

【第2回 保険フォーラム】

損害保険について

 **SBI アクサ生命**

野口俊哉



パネラーの略歴

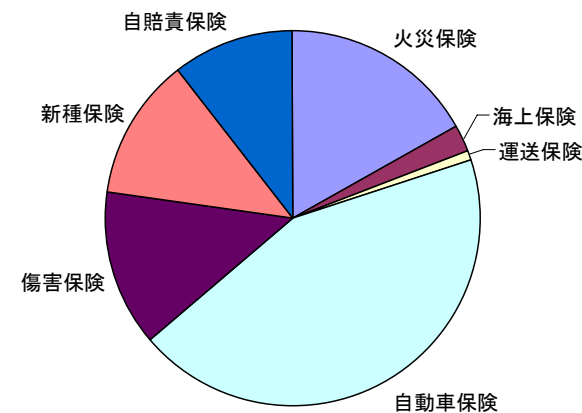
1. 三井住友海上火災保険
 - 山梨支店(支店営推、リテール営業)
 - 火災新種保険部傷害課(第三分野商品にかかる全店営推、商品開発、日米保険協議対応)
 - 商品企画部数理グループ(収益分析、商品開発)
 - 総合営業第四部(コマーシャル営業)
2. 三井住友海上メットライフ生命保険 ※三井住友海上から出向
 - 数理部(商品開発、収益分析、ALM、再保険、決算、US報告)
3. SBIアクサ生命保険株式会社 ※アクサ生命から出向
 - 商品企画部(商品開発その他)

損害保険って何？

- 「人の生死以外の様々な偶然な事故による損失」に対して保険金を支払います。
- 主な損害保険として自動車保険、火災保険、傷害保険、海上保険、賠償責任保険などがあります。

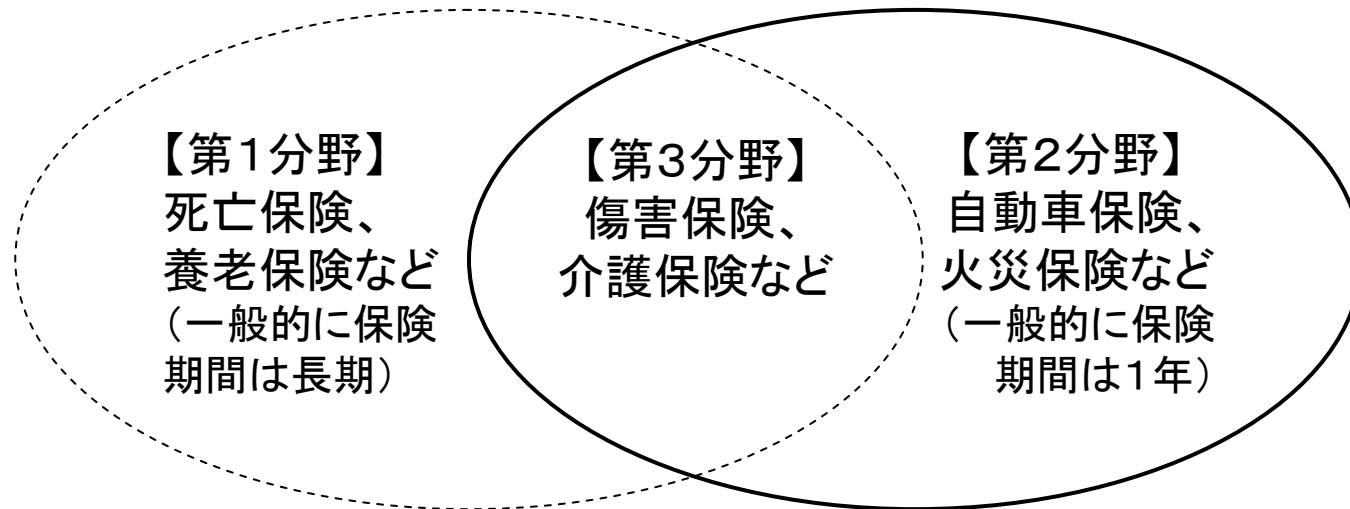
保険種類	元受正味保険料	割合
火災保険	339,808	16.8%
海上保険	47,929	2.4%
運送保険	17,082	0.8%
自動車保険	877,219	43.5%
傷害保険	273,283	13.5%
新種保険	251,155	12.5%
自賠償保険	210,778	10.4%
合計	2,017,302	100.0%

出典：社団法人 日本損害保険協会 種目別統計表（2009年4月～6月）



参考) 損害保険会社と生命保険会社において 販売可能な保険商品

損害保険会社において販売可能



生命保険会社において販売可能



損害保険会社の展望(プラス面)

○損害保険会社は様々なリスクに応じた保険商品を取扱います。
今後も、社会環境の変化に応じて生じる新たなリスクに対応する
保険商品の投入が見込まれます。したがって、損害保険会社
の存在意義がなくなる可能性は低いと考えられます。

<例①>

不況により企業の倒産が増加

→取引先企業が貸し倒れた際の、債権の損失を保障する取引信用保険の販売

<例②>

顧客リストの流出事件が頻発し、個人情報保護法が成立

→個人情報が流出した際の、賠償責任や費用を保障する個人情報保護保険の販売

<例③>

食品に関する安全性の意識が社会的に増加

→異物が混入した際の、商品回収や謝罪広告掲載費用を保障するリコール保険の
販売



損害保険会社の展望(マイナス面)

- 従来から損害保険会社の経営を支えてきた自動車保険・火災保険などの主力商品の規制緩和に伴う保険料の引下げや、傷害保険や賠償責任保険などの保険金支払急増により、保険収支は悪化しており、今後もこの傾向は続くと考えられます。
- 保険金不払問題に端を発したコンプライアンスの厳格化により、人件費・物件費が増加しており、個人分野における従来の薄利多売モデルが崩壊しています。
- 低廉な保険料水準を売りとするインターネット専業や通信販売専業の保険会社が近年数多く開業しており、既存の損害保険会社については価格競争力が低下しています。



損害保険会社の主な部署

- 営業(リテール営業、コマ－シャル営業)
- 損害調査
- システム開発・管理
- 営業事務
- 商品業務(マリン、ノンマリン)
- 再保険
- 経理部
- 財務部
- 人事、総務、法務、その他



損害保険会社におけるアクチュアリー的主要な役割

- 商品開発時における保険料の計算
- 既に販売されている保険商品における料率の妥当性に関する検証(収支分析)
- 再保険における設定および再保険料率の検証
- 決算時における責任準備金等の計算
- 会社が抱えるリスクの数値化



パネラーから学生への提言

- 担当分野のスペシャリストを目指し、仕事に誇りを持ってください。
- 会社に依存することなく、自身の意見を持った会社に必要とされる人材を目指してください。