

日本保険学会九州部会

2025年9月6日

共著：高知工科大学経済・マネジメント学群教授 上村浩
発表者：大学院後期博士課程 久保田晋爾

1

1

保険代理店によるERMに基づく 中小企業支援 -事業モデルの変革と社会課題の解決-



2

研究の目的

日本は地震や台風などの自然災害が多発する国であり、企業にとって災害対策とリスク管理は極めて重要な課題である。さらに、南海トラフ地震や首都直下型地震の発生も予測されており、事前の備えが急務となっている。

一方で、日本経済は長期にわたる停滞と生産性の低迷に直面しており、特に中小企業では経営資源の不足や情報格差が深刻である。こうした複合的な課題に対して、純粋リスクと戦略リスクを統合的に管理するエンタープライズ・リスク・マネジメント（ERM）の導入が注目されている。

本研究では、中小企業にERMを効果的に普及させる方策を検討し、その中で保険代理店の役割に着目する。保険代理店は中小企業と継続的な接点を持ち、リスクに関する情報の収集と分析等を通じてERMの導入を支援することが可能である。取引費用理論やプリンシパル＝エージェント理論の観点からも、保険代理店は情報の非対称性を解消し、調整コストを低減する中間主体として機能する可能性を有している。

以上を踏まえ、日本の中小企業の実態に即したERM普及戦略を、保険代理店の有用性の検証を通じて明らかにすることを目的とする。

3

3

世界の保険市場

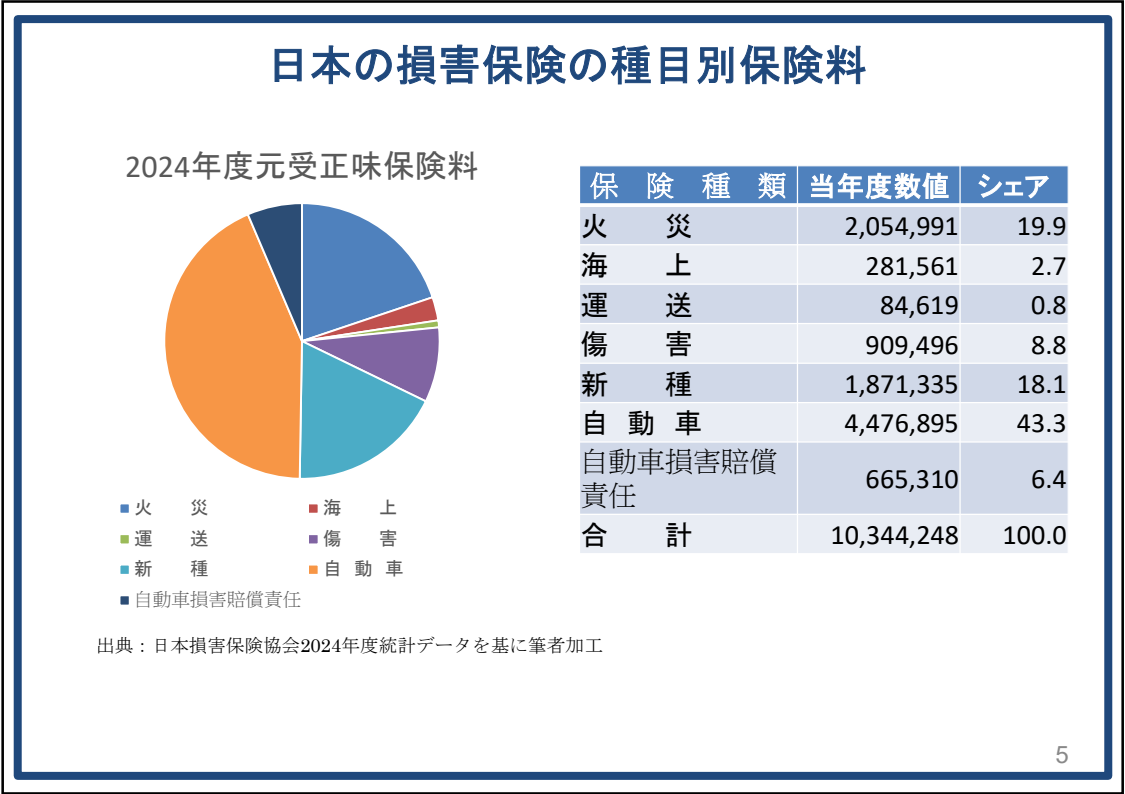
図 2023年度世界各国の損害保険・生命保険料・対GDP割合

国名	損保+生保 合計（億円）	損害保険料 （億円）	生命保険料 （億円）	合計/GDP比 （%）	損害/GDP比 （%）	生命/GDP比 （%）
アメリカ	4,548,013	3,540,419	1,007,594	12.0	9.4	2.7
中国	1,020,005	469,736	550,269	4.0	1.9	2.2
イギリス	528,472	194,504	333,968	11.3	4.2	7.1
日本	511,253	120,542	390,711	8.6	2.0	6.6
フランス	398,606	158,853	239,753	9.3	3.7	5.6
ドイツ	345,982	214,440	131,542	5.5	3.4	2.1
韓国	262,049	143,138	118,911	10.4	5.7	4.7
カナダ	240,348	141,233	99,115	7.3	4.3	3.0
インド	191,633	50,422	141,211	3.5	0.9	2.5

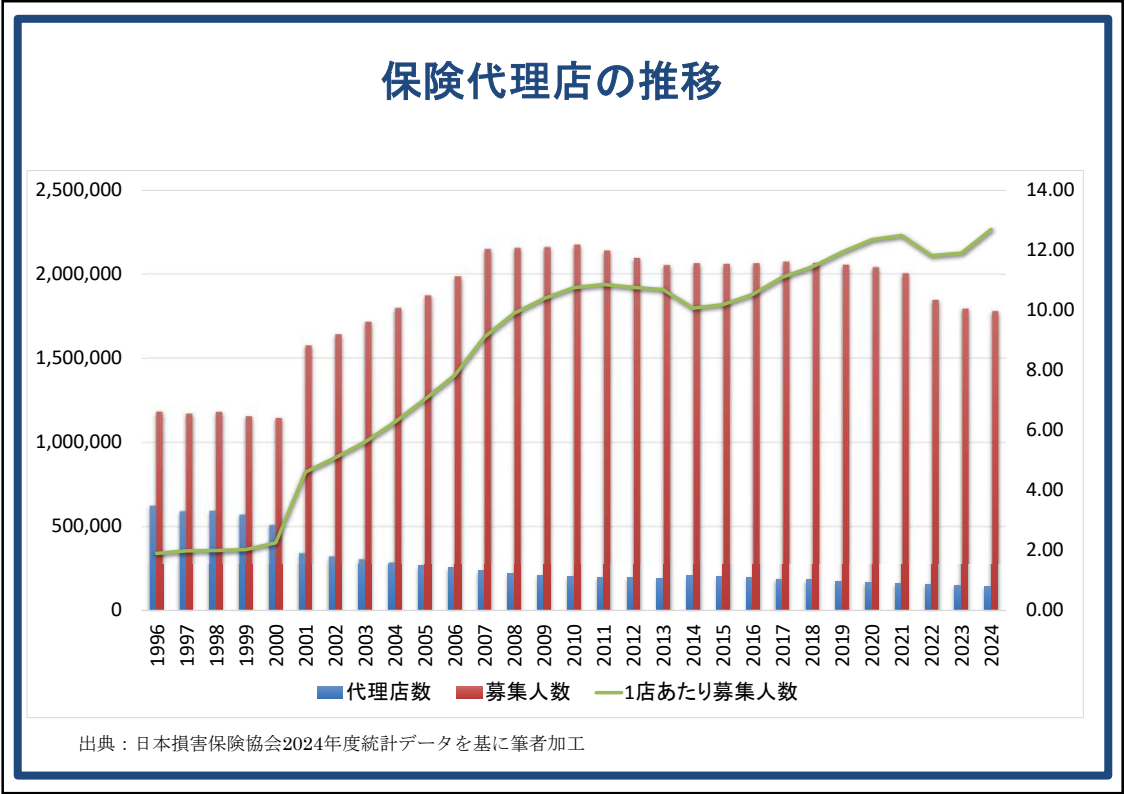
出典Swiss Re社発行Sigma No.3/2024・IMF統計に基づく名目ベースのGDP（国内総生産）総額を加えて作成

日本の順位 2015年：2位→2020年：3位→2023年4位

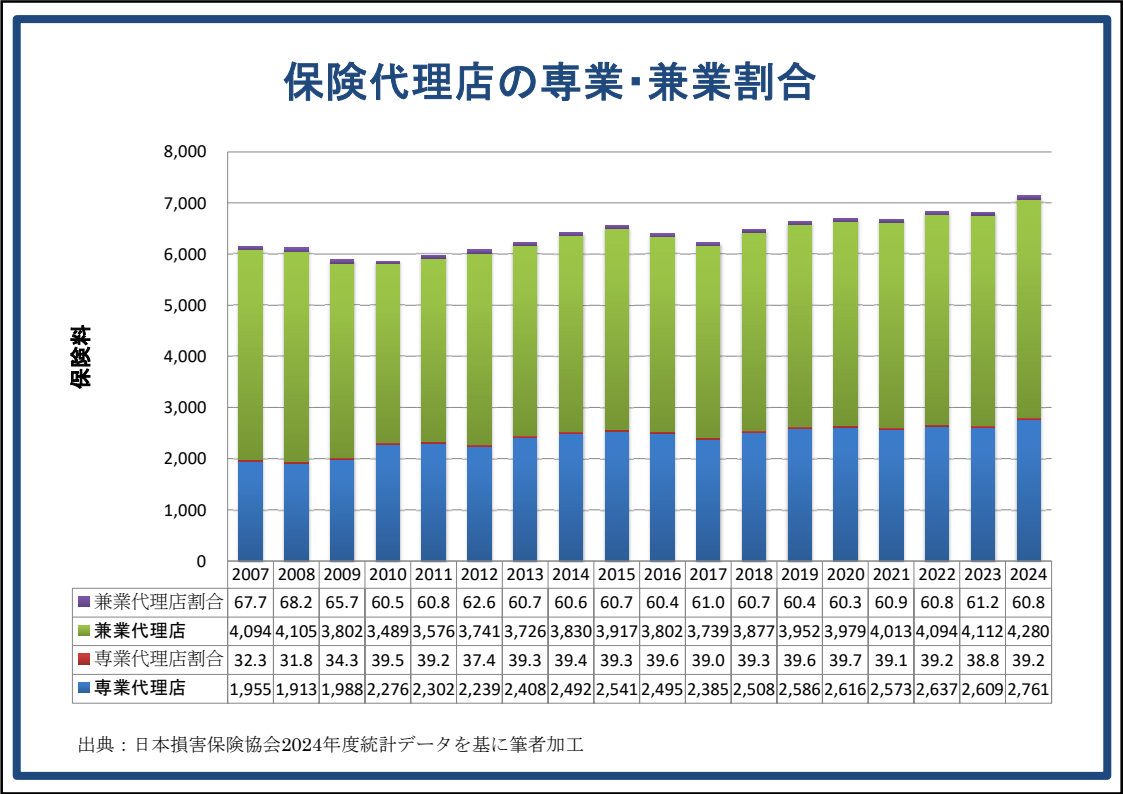
4



5



6



7



8

保険代理店の外部環境②

BIGモーター問題 カルテル問題

2025年5月金融庁監督指針改正案

- ・損害保険会社による保険代理店に対する指導等の実効性の確保
- ・保険代理店等に対する過度な便宜供与の防止
- ・保険代理店等に対する不適切な出向の防止
- ・代理店手数料の算出方法適正化
- ・顧客等に関する情報管理態勢の整備
- ・政策保有株式の縮減
- ・仲立人の媒介手数料の受領方法の見直し

リスクマネージャー

9

9

米国の類似資格の要件

保険規制当局または関連団体により、リスクマネジメントに関する基本的能力を有すると認められる学問領域（例：リスクマネジメント、経営学、金融学、経済学等）を専攻し、かつ認定大学において学士以上の学位を取得していることが前提とされる。

さらに、当該基礎的知識に加えて、以下のいずれかに該当する実務経験あるいは専門資格を保有することが望ましい。

- ・リスクファイナンスの実務経験保険金請求
- ・支払管理（クレームマネジメント）の実務経験
- ・損失予防および安全管理に関する実践的経験
- ・リスクおよび保険に関する分析業務の遂行経験
- ・企業保険の購買・管理に関する業務経験
- ・または、CPCU（Chartered Property Casualty Underwriter）等の国際的に認知された専門資格の保有

10

10

取引費用理論

プリンシパル＝エージェント理論的アプローチ

11

11

取引費用理論

企業の存在理由や組織形態の選択を「取引を行うために発生する費用」に着目して説明する経済学的アプローチである。経済主体が限定合理性と機会主義を有するという前提に立つ。限定合理性とは、人間は合理的に意思決定しようとするが、情報処理能力や時間に制約があるため、完全な合理性は達成できないという認識である。一方、機会主義とは、当事者が自己利益を最大化するために、虚偽、欺瞞、不完全な情報開示などを行う可能性を指す。この二つの行動仮定は、現実の経済取引が契約不完備となる理由を説明する。さらに、取引の特性を規定する以下の三つの要因を提示した。Williamson（1975, 1985）

- ①**資産特殊性**：特定の取引関係においてのみ価値を持つ資産への投資が行われる場合、取引相手方の交渉力が相対的に高まり、事後的なホールドアップ問題が生じやすくなる。
- ②**不確実性**：環境変化や取引相手の行動が予測困難であるほど、契約の不完備性が顕在化しやすい。
- ③**取引頻度**：取引回数が多いほど、取引費用削減のために特定のガバナンス構造を構築する誘因が高まる。

この3要因は、保険契約における代理店の役割や契約構造の有効性を分析する上でも有用であるため、以下検証する。

12

12

保険会社と顧客にとっての保険代理店の有用性

要因	保険会社側の有用性	顧客側の有用性
資産特殊性	保険契約は、顧客ごとに異なる事業環境・資産状況・リスク特性に応じた補償設計を必要とする。これは関係特殊的投資に該当し、他社への転用が困難である。代理店がこれを担うことで、顧客側の探索コストや交渉コストの削減に有用である。	保険という資産は複雑かつ専門的であり、一般の顧客が理解することは容易ではない。代理店はこれを顧客に分かりやすく提示し、契約内容の理解と適切な選択を支援する点で有用である。
不確実性	保険会社は個別顧客の保険設計に関わる詳細情報や状況変化を直接把握しにくい。不確実性を代理店が現場観察と情報伝達で補完し、契約の実態適合性を維持でき有用である。	顧客は、事故の発生確率を基にした複雑な保険料計算は理解できず、この妥当性を代理店が示すことは有用である。
取引頻度	保険会社が個別に顧客の契約管理を行うには多大な手間とコストがかかる。これに対し、代理店は年次継続や期中異動を通じて定期的に顧客と接点を持ち、契約の適正化やクロスセルを推進することで、取引頻度を活かした取引費用の削減に寄与でき有用である。	定期的に補償・保険料の適正性を再評価。契約管理コストや事故対応コストを削減できる点において有用である。

以上を総合すれば、保険代理店は取引費用の削減という観点から極めて制度的合理性の高い存在であり、顧客にとっては単なる販売チャネルではなく、信頼と安心を提供する重要な社会的インフラであるといえる。

13

13

プリンシパル＝エージェント論に基づく
保険会社にとっての保険代理店の有用性

プリンシパル＝エージェント理論とは

プリンシパル＝エージェント理論（Principal-Agent Theory）は、契約理論の一分野であり、委任者（プリンシパル）と代理人（エージェント）の間に存在する情報の非対称性や利害の不一致がもたらす問題を分析する枠組みである。

企業経営においては、株主（プリンシパル）が経営者（エージェント）に経営を委任する関係が典型例で、保険では保険会社（プリンシパル）と顧客（エージェント）の関係も該当する。

理論では以下の2つの主要な課題が指摘される。

モラルハザード（Moral Hazard）

契約締結後、エージェントが努力や行動を観察しにくいいため、自己利益を優先しプリンシパルに不利益な行動をとる可能性がある。

逆選択（Adverse Selection）

契約前にエージェントが有する私的情報をプリンシパルが把握できず、質の低い取引相手や条件を選んでしまう可能性がある。

この二要因は、保険会社における保険契約リスクを削減するうえでも有用である。したがって、以下ではその有効性を検証する。

14

14

保険会社にとっての保険代理店の機能と価値

1. モラルハザードの抑制機能

モラルハザードは、契約締結後にエージェント（代理人）の行動が十分に観察できないために、自己利益を優先した行動をとり、プリンシパル（委任者）に不利益が生じる現象である。保険契約においては、顧客が保険金請求を過大に行ったり、リスク管理を怠ったりする行動は典型例であるが、保険代理店は、定期的な顧客訪問や契約更新時のヒアリングを通じて顧客の行動やリスク状況を把握し、不適切な利用や不必要なリスク拡大を未然に防ぐことができる。また、事故防止のための助言やリスク低減策の提案を行うことで、保険会社にとっての損害発生確率を抑える役割も果たす。

2. 逆選択の防止機能

逆選択は、契約前にエージェントが有する情報をプリンシパルが完全に把握できないために、リスクの高い顧客や条件を選んでしまう現象である。保険では、顧客が自身の高リスク状況を十分に開示しないまま契約する場合がある。保険代理店は、顧客の業務内容や地域特性、事故歴などを直接ヒアリングし、必要に応じて現場調査を行うことで、潜在的リスクを正確に把握できる。この情報は適正な保険料率の算定や補償条件の設定に活かされ、保険会社の損害率悪化を防ぐ。また、適合度の高い商品の選択により、顧客にとっても過不足ない補償が確保される。

モラルハザードと逆選択は、保険契約の効率性と持続性を損なう主要因である。保険代理店は、顧客との継続的かつ密接な関係を通じてこれらの問題を軽減し、保険会社にとっての収益安定化と顧客満足度向上の両立を可能にする重要な媒介者と位置づけられる。

15

15

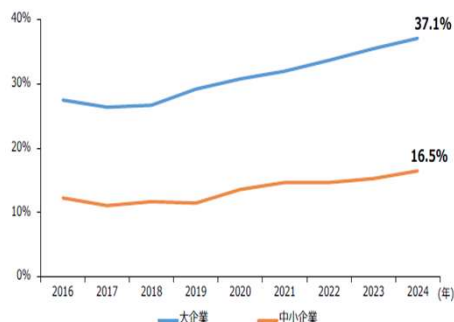
日本の中小企業の現状①

地震保険金支払額（2024年5月末時点）（単位：件・億円）

	地震名等	発生日月	支払件数 (件)	支払保険金 (億円)
1	平成23年東北地方太平洋沖地震	2011年03月11日	826,110	12,894
2	平成28年熊本地震	2016年04月14日	215,642	3,909
3	令和4年福島県沖を震源とする地震	2022年03月16日	320,920	2,654
4	令和3年福島県沖を震源とする地震	2021年02月13日	245,982	2,509
5	大阪府北部を震源とする地震	2018年06月18日	159,369	1,248
6	令和6年能登半島地震	2024年01月01日	103,439	910
7	平成7年兵庫県南部地震	1995年01月17日	65,427	783
8	平成30年北海道胆振東部地震	2018年09月06日	73,871	536
9	宮城県沖を震源とする地震	2011年04月07日	31,018	324
10	宮城県沖を震源とする地震	2021年03月20日	23,529	189

出典：日本損害保険協会統計自然災害での支払額

企業規模別BCP・防災計画策定状況



出典：中小企業白書（2025）

- ・日本は災害大国であり対策が必要
- ・日本の中小企業は、大企業に比べリスクマネジメントが未整備

16

16

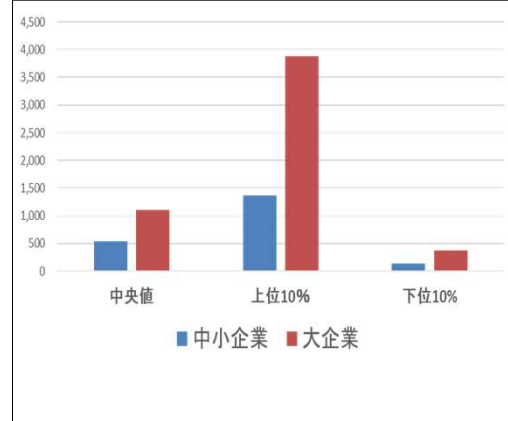
日本の中小企業の現状②

OECD加盟国の上位10か国と日本の労働生産性

	就業者1人あたり		1時間あたり		産業別（製造業）	
	US \$	順位	時間	順位	US\$	順位
アイルランド	207,353	1	121.8	1	573,616	1
ルクセンブルグ	158,681	2	111.8	2	104,810	13
米国	141,370	3	80.5	7	148,321	4
スイス	131,979	4	81.5	6	204,444	2
ベルギー	126,641	5	86.1	5	131,646	5
ノルウェー	126,002	6	88.8	3	120,632	8
デンマーク	123,792	7	88.2	4	162,112	3
フランス	116,613	8	79.2	9	105,157	12
オーストリア	115,489	9	79.4	8	112,810	10
オランダ	115,228	10	77.1	11	124,839	7
日本	78,655	28	49.5	23	95,852	18

出典：日本生産性本部「労働生産性の国際比較2020」を筆者加工

企業規模別生産性の比較



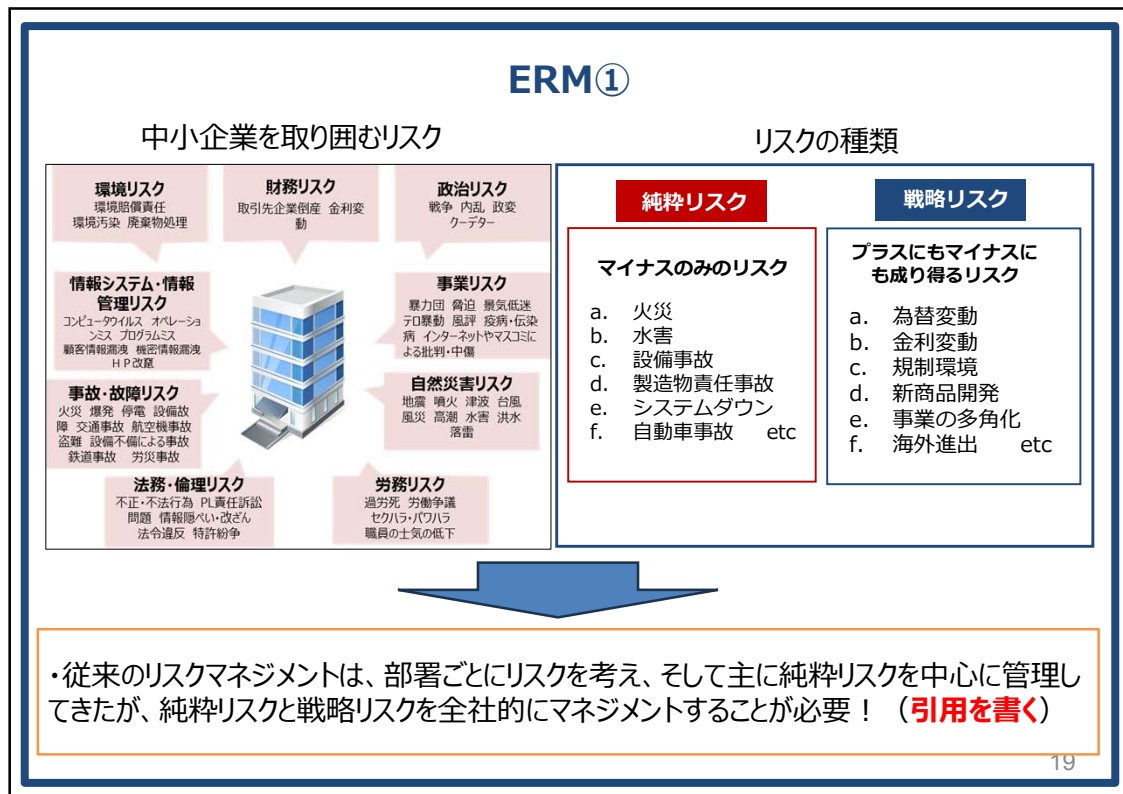
出典：財務省「令和2年度法人企業統計調査年報」を筆者加工

- ・企業規模別に比較すると中小企業の労働生産性が低い
- ・積極戦略（付加価値向上・需要の創出）構築支援が課題

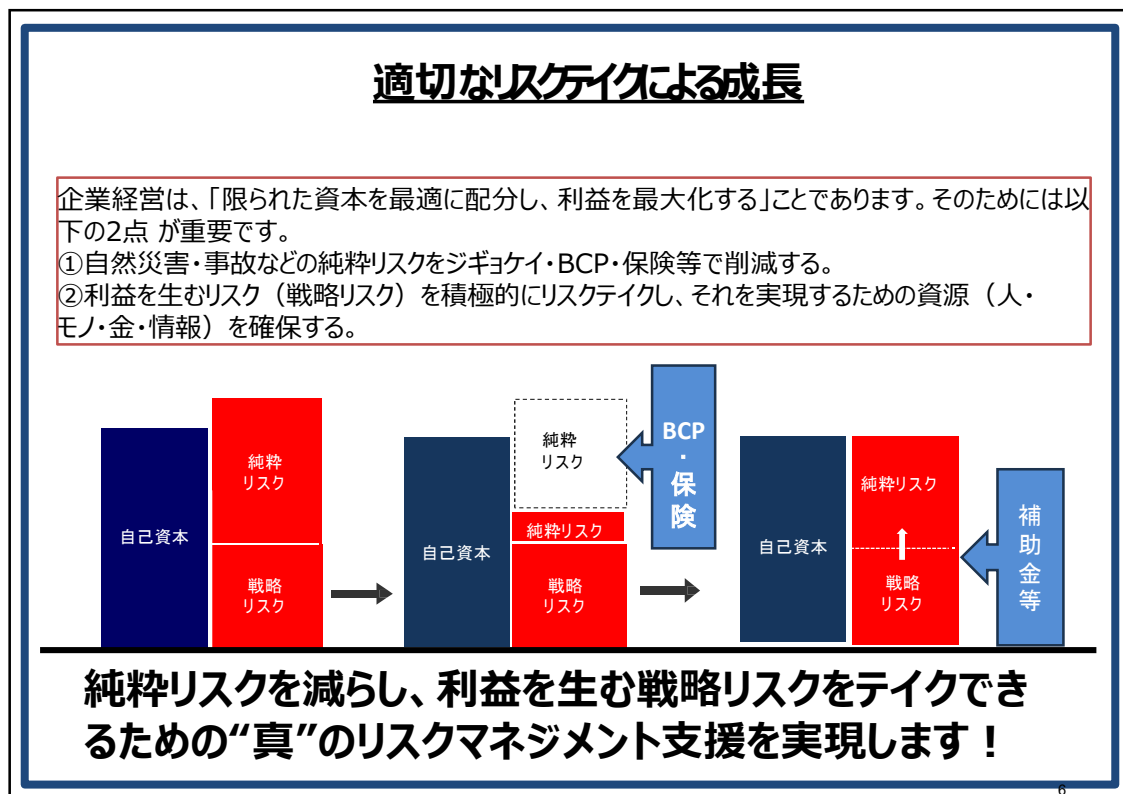
17

リスクマネジメント（ERM）的アプローチ

18



19



20

ERM

【COSO-ERMの定義】

組織が目標達成のためにリスクを全社的に管理し、内部統制を含むフレームワークを提供すること。戦略と業務にリスク管理を統合し、不確実性に対応しつつ、価値の創造と保護、持続的な組織価値の向上を目指している。

→COSOのERMは多大なリソースやコストを必要とし、全社的に適用するための組織的な体制が整っていない中小企業にとっては、現実的ではない。

【経済産業省による定義】

事業リスクマネジメントとはリスクを全社的視点で合理的かつ最適な方法で管理してリターンを最大化することで、企業価値を高める活動。

【評価指標の考察】

法人の割合は65.4%、税制上のメリットを享受するために会計上赤字にしている企業も少なくない

ROA = 売上総利益(粗利) ÷ 総資本

21

企業におけるERMの有用性

＜先行研究:ERMの導入による企業価値・業績向上の分析と結果＞

・Lawrence A. Gordonaら(2009):米国企業112社を対象に調査、CAPM式の以下の数式で測定 $P_i = R_i - [R_f + \beta_i(R_m - R_f)]$ →リターンが12%向上

・山崎尚志(2011年):上場企業150社（リスク管理責任者の存在、リスク管理ポリシーの導入、外部評価機関がERMを確認のいずれかに該当）VW（企業の市場価値に基づくリターン）とEW（全企業に均等な重みを持たせたリターン）の2つの指標を用いて分析 →ERM導入企業の月次リターンは平均0.53%、非導入企業は-0.13%。

・Anoorat Ehら(2022):マレーシアの中小企業312社にアンケート調査、ピアソン相関係数、ERM(COSO)の8要素と企業業績の相関を分析、8要素の中で①事象の特定、②リスク評価、③リスク対応が業績に直接的な影響を与えていることを確認



・ERMが企業価値と業績向上に資すると取り組みであることが証明されている。

22

【参考】ERMの普及における課題（データ分析）

＜ERMの導入の要因分析＞

・導入の要因についての研究はまだないため、ERMの一環であるBCPの策定における要因を分析した。

①BCPを策定したきっかけ

理由	数値（％）	分類
販売先からの勧め	23.1	S
行政機関からの勧め	17.8	S
自身の被災体験	17.8	T
国内での災害報道	11.1	T
地域の支援機関からの勧め	10.1	S
ハザードマップによる自社の被災リスクの顕在化	7.8	T
仕入れ先からの勧め	6.9	S
取引のある金融機関からの勧め	6.5	S
最終製品メーカーからの勧め	6.2	S
取引のある公認会計士・税理士からの勧め	4.6	S
取引のある保険会社・代理店からの勧め	4	S
未被災の同業他社や経営者仲間からの勧め	3.2	S
ハザードマップ以外による自社の被災リスクの顕在化	3	T
被災した同業他社や経営者仲間からの勧め	2.9	S
その他	18.9	-
特になし	4.9	-

②BCPを策定する際参考としたもの

理由	数値（％）	分類
中小企業庁：BCP策定運用指針	39.3	G
セミナー等への参加	20.4	H
国や自治体が公表する文書	19.5	G
コンサルタント等、専門家の指導	18	H
内閣府が提供する冊子	16.6	G
業界団体の資料	14.7	G
販売先の指導	11.8	H
関連書籍	9.8	H
仕入れ先の指導	4.9	H
最終製品メーカーの指導	3.5	H
その他	12.9	-

③BCPを策定していない理由

理由	数値（％）	分類
人手不足	29.1	H
複雑すぎる	27.2	H
策定の重要性や効果が不明	21.2	I
法的な根拠がない	16.4	G
顧客や取引先からの要求がない	10.1	I
相談相手がない	9.3	H
他社との連携が必要であり、負担を感じる	8.2	I
売上・収入の増加につながらない	6.2	I
周辺一帯が被災した場合、事業継続に意味を感じない	5.7	I
災害には遭わないと考えている	2.6	I
大規模災害に被災したら廃業するつもりである	2.1	I
国や自治体の支援がある	1.2	G
その他	4.5	-
理由はない	26.9	-

※データの出典は、何れも2019年中小企業白書

＜分類＞

S:他者からの勧め T:怖れ G:公的機関の影響

H:外部からの助け I:意識の問題

＜分析手法＞

N値の違いを均等化するため、加重平均して値を算出した。

【参考】データーの分析結果

分類	加重平均値（％）	主な構成要素	コメント
G （公的機関の影響）	22.53	行政機関の指導、補助金制度、条例・ガイドライン	最も高い影響度を示し、行政や公的機関の制度的誘導がBCP策定の強力な動機となる。特に補助金やガイドラインの提示は策定率向上に直結する。
H （外部からの助け）	11.40	セミナー参加、専門家指導、取引先からの助言	中程度の影響を持ち、知識不足やノウハウの欠如を補う役割がある。特に専門家や業界団体による伴走支援が効果的。
T （怖れ）	9.93	災害発生リスクや事故の経験	災害や事故に対する危機感が策定動機となるが、危機意識が不足している。そのため、健全な危機意識の醸成が必要。
S （他者からの勧め）	8.53	顧客・取引先・知人からの勧奨	影響度は限定的であるが、単発的な勧奨よりも制度や支援施策との連動が必要。
I （意識の問題）	8.01	重要性・効果の認識不足、必要性を感じない	企業内の認識や価値観が阻害要因となっており、情報提供や啓発活動の強化が不可欠。

【参考】ERM普及の推進施策

【施策1 政府・公的機関の制度整備】

- ・BCP・ERM導入の最大要因は「制度的支援」
- ・有効施策：補助金・助成金、簡易版ERM・段階導入、認証制度・ガイドライン
- ・制度は枠組みを整えるが、現場普及には限界

【施策2 保険代理店を中核とする実行支援】

- ・継続的な顧客接点を持つ「伴走型支援者」
- ・リスクファイナンス＋ERMへの拡大支援
- ・専門家ネットワークのハブ機能
- ・克服できる課題：知識不足、リーダーシップ不足、データ不足、文化的未成熟

【結論】

- ・「制度的枠組み（政府・公的機関）」×「実行エンジン（保険代理店）」
- ・保険代理店は橋渡し役ではなく、ERM普及の中核担い手

25

25

ERM教育プログラム

・日本国内のERM研修

- ・一部のコンサルティング会社がCOSOERMフレームワークを中心に研修を提供。内部統制に重きを置き、戦略的リスク管理の包括的なプログラムは未整備。

保険代理店向けERM教育プログラム

・リスクマネージャーとしての役割

- ・保険代理店が企業のリスク管理を支援するための教育を提供。
- ・中小企業診断士試験を参考にし、経営者の悩みを理解し専門家へ繋げるための知識を習得。

・双方向LIVEリモート研修

- ・双方向のリモート研修で、事前課題と少人数のケーススタディを組み合わせ、効率的な学習を提供。

26

26

ERM教育プログラム			
●ERMコンサルティング能力の向上 各分野の知識を習得し、実務での応用力向上とコーディネート力を高めることを目的。			
コース	講座 No.	講座タイトル	講座概要
リスクコンサルティング にの基礎関する知識	1	リスクとは	リスクはプラスにもマイナスにも転じる不確実性を指すもので複数の考え方があふ事、そして一般的な企業を取り巻くは何かを学ぶ。
	2	災害の種類と歴史	災害の種類と日本における災害の歴史と今後気を付けるべき災害について学習する。
	3	リスクアセスメント	リスク特定、リスク分析、リスク評価という一連のリスクアセスメントの手法を学ぶ。
	4	リスクコントロール	リスクコントロールの意義を理解し、防災対策、事業継続力強化計画とBCPの概要と違いなどを学ぶ。
	5	ジグソーパズル策定方法	事業継続力強化計画の策定のポイントを学ぶ。
	6	BCP策定方法①	BCPのポイントを学ぶ。
	7	BCP策定方法②	BCPの策定の支援ができる程度の知識を身に着ける。
	8	リスクファイナンス	リスクファイナンスの観点からの保険の必要性そして具体的事例として、損害保険と生命保険の活用方法を学ぶ。
財務・税務リスクに 関する知識	9	財務・会計とは	財務会計と管理会計のそれぞれの目的と違いを把握し、財務・会計の全体像を理解する。
	10	財務諸表	財務諸表（貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書、株主資本等変動計算書）のそれぞれを理解し、企業の決算内容を分 かるようにする。
	11	経営分析	財務諸表の数字を使って、企業の安全性、収益性、成長性、生産性の分析手法を学ぶ。併せて、費用と収益の変動関係を通じた損益 分岐点分析を学ぶ。
	12	補助金・助成金	国や自治体から実施している主な補助金や助成金について学ぶ。
	13	税務と保険①	2019年6月、国税庁より法人保険の定期保険及び第三分野保険に係る保険料の取扱について見直しが行われたことにより、税制改正後 の最新ルールに基づき、支払保険料や解約返戻金の経理処理の方法を学ぶ。
	14	税務と保険②	契約の形態に依り、保険料控除・死亡保険金・満期保険金・個人年金保険・変額保険・変額個人年金保険・外貨建て契約等の税務 の取り扱いについて学ぶ。
	15	相続・事業承継	多岐にわたる個人の相続税対策（納税資金対策・税負担軽減対策・遺産分割対策・二次相続対策等）や法人の事業承継対策（自 社性評価、企業価値）などを学ぶ。
法務リスクに関する知識	16	企業活動に関する法律	企業活動を円滑に進めていく上で必要な法制度を、民法、会社法そして企業経営に影響を及ぼす諸法律のポイントを学習する。
	17	最近の法改正と知的財産権	ITの発達等により知的財産権の重要性が増している知的財産権と最近の法改正について学ぶ。
労務リスクに関する知識	18	社会保険関連	労働災害防止に対する法律並びに社会保険関係について学習する。
	19	退職金制度	退職金制度の種類と運用におけるメカニズムを理解する。
事業戦略に関する知識	20	環境分析（SWOT）	経営戦略策定の第1歩は企業の置かれた内外の環境を分析することからスタートする。この代表的な分析手法であるSWOT分析を理解す る。
情報技術に関する知識	21	経営情報管理	システム運用の課題を整理し情報セキュリティ及びその事例を学ぶ。
	22	ERM（統合型リスク管理）①	ERMは、組織が直面するリスクを特定、評価、および制御する体系的なプロセスだが、この戦略について理解する。
	23	ERM（統合型リスク管理）②	ERM分析を実施できるようにする。
	24	確認テスト	全講義から出題、知識の定着状況のチェックを行う

ERM教育プログラム

＜ERM教育プログラムの活用度向上への要因検証：相関分析・因子分析＞

ERM研修受講者向けアンケート質問項目

要約統計量

質問	選択回答
1.保険代理店への入社歴	① 11 年以上、② 5 ～ 10 年、③ 5 年未満
2.講義レベルはいかがでしたか？	① 難しい、② やや難しい、③ ちょうど良い、 ④ やや簡単、⑤ 簡単
3.今日の講義内容を実践に活かそうですか？	① 活かさない、② やや活かせない、 ③ やや活かせる、④ 活かせる
4.性別	男、女
5.代理店の規模	① 大規模（従業員：50 人以上）② 中規模（10 ～ 50 人未満）、③ 小規模（10 人未満）

変数名	有効 N	平均値	中央値	標準偏差	分散	最小値	最大値
代理店規模	711	2.098	2.000	0.426	0.182	1.000	3.00
性別	711	1.222	1.000	0.416	0.173	1.000	2.00
入社歴	711	2.186	2.000	0.780	0.608	1.000	3.00
理解度	711	2.608	3.000	0.868	0.754	1.000	5.00
活用可能度	711	3.177	3.000	0.806	0.650	1.000	4.00

相関分析

	代理店規模	性別	入社歴	理解度	活用度
代理店規模	1.000				
性別	-.004	1.000			
入社歴	.110 **	.190 **	1.000		
理解度	-.128 **	-.004	-.040	1.000	
活用度	.068 +	.004	.143 **	.202 **	1.000

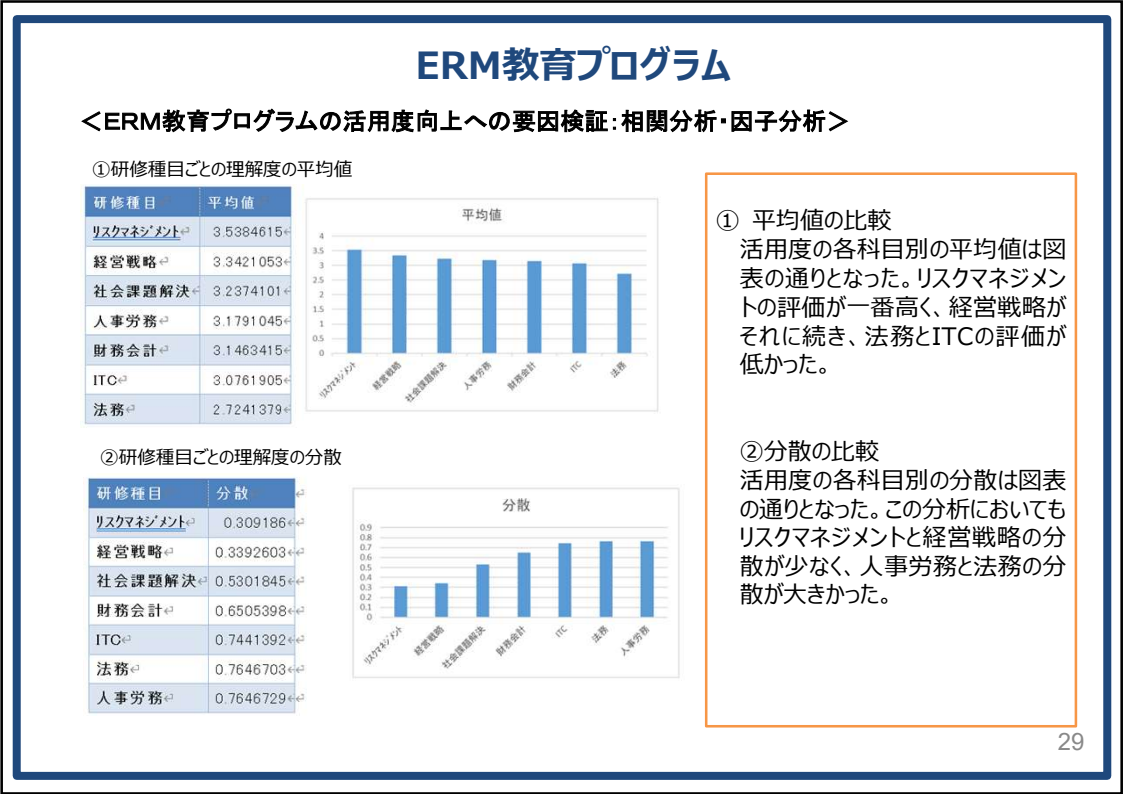
** $p < .01$, + $p < .05$, + $p < .10$

因子分析

項目	Factor1	Factor2	Factor3	共通性
活用度	.806	.091	-.249	.719
理解度	.724	-.068	.405	.694
性別	-.097	.835	.211	.752
入社歴	.164	.692	-.327	.614
代理店規模	-.003	.001	-.863	.744

目的変数：実践に活用できる。関係性の高さは、理解度、入社歴、代理店規模の順

20



保険代理店の有用性とビジネスモデルの理論的根拠

日本の中小企業の特徴から

中小企業は経営資源（人材、情報、資本）が制約されやすく、外部専門家やネットワークの活用が競争力維持に不可欠である。保険代理店はまさに中小企業であり、顧客である他の中小企業に対し、保険契約の仲介を通じて専門的なリスク知識と外部ネットワークを提供できる。この相互補完関係は、経営資源制約を補い、顧客の事業継続力を高める効果を有する。

ERMから

保険代理店はリスク移転（保険販売）だけでなく、リスク特定・評価・低減策の提案を行うことで、顧客のリスクマネジメント機能を補完できる。これにより、顧客企業は財務的な備えにとどまらず、事故や災害の発生確率そのものを低減できるため、総合的なレジリエンス向上が可能となる。

取引費用理論から

代理店は、資産特殊性に基づく補償設計を担い、不確実性を補完し、取引頻度を活かした契約管理を行うことで、保険会社の管理負担を軽減するとともに、顧客の探索・判断・管理コストを削減する有効な仲介主体となる。

プリンシパル＝エージェント理論から

保険代理店はモラルハザードを抑制し、逆選択を防止する機能を持つ。定期訪問や現場調査による情報収集は保険会社の引受精度を高め、長期的な顧客価値向上に貢献する。

結論

以上のように、各理論の有用性を踏まえると、保険代理店は単なる販売チャネルにとどまらない存在である。これまで代理店は顧客から得た情報を主に保険契約に活用してきたが、中小企業の外部環境と現状改善の観点からは、その情報をERM支援という新たな事業モデルに発展させることが求められる。すなわち、代理店は自らも中小企業として経営資源の制約を理解しつつ、ERM支援を提供することで、顧客と保険会社双方に価値をもたらす有効なビジネスモデルを構築し得るのである。

31

31

まとめ

本研究は、日本の中小企業におけるERM普及の方策を検討し、その中核的な担い手として保険代理店の可能性を明らかにした。保険代理店は単なる契約仲介者ではなく、リスクマネジメントの伴走者として、中小企業のレジリエンス向上と生産性改善を支援し得る存在である。取引費用理論やプリンシパル＝エージェント理論の観点からも、その有用性は制度的合理性を持ち、社会的インフラとしての役割を担いうる。

さらに、中小企業診断士との協働や教育プログラムの整備を通じて、保険代理店はリスクファイナンスからERMコンサルティングへと進化し、中小企業の成長支援と社会課題の解決を両立できる。ERMの普及は、災害大国日本における持続的成長の基盤を形成し、地域社会と経済全体に安定と活力をもたらすものである。

もっとも、本研究は可能性を提示するにとどまるものであり、今後は実証的な検証が求められる。したがって、さらなる調査・分析を通じて、ERMの効果と普及モデルを具体化し、実践に資する知見を積み上げていくことが今後の課題である。

32

32