

○ 三井住友カード 中小の決済手数料引下げ 2.7%に（21/3/24 日経朝）

- ・ 一般的に 3 ～ 5 %とされている決済手数料を業界最安の最低 2.7%に引き下げ
専用決済端末を月 3,000 円で貸し出し、これを利用する中小事業者の手数料を引き下げ
- ・ MS カードの国内シェアは約 2 割 他のカード会社にも広がる見込み
大手に比べて遅れていた中小事業者のキャッシュレス化が進む見込み
（注：政府は 19 年 10 月の消費増税に合わせてポイント還元事業を実施していましたが、中小の導入率は決済手数量負担への懸念から 36%どまり。中小事業者のキャッシュレス化は政府の大きな目的であり、手数料引き下げは最大の課題。保険料収受にも波及してくることを期待したい）

○ 4 月からこう変わる（21/3/31 日経朝）

- ・ 4 月から労働、生活、企業で様々な制度変更等が行われる。主なものは以下の通り。
 - 〔労働〕 ・70 歳までの就労機会の確保を企業の努力義務に
 - ・中小企業にも「同一労働・同一賃金」適用
 - 〔生活〕 ・消費税込みの総額表示に
 - ・公的年金 0.1%引き下げ
 - ・9 月まで医療機関の初・再診料を 1 回 50 円上乘せ（患者負担原則 3 割）
 - ・介護報酬を 0.7%引き上げ
 - ・自賠責保険料 6.7%引き下げ
 - ・三井住友銀行 紙の通帳に年 550 円の手数料（新規口座）
 - ・公立小学校の 2 年生で 35 人学級に
 - 〔企業〕 ・三菱 UFJ リースと日立キャピタルが統合し「三菱 HC キャピタル」発足
 - ・ソニーが「ソニーグループ」に社名変更
 - ・富士ゼロックスが「富士フィルムビジネスイノベーション」に社名変更

○ セゾン自動車 管理職を公募制に（21/3/31 日経朝）

- ・ 部長・課長の定期異動を廃止 新卒 3 年目でも課長に昇進させる 任期 1 年・留任可
専門人材の登用を進め、親会社の損保ジャパン出向者が幹部の大半を占める構造を見直す
- ・ 部長・課長の年収は成果連動に 目標値は経営企画部と事前に決める
- ・ デジタル人材の獲得競争が激化する中、登用制度を充実させて人材確保を図る

○ 転機の生保営業 6 割離職の前提 限界に（21/3/31 日経朝）

- ・ 生保各社は契約に応じて給与が激変する雇用形態により、2 年で 6 割が離職する構造問題の見

直しに動く

- ・ 生保各社はコロナで対面営業ができず自粛を余儀なくされたため、20 年秋ごろまで給与補償を実施 これにより退職者が激減し、営業職員数は大幅に膨れ上がっていた それが給与補償の期限が切れると契約実績は大きく伸展 契約見込み客を抱えていたとみられている
こうした環境の中で大手生保はオンライン募集の体制を整えると同時に営業の立て直しに動く
- ・ 営業職員が得意としてきた学資保険や貯蓄性の商品は超低金利環境下で生保経営の「お荷物」になっており、企業訪問もテレワークで曲がり角 関連サービスの紹介事業などを強化していく方向
- ・ 海外では生保営業はアプリを核にした医療サービスを組み合わせて相乗効果を出すのが主流（「生保に入って健康になる」仕組みの提供） 国内生保が異業種連携で成果を出せるか課題

○ 転機の生保営業 当てが外れた異業種連携（21/4/2 日経朝）

- ・ 日生：ニトリ店内設置店舗 2 月末で閉店
NTT ドコモ ドコモショップでの保険販売を 19 年度末で終了
第一：マツモトキヨシ店内のチラシ設置を終了
日本調剤 17 店舗で販売中だが実績は年 300 件程度
- ・ 生保の異業種との連携は芳しい成果をあげていない ニーズを感じる顧客が自らアクセスしてくるイメージを持っていたが、生保は能動的に勧誘しないと入りにくいとの認識が再確認されている
- ・ 自動車保険などと違い、生保はリスク喚起が必要 チラシを見たり、店舗を見かけたりしても加入の意欲はわからないため、大手生保は大量の営業職員を抱えているのが実態
営業職員は契約にたどり着きたい会話を「話法」と呼び、そのノウハウ、スキルを磨いてきた
- ・ 困難な状況だが、日生は「異業種連携は第 4 のチャネル」になる可能性がある」と見ている
カギはオンライン営業 オンラインならベテランの営業担当が物理的制約なく全国をカバーでき、営業職員は見込み客発掘に専念 あいおい生命はセブン・イレブンを通じたオンライン保険販売を開始
- ・ 日本が世界有数の保険大国なのは営職のリアル対面による GNP 営業の成果の面が大
今後、新興生保に保険料の安さで見劣りする伝統的な生保の存在意義の証明の鍵になるのは、直接リアルで会えない中でも保険の必要性を伝える「コンサルティング能力・手法」の確立にあり

○ 警察庁 有識者委員会 自動運転「レベル 4」へ指針（21/4/2 日経朝）

- ・ 実用化の指針を初めてまとめた 自動運転システムを運行する事業者に安全確保義務を盛り込み 2022 年度までの導入を目指す 安全確保の仕組みや事故時の責任問題など課題は多数
- ・ レベル 4 の技術は開発途上 国内では公道の実証実験は実施されていない
現行道路交通法も完全無人運転を想定しておらず、新たなルール形成が必要
- ・ レベル 4 はシステムが運転主体となるため、運転免許は不要になる？
安全確保のために移動サービスを提供する事業者らの適格性を審査し、事故の際にはペナルティーを科す仕組みが不可欠 事故時の責任主体は不明確で、システム異常の原因特定等、懸念点も多い

(※自動運転のレベル：	〔運転主体〕
5 完全自動運転	システム
4 走行ルートや時間帯など特定条件下で完全自動運転	同上
3 特定条件下で自動運転、作業継続が困難な場合は ドライバーが対応	システム・ドライバー
2 システムが車線変更や追い越しなど複数の操作を支援	ドライバー
1 システムが加減速やハンドル操作のいずれかを支援	ドライバー

○ 米カリフォルニア州保険監督当局 保険会社に自動車保険料返還を命令（保毎）

- ・ パンデミックで走行距離が減り、事故が削減したのに過大な保険料を徴収しているとして当局は保険会社を非難 保険料の返還を命令
- ・ 米保険会社は昨年 6 月の時点でパンデミックによるクレーム減少に伴い、1 兆 5260 億円の保険料を返還したが、カリフォルニア州の場合は平均してその 2 倍であるべきだったとし、4 月 20 日までに各社の返還方法の報告を求めた
- ・ 世間は保険会社がパンデミックで大儲けしたと感じており、米国消費者連盟や経済的正義センターは州の保険局に対し、保険会社が過剰に得た保険料を顧客に返還するよう陳情を行っている
CA 州では、自動車保険だけではなく企業保険においても保険会社が過剰な利益を得ていないか検証中 昨年 3 月以降のクレームデータの提出を保険会社に命令
- ・ 米国では全ての州で保険会社が顧客から過大な保険料を徴収していないか調査する
当局は 7 か月間（20 年 3 月～9 月）の保険料の 17%を返還すれば認可に見合うとみている
最大手自動車保険会社のステート・ファームは CA 州の契約者に 436 億円（保険料の 18%）の返還を開始 保険料割引など保険会社によって対応は様々だが、他州の保険料返還要求キャンペーンに弾みを与えている

（注：日本と米国では認可の仕組みが異なりますし、米国では自動車保険の契約期間を 6 か月として早期に損害率を料率に反映させる仕組みもありますが、「消費者視点」に立って“業界の常識”を疑ってみることが重要な時代になってきたのだと思います。なお、米国の場合、州の保険長官は公選制で選ばれるため、大衆迎合になりやすい面があると言われています。）

○ 損保ジャパン 新代理店システム「モバイル！SONPO」開発（Inswatch）

- ・ AI を活用したスマホ対応の代理店営業支援システム「モバイル！SONPO」を 2 月から提供開始
5 G 時代のモバイルファーストの代理店システムを提供し、代理店の営業活動を支援
- ・ AI 検索、照会応答ワークフロー（AI が検索できない場合営業店にシームレス接続）、代理店向け動画配信、顧客向け動画配信の各機能を有し、いつでもどこでもスマホで必要な情報にアクセスできる環境を提供 顧客の CX 向上を目指す

（以上）