～保険代理店に求められるRMの知識～　48

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 CEO　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による法人マーケット開拓力と支店制度によるマネジメント力を強みとし、全国の代理店と連携して業容を拡大している。現在は全国に19の拠点を持ち、損害保険約26億、生命保険約27億の取扱いを行う。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体としてＡＲＩＣＥホールディングス株式会社を設立し、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48回 リスク対応⑯(5.5)

1.感応度リスクについて

今回は、戦略的リスクの「感応度リスク」についてその特徴と対応について説明させて頂きたいと思います。ここで取り上げる感応度リスクとは、一定の社会環境の変化によって経営への影響が左右されるようなものを言い、ある程度は現状のデータや財務状況・取引状況で予測可能なものを対象にします。これらは、一定であることはなく、絶えず変動しているものが多いため、リスクによっては金融商品が開発されているものもありますが、ここでは一般的にコントロールで対応すべき「景気感応度」とある程度金融商品で対応できる「為替感応度」「金利感応度」「価格感応度」等に分けて説明をさせて頂き、最後に対応手段の一つである金融派生商品について説明したいと思います。

2.景気感応度

景気感応度とは、景気の変動によって自社の経営が影響を受けるリスクです。感応度はある証券が市場の動きに対してどの程度反応するかを示すベータ（β）値が指標として参考になります。ベータが１ならば、当該証券は市場の動きと完全に一致し、マイナス１ならば市場の動きと反比例（景気が1上がった時に１下落）し、ベータが０ならば、その銘柄は市場動向には全く左右されないことになります。景気感応度リスクの影響及びその基本的な対応としては以下のようなものがあります。

①業績悪化への対応
景気の変動によって自社及び業界の業績が低迷するリスク。
・変動費率の向上（固定費率の低減）
業務縮小時においても、変動費率を高めておくことで、利益確保が可能となる。
・多角化戦略
特定の業種が不景気になっても、事業の軸が複数あることで対応が可能となる。
・グローバル戦略
国内景気が悪くなっても、グローバルな活動の中で業績バランスが取れる。

②資産減少への対応
景気の減退により所有している有価証券等の資産価値が目減りするリスク。
・複数分散投資
複数の銘柄に分散して投資を行い、特定業種の不景気の影響を緩和する。
・ポートフォリオの修正
β値の低い銘柄や逆の動きをする銘柄を合わせ持つことで安定的な運用を行う。

感応度リスク

感応度リスクとは？

ここで取り上げる感応度リスクとは、一定の社会環境の変化によって経営への影響が左右されるようなものを言い、ある程度は現状のデータや財務状況・取引状況で予測可能なものを対象にしています。

景気感応度	景気の変動によって自社が受ける影響度。（参考指標として「β」等がある）
金利感応度	金利の変動によって自社が受ける影響度。（預金・借入利息の変動）
為替感応度	為替レートの変動によって自社が受ける影響度。（円高・円安の影響）
価格感応度	材料価格の変動やお客様への販売価格の変動による自社への影響度。

金融商品での対応

感応度リスクは、一定であることはなく、絶えず変動しているものが多いため、リスクによっては下記のような金融商品で対応することが可能です。

先物取引	各種有価証券・商品等の未来の取引の売買価格等を保証する取引
オプション取引	将来の取引を一定の条件で行う権利を売買する取引（プット・コールオプション）
スワップ取引	将来の一定期間のキャッシュフローを特定の条件に基づいて交換する取引

3.その他の感応度について

1）金利感応度
金利感応度は金利の変動が企業経営にもたらす影響であり、基本的には金融資産のポートフォリオ及び資金調達手段の内容によって大きく変わります。変動金利の場合は、預金をたくさん持っている場合には金利が上がると良いですが、国債をたくさん持っている場合はマイナスになる。同様に有利子負債が多いと金利が上がると負担が大きくなります。

2）為替感応度
為替感応度は、為替の変動に対して売上高や利益がどの程度影響を受けるかを示すものをいい、通常、米ドルやユーロの対円レートについて、為替が１円動いた場合の年間の影響額（目安）を示します。基本的には、海外取引の量と取引通貨のポートフォリオによってリスクは大きく変わるため、海外への販売や海外からの輸入が多い企業や価格変動の激しい通貨で取引をする企業についてはリスクが高いと言えるでしょう。

3）価格感応度
価格感応度とは、製品の価格の変動に対する消費者の反応のことであり、価格感応度が高いとは、消費者の価格に対する反応が大きく、価格の上昇が消費の抑制につながる状態です。ここでは、消費という視点のみならず、その前段階における仕入れ価格や委託価格の変動が経営に与える影響も考慮します。
価格変動リスクは価格変動の格差が大きな材料を使用する企業や野菜や農作物のように安定的に提供されないもの、また消費者が価格変動によって購買活動が抑制・活性化されるものを扱っている企業はリスクが高いといえるでしょう。

4.金融派生商品の活用について

感応度リスクについては、以下のような金融派生商品であるデリバティブ取引によってリスクヘッジを行うことが可能な場合があります。

1）先物取引
価格や数値が変動する各種有価証券・商品等について、未来の売買についてある価格での取引を保証するものであり、有価証券先物取引や為替先物取引、商品先物取引（穀物、砂糖、石油、貴金属等）等があります。現在の先物取引は取引所取引であり、価格変動の影響を避けるリスクヘッジを目的として活用されています。

2）オプション取引
オプション取引とは、一般的にある目的物を一定期間後の特定日に特定の価格で買い付ける（又は売りつける）ことのできる権利を言い、売る権利を「プットオプション」買う権利を「コールオプション」と言います。為替オプション以外にも金利オプションや通貨オプション、株式オプション等があります。

3）スワップ取引
スワップ取引とは、予め決められた条件に基づいて、将来の一定期間にわたりキャッシュフローを交換する取引であり、金利スワップ（変動利率と固定利率の交換）、通貨スワップ（異なる通貨の交換）、為替スワップ（直物と先物為替の交換）等があります。

5.代理店の役割

今回ご紹介した感応度リスクについては、確かに保険の補償機能ではカバーできませんし、取扱うことも難しい商品ですが、企業によっては非常に大きなリスクとなります。天候デリバティブや地震デリバティブ等のように保険に近い商品もあり、今後は保険代理店にも取扱いが認められるものも増えて来る可能性もありますので、しっかりと情報収集をしておく必要があるでしょう。金融工学が発達し、金融市場の巨大化・経済のグローバル化が進展する中でデリバティブに関する最低限の知識は保険代理店も持っておくべきかと思います。また、オプションやスワップ等のデリバティブの考え方は経営判断やリスクコンロールの観点において活かすことも可能です。

参考文献：ISO31000：2009リスクマネジメント　解説と適用ガイド　日本規格協会

第22回通常総会を開催

京都損保代理業協同組合

京都府損害保険代理業協同組合（辻本完治理事長）は5月21日午後5時から、京都市中央区のハートンホテル京都で組合員、保険会社社員ら28名参加のもと、第22回通常総会を開催した。

辻本理事長が連携強化を呼びかけ

辻本理事長が冒頭挨拶に立ち、同組合が昨年5月に自転車保険専用コールセンターを立ち上げ、先ごろ2名が常駐する専用事務所を開設したことを報告し、より一層の組織運用の充実化に取り組んでいきたいとした。また、昨年の参議院財政金融委員会で大門実紀史参議院議員が損保代理店のポイント制度等を取り上げたことについて、金融庁による「顧客本位の業務運営」との関連性を踏まえ言及した。さらに、全国の各財務局に、乗合を考えている代理店などを対象とした相談窓口ができていることを知ったとし、「先日近畿財務局に出向いて確認したが近畿財務局にも設置されているとのことだった。こうした我々の将来にとって大きな影響を及ぼすような動きに関する情報も、我々一人ひとりが自立・自律し頑張っていくと同時に、横の連携をしっかり取ることで入手したり伝えていくことができる。私は今年度、金融庁のいう『顧客本位』の真意に沿うよう代理店のレベルアップを図りながら、京都代協とも連携して仲間づくりに力を入れ、お客さまのためにしっかりと腰を据え、新しい時代に向かっていきたい」と述べた。

平成30年度事業計画、役員改選など第1～6号までの付議事項はすべて可決承認された。

今年度役員は次のとおり（敬称略）。

●理事長　辻本完治
●副理事長　松田治孝
●専務理事　小島雅彦
●理事　中瀬善久、北川元彬、太田益太郎、山田久徳、田中康三
●監事　関本誠一郎、芦田弘

総会終了後、北神圭朗前衆議院議員、田中けんじ京都府議会議員がそれぞれ挨拶を行い、懇親会へと移り、参加者一同で活発な情報交換が行われた。

女性部会がセミナー

京都代協　女性店主ら20名参加

京都代協・女性部会（岩木恵子部会長）は5月15日午前11時から、京都市下京区の日新火災京都サービス支店9階会議室で、代協会員代理店に在籍する女性（店主、募集人、事務員）を対象としたマナーセミナーを開催し、女性店主ら20名が参加した。

女性のみの参加で開催

同代協の女性部会は原則として女性代理店主で構成された部会で昨29年8月に川口宏副会長（当時）が発起人となり9名の店主らと発足した。女性代理店主ならではの目線で捉えた代理店経営に役立つ情報交換、勉強会の実施、社会貢献等を目的としている。

募集人を対象とした保険会社主催のセミナーや勉強会は存在するが、電話対応はじめ契約者との接点が多い存在である事務員を対象としたスキルアップ研修ほぼ皆無である。高額な外部研修は費用的に厳しく、代理店内での勉強会等だけでは不十分な場合もある。

そこでこのセミナーでは、元日本航空国際線客室乗務員で、現在大手百貨店、商工会議所等において新入社員研修を行い、ＮＨＫテレビ「おしゃれ工房」などテレビ各社にも出演経験のある弁尾眞紀子氏（優紀サポート・システム　エグゼクティブインストラクター）を講師に迎え、①挨拶と表情②言葉遣い③態度と身だしなみ④名刺交換のやり方⑤電話対応の基本など代理店に求められる具体的な対応マナーを2人1組になって実践的な形で研修。伸び伸びとセミナーに集中できるように会場内は女性のみとし、笑いと感心の声に包まれる和やかな雰囲気のなか、有意義な学びの場となった。

女性代理店主として女性事務スタッフの教育は関心の高いテーマであり、女性部会では今後もマナー講師を迎えマナーセミナーを実施していく。