

大手生損保による少額短期保険会社の設立

上席専門職（兼）調査研究部 主席研究員 熊沢 由弘

目次

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1. はじめに | 3. 目的達成のための具体的取組み |
| 2. 少額短期保険会社設立の状況と目的等 | 4. おわりに |

1. はじめに

少額短期保険業界の動向については、「事業者数の増加とともに順調に契約実績を伸ばしていること」および「多種・多様な事業を展開する事業者が親会社として参入する事例が増えていること」等の傾向・特徴があることに加え、新たに「デジタル技術の戦略的活用などを目的とした保険会社による少額短期保険会社の設立（2019年2月に損保ジャパン設立のMysuranceが少額短期保険業登録）の動きがあること」について、『共済総合研究』第79号（2019年9月）掲載の拙稿「少額短期保険の動向－成長と多様化－」¹（以下、本稿において「第79号掲載稿」と表記する。）に記載している。

第79号掲載稿の執筆当時、保険会社による少額短期保険業への関与は、不動産管理業務に付随する保険（主に賃借人向けの家財・什器補償、借家人・個人賠償責任補償、賃借関係に伴う各種費用補償）を扱う少額短期保険会社やその持株会社に大手損保が出資し、子会社または関連会社（以下、本稿において「子会社等」と表記する。）とする事例が中心であった²。こ

れらは、保険業法改正（2005年）により、無認可共済として行っていた事業を少額短期保険業に移行せざるを得なくなったことに伴い、当該事業者が保険業法による様々な規制に対応するために、事業・業務運営のノウハウを有する損害保険会社に支援を求めた結果と推察する。そのため、損保ジャパンによる従来とは異なる目的での少額短期保険会社の設立は、今後、どのような取組みを行っていくのかという点で注目された。

第79号掲載稿の執筆後、約2年半の期間が経過したなかで、大手生損保が少額短期保険会社を設立または買収（以下、本稿において、少額短期保険会社を子会社等とする際の方法を問わず、「設立」と表記する。）により子会社等とする事例は着実に増えている（詳細は、後掲2(1)参照）。本稿においては、近年の大手生損保による少額短期保険会社設立の状況について記載するとともに、少額短期保険会社、および親会社または主な出資者（以下、本稿において「親会社等」と表記する。）である大手生損保の具体的取組みから、少額短期保険会社設立の目的について考察する。

1 『共済総合研究』第79号pp.48-65。損保ジャパンによるMysurance設立については、pp.60-62に掲載。
https://www.jkri.or.jp/PDF/2019/sogo_79kumazawa.pdf

2 具体例として、東京海上ホールディングスの子会社である、東京海上ミレア少額短期保険（2009年6月に既存の少額短期保険会社を子会社化）と東京海上ウエスト少額短期保険（東京海上ミレア少短の事業量拡大に伴い、規模規制適用回避のため、営業エリアを区分した子会社を別途設立し、2014年3月登録）が挙げられる。また、あいおいニッセイ同和損保は、e-Net少額短期保険・NEXT少額短期保険の持株会社であるe-Netホールディングス、および全管協少額短期保険・エタニティ少額短期保険・ネットライフ火災少額短期保険の持株会社である全管協れいわ損害保険に出資し、関連会社としている。

2. 少額短期保険会社設立の状況と目的等

(1) 概況

2019年2月のMysuranceの登録以降、2022年4月末までの大手生損保による少額短期保険会社設立の状況、および各社の公表内容に

基づく少額短期保険会社設立の目的や位置付けを、以下(表)のとおりまとめた。国内大手生保4社のうち3社、メガ損保3グループの主要損保3社(うち1社は準備会社の段階)に加え、外資系大手生保1社が少額短期保険会社を設立している。

(表) 大手生損保による少額短期保険会社設立の状況と目的等

(注) 少額短期保険会社としての登録年月(買収の場合は子会社化の時期)が早い順に記載。

少額短期保険会社/ 【保険会社】	登録年月/ 出資の状況	少額短期保険会社設立の目的・グループ内の位置付け
Mysurance 【損保ジャパン】	2019年2月登録 100%出資子会社	① デジタル技術を活用した商品・サービスを提供し、保険の「新たな価値」の創造を目指す(保険をわかりやすくシンプルに。今までの保険の「できない」を「できる」に)。 ② 損保ジャパンは、デジタル技術の戦略的活用とマーケット変化をとらえた新たなビジネスモデルの創出に取り組んでおり、Mysuranceの設立はその取組みの一環である。
アイアル少額短期 保険 ^{*1} 【住友生命】	2019年8月買収に より子会社化 99.85%出資子会社	① 住友生命グループ内の他の保険会社とともに、様々な販売チャネル特性にあわせた商品を開発・提供する「マルチチャネル・マルチプロダクト戦略」の一環である。 ② 住友生命の中期経営計画(2020-2022)において、アイアル少短の役割を「マーケットのニーズに合ったオリジナル保険の開発をコンセプトに、様々なユニークな商品を開発」と位置付ける。
スマートプラス少 額短期保険 【あいおいニッセ イ同和損保】	2020年8月登録 関連会社(親会社 はFinatextホール ディングス ^{*2})	① 新たなマーケットに対応するべく、あいおいニッセイ同和損保の保険事業ノウハウとFinatextが持つ先進的技術を融合させ、付加価値の高い新しい保険商品を提供する。 ② 親会社のFinatextホールディングスの目的は、スマホ中心のモバイルデバイス上で、必要なときに簡単に契約できる新しい「次世代型デジタル保険販売システム」の開発・販売 ^{*3} である。
SUDACHI少額短期 保険 【アフラック生命】	2020年12月登録 100%出資子会社	① 多様化・パーソナライズ化する顧客ニーズと市場動向変化にあわせ、アフラック生命で提供できていない領域の保険商品を開発する等、「アフラック生命グループの商品ラインナップの充実、先進的な保険商品の機動的開発」が目的である。 ② 保険のインキュベーション・プラットフォームとして、幅広い企業との協業により、従来の保険の枠にとらわれない先進的で新しい保険を創造する。
第一スマート少額 短期保険 【第一生命】	2021年3月登録 100%出資子会社	① ミレニアル世代や将来の保障中核層であるZ世代への対応。第一スマート少短への加入を通じて、若者と「無理のない関係」を構築し、第一生命から最適なタイミングで、最適な保険商品を案内する。 ② 第一生命の中期経営計画(2021-2023)におけるCXデザイン戦略に基づき、新たな商品ブランド「デジホ」(ビジネスパートナーを通じて、デジタルで各種手続きが簡単に完結)を立ち上げ、第一生命と第一スマート少短が取り組む。
リトルファミリー 少額短期保険 【あいおいニッセ イ同和損保】	2021年6月登録 95%出資子会社 (提携先のPECO 社が5%保有)	○ 我が国のペット保険の普及率は限定的であり、ペットが家族の一員として医療を受けられるために保険が普及する必要性は大きく、今後も市場の拡大が見込まれる成長分野と位置付ける。

ニッセイプラス少額短期保険【日本生命】	2022年3月登録 100%出資子会社	① 顧客のライフスタイルの変化やデジタル環境の普及等を背景とした多様な保障ニーズに応えるため、様々なパートナー企業と協力し、生命保険・損害保険の両領域で多種・多様な保険商品を機動的に提供する。 ② 日本生命の中期経営計画（2021-2023）における「新規市場への進出」の取組みとして、「Web販売や少額短期保険業への参入」を掲げ、これらを通じて新たなマーケット開拓に取り組む。
（参考） 東京海上日動少額短期設立準備会社【東京海上日動火災】	2022年2月準備会社設立（2022年度中営業開始予定） 100%出資子会社	① 社会環境の変化に対応するため、多くの顧客を抱える企業とアライアンスを組み、デジタルを活用して「保険の新たな価値」（提供ができていなかった保険商品、新たなリスクへの挑戦、利便性が高い簡潔な手続きなど）を創造する。 ② グループ全体で顧客ニーズの変化に柔軟かつ迅速に対応できる体制をより充実することで、顧客に最大の満足を与える商品・サービスを届ける。

（出典）各社の公表内容を参考に筆者作成（文言・表現等は、筆者により加筆・修正）。

- ※1 独立系の少額短期保険会社として2009年1月登録、2011年2月合併により名称変更。特に商品開発力に優れている。「孤独死保険」（借家人が孤独死した場合にかかる各種費用や大家の家賃収入減少を補償）の先駆者であり、「健康増進型保険」（健康診断結果により保険料が割り引かれる医療保険）の早期開発や、一定の契約量が見込めれば個別企業からの要請に基づく「オーダーメイド保険」を開発するなど他社との連携実績もある。
- ※2 フィンテックベンチャーのFinatextホールディングスは、2019年4月に少額短期保険準備会社を設立後、同年11月にあいおいニッセイ同和損保と業務提携を行う。その後、2020年8月のスマートプラス少短登録の翌9月に、あいおいニッセイ同和損保がスマートプラス少短の第三者割当増資を引き受け、関連会社とする。
- ※3 Finatextホールディングス傘下のFinatext社は、スマートプラス少短の開業にあたり、保険クラウド「Inspire」（SaaS型保険基幹システム）を開発し、2020年9月には他の事業者向けに提供を開始した。ニッセイプラス少短は、基幹システムとして「Inspire」を導入している。

（2）設立の目的・背景等（まとめ）

大手生損保の事業規模³を考慮すれば、事業規模規制（年間収受保険料50億円以下）の適用を受ける少額短期保険会社を設立する目的が、目先の収益確保ではないことは容易に想像ができる。

前掲(1)（表）中の「少額短期保険会社設立の目的・グループ内の位置付け」欄の記載内容において、ペット保険専門のリトルファミリー少短以外は、共通する取組みやキーワードを確認することができる。これらをまとめると、以下枠内に集約できると考える。

社会環境・市場動向の変化に対応するため、保険の新たな価値・新たなビジネスモデルの創造を目指す必要がある。その具体化・実現のための取組み（以下①～③）を行うにあたり、保険業と比べて規制⁴が緩やかである少額短期保険業の特性を活かす。

- ① デジタル技術を活用した先進的な保険商品・サービスを機動的に開発・提供できる体制を構築することにより、グループ全体の商品ラインナップを拡充し、多様な保障ニーズに対応する。
- ② ①により開発・提供する保険商品・サービスについて、様々な企業・団体と協業・連携することにより、新たなマーケット開拓や新たな販売チャネル構築に取り組む。
- ③ ①②の取組みを通じて、ミレニアル世代・Z世代といった若年層との関係構築を図る。

3 『令和3年版 インシュアランス統計号』の生保版・損保版（2020年度の実績）によれば、後掲の本文3(2)でとりあげる第一生命の収入保険料は2,275,617百万円、損保ジャパンの正味収入保険料は2,141,433百万円であり、事業規模のレベルが少額短期保険業とは明らかに異なる。なお、少額短期保険業の「年間収受保険料」は、「1事業年度における収受保険料+再保険返戻金等-当事業年度に支払う再保険料・解約返戻金」により算出する。

4 保険業と比較した少額短期保険業の規制については、脚注1の「第79号掲載稿」pp.51-52参照。

(3) ペット保険参入の背景

リトルファミリー少短が提供する「わんデイズ・にゃんデイズ（ペット医療費用保険）^(注)」は、提携先・出資者であるPECO社（国内No. 1 ペットメディア。あらゆるペット情報が集まり、月間1,000万人利用のペット情報サイトを運営）のサイト内で保険商品の案内・提供を行うデジタル完結型（加入申込みから保険金請求までスマホ・Webで完結）の保険である。その点では、前掲(2)枠内の目的と一致するが、他の少額短期保険会社が、今後、多種・多様なニーズに対応する保険商品を提供していくであろうことが想定されるなかで、当社はニーズが顕在化しているペット保険専門という点が異なっている。

近年、動物愛護に関する法規制の厳格化もあり、ペットを家族同然に大切に扱う人は増えていると考えられ、ペット保険を取り扱う損害保険・少額短期保険会社が多いことから、そのニーズが確認できる⁵。また、生命保険会社がペット保険を提供する損害保険会社の代理店となり、営業職員が自社の既加入者を中心に案内・提供する事例もある⁶。リトルファミリー少短の設立は、ペット保険市場の成長⁷を見込むとともに、グループ内の

商品ラインナップ拡充の視点もあると考える。

(注) ペット飼育者の意見・要望を踏まえ、既存のペット保険の課題に対応し、「最も利用する通院保障の回数・日数制限の撤廃」や「ペットの加齢による保険料上昇幅の抑制により生涯保険料は業界最安水準」とするなどの工夫がなされている。

3. 目的達成のための具体的取組み

前掲2(2)において、大手生損保による少額短期保険会社設立の目的についてまとめたが、この内容では表層的な面しか把握することはできない。本稿では、少額短期保険会社が提供する主な保険商品やその親会社等の具体的取組みを通じて、少額短期保険会社設立の目的について理解を深めたい。

(1) 共通の取組み：エンベデッド・インシュアランス

本稿でとりあげている少額短期保険会社に共通する取組みとして、様々な企業・団体との協業・連携（以下、本稿において協業・連携の相手先を「パートナー企業」と表記する。）を通じた「エンベデッド・インシュアラ

5 保険代理店であり、ペット保険の比較相談サービスを提供するMOFFME（モフミー）によれば、ペット保険を取り扱う損害保険会社・少額短期保険会社は15社である。ペット保険のシェア上位3社は、「①アニコム損保（2021年12月末：保有契約1,004,913件）、②アイペット損保（2021年12月：保有件数70万件突破）、③ペット&ファミリー損保（2019年7月：保有件数15万件突破。T&Dホールディングスの100%子会社）」であり、いずれもペット保険専門である。なお、少額短期保険業界におけるペット保険の実績は、「取扱会社：9社、保有契約：61万件、保険料：167億円」（日本少額短期保険協会公表の2020年度決算数値）となっている。

・「MOFFMEペット保険」の「2022年版 ペット保険市場のシェアランキング！ 市場規模なども解説」
<https://hoken-room.jp/pet/10091>（2022年4月22日確認）

・日本少額短期保険協会 <https://www.shougakutanki.jp/general/info/2021/news20210708.pdf>

6 生命保険会社によるペット保険の代理店販売事例として、以下が挙げられる。

①第一生命-アイペット損保（生涯設計デザイナーやHP等のメディア媒体でペット保険を紹介・提案）

②太陽生命-ペット&ファミリー損保（T&Dグループ内のペット保険を営業職員が提供）

③明治安田生命-アニコム損保（「かんたん保険シリーズ ライト！ By 明治安田生命」のラインナップとして提供）

リトルファミリー少短についても、今後、あいおいニッセイ同和損保やグループ・関係する保険会社が保険代理店となる可能性はあると考える。

7 日本国内で犬・猫は約1,800万頭飼育されているなかで、ペット保険の加入率は5~10%とされている。日本ペットフード協会が平成29年度に実施した「全国犬猫飼育実態調査」とペット保険会社の保有契約件数をもとに、MOFFMEが算出した数値は、「日本7.7%、スウェーデン50%、イギリス25%」であり、日本国内は伸長の余地がある。

<https://hoken-room.jp/pet/4790>（2022年4月22日確認）

ンス」(「組込型保険」ともいわれる)の取組みが挙げられる⁸。少額短期保険会社設立の目的を考察するうえで、この枠組みを理解することは有用であり、その特徴・効果を筆者は以下枠内のように理解している⁹。

- ① 保険商品をパートナー企業の商品・サービスに組み込んで一体的に提供することにより、顧客へのパートナー企業の事業利用と保険加入の促進を図る(例：旅行予約サービスサイトにキャンセル保険の販路を組み込むことで、顧客のキャンセル時の不安を払しょくし、旅行の申込みを促す)。
- ② パートナー企業の商品・サービスに関連する補償・保障分野の保険商品を中心に、パートナー企業のデジタルプラットフォーム(サイト・アプリ)に保険の販路が組み込まれることが多く、保険加入者は契約に伴う各種手続き(特に加入時)が簡易にできる。
- ③ パートナー企業の商品・サービスに組み込み、デジタル環境下で提供することから、補償・保障内容はシンプルで、保険料も比較的低廉な保険商品が多い。少額短期保険会社・保険会社にとって収益性は高いとはいえないが、保険加入者に対してクロスセルの取組みにつなげるなど、新たな関係構築に資する。
- ④ 今後、パートナー企業となり得る多くの企業・団体において事業推進・運営面でのデジタル化の進展が想定されるため、将来的に保険市場におけるエンベデッド・インシュアランスによるシェアは拡大すると見込まれている。

パートナー企業が提供する商品・サービスと一体的に保険商品を提供する手法は従来からある(例：旅行会社で海外旅行を申し込む際に、同時に海外旅行傷害保険に加入)。エンベデッド・インシュアランスは、デジタル技術の活用により、「保険加入手続きが極めて簡易にできること」、「パートナー企業が保険代理店となる場合の負荷が軽く、販路を拡充しやすいこと」、「パートナー企業のサービス内容や利用者の属性に応じた補償・保障内容のカスタマイズがしやすいこと」などが、新たな効果として考えられる。

(2) 少額短期保険会社と親会社等による取組事例

前掲2(1)(表)掲載の各社の個別具体的な取組みから、本稿では取組みの特徴が把握しやすい、以下2社(グループ)を取りあげる。

① Mysurance+損保ジャパン

ア. Mysuranceの主な保険商品・サービス等

(ア) 「LINEほけん」による商品提供

設立当初から、LINE Financial社と共同開発したLINEアプリ上で保険に加入できるサービス「LINEほけん^(注)」を通じた商品提供により、「保険が贈れるサービス(例：贈るほけん 地震のおまもり)」や「企業から保険がもらえるサービス(例：REWARDほけん)」など、保険の新たな活用方法を試行する取組みを行っている。保険を贈られた側(被保険者)は、

8 本文3(2)に記載した事例の他、各社のエンベデッド・インシュアランスの取組みに活用されている代表的な保険商品として、アイアル少短「ママと赤ちゃんの医療保険 ディアベイビー」、スマートプラス少短「サービス組み込み用 キャンセル保険」、SUDACHI少短「働くあなたの所得保障保険」、ニッセイプラス少短「ママとこどもの1000daysほけん」などが挙げられる。

9 本稿執筆にあたり、以下の文献・情報を参考とし、一部記載内容を引用している。

- ・SOMPO未来研トピックス2021 Vol. 8 「エンベデッド・インシュアランス～新時代の保険販売手法「組込型保険」をどう見るか～」内田真穂 <https://www.sompo-ri.co.jp/2021/09/03/694/> (2022年4月22日確認)
- ・「Embedded Insuranceが可能にするもの～保険サービスによる顧客体験の進化と保険ビジネスにおけるDX～」河端(Finatextグループ) https://note.com/k_kawabata/n/n2898ed301627 (2022年4月22日確認)

LINEを利用して簡単に加入から保険金請求手続きまでできる、若年層向けの取組みといえる。

(注)「LINEほけん」は、2022年1月末で新規販売停止・2023年4月末でサービス終了。「LINEほけん」で取り扱っていた商品は、2021年12月16日にスタートしたキャッシュレス決済サービス「PayPay」アプリ内の「PayPay ほけん」において提供している。

(イ) エンベデッド・インシュアランスの取組み ネット旅行予約サービス「Yahoo!トラベル」と連携し、旅行予約時に速やかに加入できる「旅行キャンセル保険^(注1)」や「フライト遅延保険^(注2)」を提供している。

(注1) 従来、補償対象外であった幅広いキャンセル事由にも対応。キャンセル事由により補償割合が異なる(例:100%補償:被保険者・同行者・配偶者・親族の死亡や所定の入院、交通機関の2時間以上遅延、気象庁の特別警報等、50%補償:被保険者・同行者による第三者の葬儀参列、飼い犬・猫の死亡等)。

(注2) 搭乗予定航空機が、所定の遅延または欠航となったことにより発生した飲食代・交通費などの費用を定額補償。遅延・欠航情報が発表された場合に、補償対象加入者に自動的に保険金請求が案内される。

(ウ) 損保ジャパンの保険とセットできるデジタル完結型商品

Mysuranceの保険商品では対応できない分野(保険商品がない、少額短期保険業の商品規制による保険金額制限により万全な補償提供ができない等)を損保ジャパン商品で補っている。具体的には「家財保険^(注1)」や「コロナあんしん旅行保険^(注2)」を、デジタル完結型保険として、Mysuranceの公式ウェブサイトですべて的に提供している。また、補償内容との親和性があるパートナー企業を通じたホワイトレーベル商品(パートナー企業の名称を冠した「●●

保険」等、相手先ブランド名での販売)として、前掲(1)のエンベデッド・インシュアランスとしての活用も意図している。

(注1) Mysuranceの「家財保険」に、損保ジャパンの保険金額無制限の個人賠償責任補償特約を付加した「傷害総合保険(交通傷害型)」をセット。

(注2) Mysuranceの「Travelキャンセル保険」に、損保ジャパンの新型コロナウイルス感染症一時金支払特約を付加した「国内旅行傷害保険」をセット。

イ. 損保ジャパン・グループ会社の取組み

損保ジャパンでは、新たなビジネスモデルに伴うリスクに対応した保険商品を簡易な手続きで加入できるよう、近年、パートナー企業(例:シェアリングエコノミー協会、プロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会、民泊事業など空室シェアサイトなどを運営するAirbnb社)と連携し、その会員や利用者向けに保険を提供する事例が多く確認できる。また、「PayPay ほけん」ミニアプリを通じて、シンプルでわかりやすい様々な保険商品(例:コロナお見舞い保険、あんしんドライブ保険、あんしん自転車保険)を提供している。

グループ会社のSOMPOひまわり生命も、従来からネット完結で加入手続きができるチャンネルを設定していたが、近年ではネット専用保険の開発(例:糖尿病患者向一時金給付医療保険、女性用がん診断保険、非喫煙者専用がん保険)を積極的に進めている。

このように、デジタル技術の戦略的活用とマーケット変化をとらえた新たなビジネスモデルを創出するにあたり、Mysuranceだけが先行しているわけではなく、SOMPOグループが一体となって取り組んでいる。

② 第一スマート少額短期保険＋第一生命

ア. 新たな商品ブランド「デジホ」の取組み

ミレニアル世代・Z世代といわれる若者を応援することをコンセプトとする第一生命と第一スマート少短の新たな商品ブランドとして2021年4月にリリースされた「デジホ」は、フリーランスコミュニティ・人材紹介・婚活サポート・ヘルスケアサービスなどのパートナー企業との協業を通じて、契約申込みから保険金の請求・受取まですべての手続きがスマホ等で完結する点が特徴である。前掲(1)のエンベデッド・インシュアランスの取組みと捉えることができる。

なお、両社のパートナー企業の商品・サービスには、「健康・医療・金融」といった保険業と密接に関わる業種が多く、パートナー企業との提携は、保険販売面にとどまらず、将来的に新たな保険商品開発や加入者向け付帯サービスの提供につながる可能性があると考えられる。また、「保育・子育て」といった社会問題に関連するパートナー企業もあり、社会・地域貢献への取組みを強化している第一生命グループにとって意義のある存在となり得る。

イ. 「デジホ」ブランドの保険商品・サービス等

(ア) 第一スマート少短

パートナー企業を通じて、「コロナminiサポート保険（特定感染症保険）^(注)」や「スターフライヤー安心ご予約保険（航空券キャンセル費用保険）」を提供している。

新型コロナウイルス感染症の拡大のなかで、「コロナminiサポート保険」を活用した社会貢献として取り組んだ「エッセンシャルワーカー応援ほけん」共同プロジェクト（2021年5月開始）では、寄付金を募り、寄付金を保険料に充当（初回保険料のみ。契約継続の場合は加入者負担）することにより、医療従事者を支援した。

（注）新型コロナ等の感染症への感染を医師に診断

された場合に一時金10万円給付。保険期間は3か月で、新型コロナウイルスの感染状況に応じて、毎月1日に保険料が変動するダイナミックプライシングを採用。

(イ) 第一生命

パートナー企業のWebサイト・アプリ等からのみ加入できる「所得保障保険」は、「保険期間1年、給付金額1～10万円、低保険料」と、既存の第一生命の商品とは異なる。また、第三者が契約者に代わって保険料を負担できる新しい制度（特約）があり、パートナー企業が会員（利用者）をサポートする目的で一定期間の保険料を負担することができる。

第一スマート少短への加入を通じて関係を構築した若年層に対して、第一生命の商品を案内するとしているが、パートナー企業が一致する場合などは当保険を活用し、関係を深化させてから第一生命の他の商品への加入につなげる取組みが想定される。

ウ. 「デジホ」以前の第一生命の取組み

第一生命は、ミレニアル世代・Z世代向けに、スマホ等からチャット式で契約申込み・保険金請求手続きが完結するWebアプリ「Snap Insurance」（justInCaseTechnologies社が保険APIを提供）を開発し、少額短期保険会社であるjustInCaseの保険代理店として「レジャー保険（ケガ保険）」を販売（2019年8月～）した経過がある。この際、アプリの認知拡大のため、パートナー企業や各種スポーツ大会・イベントと連携している。こうした取組みが、少額短期保険会社の設立を含めた新ブランド「デジホ」の創設につながっていると考える。

(3) 少額短期保険会社・親会社等の取組みから見えてくること

前掲(2)の2社(グループ)の具体的取組みから、以下枠内の状況が確認できる。

- ① 保険の新たな価値・新たなビジネスモデルの創造を目指して掲げた戦略を実行するため、少額短期保険会社は、親会社等と一体的に取り組み、親会社等の1セクションのような位置付け・機能を果たしている。
- ② 少額短期保険会社と親会社等との間では一定の役割分担がなされており、少額短期保険業に適用される緩やかな規制(商品審査が届出制で済む、生損兼営可能等)を活かした、機動的で効率的な対応を実現している。

①について、大手生損保においては、子会社・グループ会社として保険会社を設立し、各社が販売チャネルに対応した保険商品をそれぞれ開発・提供することにより、多様化するニーズに対応してきた実績がある(例:第一生命-ネオファースト生命・第一フロンティア生命、損保ジャパン-セゾン自動車火災保険)。少額短期保険会社の設立はその一環として捉えることもできるが、前掲(2)記載の事例のとおり、親会社等とのセット商品の提供や統一した商品ブランドの展開など、より親会社等と一体的に取り組んでいる印象を受ける。

②の役割分担の基準・考え方は各社により異なると考えるが、例えば、親会社等が対応する視点として、「当初から一定の契約量が見込める。」「必要な補償・保障水準が少額短期保険業の規制では対応できない。」「親会社等の既存の保険商品で対応できる。」などが、少額短期保険会社が対応する視点として、「契約

量が見込みにくい(または少ない見込み)。」「親会社等がない新たな保険商品の開発が必要になる。」「保険を活用した新たな取組みを試行的に実施する。」などが考えられる。また、特に新商品の開発や新たな取組みを行うにあたり、親会社等で対応すると既存の基幹システムへの影響が大きく、多額のコストがかかる場合などは、少額短期保険会社が取組みることにより、親会社等を含めたグループ全体でのコスト抑制に資することができる。

(4) 大手生損保による少額短期保険会社設立における優位点

大手生損保による少額短期保険会社設立について、保険業以外の他業種の企業が少額短期保険会社を設立する場合と比べた際の優位点について、簡潔に触れておく。これらの点も、大手生損保が少額短期保険会社を設立する(しやすい)背景として認識しておくべきと考える。

① 体制整備・安定的事業運営

親会社等は保険業法の規制に対応した保険事業運営のノウハウを有しているため、他業種の企業と比べれば、少額短期保険会社設立にあたりクリアすべき条件はほとんどないといえる。特に体制面では親会社等からの出向・転籍による人材確保が容易にできる。また、新たな補償・保障分野に参入する場合に、親会社への出再を利用することによりリスク分散がしやすいことも安定的事業運営に資する。

② 円滑な事業承継・継続

将来、少額短期保険会社としての実績が好調に推移し、事業規模規制(年間収受保険料50億円以下)に抵触する可能性が生じた場合でも、親会社等またはグループ内の他の保険会

社が、少額短期保険会社と合併または契約承継¹⁰の受け皿となり得る。このため、加入者対応を含め、円滑に事業を継続できる¹¹。

なお、加入者にとっても、少額短期保険契約に加入する際の留意点として挙げられる「契約者保護機構（少額短期保険会社が破綻した場合のセーフティーネット）がない」点について、親会社等が大手生損保であれば、子会社等の破綻前の対応が想定され、安心感が増す効果が期待できる。

4. おわりに

本稿の執筆を通じて、デジタル技術の革新や社会情勢の変化が、生命・損害分野を問わず、保険業界に様々な影響を及ぼしていることを改めて認識した。このような情勢を踏まえ、営業職員や代理店による対面での販売チャンネルをメインとする大手生損保が少額短期保険会社を設立する目的のポイントは、「新たな販売チャンネルの開拓・構築」と「若年層との関係構築」にあるのではないかと感じた。

J A共済連も法律上、少額短期保険会社を子会社とすることができる（農業協同組合法第11条の68第1項第2の2号）が、若年層との関係構築を図るために、大手生損保のように少額短期保険会社を設立し、取り組む必要性・メリットは小さいのではないか。その背景として、不特定の人を加入対象とし、パートナー企業など幅広く保険販売を委託できる保険会社と異なり、組合員とその家族を主な加入対象とし、J AとJ A共済連による共同元受のもとで、J Aが推進機能を担っている事業運

営方式を採用していることが挙げられる。なお、J A共済は組合員・利用者の利便性向上や業務効率化の観点から、デジタル技術の活用（例：スマホアプリ「J A共済アプリ」、契約者向け「Webマイページ」など）を積極的に進めている。今後、さらにデジタル化を進めるにあたり、子会社等の少額短期保険会社を含む大手生損保によるデジタル技術の活用が参考になる可能性はある。

保険業における専門性とノウハウを有する大手生損保による少額短期保険会社の設立が、今後、少額短期保業界にどのような影響を及ぼしていくのか、注視したい。

（2022年5月17日記）

（参考情報）

本文・脚注に記載しているものを除く。

- ・日本少額短期保険協会主催：「第8回少額短期保険（ミニ）の日記念イベント」（2022年3月2日開催）

（筆者は当日Web参加。動画配信は同協会のホームページにて公開）

<https://www.shougakutanki.jp/general/index.html>（2022年4月22日確認）

- ・本文・脚注に登場する生命保険会社、損害保険会社、少額短期保険会社のホームページから収集できる各種情報（ニュースリリース・個別保険商品・ディスクロージャー誌など）

10 近時の契約承継の事例として、楽天少額短期保険は2022年4月1日以降に満期を迎える個人契約者向けペット保険の保有契約を、楽天損保に移転する方針を決定し、楽天損保はペット保険の新規販売を開始している。

<https://www.rakuten-sonpo.co.jp/news/tabid/85/Default.aspx?itemid=547&dispmid=753>

11 事業規模規制に抵触する懸念が生じた少額短期保険会社に対応した事例として、「①損害保険会社に移行」、「②市場エリアを分ける等により、別の少短会社を設立（分社化）」がある。①は少額短期保険業よりも厳しい保険会社の規制要件を満たす必要があり、②は新たに少額短期保険会社を設立する手間・負荷がかかる。