

日本代協事務局（野元）

○ 東京海上 データ解析で稼ぐ（21/5/20 日経朝）

- ・ 東京海上 HD がデータ解析事業に参入 個人の生体データを基に疾病や労災リスクを検知する等、データ解析事業を活かしたサービスを展開 保険収益の先細りが予想されるなか、稼ぎ方の変革を図る 損保もデジタル領域が収益の鍵を握る構図が鮮明に
- ・ 傘下の東京海上リスクコンサルティングを「東京海上ディーアール（dR）」と改称、データ事業の中核会社と位置付ける 企業のリスク削減を支援するコンサルティング事業を展開してきたが、今後はデータを活用したサービスの手数料ビジネスに転換
- ・ データを活用した疾病や建設現場の熱中症予防、水害による海外工場の供給途絶リスクの検知、生産への影響軽減策などを示す また、商用車の走行データをもとに燃費削減方策を提示することなどを検討 スマートシティの機能運営も担う計画
- ・ 短期間で検証・改善を繰り返す「アジャイル開発」のための人材を 23 年度末までに 7 割増 銀座にデジタル人材専用の拠点も設置

○ 三井住友海上 MS1Brain フィリピンで展開（21/5/20 日経朝）

- ・ フィリピンの大手銀行 BPI が MS1Brain を導入 顧客データを分析し、BPI のアプリからシームレスで保険加入を可能に 4 月から傷害保険と医療保険の販売開始
「データ分析に裏打ちされた損害保険の非対面フルデジタル販売」というビジネスモデルを実現
当時デジタル担当責任者だった現社長の舩曳氏が現地で BPI と会談したことが発端となり、多国籍にまたがったシステム開発、オンラインを活用したプロジェクト開発、アジャイルスクラムアプローチによる迅速、柔軟な開発を主導して実現
- ・ ポイントは 2 つ。① BPI の顧客 900 万人のデータを分析 保険を必要とする顧客や最適なニーズ、勧めるタイミングなどを導き出す ② 販売チャネル DX で保険販売のためのアプリを開発して銀行アプリに連結し、API 連携による顧客情報の自動引き込み、リアルタイムでの口座引落し、e 証券の自動発行などによりシームレスな保険加入を実現 本年度は検証やシステム改修などを行った上で、来年度以降に本格販売を開始
(注：代理店システムが戦略のブランドになっているのは驚きです。同社の DX 戦略は他社とは視点がそもそも違うのではないかと感じます)

○ フィンプラネット 保険選びをロボットが提案（21/5/24 日経夕）

- ・ オンラインで資産運用をアドバイスするロボットアドバイザー開発のフィンプラネットがウェブサービスを開始 小売りやネット企業との連携、企業の社員向け福利厚生サービスとして提供

個人向けのロボアドは国内初 6 社 100 種類の生命保険、医療保険を扱う 保険会社は順次追加 本年中には契約手続きもウェブ上で完了できるようにする

- ・ 導入する企業から手数料を得るモデルのため、利用者個人は料金なしで利用
- ・ 株や債券による運用をアドバイスするロボアドサービスが相次いでいるが、「金融仲介サービス業」が登場する中で、今後は保険分野においても同様のサービスが台頭する可能性あり

○ SOMPO 介護や防災でサブスクリプション（21/5/26 日経朝）

- ・ SOMPO ホールディングスはデジタル事業を柱と位置づけ、介護や防災等でサブスク型サービス開始
米ユニコーンのパランティア・テクノロジーズと協力 年間 1,000 億円の売上を目指す
保険収益先細りの中、データ解析事業を活用したサービス基盤を構築
保険分野の増収分などと合わせてデジタル事業への戦略投資に回す
- ・ 防災分野では、米ワン・コンサーンと共同で、AI で自然災害を予測し、災害発生時のリスクを減らすサービスを提供 将来は自治体から利用料を得るサービスも検討
- ・ 保険業法が一部改正され、保険会社にも顧客などから集めたデータの外部提供が認められたことも後押し

○ あんしん生命 介護保険、健康なら 70 歳で全額返金（21/5/27 日経朝）

- ・ 8 月新発売の「あんしんねんきん介護 R」 70 歳までに要介護 2 以上の認定を受けなければ保険料を 70 歳時に全額還付 一旦返金後も続ける場合はそれまでの保険料と同額とし、同年齢で新規加入するよりも割安な保険料に設定 70 歳以上は空け捨てとなる
- ・ 介護保険で保険料を還付する仕組みは業界初 介護への関心が低い 20 代～40 代の長期的備えを後押し

○ 損保各社 自然災害多発を再保険で補えず Cat.Bond 急増（21/5/28 日経朝）

- ・ 自然災害多発に伴い、世界の損保会社がリスク分散を多様化
再保険で補いきれず、投資家が災害リスクを引き受ける「大災害債（キャタストロフィー・ボンド＝通称、キャットボンド）」の発行残高が 10 年で 3 兆円を超え 2.5 倍に
再保険価格の高騰に伴い、災害リスクを低コストで分散する手法としてキャットボンドが急増
保険のあり方が変わりつつある
- ・ キャットボンドは対象となる災害が償還期限までに発生しなければ投資家は元本と高い利息を得られる仕組み 発行主体は保険会社に止まらない
米アルファベットは CA 州にある自社施設の地震毀損に備え、3 億ドル以上のキャットボンドを発行
- ・ キャットボンドは保険リスクを証券化した「保険リスク証券（ILS）」を専門に扱うファンドが購入
ILS には政府系ファンドや年金基金など機関投資家が投資 受け皿が広い
- ・ キャットボンドは英領バミューダやケイマン諸島に SPC を設立して発行するケースが多いが、近年はシンガポールや香港などのアジアの国際金融都市が補助金制度などを充実させて覇権を争う

- ・日本の風水災の再保険料は21年に前年比1割上昇、災害大国日本でもキャットボンドが増加
SOMPOは3月末に日本の風水害に2億ドル、米国の地震に2億ドル、計4億ドルのキャットボンドを発行 金利は日本が2.25%、米国が4% 両方をカバーすれば災害が起きていない地域の債券金利は6.25%に上がる仕組み

○ JTB 赤字 1,000 億円超 店舗型の厳しさ鮮明に（21/5/29 日経朝）

- ・コロナ禍で利用急減 赤字は過去最大 人員削減計7,200人、賞与ゼロに 店舗25%削減
- ・もともと JTB などの国内旅行業者の事業モデルは店舗型の固定費の高さ、ネットの利便性によるOTA（オンライン専門旅行会社）の躍進などにより厳しさを増していた
(注：19年 オンライン43.6%、店舗型56.3%)
HIS … 国内100拠点、海外拠点3割削減 社員1500人社外出向
KNT … 国内店舗を1/3に 1400人希望退職 近鉄HDから400億円調達
日本旅行 … 店舗半減 社員3割削減 いずれも苦境に立たされています)
- ・欧米では老舗旅行会社は次々倒産（トーマス・クックなど）オンライン対応できなかったことが原因 店舗型ビジネスモデルの旅行会社は抜本的な構造改革が急務
- ・JTBが今後OTAに転換し、生き残りをかけても、既にエクスペディアなど海外大手の存在感は高く、収益化は難しいとの専門家の意見 オンラインも駆使した新サービス開発が喫緊の課題

○ 代理店の不適切販売助長なら 携帯大手に業務改善命令方針（21/5/29 日経朝）

- ・総務省は携帯大手が販売代理店に支払う手数料が不適切な営業を助長していると判断した場合、携帯大手に業務改善命令を出す 必要以上に高い料金プランを薦めるなど消費者トラブルの背景に過大な営業目標や販売制約があるとみて、販売店の不正を防ぐ責任を携帯大手に求める
- ・総務省調査では、利用者ニーズを確認せず、高い料金プランを勧誘した経験のある代理店従業員は4割強 携帯大手の手数料設定が消費者保護に反した不適切な営業を生んでいるとみて改善に乗り出す

（注：この内容は、金融機関に要請されている「顧客本位の業務運営原則」の7「従業員に対する適切な動機付けの枠組み」と一見同じように見えますが、理念が異なります。上記事例はあくまで「顧客保護」の話であり、これは事業を営む者の最低条件に過ぎません。「顧客保護」が出来れば市場から退場してもらうことが必然です。

真に重要なことは「顧客本位」であり、これは「顧客の利益の増進」に貢献することです。保険会社は手数料体系や認定制度、キャンペーンなどの他、社員評価の内容なども含めた営業戦略全体が、代理店も営業方針や給与の算定基準、昇格・業務評価制度などが顧客本位に適しているか、顧客の利益の増進に貢献する行動を起こそうとする動機付けになっているか、しっかりと検証する必要があります。「顧客保護」と「顧客本位」はステージが異なることを認識しておく必要があります。）

以上