

～保険代理店に求められるRMの知識～

58

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の拠点をもち、損害保険約26億、生命保険約27億の取扱額を行う。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58回 自動車事故への対応②(5.5)

1. 自動車事故への対応について

前回は自動車事故に関するリスクシナリオを描き、自動車事故という事象を生み出す原因、自動車事故が影響を与える影響領域と結果及びその損失を検証し、それらの事象や損失を生み出すリスク源を洗い出しました。

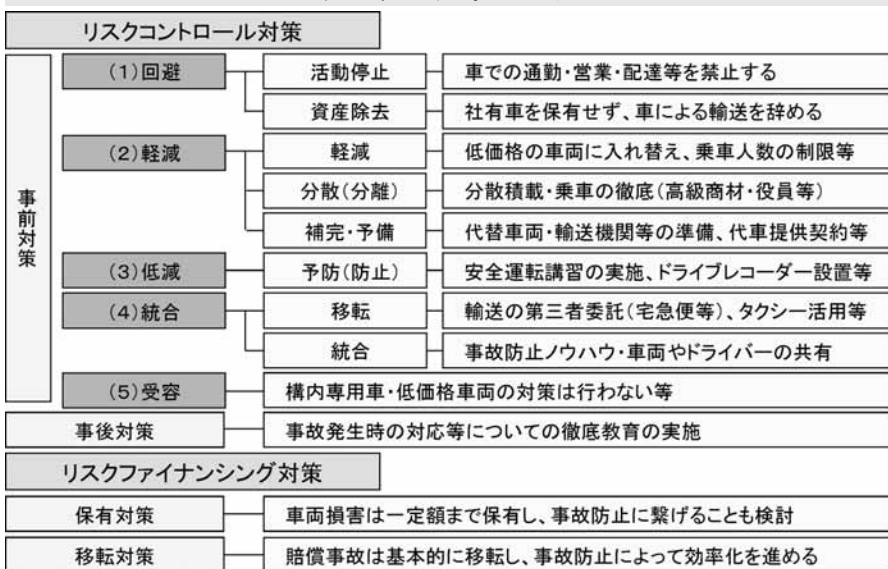
今回は自動車事故という事象の起こりやすさやそこから発生する損失をいかにコントロールし、さらには発生した損失に対していかに有効なファイナンス対策を取っていくかについて説明していきたいと思っております。

2. リスクコントロール

自動車事故はリスクの中でもその使用頻度や使用台数によっては非常に起こりやすく、人身事故に繋がりがやすいリスクであるため、特に運送会社やバス会社等のように、自動車での運搬や移送を本業にしている事業所では保険代理店の立場から積極的な事故防止提案が必要です。一方で、自動車を単なる営業用の移動手段や通勤手段のみに利用している企業についても、そもそもの対策が不十分なケースも多いため、保険代理店による積極的な関与が期待されます。特に近年はドライバー不足によって高齢のドライバーが増えていることもあり、対策の重要性も高まっています。具体的なリスクコントロール対策には以下のような対策があります。

- 1) 事前対策
 - ①回避【活動停止】

リスクコントロール



車での活動をしなければ自動車事故を起こすことはほとんど無くなるため、車での通勤や営業・配達等を辞めることができれば、自動車運行における事故を無くすることが可能になります。

【資産除去】

社有車を持たなければ自動車車両の損失は発生しませんし、自動車での配達を止めれば自動車事故による貨物の損失は無くなります。

②軽減【軽減対策】

車を低価格の車両に入れ替えることや乗車人数・積載物の制限、シートベルトの徹底を行うことによって事故発生時の損失を減少させることが可能になります。

【分散対策】

1事故当たりの損失額を減少させるために、分散積載や分散乗車をするのが重要です。台風等の災害に備えて保管場所を分散することも検討すべきでしょう。

【保管・予備】

事故が発生した場合に、事業活動を早期に再開するためには、予備の車両や輸送機関の手配、修理工場等との代車提供契約等を締結することが考えられます。

③低減【予防対策】

事故防止には、まずは一人ひとりの能力や知識、リスク感性を高めるような教育・研修や車両管理体制の構築等のソフト面での対応が大切ですが、それと共に技術の進化によってドライブレコーダーの設置や安全車両の購入等のハード面での対策も非常に有効性が高くなっているため、積極的な活用が求められます。

④共有【移転対策】

他社にリスクを移転する対策としては、宅急便等を活用した輸送委託やタクシー等による移動、車両メンテナンスの外部委託等が考えられます。

【統合対策】

事故防止ノウハウの共有や車両等の相互補完、合併等による優秀なドライバーの確保等が考えられます。

⑤受容対策：リスクが小さいと考えられる構内専用車や低価格の自動車については積極的にリスクを受容することも重要です。

2) 事後対策

交通事故に関する事後対策については、まずは事故発生時の対処ルールの徹底が必要不可欠です。被害者救済と安全確保・再発防止策を直ちに行い、警察と保険会社への連絡を行うことを徹底する必要があります。これらの初期対応を間違えることによって、自動車事故による直接損失だけではなく、対応を怠ったという風評リスクによって企業ブランドが失われることにも繋がる可能性があるため、注意が必要です。

3. リスクファイナンス

事故発生に伴う損失への備えとしては、賠償責任に対しては、損失額の変動幅が広いという特徴から基本的には保険を活用した移転対策が有効と考えられます。

しかしながら、車両に関する損失についてはある程度損失の上限が見えることもありますし、事故防止を推進する意味でもある程度は免責を付けてリスクを保有するという考え方が必要と考えられます。また、搭乗者傷害保険等については、社内的な福利厚生等の平等性を損なう可能性があるため、注意が必要です。自動車保険については自動車事故の件数や発生した損害額によって大きく割引が異なるため、コントロール対策とのバランスが非常に大切です。

4. 保険代理店の役割

自動車リスクは、古くから保険代理店が中心的に扱ってきたリスクであり、自動車保険と共に保険代理店は発展してきたということも否めませんが、時代と共に私たちの関わりや必要性が薄れていく可能性が考えられます。昨今の「使用から所有へ」という価値観の変化から自動車メーカー等がサブスクリプションやシェアリングのビジネスモデルに舵を切ったことで車の量は確実に減少することが考えられますし、事故防止技術や自動運転技術の革新により間違いなく事故は減少し、保険料の減少や保険の在り方自体にも大きな変化があると想定されます。

それに加え、AIの発達によってドライブレコーダーの映像から過失割合が自動的に導き出され、映像で損失額が短時間で確定する技術が開発されるとともに、ネット自動車保険等の事故現場駆け付けサービスの展開によって私たちの事故発生時の関わりがどんどん他業態や新技術に取って代わられていくことも想定されます。今後はそれらの新しい技術やネットで解決できないリスクコンサルティングノウハウを差別化要素として持つことが必要となるでしょう。