

～法人マーケット開拓に役立つ～

01

リスクマネジメント実践講座

ARICEホールディングスグループ

http://www.arice-aip.co.jp 株式会社A.I.P 代表取締役 松本 一成

◆株式会社A.I.P

平成20年7月に営業を開始し、リスクマネジメントを基本とした法人マーケット開拓と支店制度に基づいた仲間作りを推進して業容を拡大している。現在は全国に19支店、2法人営業部、5オフィスを持ち、損害保険約20億、生命保険約25億の取扱額を行う。2010年4月にはリスクマネジメントのコンサルティング及び教育・研修事業等も視野に入れた総合的な組織としてARICEホールディングス株式会社を設立、理念を共有できる代理店と積極的にノウハウやシステム、及びブランドの共有を進めている。

第1回 保険代理店とリスクマネジメント

今回より「リスクマネジメント実践講座」と題して新たな連載をさせていただきます。今回の連載では、リスクマネジメント体制構築のプロセスをISO31000(リスクマネジメントの国際規格)の手法に基づいて説明していきます。ISO31000の流れや考え方を習得することで、保険提案のレベルアップのみならず、リスクコンサルタントとしてリスク管理体制の構築やリスク管理規程の作成、リスクマネジメント教育事業等に必要知識等も習得できるでしょう。一歩先を行く保険提案を行うために、是非継続してお読み頂ければ幸いです。

1. なぜリスクマネジメントが必要か?

保険代理店の社会的使命や存在意義はどこにあるのでしょうか? 確かに保険会社からの委託を受けて保険販売をしているのは事実ですが、単に保険を売れば良いのかという訳ではありません。私達は卓越した知識とノウハウに基づいて正しくお客様のリスクを把握し、保険という複雑な金融商品の適正提案を通して企業経営を支援すると共に、健全な保険事業を支えるために適切な保険引受をすることが求められているのです。

つまり保険代理店には、保険の知識のみならず、お客様のリスクを把握する能力やリスクマネジメントの知識が求められるのです。そして大切なのは、お客様の真の満足は「保険購入」ではなく、「安心・安全な経営や生活の実現」にあるということであり、保険は「買って下さい、でも使わないで下さい」という矛盾を抱えた複雑な金融商品であるということです。保険は代理店や保険会社のみならずお客様や社会にとっても使われないことが良いことなのです。

保険代理店は単なる保険販売ではなく、保険を企業のリスク環境や財務状況に合わせて



提案し、「企業を守る」と同時にその企業の持つ理念やビジョンの達成を支援することで広く社会に貢献しているのです。今回の連載においては、「お客様を守る」というスタンスで経営を行う保険代理店に必要なリスクマネジメントの実践的な情報を提供し、法人へのマーケット転換や保険提案に活かすだけでなく、リスクコンサルタントとしての活動に繋がるものにと考えています。

【ステップ1】個人から法人へのマーケットの転換

保険代理業界は大きな環境変化の真っ只中にありますが、それらの環境変化は保険代理店に法人マーケットへの転換と共に、リスクマネジメントの必要性を要求しています。

- ①法律改定: 保険業法改正により個人マーケットには厳しい規制が課せられるでしょう。
- ②業界変化: 収益低下とコスト増は単価の高い法人マーケットへの転換を促すでしょう。
- ③競争環境: ネット生保・来店型等の増加で個人マーケットは競争激化が想定されます。
- ④需要減少: 少子高齢化や車離れで個人マーケットの需要は衰退が想定されます。

上記のような様々な環境変化によって、専業代理店は規制が比較的緩く、収益率が高く、差別化が図りやすい法人・富裕層マーケットへの転換が必要となりますが、転換には経営やリスクマネジメント視点から理論的で納得感のある保険設計が求められるでしょう。

リスクマネジメントの実務知識を習得しておくことが、法人マーケットへの助言力や提案力の向上に繋がり、マーケット転換が図りやすくなります。

【ステップ2】RMによる法人マーケットへの適正提案

リスクアセスメント(リスク特定・分析・評価)のプロセスを習得することで、リスク環境と財務状況に応じた適切な保険提案が可能となり、保険提案の品質を飛躍的に向上させることが可能です。

①リスク環境の把握

最適な保険提案にはお客様の抱えるリスクの全体像(保険でカバーできないリスクを含む)を把握し、それらのリスクの結果(損失の大きさ)と起こりやすさを分析し、影響度を把握することが重要です。保険提案の前提となるリスクの把握や分析には保険ではなく、リスクマネジメントの知識が要求されるのです。

②財務状況の把握

保険は財務リスクの移転手法であり、法人は人や物ではなく、財務を守るために保険を掛けます。大切なのは企業の財務力(リスク保有可能額)の把握であり、それが分らなければ効率的な保険設計は不可能です。経営者は自社の財務力に基づいて、保険に入るかどうかではなく、リスクを保有するか否かの意思決定を行っているのです。

③優先順位の把握

リスク環境と財務状況が把握できると、それらの情報に基づいてリスク対策の優先順位を付けることが可能になります。基本的には、優先順位の高いリスクからリスク対策(保険を含む)を実施し、コスト削減の場合は最も優先順位の低いリスクに掛かっているコスト(保険料等)から削減します。

【ステップ3】RMによる差別化と新たな付加価値

ISO31000を基本としたリスクマネジメントの全体像やリスク管理体制の在り方を学ぶことによって、保険以外の視点からアプローチを行ったり、保険以外の付加価値で他代理店との差別化を図ったり、新たな収益源の確保が可能になります。

①企業価値の向上

保険以外のリスク対策に関する知識を習得することで、企業価値向上と保険料削減を同時に実現出来ます。具体的には、リスクコントロールによって事故を減らすことやリスクファイナンスによって財務力を高めることによって企業価値を上げると同時に保険への依存度を下げ、保険料削減を実現できます。

②リスクコンサルティング

企業の社会的責任(CSR)や内部統制が叫ばれ、リスクマネジメントの必要性がますます高まる中で、以下のようなコンサルティングを行うリスクマネジメントの専門家がいないこともまた事実です。その役割をリスクに一番精通している保険代理店が担うことで、新たなサービス・収益源とすることも可能です。

- ・リスク管理規程(BCP等を含む)の作成
- ・リスクマネジメント体制の構築支援
- ・リスクマネジャー業務の受託
- ・リスクマネジメント教育・研修

約26%が相続対策として生命保険を活用

信託協会、相続に関する意識調査実施

知ってトクする -782-

税務情報



信託協会では、40歳以上の子供がいる既婚者を対象に「相続に関する意識調査」を実施し(有効回答数3927人)、このほどその調査結果を取りまとめ公表した。それによると、「相続財産を受け取る可能性がある」と答えた人のうち、相続対策が講じられているのは2割にとどまっている。今この調査の内容を紹介する。

まだまだ低い相続対策を実施している割合

■相続財産を受け取る立場としての意識と行動

相続財産を受け取る可能性のある人は全体の45.2%と半数近い。男女ともに40代、50代ではその割合が6~7割と高い。ただ、「受け取る可能性がある」人で、対策を「してらる」人は19.0%と2割にとどまっている。

具体的な相続対策は、「生前における定期的・計画的な贈与」が62.4%で最も多く、これに「生命保険の活用」(25.7%)、「遺言書の作成」(25.5%)、「不動産の購入」(14.5%)、「納税資金の確保」(8.8%)が続いている。

相続対策をしてもらっていない人は2割であるが、「受け取る可能性のある」人の50.9%は相続対策の必要性を感じて贈与、「遺言書の作成」

「生前における定期的・計画的な贈与」が62.4%で最も多く、これに「生命保険の活用」(25.7%)、「遺言書の作成」(25.5%)、「不動産の購入」(14.5%)、「納税資金の確保」(8.8%)が続いている。

また、相続対策をしていない人も3割以上が対策の必要性を感じており、その4割が「生前贈与」「遺言書の作成」

「生前における定期的・計画的な贈与」が62.4%で最も多く、これに「生命保険の活用」(25.7%)、「遺言書の作成」(25.5%)、「不動産の購入」(14.5%)、「納税資金の確保」(8.8%)が続いている。

また、相続対策をしていない人も3割以上が対策の必要性を感じており、その4割が「生前贈与」「遺言書の作成」

信託協会では、40歳以上の子供がいる既婚者を対象に「相続に関する意識調査」を実施し(有効回答数3927人)、このほどその調査結果を取りまとめ公表した。それによると、「相続財産を受け取る可能性がある」と答えた人のうち、相続対策が講じられているのは2割にとどまっている。今この調査の内容を紹介する。

まだまだ低い相続対策を実施している割合

■相続財産を残す立場としての意識と行動

相続財産を残す立場として自己財産の内訳と価値を「把握している」人は73.0%で、高年齢層ほど把握層が増え、特に男性60代以上の把握率は8割を超えている。

相続対策実施の有無については、対策を「している」人は全体の9.8%となっており、対策をしていない理由として、約6割が「相続税がかかる」と回答。これに「時期尚早だと思ってるから」(20.3%)、「どんな相続対策をしたらいいのか分からない」(16.9%)が続いている。

また、相続対策をしていない人も3割以上が対策の必要性を感じており、その4割が「生前贈与」「遺言書の作成」

「生前における定期的・計画的な贈与」が62.4%で最も多く、これに「生命保険の活用」(25.7%)、「遺言書の作成」(25.5%)、「不動産の購入」(14.5%)、「納税資金の確保」(8.8%)が続いている。

また、相続対策をしていない人も3割以上が対策の必要性を感じており、その4割が「生前贈与」「遺言書の作成」

「生前における定期的・計画的な贈与」が62.4%で最も多く、これに「生命保険の活用」(25.7%)、「遺言書の作成」(25.5%)、「不動産の購入」(14.5%)、「納税資金の確保」(8.8%)が続いている。

また、相続対策をしていない人も3割以上が対策の必要性を感じており、その4割が「生前贈与」「遺言書の作成」