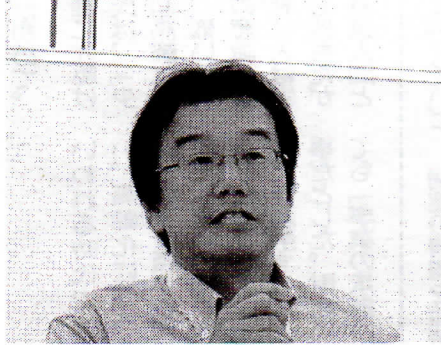


11年度第2回報告会開く

日本保険学会・関西部会



山下氏

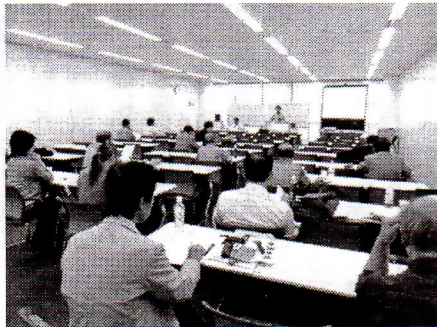


亀井氏

日本保険学会関西部会（井口富夫部会長）は、9月24日午後1時半から2011年度第2回報告会を龍谷大学大阪梅田キャンパス研修室で開催した。当日は、山下典孝氏（大阪大学）が「飲酒運転免責条項に関する一考察」、亀井克之氏（関西大学）が「フランス保険マーケティングの現状」について報告。19人の会員が出席した。

任意自動車保険契約に適用される約款上の車両自損傷害特約には、道路交通法第65条第1項に定める酒気帯び運転もしくはこれに相当する状態では、

任意自動車保険契約に適用される約款上の車両自損傷害特約には、道路交通法第65条第1項に定める酒気帯び運転もしくはこれに相当する状態では、



会場のような

任意自動車保険契約に適用される約款上の車両自損傷害特約には、道路交通法第65条第1項に定める酒気帯び運転もしくはこれに相当する状態では、

任意自動車保険契約に適用される約款上の車両自損傷害特約には、道路交通法第65条第1項に定める酒気帯び運転もしくはこれに相当する状態では、

帯び免責条項は、従来、酒に酔って正常な運転ができないおそれがある状態、または酒に酔った状態（アルコールの影響により正常な運転ができないおそれがある状態）で被保険自動車を運転している場合について免責事由としていたものを、飲酒運転に関する刑法上の厳罰化に伴い04年の約款改定で現行の免責条項が設けられた」とした上で、この酒気帯び免責条項の適用をめぐる二つの異なる解釈を行った裁判

例が出たことから、同条項に関する法的問題について報告。解釈が分かれた、「大阪地裁平成21年5月18日」と「東京地裁平成23年3月16日」の裁判例の

山下氏「酒気帯び免責条項」の異なった解釈 亀井氏「フランスの保険市場」の現状を報告

事実概要と判旨をそれぞれ解説した。同氏は、検討すべき問題を説明し、酒気帯び免責条項の設定趣旨と一律免責の可否を考察。シンナーなどの違法な薬物の影響による免責条項との関係に触れ、薬物とアルコールの面からアプロ

イチしている東京地裁のように免責の趣旨を個別に考えるべきと私見を述べた。亀井氏は、フランス保険市場におけるマーケティング戦略から個人保

市場におけるマーケティング・イノベーションの推移を示した。1960年に直販相互保険会社（MSI）業態の草分けであるMACIFがリスク細分化商品を開発して自動車保険の価格破壊をしたほか、1980年代後半に銀行が100%出資の生保子会社によるバンクシユランス、1990年代に銀行が損害保

降、保険会社が銀行子会社を設立しアシユルバンクを展開した推移を説明。収入保険料から見た保険企業グループ、販売チャネル別の保険市場を解説した。

エ・グロシストの成功要因について、既存の保険会社における弱み、例えば複雑すぎて販売できない商品を開発し、需要がないもののマーケティングに注力し、時間と手間

がかかりすぎる事故対応、販売網の活性化策のまずさなどを補い改善するすべを有していた。大規模保険会社からは契約を打ち切られかねないような売上高の少ない小規

模ブローカーで構成されるネットワークを構築した。繁雑にトラブルが発生する販売網を直接管理する必要がなく、通常取り扱えなかった新たなマーケットを開拓できたことから、保険会社にとっても、クルティエ・グロシストとの提携が利益につながった。保険会社から見放された小規模ブローカーは基準の緩やかなクルティエ・グロシストと連携するようになったことなどを挙げた。

フランスにおける保険マーケティングについて、①近年のインターネット技術の進展を支えられ、クルティエ・グロシ

スト、保険比較サイト、

Payasyoudrive型

保険を扱うインターネッ

ト専売事業アマギスが台

頭してきた②顧客のさま

ざまな購買パターンに対

応するために複数のチャ

ネルを充実し併存させる

マルチチャネル化の流れ

の中でインターネットの

重要性が増した③ブラン

ド戦略・コミュニケーション

戦略によって、フラ

ンスの保険企業は圧倒的

な強固なブランド・アイ

デンティティを構築した

④顧客に対する利便性向

上を主眼としてマーケテ

ィング戦略の有用性を再

確認した」と結論を述べた。