



# エグゼクティブサマリー：補償から「予防・防災」への価値転換が生存要件となる

STRATEGIC BLUEPRINT V1.0

## 1. 業界を揺るがす4つの地殻変動



気候変動：自然災害の激甚化・頻発化による損害率悪化。



新リスク：サイバー攻撃、パンデミックなど予測困難なリスクの増大。



InsurTech：デジタル化による顧客接点の根本的変革。



CASE革命：自動車保険市場の構造変化と市場縮小。

## 2. コア・テーゼ（提言の核心）

### 現状 (As-Is)

伝統的な「事後補償 (Payer)」モデルは、市場縮小とコスト増により限界。

### 未来 (To-Be)

リアルデータとAIを駆使し、事故を未然に防ぐ「予防・防災 (Preventer)」を提供する「リスク共創社会のアーキテクト」への進化が必須。

## 3. 3つの戦略的柱

01

事業ポートフォリオ再定義

個人向け自動車保険依存からの脱却と、法人新種保険への資源シフト。

02

エコシステム戦略

エンベデッドインシュアランス（組込型保険）によるBtoBtoCモデルの確立。

03

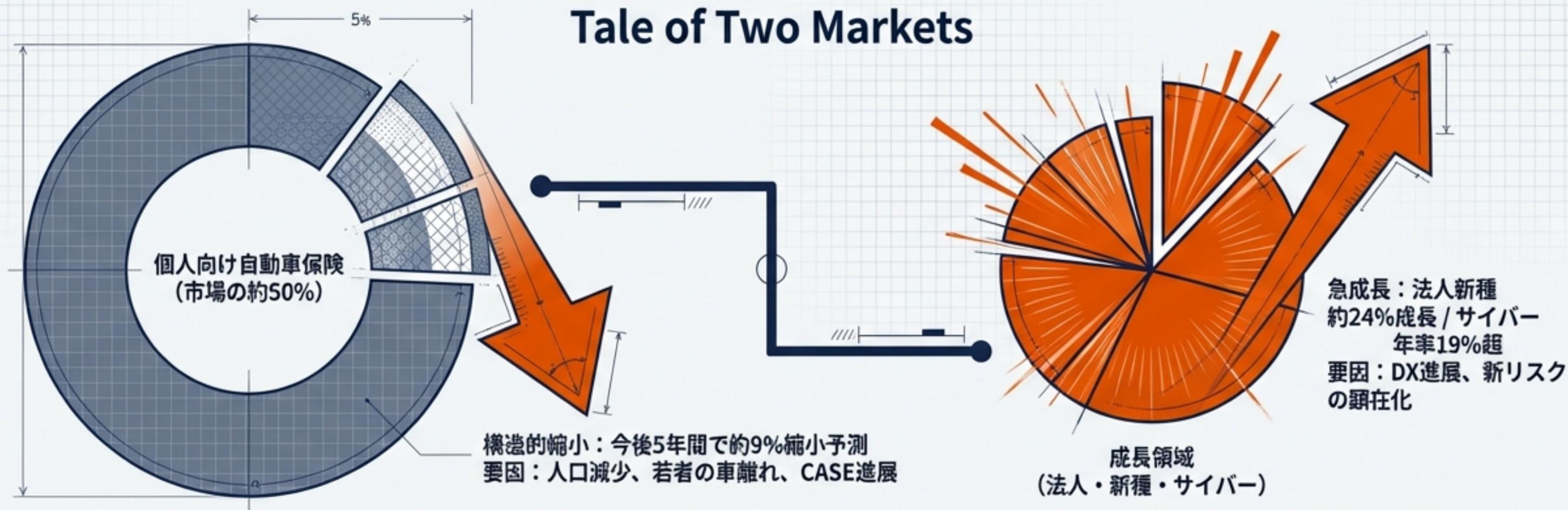
AIドリブン組織

生成AIの全面実装による生産性向上と、DX人材への大規模リスクリング。

# 市場の二極化と空洞化リスク：現状維持は「緩やかな死」を意味する

STRATEGIC BLUEPRINT V1.0

DATA-DRIVEN INSIGHTS



### Insight Box

#### Strategic Trap (戦略的罠)

市場全体 (約9.6兆円) が横ばいに見えることは錯覚である。表面上の安定に安住し、縮小する自動車市場へ過剰投資を続けることは、経営資源の「空洞化」を招く。自然災害による火災保険の損害率悪化と、事業費率削減圧力がコンバインド・レシオを圧迫している。

# PESTLE分析：複合的な外部圧力が、ビジネスの前提条件を破壊している

STRATEGIC BLUEPRINT V1.0

DATA-DRIVEN INSIGHTS

## P - Politics / Legal



改正保険業法（2025年5月成立）による  
代理店規制強化。  
手数料体系が「販売量」から「品質」へ  
シフトし、代理店管理コストが増大。

## E - Economy



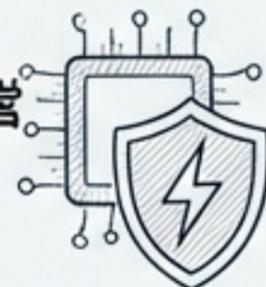
金利ある世界への移行。  
資産運用益（利回り改善）にはプラスだ  
だが、保有債券の価格変動リスク（ポラ  
ティリティ）管理が必要。

## S - Society



Z世代の「保険離れ」とコスト重視志向。  
高齢化による高齢ドライバー事故リスク  
増大と、介護・孤独死対応ニーズ。

## T - Technology



AI/自動運転による事故減少  
（プレミアム縮小）。  
一方でサイバーリスクは経営  
課題化し、需要が爆発。

## L - Landscape



再保険市場のハード化。  
気候変動リスクによる料率  
高騰と引受厳格化。

## E - Environment



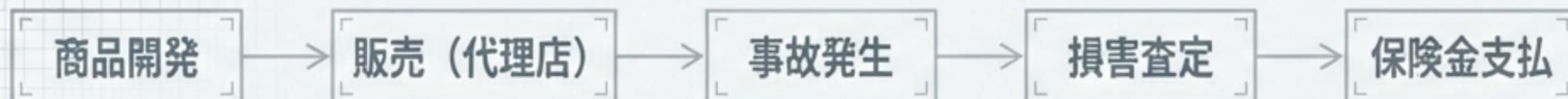
気候変動（台風大型化・  
線状降水帯）。  
損害率が悪化し、過去の  
統計モデルが通用しない  
「予測不能なリスク」へ。

# 価値源泉の転換：バリューチェーンの「逆転」と「再結合」

STRATEGIC BLUEPRINT V1.0

DATA-DRIVEN INSIGHTS

## FROM: 従来の直線的バリューチェーン



資産：資本力・代理店網 / 価値：事後補償 (Payer)

## TO: 未来の循環型データループ



### Unbundling & Rebundling

InsurTechにより  
「販売」「査定」が機能分解 (アンバンドリング) される。

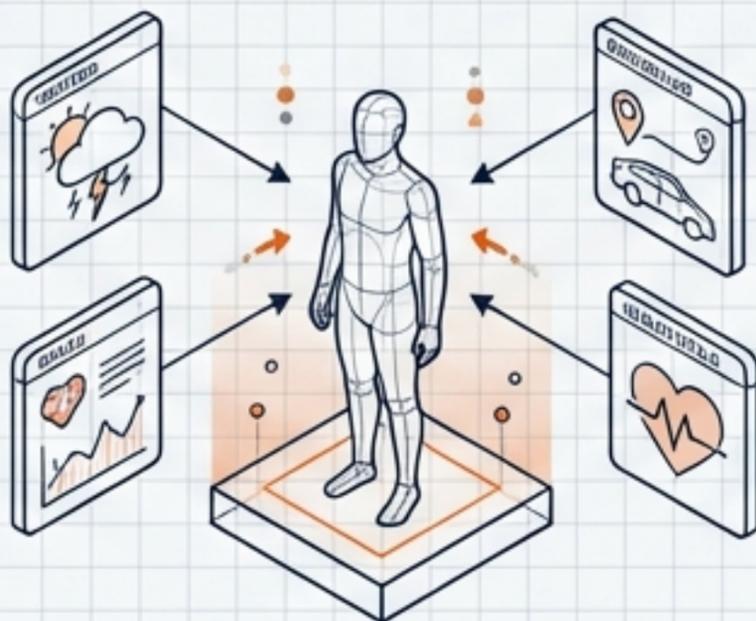
保険会社は分解された機能をAPIで繋ぎ、異業種と結合 (リバンドリング) して新たな顧客体験を創出する。

# AI革命：効率化の道具ではなく、リスクと引受の定義を変える駆動力

STRATEGIC BLUEPRINT V1.0

DATA-DRIVEN INSIGHTS

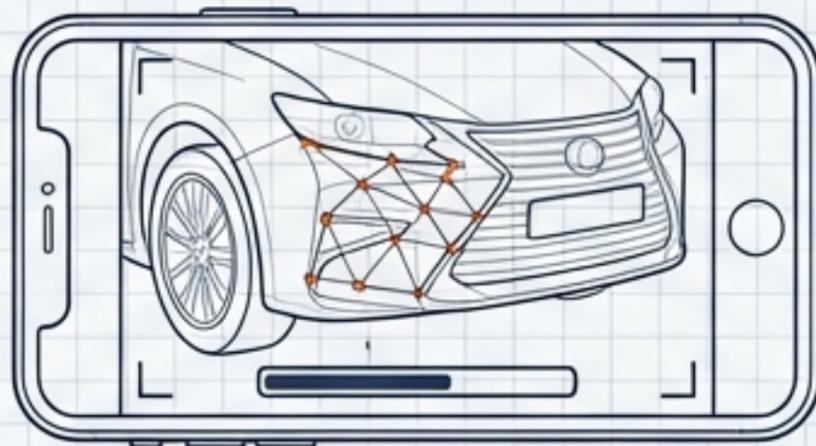
## Underwriting (引受)



### ダイナミック・プライシング

IoTデータと外部データを統合し、個々のリスクを精緻に評価 (One-to-One)。  
事例：健康診断データ連携による即時引受。

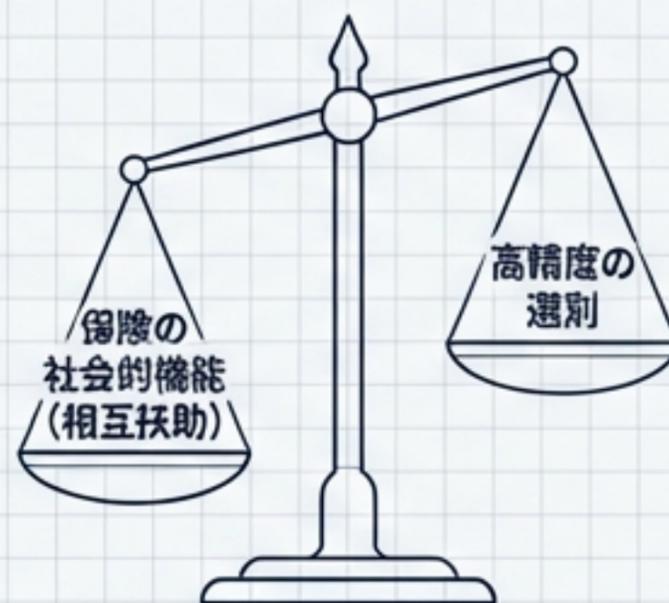
## Claims (査定)



### 画像認識AIによる即時支払い

スマートフォンで撮影した画像から、AIが修理費を数分で算出。  
事例：Tractable等の活用によるゼロタッチ査定。

## Ethics (倫理)



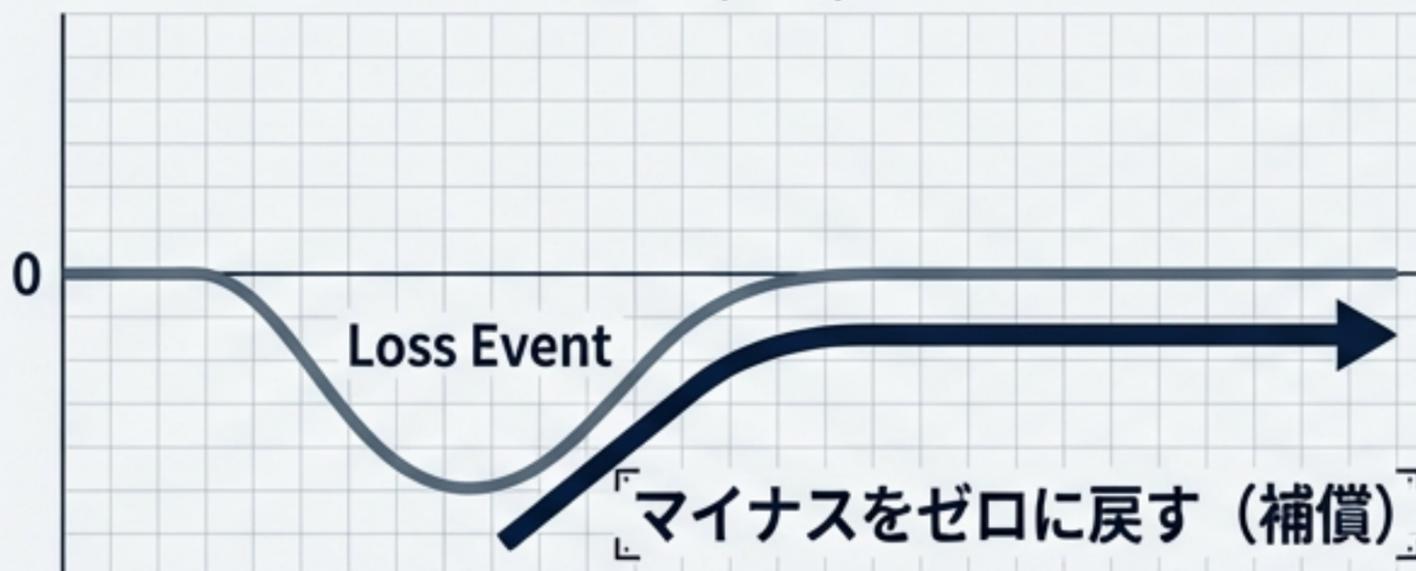
### アルゴリズムバイアスと社会的責任

「保険の社会的機能 (相互扶助)」と「高精度の選別」のバランス。  
AIガバナンスの構築が競争優位の前提となる。

# 戦略転換①：「補償」から「予防・予測」への価値提供シフト

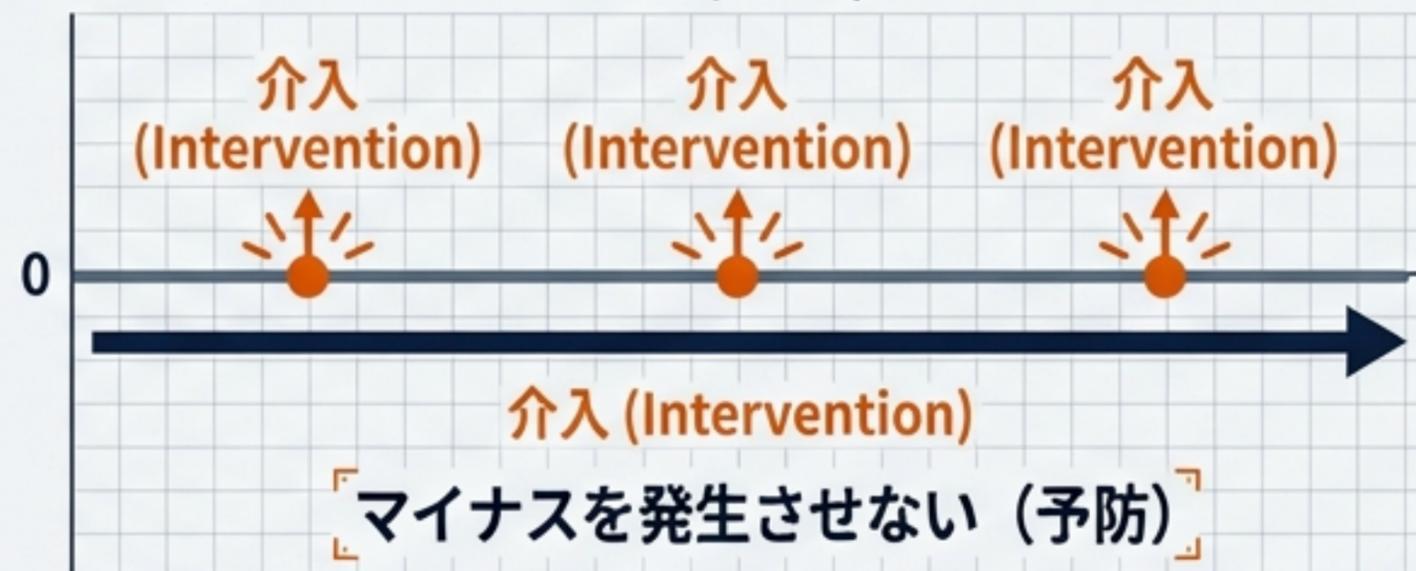
Water Level

補償 (Old)



Water Level

予防 (New)



※マイナス（リスク）を発生前に検知・防止し、価値を維持する。

## 重点領域：法人・中小企業 (Corporate/SMEs)

多くの中小企業が抱える「サイレントリスク」に対し、保険商品の手前にある「診断・予防」からアプローチする。

### 防災・減災

自治体連携ハザードマップ、防災  
コンソーシアム。



### ヘルスケア

ウェアラブルデバイス連携による  
健康増進プログラム。

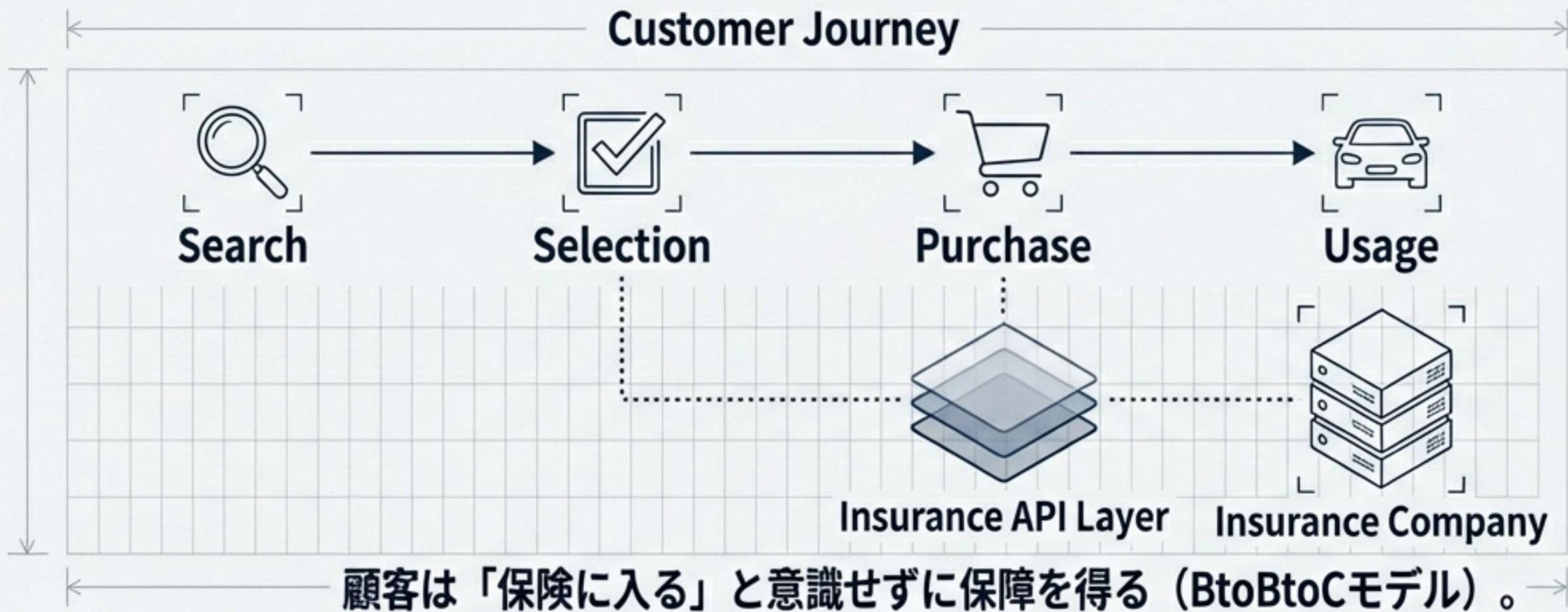


### モビリティ

テレマティクスによる安全運転ス  
コアリングと事故予兆検知。



# 戦略転換②：生活動線に溶け込む「エンベデッド・インシュアランス」



市場予測：  
2030年までに市場全体の  
**25%**  
を占める予測。

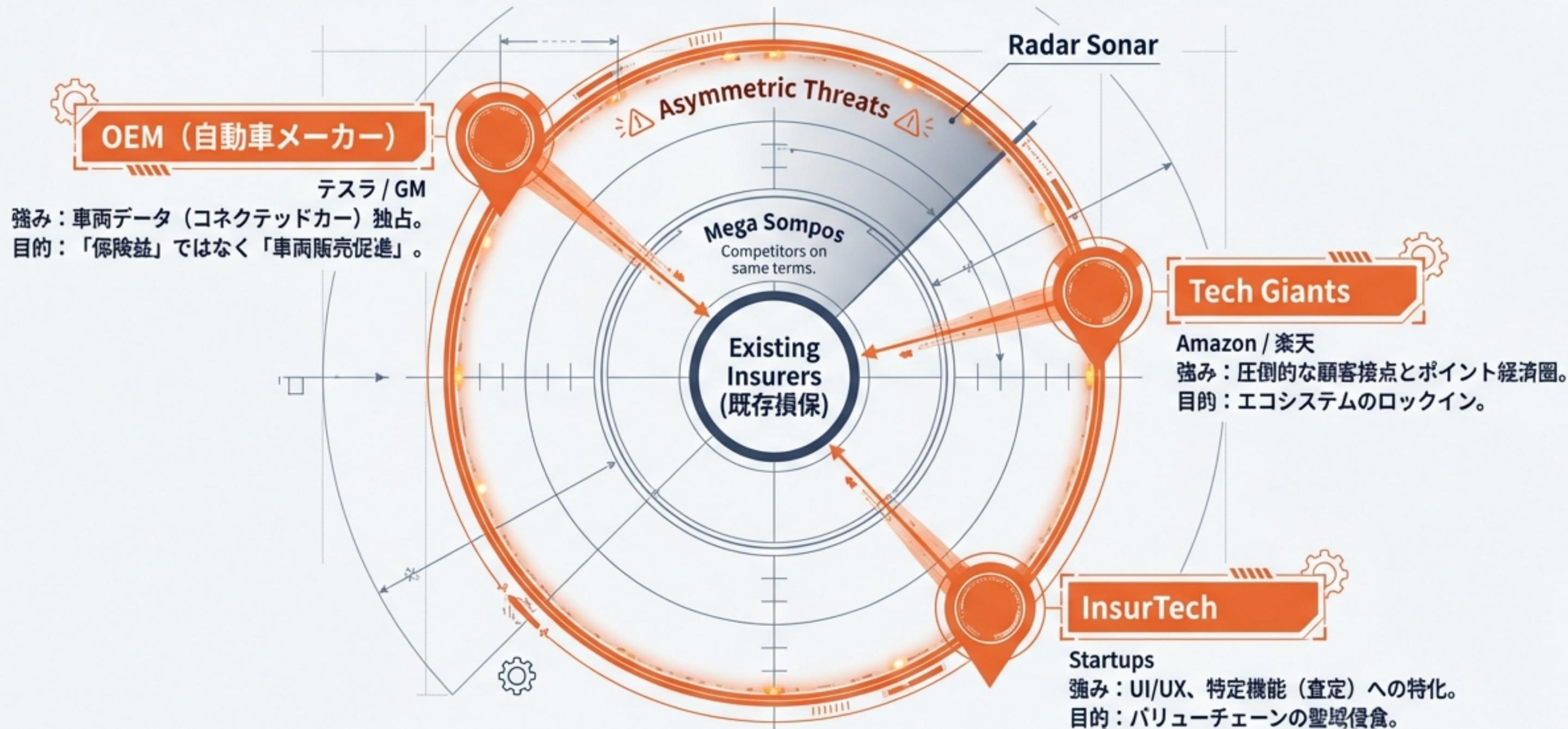
## 機会：

プラットフォームの巨大な顧客基盤へのアクセス。  
マーケティングコストの劇的削減。

## 脅威：

顧客接点の喪失（保険会社の黒衣化・下請け化）。  
価格決定権の低下。

# 競争の非対称性：真の脅威は「見えない競合」から来る



彼らは既存の引受ノウハウを必要としない。土俵 (価格・補償) が異なるため、顧客接点そのものを奪われるリスクがある。

# 競合プレイヤー動向：3メガ損保の差別化戦略とInsurTech

## 東京海上HD

Global & Organic

強み：圧倒的なブランドとグローバルポートフォリオ。

戦略：自社主導でのソリューション開発（防災・モビリティ）と「価値提供領域の拡大」。



## MS&AD

Open Innovation

強み：国内最大の代理店網とトヨタ連携。

戦略：「CSV×DX」。シリコンバレーCVCを通じたスタートアップ技術の取り込み。

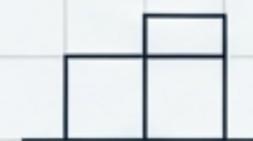


## SOMPO HD

Pivot & Data

強み：介護事業アセットと強力なトップダウン。

戦略：「安心・安全・健康のテーマパーク」。Palantir連携による「リアルデータプラットフォーム（RDP）」構築。



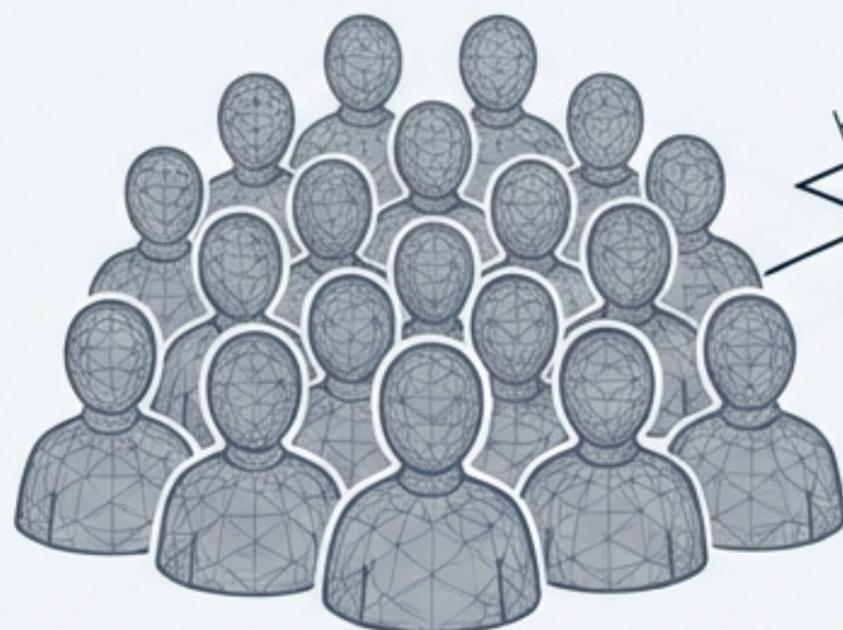
## Disruptors

ダイレクト系：ソニー損保（高品質CX）、SBI損保（金融エコシステム）。

Tech Players：Tractable（AI査定）、bolttech（組込基盤）。

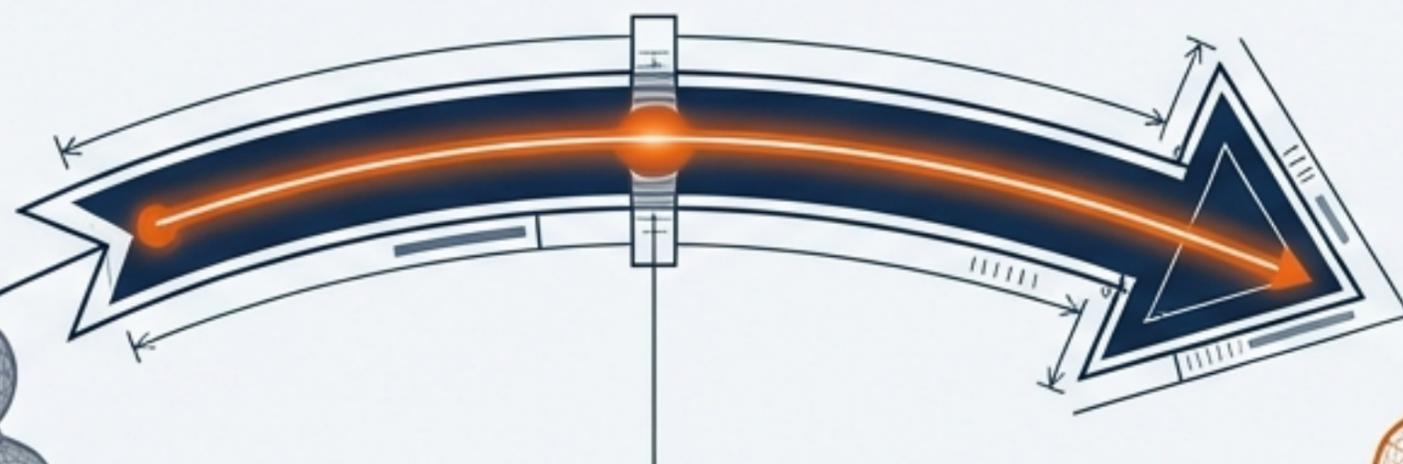
# 組織と人材：戦略実行の最大のボトルネック

余剰 (Surplus)



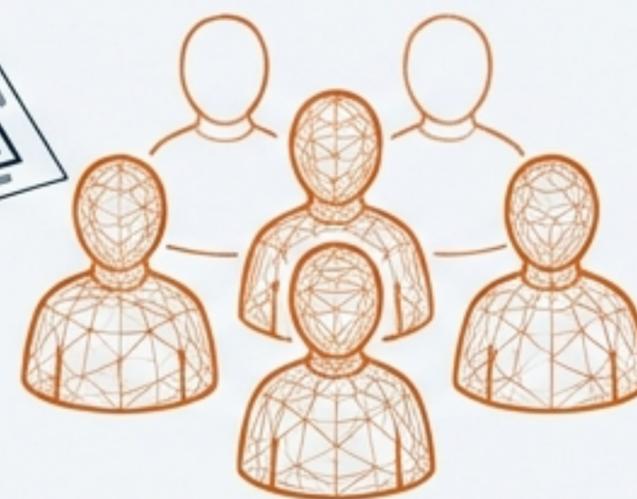
定型事務・ルート営業人材  
課題：AI/RPAによる代替が進む。

Solution: Large-scale Reskilling



外部採用だけでは限界がある。  
ベテランのリスク嗅覚とデータ分析スキルを融合させた「AIアンダーライター」への大規模な社内リスキリング投資が唯一の解。

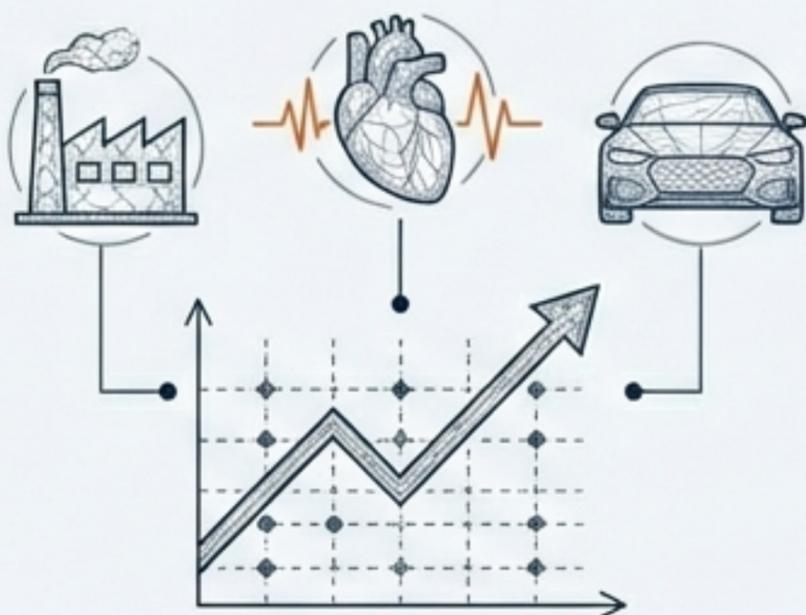
枯渇 (Scarcity)



アクチュアリー・データサイエンティスト・AIエンジニア  
課題：争奪戦による年収高騰（1,000～1,500万円超）。

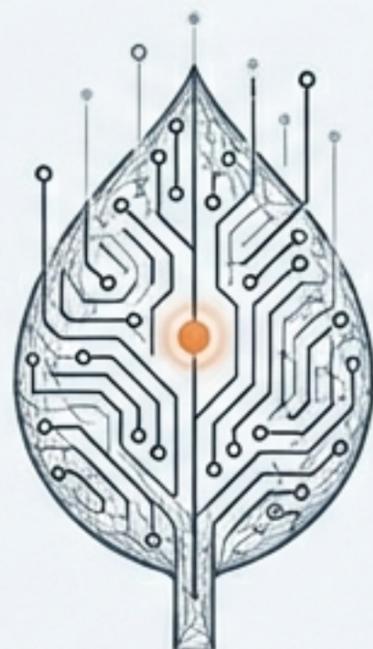
# 2030年の未来予測：UBIの汎用化とサステナビリティ

## UBI for Everything



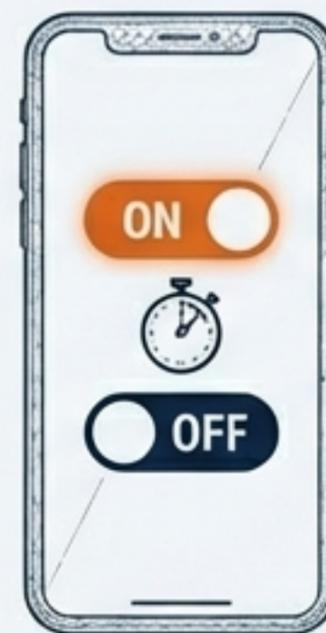
「行動に基づくリスク評価」の一般化。自動車だけでなく、工場IoT（稼働データ）やヘルスケア（生体データ）で保険料が変動する。

## Sustainable Insurance



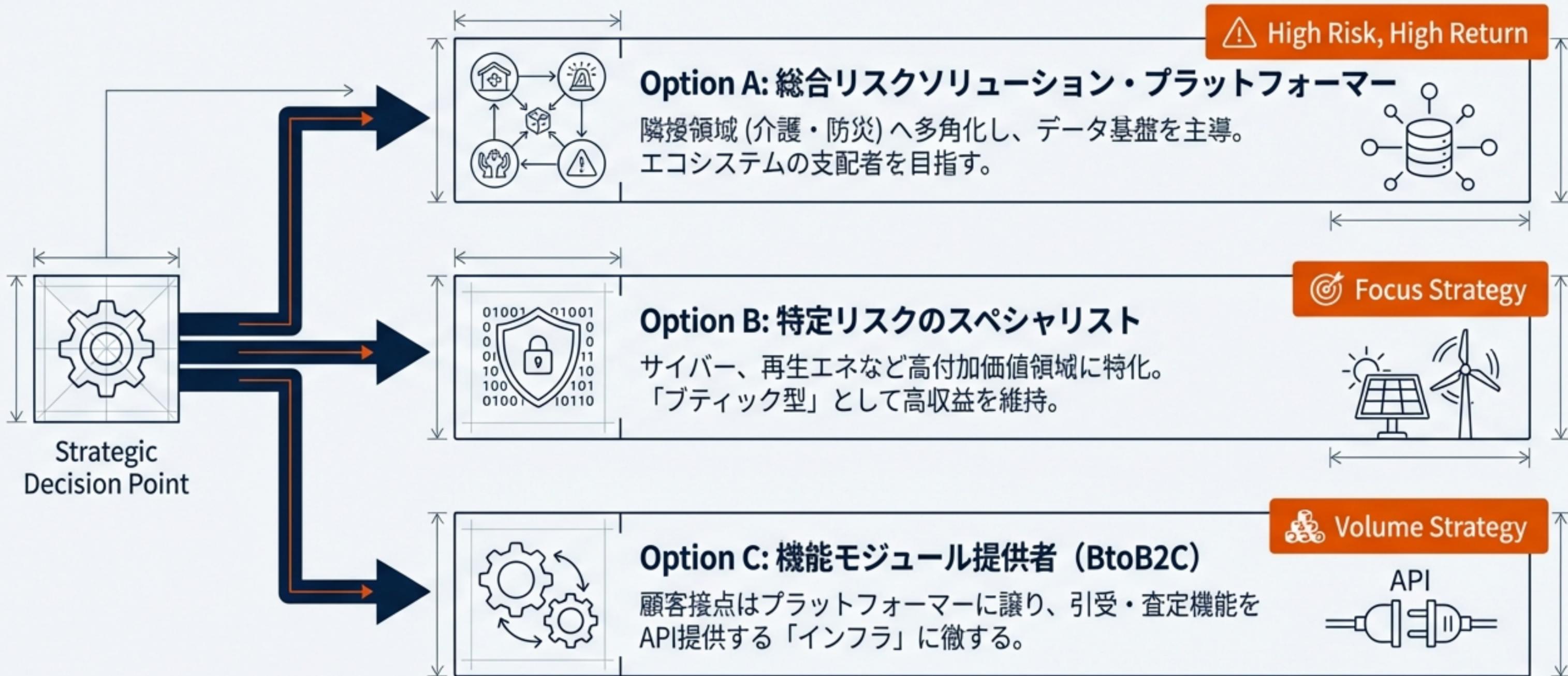
気候変動リスク評価が引受の必須項目に。企業のESG/脱炭素への取り組み（トランジション）を保険料優遇で後押しする。

## On-Demand Insurance



ギグワーカーやシェアリングエコノミーに対応。  
「今、この1時間だけ」をカバーする少額短期・オンデマンド商品の普及。

# 戦略オプション：生き残りをかけた3つの選択肢



# 推奨ロードマップ：「スペシャリスト」を経て「プラットフォーム」へ



**結論：リスク共創社会のアーキテクトになれるか、単なる資本提供者（土管）になるか。分岐点は今にある。まずは特定領域での圧倒的No.1 (Option B) を確立し、それをテコにプラットフォーム化 (Option A) を目指す「ハイブリッド戦略」を推奨する。**