会社にとって将来の保険金支払抑制効果は極めて大き

いものとなる。

③ 政府の成長戦略における健康保険制度への取組み

政府の成長戦略「骨太方針2019」(2019年6月21日閣議決定)では、「疾病予防促進は地域・職域の保険者の役割が重要であり、保険者の予防・健康インセンティブの強化」が掲げられ、「保険者努力支援制度¹³」および「後期高齢者支援金¹⁴の加算・減算制度」の強化が進んでいる。「後期高齢者支援金の加算・減算制度」については、2018年度以降評価指標を増やす¹⁵とともに、加算率・減算率を段階的に拡大し、2020年度には法定上限の10%まで引き上げられる。

個々の健保組合等の予防・健康増進の取組状況が加算率(ペナルティ)・減算率(インセンティブ)に反映されるため、ペナルティを受ければ、当該健保組合の経営面への影響も考えられ、将来的に企業・団体が負担する健康保険料の引上げにつながりかねない。企業・団体としても加入する健保組合等と連携(コラボヘルス)して健保被保険者(従業員

10 「健康経営優良法人認定制度」の定着もあり、大企業を中心に健康経営に取り組む企業は増えているが、中小企業においても「中小企業における健康経営に関する認知度調査」(経済産業省が2017年12月に実施)の結果によれば、21%が健康経営に取り組んでおり(今後さらに拡大していきたい:4%、継続していきたい:17%)、53%が「今後、取り組みたい」との意向を持っている。

11 (表3)掲載のメットライフ生命の商品は、企業・団体における適度なピアプレッシャー(=職場の同僚などが同じ価値観や行動様式を共有して同化圧力をポジティブに生かしながら、健康増進活動へ取り組む意識を高める)を活用している。

12 主な団体保険における3社の被保険者数(2018年度決算結果)^{※1}

保険種類	日本生命		第一生命		明治安田生命	
	新契約	保有契約	新契約	保有契約	新契約	保有契約
団体定期保険	36,582人	9,822,228人	44,448人	9,234,549人	182,209人	12,691,717人
総合福祉団体定期保険 ^{※2}	83,483人	5,719,199人	85,786人	4,838,498人	25,394人	4,902,954人

※1 「Insurance生命保険統計号 令和元年版」掲載の「団体保険種類別保有契約成績表」「団体保険種類別新契約成績表」より数値抜粋。

※2 企業の死亡退職金・弔意金規定等に基づく従業員等の遺族保障のため、企業が保険料を負担して加入する団体定期保険。

13 2018年度から国民健康保険に導入。医療費適正化に向けた取組等に対する支援として、市町村・都道府県の予防・健康づくり等への取組みを評価し、取組みの程度に応じて金銭支援を行う。

14 後期高齢者医療制度の財源(被保険者の医療費自己負担を除く)は、「被保険者保険料が1割、公費が約5割、健保・国保等が約4割(後期高齢者支援金)」である。後期高齢者の人口増により健保・国保等の負担金額は増加傾向にあり、財政を圧迫している。

15 「評価指標」については、従来の「特定健診・保健指導の実施率」に加え、「健診結果の加入者へのわかりやすい情報提供(ICTの活用)」、「後発医薬品の使用促進」、「がん検診」、「歯科健診・保健指導」、「受動喫煙防止」等の取組みが追加されている。

等)の健康増進に資する取組みを強化せざるを得ない状況になりつつある。

4. おわりに

2016年度以降、個人保険分野において複数の生命保険会社から提供された「健康増進型保険」は、保険料割引等の優遇措置や健康増進関連付帯サービスが保険商品の魅力を高める効果は認められるものの、現時点で爆発的に売れているとはいえない。保険加入判断の最重要ポイントは「自分に適した(必要な)保障内容」であり、若干の保険料優遇措置等による新契約獲得効果は限定的という印象である。

生命保険会社にとって、健康増進型保険が普及・浸透し、加入者(被保険者)が健康になることの最大の効果は「将来の支払保険金抑制」ではないか。マイナス金利政策の長期継続により、将来的な利差収支への影響が懸念されるなかで、健康増進の取組みによる中長期視点での危険収支改善(危険差益確保)は、AIなど最新技術の活用による業務効率化(費差益確保)とともに重要な経営課題と考える。将来、健康増進の取組みが実を結び、危険収支の改善が進めば「さらなる保険料の引下げ⇒新契約獲得に寄与⇒新規加入者が健康になり更に危険収支改善」という好循環につながるかもしれない。健康増進型保険については、短期的な新契約実績への効果だけでなく、中長期的視点で加入者および保険会社に及ぼす効果を注視していく必要がある。

なお、生命保険協会が2019年4月にとりまとめた「生命保険協会創立110周年記念報告書・提言書―次の10年、そしてその先の未来を見据えて―」¹⁶において、高齢化や家族形態・ライフスタイルの多様化が進むなかで、

一人ひとりが安心できるQOLの高い人生を過ごすためには“3つのP”の推進が重要であるとして、生命保険会社としての貢献と役割発揮について整理している。

- ① Preparedness (心構え)ー人生におけるリスクを深く理解(金融・保険知識に加え、健康知識の向上)
- ② Protection (保障)ーリスクに耐えうる保障を確保(さらなる保障機能拡充、市場サービスとの橋渡し)
- ③ Prevention (予防)ーリスクの発生を予防・回避(商品・サービスを通じて健康づくり支援)

本稿で取り上げた健康増進型保険およびその付帯サービス等は、③の「Prevention(予防)」に該当する取組みである。当報告書・提言書の記載内容から、今後も「Prevention(予防)」への取組みが生命保険会社において強化されていくことが想定される¹⁷。引き続き動向を注視してまいりたい。

(2020年1月16日 記)

【参考資料・情報】

- 本文・脚注で明示しているものは記載を省略。
- ・「特定健診・保健指導、保険者インセンティブの見直し(2018年度～)」厚生労働省保険局医療介護連携政策課 データヘルス・医療費適正化対策推進室長 高木有生
- https://kenko-keiei.org/document_d1/symposium0402.pdf

¹⁶ https://www.seiho.or.jp/info/news/2019/pdf/20190419_1.pdf

¹⁷ 朝日生命はニュースリリース(2019年3月19日付)において、DeNAとの業務提携(2019年3月)を踏まえ、DeNAのヘルスケアサービスで得られた健康に関する行動変容に関する知見やエビデンスデータを活用し、2020年度以降新たなヘルスケア型保険商品を共同開発するとしている。