

組織体系や情報開示は
既存保険会社とほぼ同じ

——二〇〇六年四月から「少額短期保険」という制度がスタートしました。一般には、まだ馴染みが薄いと思いますので、まずは、この制度の説明からお願いします。

本間 背景としては無認可共済があります。一部登録している無認可共済は特定保険業者と位置づけられています。約四百ぐらいの業者がいます。それを消費者保護の観点に立って、法の規制をかけていくという動きが出てきて、二〇〇六年に保険業法の改正法が施行されたわけです。ひとつの網で、一気に規制することもできないということもあつたと思いますが、保険業法の枠の中で「ミニ保険」会社を認めようということになり、五百社弱あつた無認可共済はミニ保険会社になるか、廃業するか、あるいは収入保険料が五十億円以上の規模の大きいところは損保か生保のどちらかを選んでください、と三つの選択肢を迫られた、という背景がございます。この中のミニ

本格稼動する少額短期保険 「共済の良さを継承して、お客様のニーズに応える保険会社を目指す」

保険業法の改正により、「少額短期保険」が本格的にスタート。ミニ保険と呼ばれる新しい保険商品が登場してきている。そんな中、関東財務局長（少額短期保険）第11号として年初から営業を始めたアソシア。家財総合保険を取り扱っている。同社の本間社長に、成長が期待される少額短期保険ビジネスへの取り組みを聞いた。

本間貫禎氏

アソシア 代表取締役

二保険と呼ばれるものが「少額短期保険」です。

——従来の保険会社は金融庁長官による免許制でしたが、少額短期保険は所在地域の財務局長への登録制になりました。

本間 そうですね、規制緩和の側面は強いと思います。登録拒否要件

に該当しなければ登録が出来ますので、そういう意味では規制緩和だと思えます。ただ、例えば、事業規模が小さいから保険金の不払いをしていいのかもしれないと当然そうではあり

ません。求められている決算資料、ディスクロージャー資料などは一般の保険会社とほぼ同じです。組織体

系も人数は少ないが保険会社とほぼ同じ部署は設けなければなりません。たとえば部署間で牽制機能が働くように、営業が走って、業務が止めて、監査がチェックするという体制は、少額短期保険でも求められています。規制緩和ではありませんが、保険業としての一定のハードルは設

けられています。無認可共済からみればハードルは高くなりました。

——そんな中で、昨年十二月、御社は、関東財務局長第十一号で登録を受け、営業を開始されました。そもそも、御社ほどのような成り立ちで今日に至ったのですか。

本間 保険業法改正が決まった時点で、前職のエーオンファイニティジャパン株式会社にて百七十ぐらいの無認可共済をコンサルティングして、いろいろお手伝いしていました。が、要するに同じような商品、具体

的にいいますと賃貸市場における家財保険、これと同様の商品を保有している共済会が数多くありました。ただ、参入障壁はけっして低いわけではないので、単体では少額短期を自指すのは事業的にメリットが出ないようなところが多く、だったら、みんなで共同出資して、少額短期の保険会社をひとつ作りましょうというのが第一歩でした。その時にご出資いただいた共済会が二十三団体あり、資本金二億円のうち五〇%が共済会の方々にご出資いただいております。

これからのキーワードは 「シニア」「不動産」「保険」

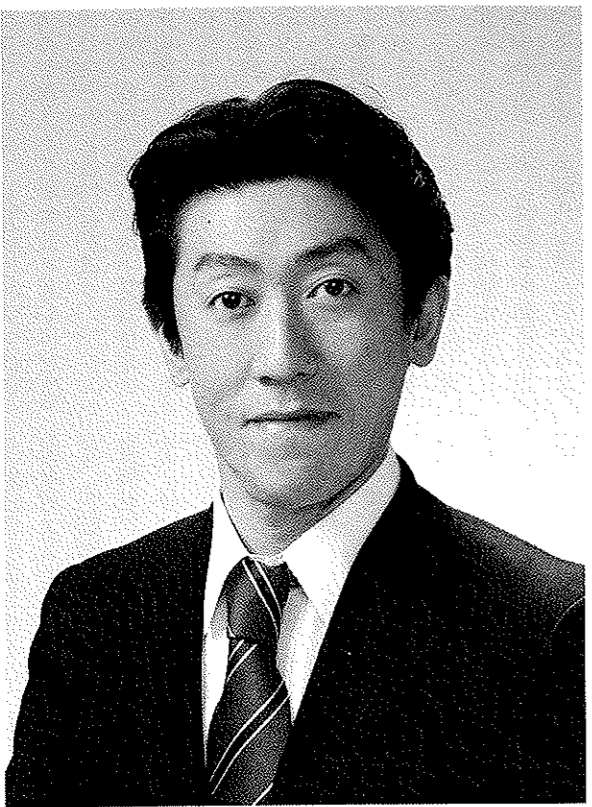
——ところで、少額短期保険の場合、既存の生保、損保と比べて様々な商品開発ができそうですね。

本間 自由度は確かに高いと思います。例えば、最低資本金も保険会社は十億円ですが、少額短期保険は一千万円でできます。商品についても、共済会が今までマーケットシェアを膨らませてきたのは、既存の保険会社の保険だけでは対応できないお客様のニーズに添えてきたという背景があると思います。そのような共済の良い部分を継承し、例えば、少額短期保険では糖尿病の患者さんだけを対象にした保険商品も出ています。今では民間生保の一部の商品でも入れるようになりましたが、昔

は糖尿病の患者さんは保険には入れませんでした。こういう部分で共済は伸びてきていますので、行政側も、それを一定の方向では認めましょうという動きがあると思います。ペット保険も二社に認められており、地震保険もあります。そういう意味では、商品的な自由度はかなりあるのではないのでしょうか。

——そんな中で、御社の販売する「家財総合保険」はどのような商品内容なのか。

本間 「家財総合保険」は火災・風災・水災・盗難などをはじめとする事故により家財が損害を受けた場合に保険金をお支払いします。また事故による借用住宅の損害を賃貸借契約に基づき修理した場合、貸主への賠償責任や日常生活における他人への賠償責任を負担した場合にも保険金をお支払いする、賃貸住宅にお住まいの方のための保険です。具体的に申しますと、賃貸住宅の居住者の家財を補償する保険、大家さんへの借家人賠償、入居者の過失でモノを壊したときの修理費用、それから個人賠償。この四つの補償をセットにした保険商品です。不動産会社を



代理店として、賃貸住宅の入居者の方々に加入していただくというビジネスモデルになっています。

——保険の顧客である賃貸住宅の居住者は、いわば一般消費者そのものから、家財保険以外にも様々なニーズがあると思います。今後、こういう新たな商品を展開してみたいといったものはありますか。

本間 具体的にはまだはつきりしていませんが、ゼクスさんに株を持っていただいていることもあり、不動産、それにシニア、保険という三つのキーワードには何かがあると思っております。高齢化が進んでいきますと不動産のニーズも変わってきます。これまでは賃貸住宅は主に若者が入居するものでしたが、今はシニア層が賃貸市場のお客様になりつつあります。当然、住宅の仕様も変わってきます。例えば、バリアフリーでなければいけない、というふうになると、家財だけの保険ではなく、シニアの方が求めるような傷害保険も必要かもしれません。怪我すると入院して、そのまま寝たきりで衰弱して亡くなるケースが多く、リスクが高いといわれ、当社としても、こ

ういふ部分で知恵を絞って独自の商品を考えていく必要があると思えます。少額短期の場合、認可ではなく登録制ですから、商品の開発スピードが早い、生保と損保を混ぜた商品構成ができるというメリットがあります。このようなメリットを活かしてシニア、不動産、保険のなかで何か新しい商品を開発してみたいと思えます。

——保険商品の開発にあたっては、活発な社内議論がなされるんでしょうね？

本間 本間に、奇抜な意見も当然出ます。ただ、システムとか法律が頭に入らなければ議論できませんから、全員、業務に精通している人間で議論しています。一方で、保険業界出身の人間よりも他の畑の人間と話すほうが面白い部分もあります。それを真摯に受け止め、「そんな保険なんか出来ないよ」といわずに、「こういう方法だったら出来るよ」と話することで、議論が深まったりすることがあります。ゼクスさんとも定期的に議論をしております。「どのようないアイデアがあるか、ストレートに言ってください」

と。それを我々は真摯に受け止め、意見を集約して、一度まとめて、こういう切り口でやってみようかと。例えば、介護ですね。今は「長生きはリスクだ」と言われています。昔は死ぬことがリスクでしたが、今は生きていくことがリスク。この部分もゼクスさんと一緒に考えていきたいと思っております。逆に保険から発想する不動産ビジネスもあるかもしれません。

——ちょっと確認したいのですが、先ほどおっしゃったように、御社の場合、賃貸の居住者向けだけに販売するということですか。

本間 いえ、違います。少額短期は不特定の人に販売できます。ただし、やみくもに不特定の人に販売するというのではなく、商品特性・マーケット特性・チャネル（流通）特性を総合的に考慮していくことが大事だと考えています。参考までに今の保険市場をご説明しますと、米回は保険料が五十兆円、保険会社は四千社あるといわれています。日本は世界第二位。共済を入れますと保険料は四十兆円から四十五兆円ぐらい。この保険料のシェアを奪い合っ

ている保険会社が九十一社しかない。それに少額短期保険が今、十四社ありますので、合わせる約百社。これが将来、一千社、二千社になることはないと思いますが、やはり、ドンドン増えてくる傾向にあります。また、最近のニーズでは、株式市場に上場している旅行会社やIT企業、中古車販売業者なども損害保険・生命保険・少額短期保険を始めようとするし、異業種からの参入は一気に増える可能性があります。そうなる、マーケット規模はあまり変わりませんので、その中で、ただお客様にニーズに合った保険を提供できるかという議論になってきます。米国に比べると日本はまだまだ総合保険会社がシェアを握っている形になっていきますので、これから、もともと少数の商品を取り扱う保険会社、ミニ保険会社が増え、商品も増え、サービスも増えてくる環境になっていきます。流通の面では、たとえば、保険会社の商品には自由診療のガンの治療費を担保する保険というのがありますが、これは「自由診療とは何か」から説明しなければお客様にわかっていただけない。

というネットには多分向かないと思うんです。その一方で「保険料三千円、日額入院費五千円」といった保険は分かりやすくネットでも売れる。自由診療保険の場合は、保険の専門家が行ってじっくりご説明して納得の上で入る商品だと思えます。このように商品構成、特性によって、流通の形態もどんどん変わってきます。

情報管理の数值化で保険金未払いなくす

——ところで、今回の保険業法改正には、保険金未払い問題などもあり、保険業界のモラルの再構築が求められていたという背景があります。そういう観点からすると保険勧誘や保険販売員の教育なども経営課題のひとつだと思いますが。

本間 代理店さんには、代理店になってもらう前に代理店研修を行っています。特に問題になるのは個人情報。個人情報保護法の適用団体ではない、つまり顧客数五千人以下の団体でも、同じ扱いにするよう求められておりまして、取り扱い件数が

一件でも、二件でも、個人情報取り扱い扱いは法の定めに従ってきちんと行っていたいただきます。代理店さんには情報管理、廃棄までのプロセスをシステム化してください。そして、お客様に対しては、商品内容を全部わかっていたら、ご納得いただいた上で販売してください。重要事項、注意喚起の説明を徹底し、商品の内容や保険金が支払えない場合はどういふケースなのかといったことをきちんとご説明するように代理店さんにもマニュアルで示しています。約款についても、文字を大きくして、読み易く、見栄えが良く、積極的に読んでいただけるものになりました。

——なるほど。

本間 また、今は、代理店さんともコンプライアンス意識が非常に高まっています。行政の指導も確実です。たとえば、事故の査定は今までは保険代理店がお客様から事故の通報を受けていましたが、保険会社に直接、事故の通報が入るようになりました。商品についても、保険業界全体で、不払いが起きないように特約を減らすなど抜本的な改革を行っ

ています。当社でもまた、不祥事や不払い等を起こさぬよう社内、代理店さんを含めコンプライアンスに対する意識を徹底して高めています。また、社内では「全部数值化しろ」という話をしています。何日以内に支払うかをコミットしてくれと。たとえば、解約のお知らせがお客様から届いた。では、何日以内に解約返戻金がおお客様の元に着金するのか。それが五営業日以内なのか、三営業日以内なのか。事故についても、三十万円以下ぐらいの比較的少額な事故の場合、必要書類が完着した段階から何日以内に査定の結果を出すか。ここで標準値、目標値を定めておいて、それよりも日数がかかった場合には、何が原因かを分析をして、クオリティを高めるよう社内を取り組んでいます。

——本間社長のアソシアにおける経営理念、目標は何ですか。

本間 冒頭申し上げましたように、共済の受け皿的に作られた会社ですから、まずは、共済の持っている良い所を継承していかなければならないと思っています。では、共済の良い所とは何かと考えますと、お

お客様のニーズに沿って柔軟に保険商品を作ってきたということがあげられます。だから人気があったわけです。かつ、事業費を抑え、掛け金も安かった。この二点が共済のメリットですから、効率的な運営で事業費を下げて、安い保険料で商品を提供することが、理念としてあります。また、商品、サービス面は共済が持っている柔軟性をもちつつ、販売していただけだった情報を的確に迅速に吸い上げて、商品、サービス面の質の向上につなげていきたいと考えています。また、これらの情報は新鮮でなければいけませんので、遅くとも一週間以内に私の耳に入る体制をきちんと作り、それをすぐに反映させていく。情報を収集、分析、すぐに実行する。この三つのプロセスを的確に行い、共済の良さを受け継ぐ保険会社でありたいですね。それと、保険業はサービス業と考えています。一定のルールの中、共済の理念を継承した良い意味で自由度・柔軟性のある保険会社になりたいですね。 (聞き手/林 正敏)