
損害保険会社のCSR

大分大学 鴻上 喜芳

1. はじめに

2010年11月にISO26000社会的責任(SR)の手引が発効し、企業は改めてCSRを意識した経営を重視するようになってきている。本稿では、金融機関の中でも損害保険業に焦点をあて、損害保険各社の最新のCSR取組状況を整理したうえで、これまでの取組みの自己評価や今後の取組方針を、損害保険各社で実務を取り仕切るCSR担当部署へのアンケートを通じて明らかにする。そして、いかにすれば損害保険業が、本業とりわけ商品によって環境・社会に対して好影響を与えることができるのかについて考察する。

2. CSRをめぐる情勢

東洋経済新報社は毎年CSR企業ランキングを公表しているが、従来金融機関はランキングから除外されており、2011年版でようやく別集計でランキングされている。

保険業に関連の深い動きとしては、国連環境開発計画金融イニシアティブ(UNEP FI)の持続可能な保険行動原則(PSI)の策定がある。金融関係の行動原則としては、赤道原則、責任投資原則(PRI)に続く、保険業の行動原則である。

3. 損害保険会社のCSRの現状

2009年に金融庁が公表した「金融機関のCSR調査結果の概要」によれば、環境保全の取組みを特に重視している会社が多いことが損害保険の特徴である。その後の損害保険各社の取組状況をアンケート調査で確認した。環境への取組みをより充実させている会社と、環境以外にも取り入れ総合化している会社がある。

4. 損害保険会社のCSR自己評価

アンケートによって、損害保険各社に自社のCSR取組みにつき自己評価をしてもらった。項目は、ISO26000への対応、事業会社との比較、東日本大震災の初期対応、損害保険商品CSRの影響度である。事業会社との比較では損保独自のなすべきことを行うとした会社がほとんどであり、震災対応は、概ね良好と評価している会社が多い。損保商品によるCSRについては、銀行・証券に引けを取らない影響力行使が可能として今後の取組みに意欲を見せている。

【平成23年度大会】

第IIセッション

報告要旨：鴻上 喜芳

5. 損害保険業の特性に応じた CSR

損害保険業の CSR 取組みは、事業 CSR と商品 CSR に大別できる。事業 CSR の取組みは金融業界の中では損害保険が最先端を走っているといえよう。しかしながら、金融機関は多数の取引先を有しており、商品 CSR が環境・社会に与える影響がきわめて大きいことが、金融機関ひいては損害保険の特性であるといえる。今後損害保険の特性に応じた CSR を展開するにおいては、商品 CSR にその余地が大きい。

損害保険の商品 CSR は、次の3つに分類できると考える。1つは、商品提供自体の環境負荷を軽減するものであり、2つ目は気候変動関連の損害を適切に補償する商品の提供であり、最後に挙げられるのが、顧客企業の ESG（環境、社会、ガバナンス）配慮行動を促進する保険商品の提供である。顧客企業の ESG 配慮行動を促進するために最も有効なのは、顧客企業の ESG 配慮を評価し水準に達していなければ保険を提供しないということである。保険のアンダーライティングは引受対象リスクの大小に限られていたのであるが、これに加えて顧客企業の ESG 配慮の如何もアンダーライティングに組み込むことができるかどうか、今後の損害保険会社の ESG 配慮行動にとって重要であろう。これに関連した検討は、まさに現在 UNEP FI PSI においてなされているところであり、その帰趨に注目したい。

6. おわりに

保険商品の販売は、まずリスク認識を喚起したうえで行われることから、顧客の視点からは突如需要を掘り起こされて商品売り込まれるように映り、保険関係者は「保険屋」というありがたくない名称を与えられることとなった。UNEP FI PSI 等により、顧客企業の ESG 配慮行動を促進するような高邁な保険事業原則が確立され、これに基づいた行動を損害保険会社がとるならば、保険業のステイタスは向上し「保険屋」返上も夢ではないものと思われる。もちろん、顧客企業に高い ESG 配慮を要求するからには、損害保険会社は自ら襟を正し、自身の事業遂行は顧客企業の模範となるような ESG 配慮に基づいていなければならない。

「CSR が割に合うのは、より高潔な行動をとることに伴うコストが小さい場合にほぼ限られ、これは企業が CSR 向けに支出できる経営資源には限りがあることを意味する」のは真実であろうが、損害保険業の場合は自らのステイタス改善にも寄与することを意識して、今後も大いに CSR 取組を進めていくべきであろう。