

○ 水害保険金 即日払 東京海上 衛星で把握（20/12/26 日経朝）

- ・ 東京海上日動は 21 年 1 月から水害時の浸水に対し、早ければ即日保険金を支払い人工衛星と SNS のデータ解析を活用
- ・ フィンランドの ICEEYE(アイスアイ) 社と協業し、災害発生から数時間で指定地域の画像データを取得。このデータと SNS 上の住民の書き込みや AI 解析を通じて数センチ単位で浸水高を測定。浸水高 45 cm を超える全損の場合は即日で保険金を支払い、浸水高が微妙な場合は鑑定人等が出向いて測定する
（注：同社では、日本代協から損保協会に提言した大規模災害時の代理店の活用策を踏まえ、昨年未だに事前認定を受けた代理店の機動力を活用する制度を創設しています。代理店が浸水高を測定する場合は一定のフィーが支払われます。今後他社にも広がる見込です）
（注：損保ジャパン社でも SNS の情報を予測モデルと組み合わせることで請求を待たずに「PUSH 型」で勧奨する仕組みの構築を進めており、1 月から実証実験を開始し、7 月からサービスを開始、最短 2 日で支払う予定です。併せて被害写真をスマホで送るだけで保険金を算定する仕組みも開発し、早期支払いを実現していくとしています。（21/1/7 日経朝））

○ キヤノン、リコーなど 15 社で共同配送（21/1/6 日経朝）

- ・ 事務機器 15 社で共同配送の実証実験開始 実現すればトラック台数は 3 分の 1 から 5 分の 1 に減少 人手不足に各社が協調して対応 使用済み機器の物流は 2000 年から共通化済み
- ・ これまで納期などを競争領域としてきたが、市場成熟の中でペーパーレスの進展やコロナ禍の影響を受けて各社の収益環境は急速に悪化しており、非競争領域を拡大して業界全体の効率化を図るとともに ESG 投資の流れを受けて環境負荷も減らしていく
（注：こうした動きはコンビニやビール、日用品の物流でも広がっており、何でも競争領域にして各社であまり意味もない差を設けようとする損保業界は大いに見習うべきところだと思います）

○ 国内新車販売 スズキが初の 2 位に（21/1/6 日経朝）

- ・ 昨年の国内新車販売は前年比 11.5% 減の 459 万 8615 台。新型コロナによる販売不振でリーマンショック後の 2009 年水準に 登録車、軽自動車ともに前年割れ
- ・ メーカー別ではスズキがホンダを抜き初の 2 位に
トヨタ 145 万 5 千台（31.6%）、スズキ 63 万台（13.7%）、ホンダ 62 万台（13.5%）、ニッサン 47 万台、マツダ 18 万台、スバル 10 万 5 千台、三菱 7 万台

○ あいおいニッセイ同和 食品ロス減で保険料 10% 割引（21/1/6 日経朝）

- ・ 品質に問題がない食品を買い取り割安で販売するクラダシと提携し、外装不備等でリコールとなった食品を廃棄せずに流通させる企業の回収費用にかかる「生産物回収費用保険」の保険料を10%割引 あいおいニッセイ同和社はSDGsに力を入れており、クラダシと提携した保険の仕組みを活用し、食品ロス削減に貢献する

○ 日本生命 少額短期保険参入検討 (21/1/6 朝日朝)

- ・ 日本生命は少額短期保険参入を検討 安い保険料で多様な商品を提供し、新たな顧客層を開拓 23年度までの販売開始を目指す 取扱い商品は今後詰める
- ・ 販売チャネルは営業職員とインターネットを想定するが、商品販売に強そうな企業との提携も検討 現在本体で提携しているNTTドコモなどを視野に入れる
- ・ 企業のセキュリティ強化で大手生保は顧客開拓が課題
住友生命は19年にアイアル少額短期を子会社化、第一生命は20年にネット販売前提の少額短期保険の準備会社を設立、アフラックも新会社を設立し、本年2月から販売開始予定

○ みずほ銀行 人生の資産計画 ネットで完結 (21/1/6 朝日朝)

- ・ 大手行で初めて人生設計のシミュレーションから金融商品購入までネットで完結できるサービスを今月12日から開始 自宅でじっくり検討できるようにする シミュレーションは無料 現在もシミュレーションサービスは行っているが、対面の顧客に限って提供していた 今後、個人向けサービスは順次ネットに切り替えていく
- ・ パソコンやスマホで必要事項を入力すれば今後の家計収支や資産残高の推移が時系列で示される それを踏まえ希望する対策を選択すると投信や保険などの金融商品が購入できる

○ 大手4社の火災保険 赤字2000億円 (21/1/8 日経朝)

- ・ 20年度の大手4社の火災保険収支は災害が少なかったにも関わらず2000億円の赤字に11年連続で赤字 今後の雪害によっては本年度の赤字額は拡大する可能性もあり 再保険料の高騰や工場の老朽化による事故の頻発等が影響
災害が少なくても赤字となる構造問題が鮮明となり、収益性改善が経営上の大きな課題に
- ・ 国内における大規模自然災害の頻発で再保険コストは20年4月に4~5割も上昇 保険料を徐々に引き上げるだけではコストを吸収できない構造になっており、施設が老朽化した一部の企業で事故が頻発し、常連になっているケースへの対応も含め、保険料算定のあり方や商品設計そのものを構造的に見直す時期がきている

○ 自賠責保険料 2021年度引下げ 決定 (21/1/13 日経夕)

- ・ 自賠責審議会で2021年度の保険料引き下げが決定 事故減少を反映 引き下げは2年連続 5年で3回目 平均で6.7%の引下げ
自家用車は2万10円 (▲1,540円)、軽は1万9730円 (▲1410円)

○ みずほ銀行 店舗を法人・個人に再編 専門性磨く (21/1/14 日経朝)

- ・ みずほ銀行は大都市圏で店舗を法人・個人特化型に区分け 個人向けは資産運用コンサルティング、法人向けは事業承継などをメインに 銀行員のキャリアも個人・法人それぞれの専門性を高める
- ・ 本店営業部もこれまでの業種ごとの部門を廃止し、Eコマースなど関連業界の合従連衡に備える

○ MS&AD 旅行 EC サイトで API 連動開放 (21/1/19 日経朝) !

- ・ 中小事業者が自社サービス (予約サイト) の中で旅行保険を販売でき、利用者も二重手続きの手間がなくなる 対面を重視してきた保険会社が裏方に回り、顧客接点を旅行会社に委ねる 利用者目線の取り組みが広がり、消費者との接点の在り方が大きく変わる可能性あり
- ・ オンライン上に新たな保険の販売網を敷き、利用者が行動する適切なタイミングに合わせて最適な保険を販売する 旅行関係の手続きをワンストップで完結することができる
- ・ 保険会社は裏方に回り、EC サイトの性格や画面デザインに合わせて保険手続きの画面を設定する 消費者から見れば、利用している EC サイトのサービスの一環として保険契約が完結するように見える 名前や住所、日数、行先など二度入力する手間もなくなる
- ・ 保険の補償内容も EC サイトに合わせて設定できる 将来的には保険データと顧客データを組み合わせた販路開拓も検討

(注 : API とは Application Programming Interface のことで外部にシステムの接続仕様を公開し、データや機能を共有する仕組みです。専門的な機能を有する他社システムを API 連動で自社サービスに取り込むことにより、専門分野の知識がなくても利用者に機能を提供できるようになるため、様々な商品販売のオンライン化が進む中で、今後急速に拡大していくと見られています。既に金融機関ではフィンテック企業などの決済アプリを銀行口座とつなげて、インターネット上で口座管理ができるようにするなどの形で活用されています (家計簿アプリなど))

○ 三菱 UFJ モルガン 投信売買手数料 乗換時無料に 大手証券手数料見直し加速 (同)

- ・ 投信のファンドを入れ替えた場合、入替時の手数料を 1 月から無料に 長年続いていた運用商品の売買手数料から収益を得る構造からの脱却を進める
- ・ 顧客の長期保有を促す効果が期待できるほか、預かり資産を積み上げることに営業員の意識を向け、顧客本位の態勢に移行していく

○ あおぞら銀行 通帳廃止 新規口座対象に (21/1/19 日経朝)

- ・ 2 月から新規口座開設で通帳廃止 コストや事務負担を軽減
ネットでの口座開設者の普通預金金利を 0.2% と店頭の 0.001% を大きく上回る水準で提示し、高齢者にも訴求する
- ・ 紙の通帳は慣例で発行されているが、紙代や印刷費等の他、印紙代が 1 口座あたり毎年 200 円かかり、日本の銀行の収益性が低い一因でもあった (以上)