

○ **住友生命 営業職員が健康増進アプリを販売 ローソンと提携（20/7/31 日経朝）**

- ・ 住友は健康増進型保険「バイタリティ」の契約者に提供している「健康増進アプリ」を切り離し、単独のサービスとして販売開始。2021 年度以降に有償化を目指す
- ・ スマホで歩数などの活動量を管理し、目標を達成したらローソンやスタバで飲料をもらえるようにする
- ・ 営業職員が保険商品以外のサービスを売るのは大手生保では初。生保のビジネスモデル変革に一石を投じる可能性あり。保険以外のサービス提供で顧客接点をつくる
- ・ 新型コロナウイルスでリアルな対面営業が難しくなるなか、大手生保は対面に頼らない営業方法を模索。アプリ利用者とはスマホ上でつながるため、リアルな対面なしに顧客に保険提案を行うツールの一つになる

○ **東京海上日動 熱中症への補償拡充（20/8/3 日経朝）**

- ・ マスクでリスク増とみて熱中症を補償する特約に加入できる傷害保険を増やす
- ・ 企業向け保険で熱中症をカバーできる人は 60 万人から 100 万人に増加
- ・ 年間 100 円の保険料で入院日額 3 千円、通院日額 1 千円を補償

○ **日本創倫 7 月から「改定版・新 WEB 監査」開始（日本代協アドバイザー）**

- ・ これまで提供してきた「代理店 WEB 監査」の改定版^(注) による外部監査を 7 月から開始
生損両協会が作成する「自己点検チェックリスト」をベースとしながら、ガバナンス確保のために独自の視点で盛り込んだ 100 の監査項目を 85 に再編し、点検内容の充実と負担軽減を図った
(注：WEB 監査は自己点検と訪問監査の間に位置する同社独自の監査方法。外部専門家の目を入れて自己点検よりも一段レベルを上げたいが費用は抑えたい、あるいは、内部監査体制を整えたいがその前に自社で「監査の勘を身につけたい」といったニーズに応えるもので、監査担当者の出張費用等が不要となるため、全国どここの代理店でも同額の低廉な費用で外部の目を入れることができる。代協会員には特典あり)

○ **あいおいニッセイ同和 「水災タイムライン」アクションツール作成**

- ・ 台風シーズンを前に、水害発生時の中小事業者の防災行動を時系列で整理した「水災タイムライン」のアクションツール（小冊子、壁貼り用チェックリスト）を作成。建設、土木、運送、介護など 18 業種を用意、同社拠点を通じて提供

- ・ 水害の発生状況を共有した上で、「いつ」、「だれが」、「何をするか」に着目。防災行動と実施主体を時系列で整理したもの。早い段階で準備すれば被害も少なくなる進行型災害対策に適している
- ・ 同社は行動指針の一つに地域密着をかけた、分かりやすく簡単、実効性が高い、現場の人が使えることを重視して作成。今後代理店向け研修や商工団体と連携したセミナーなどを実施し、タイムラインの重要性を広めていく

○ 損保大手 保険料、ハザードマップ連動（20/8/4 日経朝）

- ・ 損保大手は企業向け保険の水害リスクに応じた地域別料率を 21 年 1 月から導入
多発する豪雨リスクを細かく保険料に反映、契約先企業の災害意識を高め、リスクの高い場所への立地を減らし保険金支払いを抑える狙い
- ・ TN：ハザードマップの洪水データと連動、料率を－2%・＋約2%・＋約10%の3段階に区分
対象契約はリスク低が70%、リスク中が25%、リスク高が5%
SJ：自治体の地形データとハザードマップを組み合わせ料率を算出、昨年末から反映させており、リスクに応じて自動的に保険料を変更
MS、AD：マップとの連動を見送り^(注)、まずは都道府県毎に差をつける
(注：水害多発を受け、ハザードマップの作成基準が「千年に一度程度」の大雨を想定して作成するよう厳しくなったが、対応が遅れる自治体が多く、民間活用には改定作業を急ぐ必要がある)

○ 東京海上 中小の事業承継に保険 誓約違反を補償(20/8/4 日経朝)

- ・ TNでは、事業承継時に、隠れた負債などの誓約違反が発覚した場合に承継先の損失を補償する保険を発売し、中小企業の事業承継を支援。買収した後に発覚する財務や法務の隠れたリスク、貸金未払いや隠れた株主が発覚した場合なども補償
- ・ 個別設定の従来の M&A 保険は保険料が高額で中小では使いづらいため、誓約内容を定型化して無駄な交渉を省けるようにし、保険料を下げて加入しやすくする
- ・ 保険料は 300 万円から。1000 万円以上の M&A 保険より割安にする

○ 企業間の請求書 完全デジタル化に（20/8/3 日経朝）

- ・ 企業間の請求書の完全デジタル化に向けデータ仕様統一の取り組みが開始
政府と弥生、OBC、米国の専門業者などのソフトウェア会社が協議を開始、年内に仕様を決め 22 年秋から順次サービスを開始し、2023 年度までに導入。会計処理や税務作業を効率化し、税務申告、雇用保険、年金保険など行政向けの書類作成とも連動させて生産性を大幅に高める
- ・ 日本のデジタル化は大きく遅れており、E コマースの利用率は OECD38 か国中 20 位。非効率な作業が多い。現在 1 件平均 650 円かかっている請求書類作成コストを 100 円程度に抑える

- ・ 請求書データの入力、参照をクラウド上で進められるシステムを開発し、取引先への入金や領収書作成を自動化する機能も加える。紙の保存を不要にする規制緩和は実施済みであり、仕様統一で完全デジタル化が進む
- ・ 中小企業が月数百円で使えるクラウドサービスを開発、国による費用補助も検討
- ・ 23 年 10 月からは「インボイス制度^(注)」が始まり中小企業の負担が高まる。消費税 10%と軽減税率 8%の商品を区別し、請求書に税額や売上高を記さないと控除が受けられなくなるため、デジタル化は必須。完全デジタル化で在宅勤務でも作業ができるようにする。

(注：売手が買手に正確な適用税率や消費税額等を伝えるための手段である適格請求書等の保存を、仕入税額控除の要件とする制度)

○ 丸井「モノを売らない店舗」へビジネスモデルを大転換（20/8/4 日経コラム）

- ・ 丸井は店舗をお客様との接点作りの場とし、売るのはネットとする D2C モデルに転換。百貨店型店舗の限界を見越し、既存の店舗を持つ強みを新たなモデルで活かしてネットの脅威に対抗。店舗には商品を並べて無数のカメラでお客様の行動データを集めることに集中する
- ・ 「接客が嫌」といったお客様の声に応え、「売らない店舗^(注)」で楽しく商品を試着してもらえ体験型店舗を 23 年度内に 60%にする計画。収益はテナントの賃貸料から得る

(注：カナダのアパレル ルルレモン・アスレティカが見本。「我々には一つだけやってはいけないことがある。それはお店で売ろうとすることだ」が同社の教え)

○ ネット証券 利益なき繁忙 4~6 月 手数料無料化が大打撃（20/7/31 日経朝）

- ・ 日米のインターネット証券が売買手数料の無料化で収益減少に苦慮、手数料引き下げ競争による激しい顧客争奪戦の結果、利益なき繁忙の様相を呈している
- ・ 手数料ゼロ化が日本より進んだ米国はさらに厳しい状況。振興のロビンフッド証券が無料化を進め、若年層を引きつけていたことから必然的に無料化の競争が始まった。ロビンフッドは個人の売買注文を超高速取引業者（HFT）に回し、そこで得た収入を原資に無料化で先行
- ・ 手数料無料化に距離を置いた日本の証券 4 社は、新型コロナによる株価下落で買い時と見た個人投資家による売買活性化を取り込み、大幅増益。「無料にまでする必要はなかった…」との声もでている
- ・ 但し、長期的には無料になることで損切りがしやすくなり、顧客の利益につながることから、更なる激化は避けられないと見られている。
- ・ 米ネット証券は先を見越して収益源の多様化を進めている。例えば富裕層向けの資産運用助言業者 RIA の囲い込み。ネット証券は RIA から資産管理を請け負い、手数料を得る。最大手シュワブの管理残高は既に 200 兆円を超えている。新たな収益源を見いだせないネット証券は統合に向かうしかない。業界再編は今後加速する

以上