



損保ジャパンの戦略と展開

2007年11月

株式会社 損害保険ジャパン

1. 損保ジャパンの概要

2. 日本の損害保険業界の将来性

3. 損保ジャパンの経営戦略

参考資料

損保ジャパンの株価推移

2000年4月3日の損保ジャパン、および日経平均の株価を100として、その後の推移を指数化



損保ジャパンの会社概要

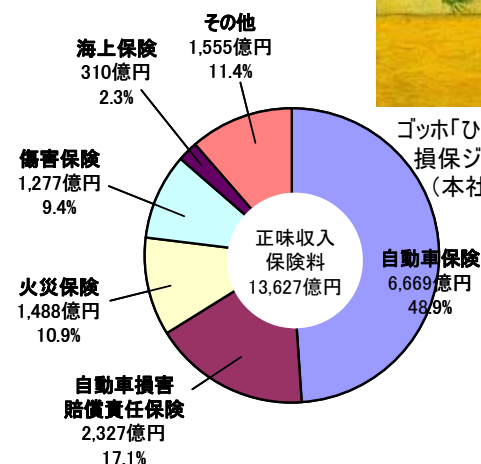
創業	1888年(明治21年)10月
資本金	700億円
総資産	60,297億円
社員数	14,906名
代理店数	57,475店
営業網	国内 516 海外 41
損害サービスネットワーク	全国233か所
正味収入保険料	13,627億円(単体ベース)



損保ジャパン本社ビル

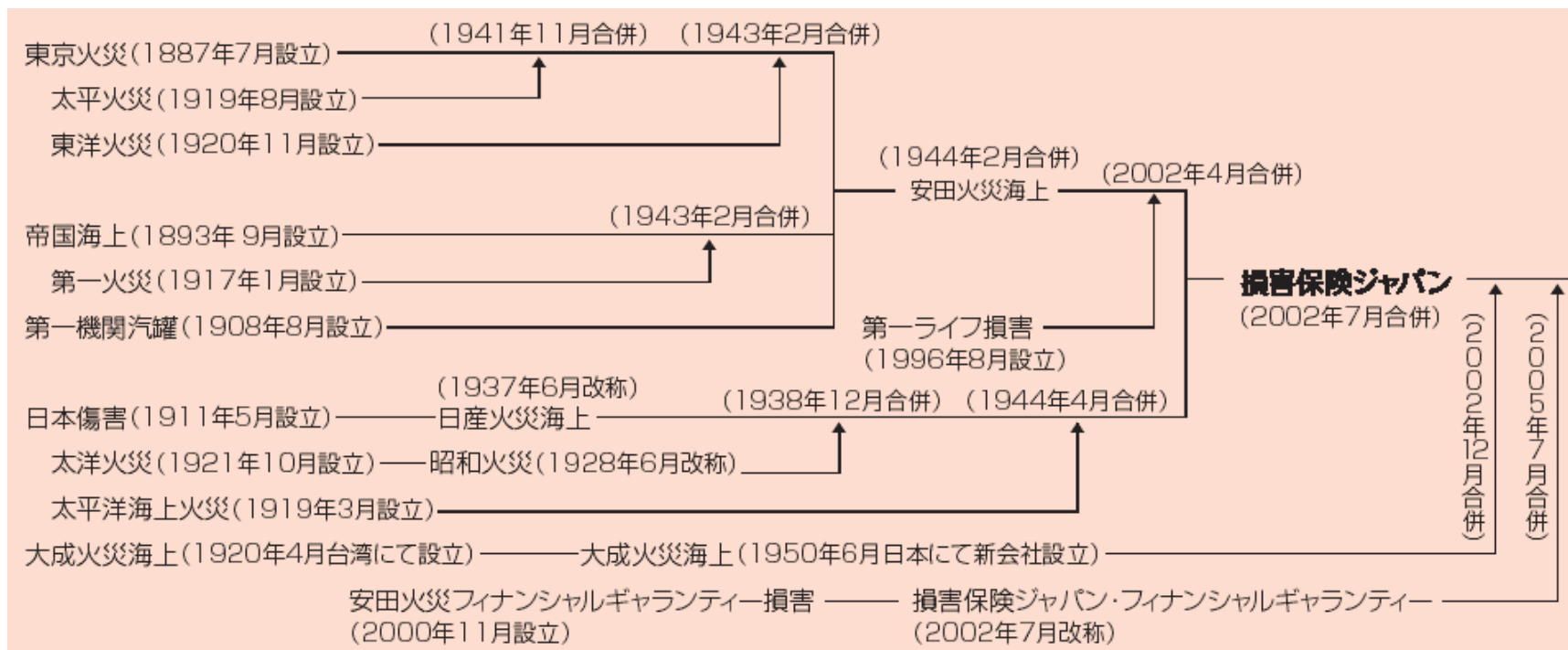


ゴッホ「ひまわり」
損保ジャパン東郷青児美術館所蔵
(本社ビル42階)



(注)営業網・損害サービスネットワークは2007年(平成19年)7月1日現在、その他の数値は2007年(平成19年)3月末の数値です。

損保ジャパンの沿革



損保ジャパンの社名・シンボルマークの意味

「損保ジャパン」の意味

新しい時代にふさわしい損害保険会社を創造するという、統合に当たってのビジョンにより、21世紀の厳しい競争環境に勝ち抜く「強さ」を意思表示しました。
「ジャパン」には業界のトップを目指すのにふさわしい堂々としたイメージに加え、国際的に通用するという視点を込めました。
また、「損保」という業態名を前に出し、広く皆様に「損保」という言葉に親しんでいただくことを意図しました。

シンボルマークの意味：愛称「ライジングJ(ジェイ)」

日本と太陽を象徴した立体的な円に、ジャパンの「J」を重ね合わせ、シンプルで力強く、日本を代表する損保の存在感を訴求しました。
「昇る太陽」を想定し、既成の価値へのあくなき挑戦を、夜明けのイメージと重ね合わせながら表現しています。
「J」の流麗な曲線は、新しい時代にしなやかに保険を変えていく躍動感を表しています。
コーポレートカラーは、トップを目指す意志を鮮烈に表現した「バーニングレッド」です。



損保ジャパンの格付けとソルベンシー・マージン比率

格付け

(2007年(平成19年)11月1日現在)

スタンダード・アンド・プアーズ	AA-
ムーディーズ	Aa3
格付投資情報センター(R&I)	AA
日本格付研究所(JCR)	AA+
A.M.Best	A+

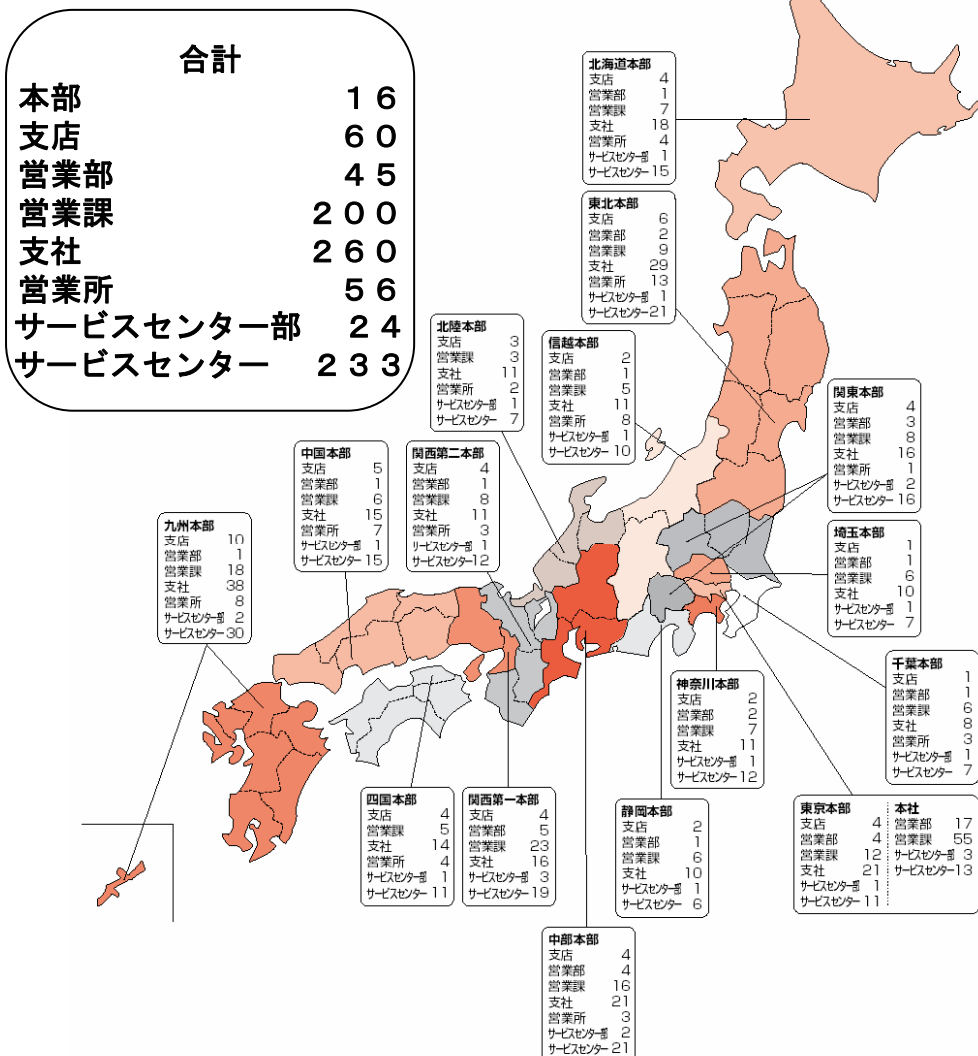
ソルベンシー・マージン比率

(2007年(平成19年)3月末)

1,010.3%

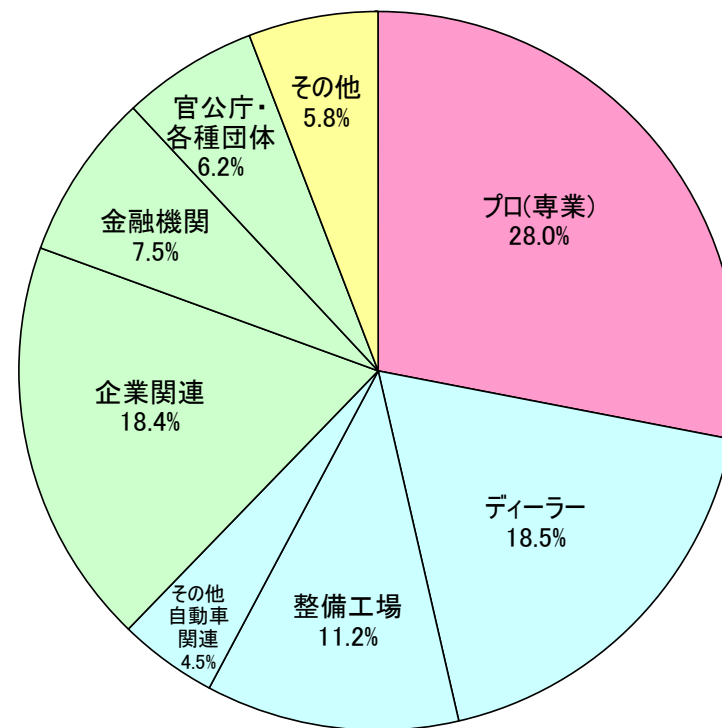
損保ジャパンの国内ネットワーク

国内店舗



代理店

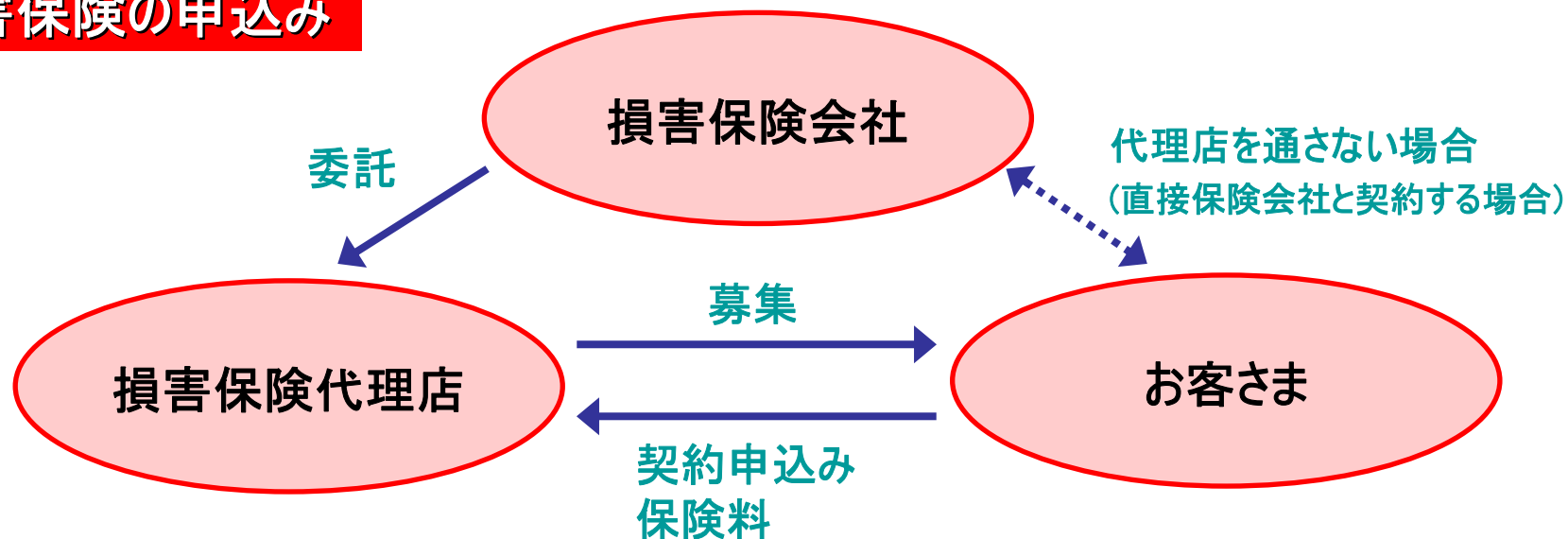
2006年度保険料におけるウエイト



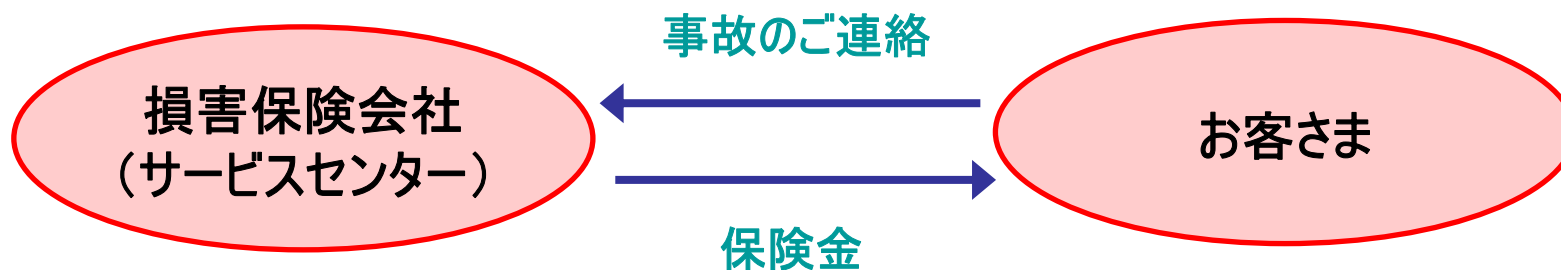
(注)その他自動車関連:ガソリンスタンド、中古車販売業者など

損害保険の申込み・事故の受付の流れ

損害保険の申込み



事故の受付



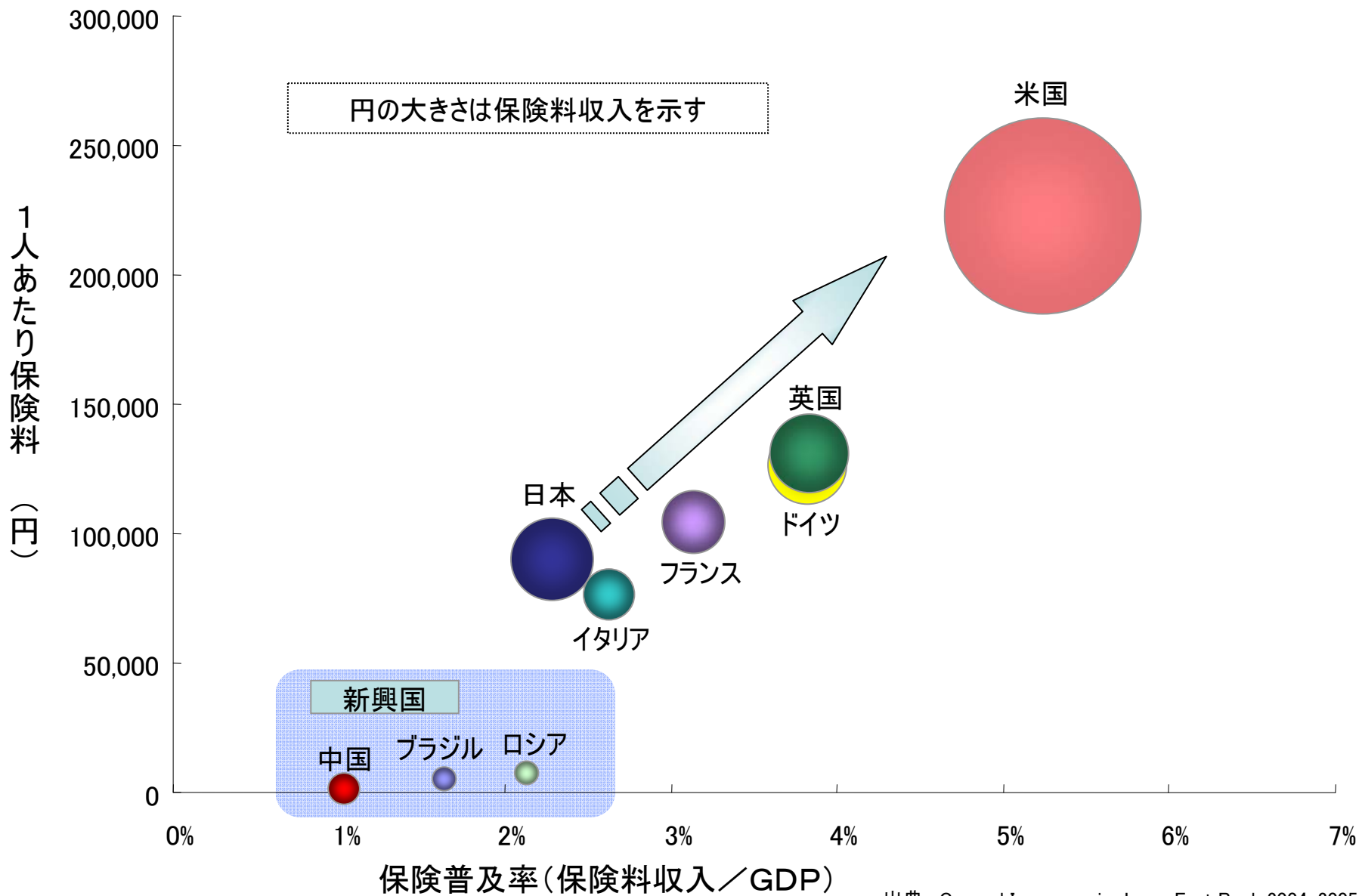
1. 損保ジャパンの概要

2. 日本の損害保険業界の将来性

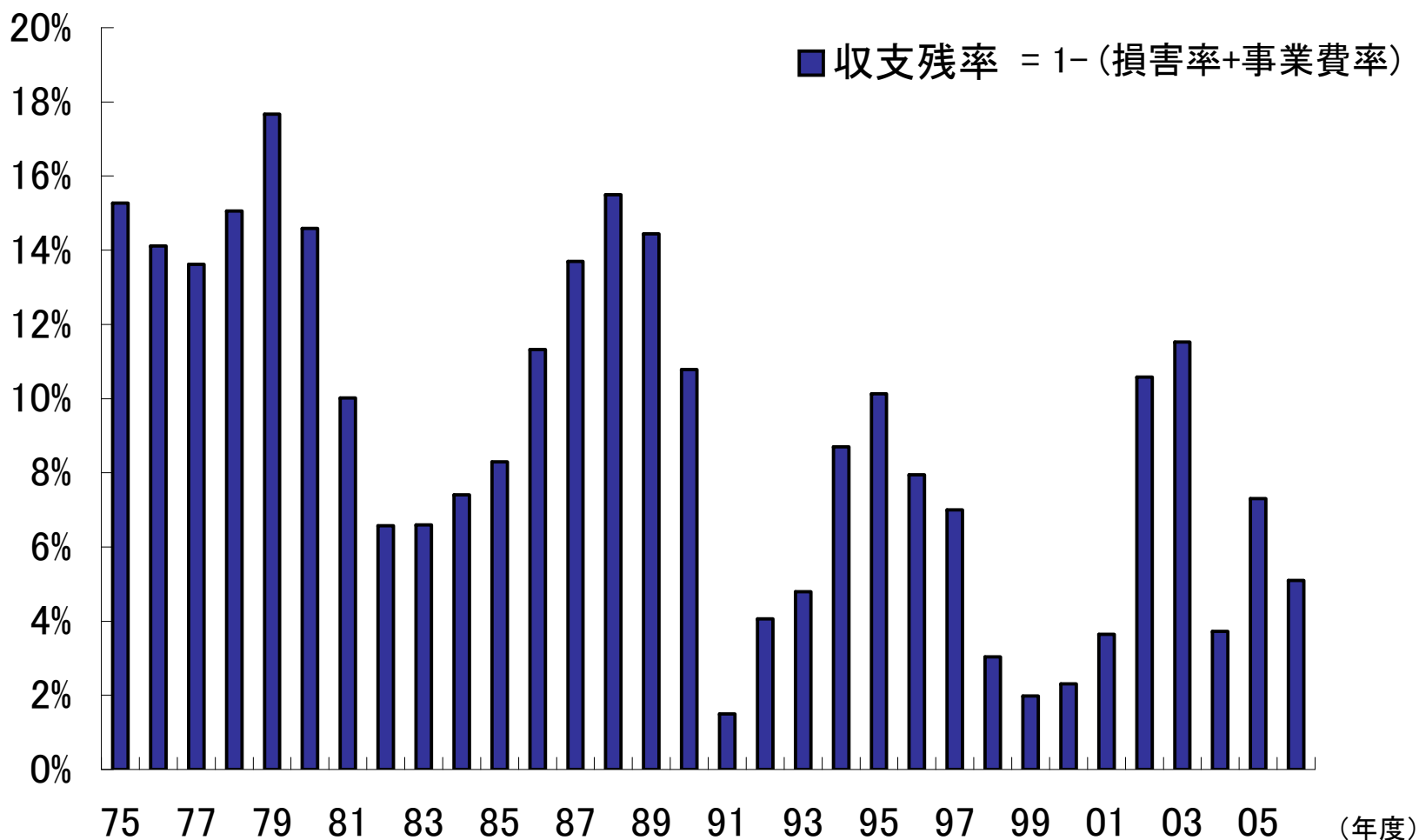
3. 損保ジャパンの経営戦略

参考資料

損害保険普及率の国際比較

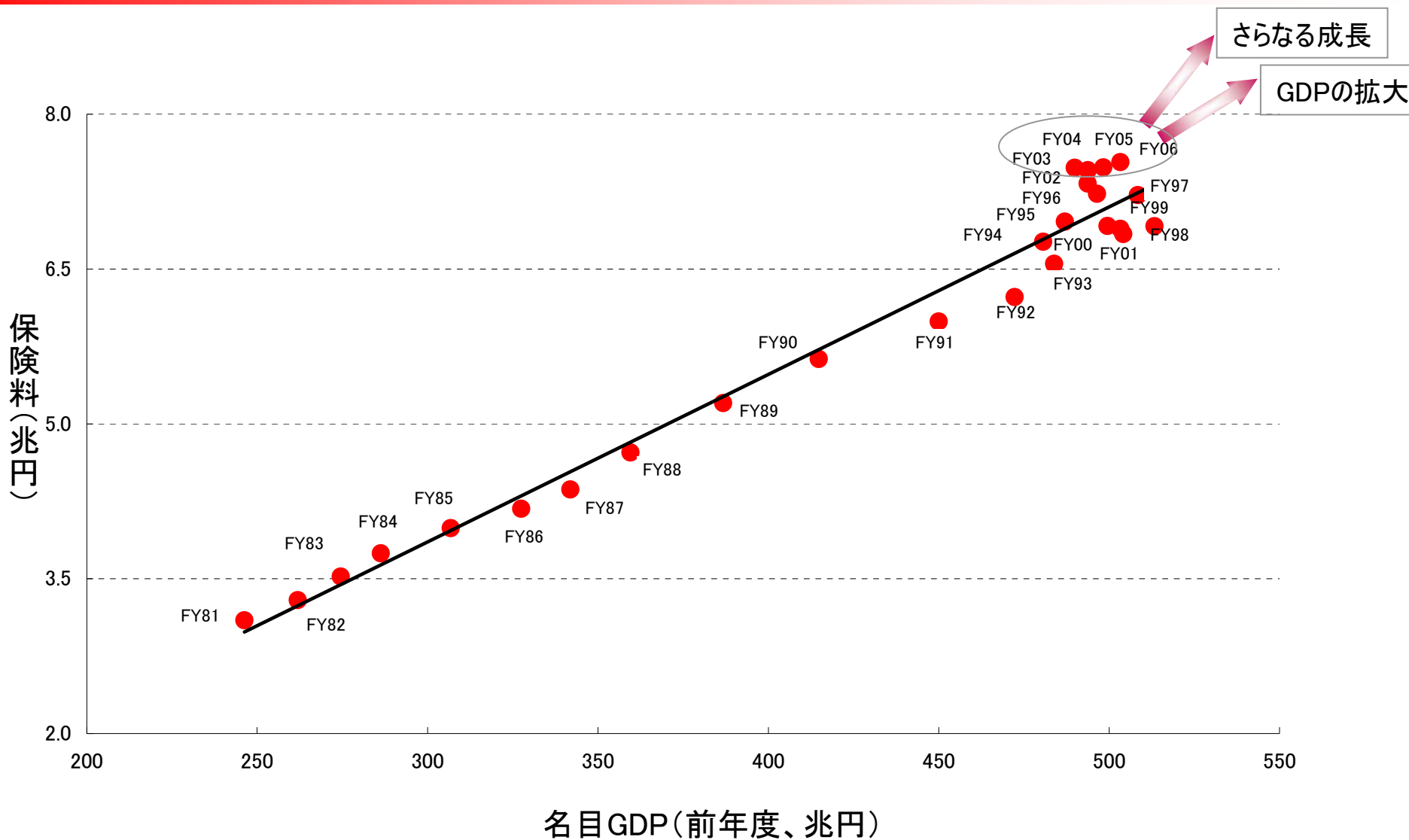


日本の損害保険マーケットの収益性



出典：インシュアランス損保統計号

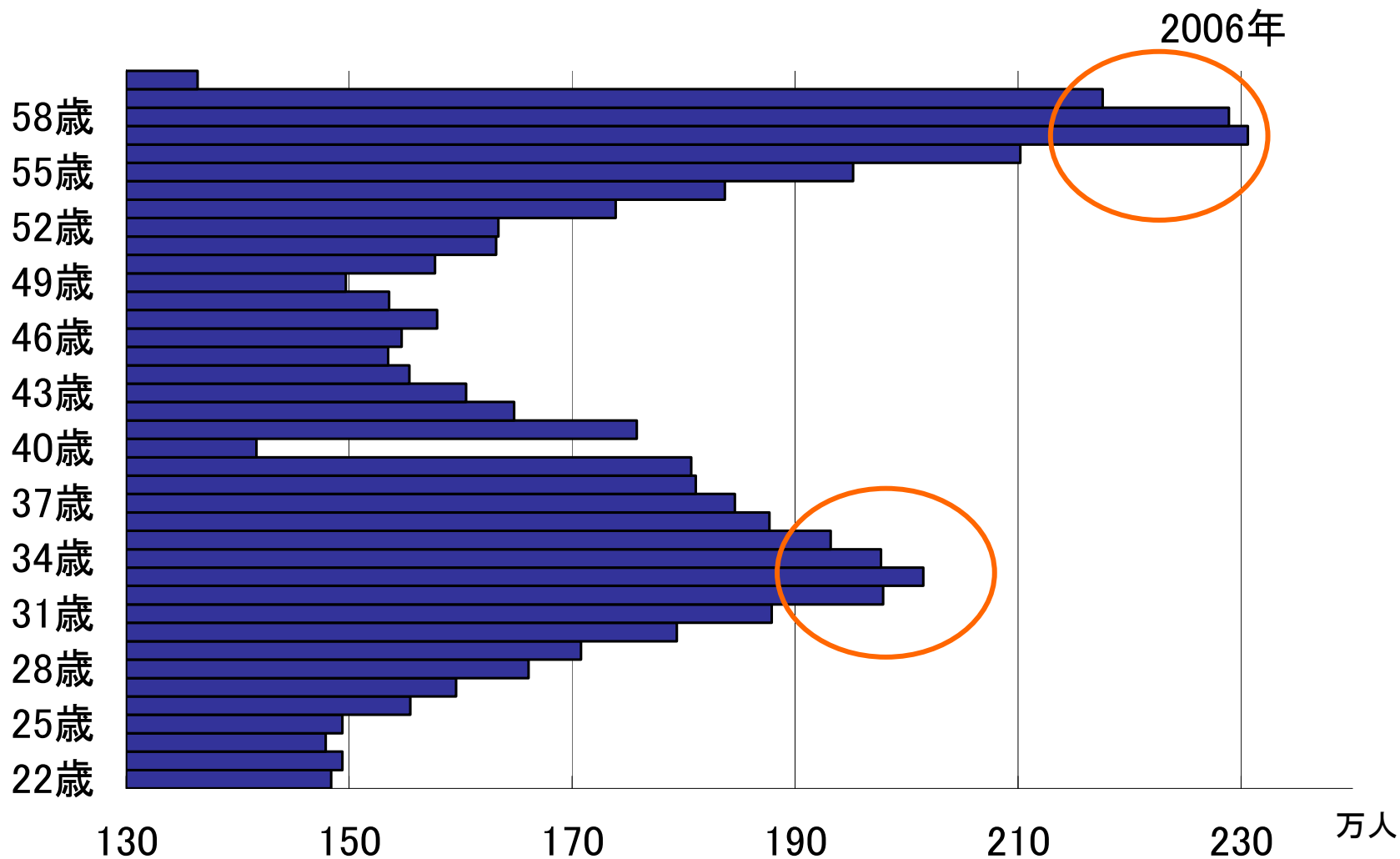
損害保険料と名目GDPの相関



(注)保険料は正味収入保険料です。

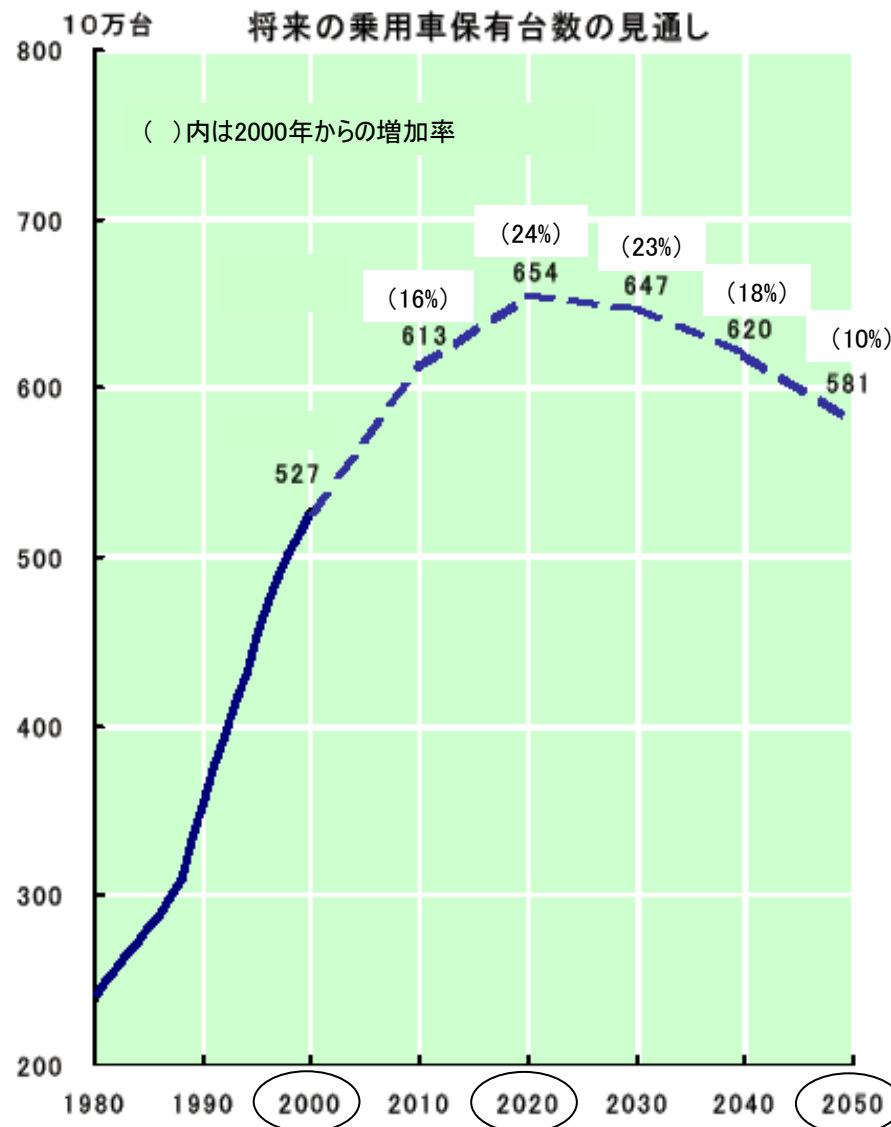
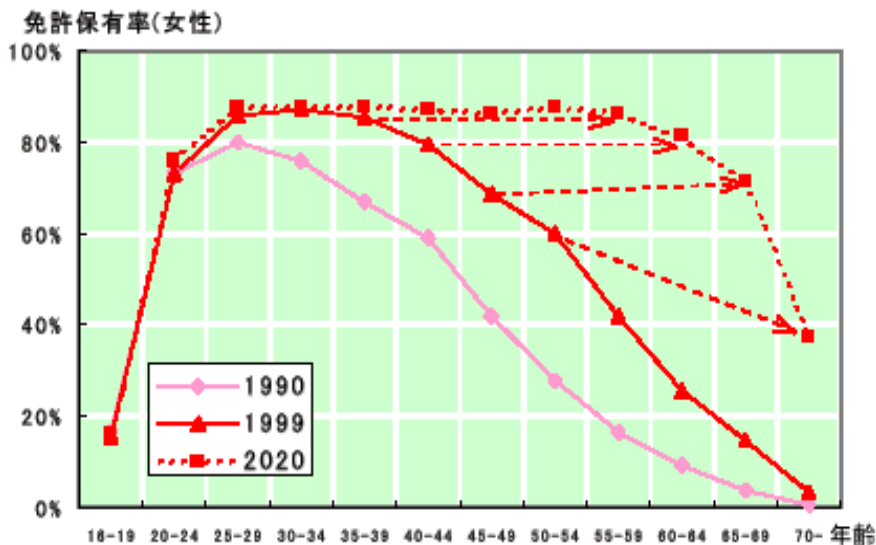
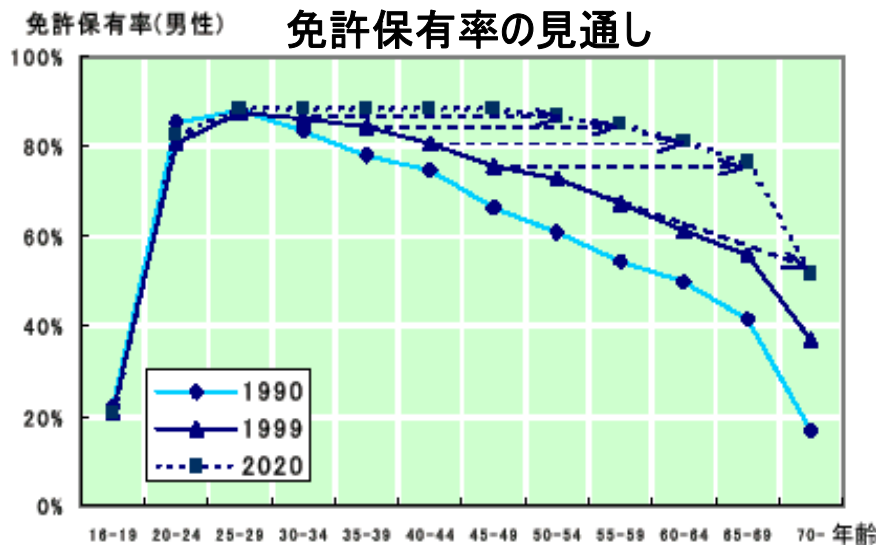
出典:「名目GDP」は内閣府経済社会総合研究所
「保険料」はインシュアランス損保統計号

人口動態

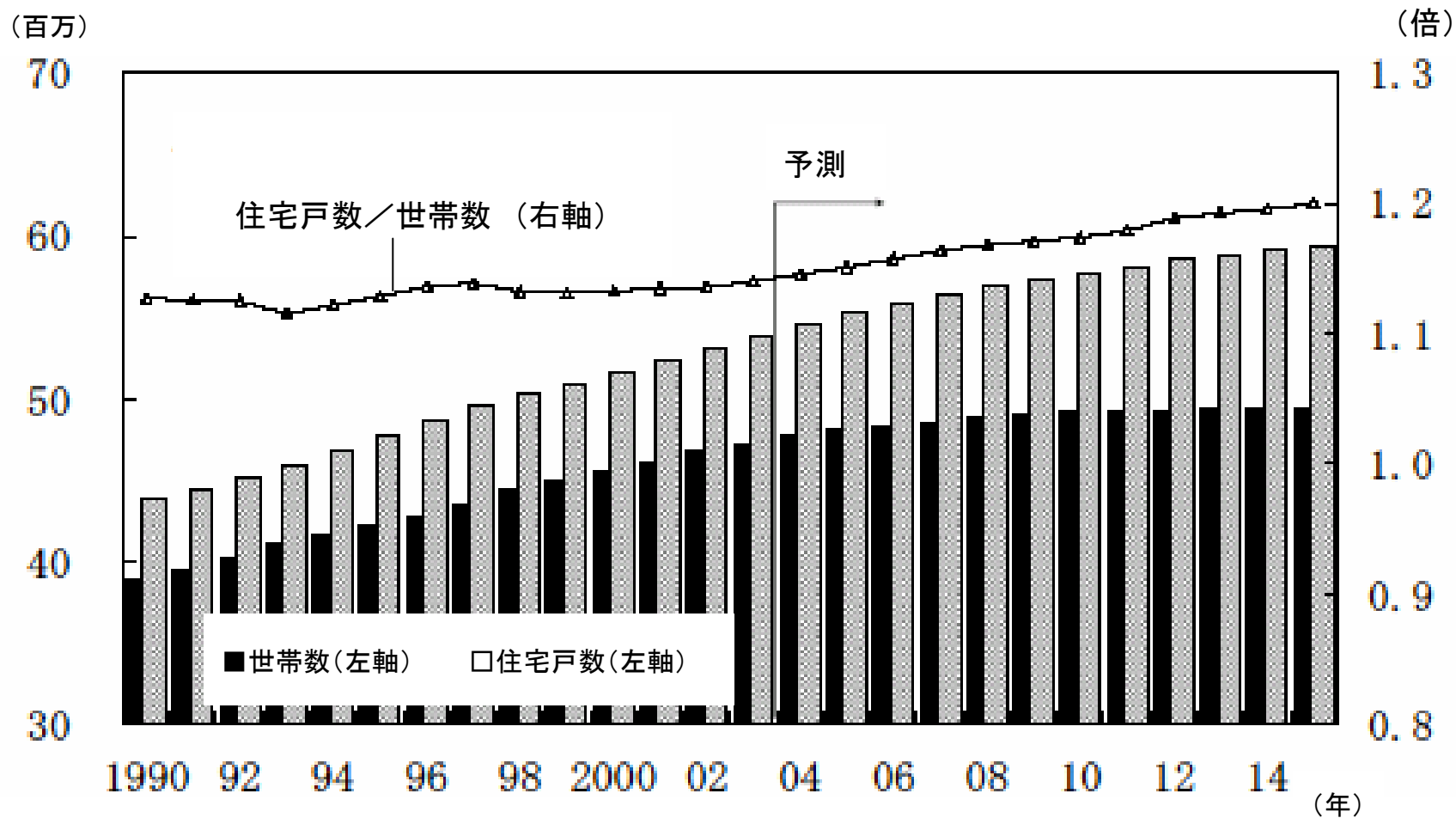


出典:総務省

自動車保有台数



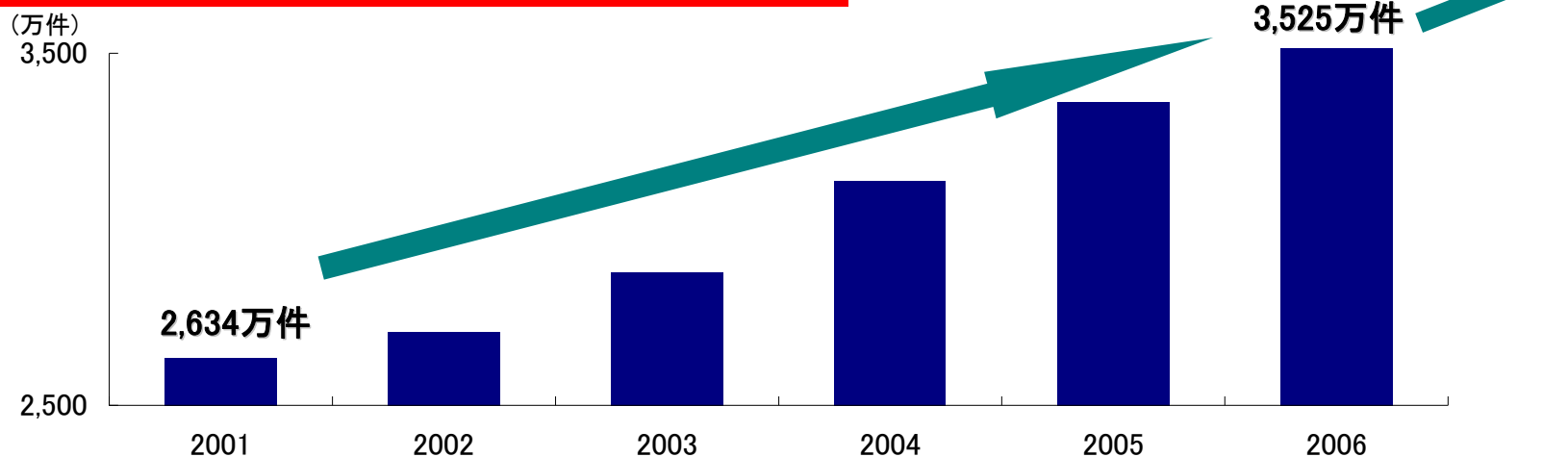
世帯数と住宅戸数



出典: 日本経済研究センター『日本経済活性化への課題』

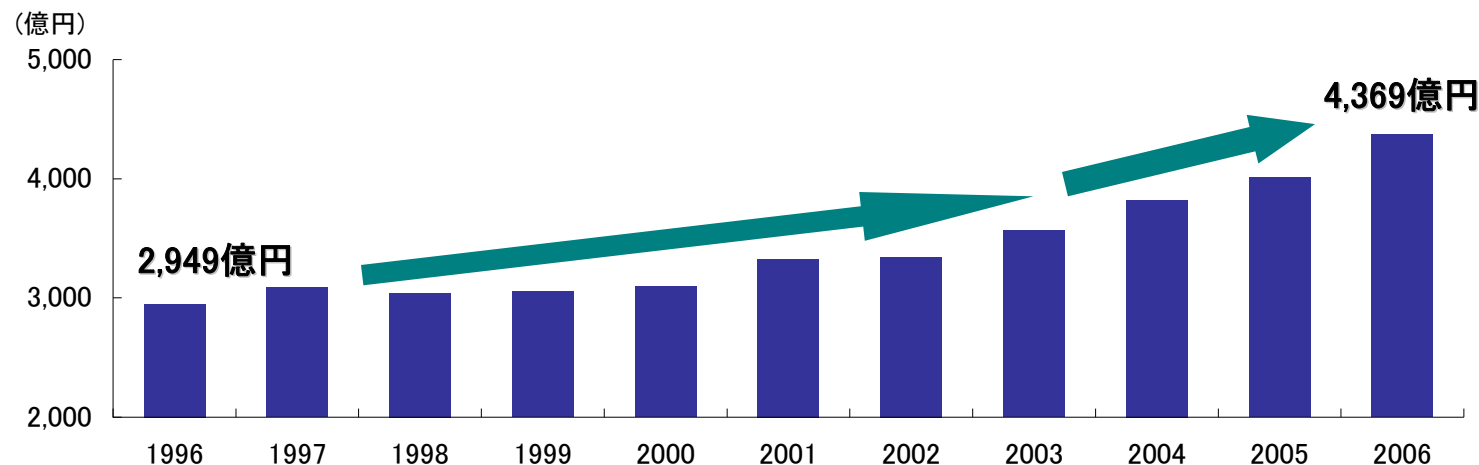
新たな成長分野

医療保険・がん保険の保有契約件数



出典: 生命保険協会

賠償責任保険の保険料



(注)保険料は元受正味保険料です。

出典: 日本損害保険協会

損保ジャパンの強み

販売基盤

- ・約57,000店の代理店
- ・全国516か所の営業ネットワーク

査定網

- ・全国233か所のサービスセンター
- ・8,600人の専門スタッフによる対応

商品開発力

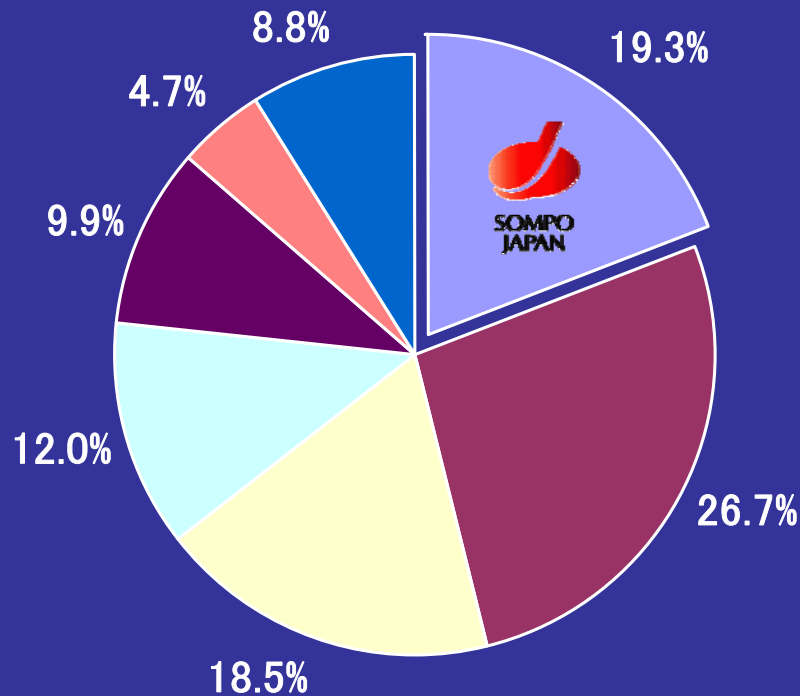
- ・ニーズ細分型自動車保険『ONE-do』
- ・終身医療保険『Dr. ジャパン』
- ・新・海外旅行保険【off!】

システム構築力

- ・先進的な代理店システム、
査定システム、社内システム
- ・中期経営計画における400億円の
新規投資

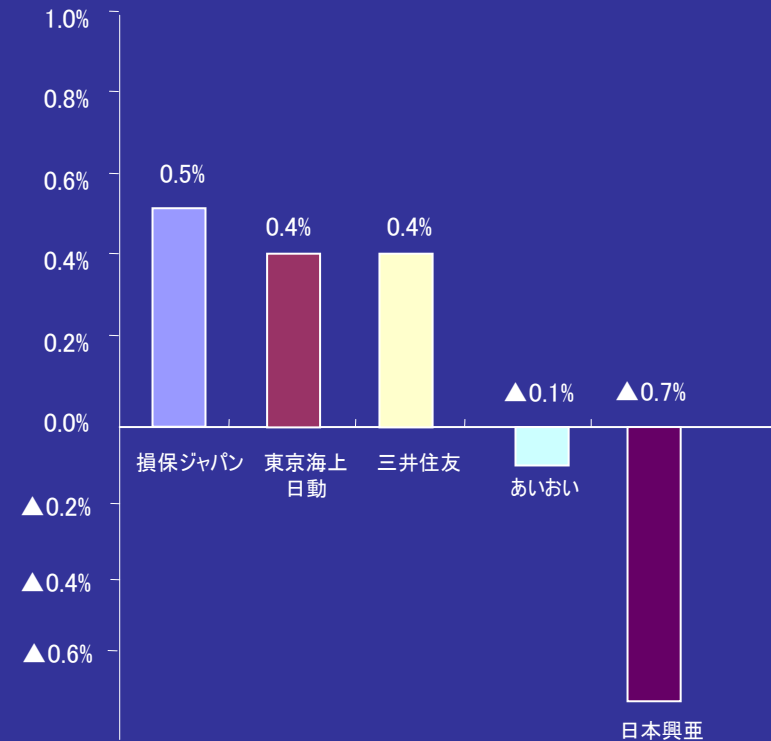
損保業界のマーケットシェア

2006年度マーケットシェア
(保険料: 単体)



■ 損保ジャパン
 ■ 東京海上日動
 ■ 三井住友
 ■ あいおい
■ 日本興亜
 ■ ニッセイ同和
 ■ その他

マーケットシェア増減
(2000~2006年度)



(注)保険料は元受正味保険料です。

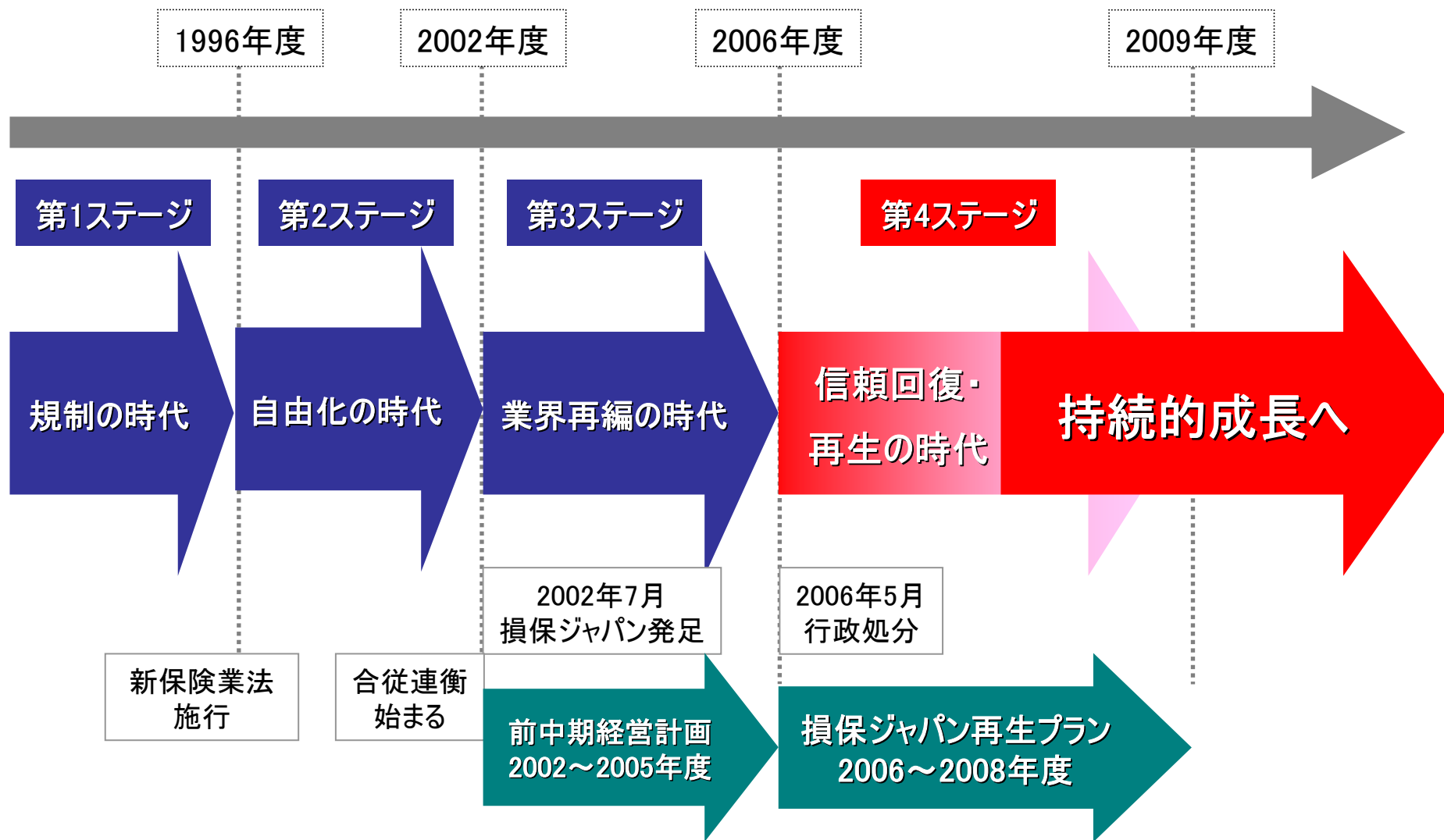
1. 損保ジャパンの概要

2. 日本の損害保険業界の将来性

3. 損保ジャパンの経営戦略

参考資料

信頼回復から持続的成長へ



損保ジャパンの成長戦略

中期経営計画における成長戦略

1

国内事業リテール分野に注力

2

「第一線のインフラ」確立による第一線の生産性向上と時間創造

3

生保事業・確定拠出年金(DC)事業への注力

4

海外収益事業による収益貢献

品質向上の取り組み

サービスセンターの品質向上

- ◆サービスセンター（保険金支払部門）＝商品・サービス力を具現化するもの
 - ・お客さま目線での風土・意識の改革
 - ・営業とサービスセンターの連携による代理店の事故対応力の強化

社内業務プロセスの品質向上

- ◆お客さま目線に立った事務の品質向上
 - ・リテールビジネスモデル革新プロジェクトによる新たな業務プロセスの構築

代理店の品質向上

- ◆代理店の経営品質向上
 - ・意向確認制度の活用による代理店の経営品質向上
 - ・代理店システムの充実と活用促進

自動車保険新商品の発売(2008年2月)

『ONE-Step』のコンセプト

お客さま目線で「わかりやすさ」を追求した、個人(パーソナル/ファミリーユース)のお客さま専用の自動車保険
 ※『ONE-Step』の由来: 複雑化してきた自動車保険から原点回帰し、真にお客さまに求められる自動車保険に生まれ変わって新たな一歩をふみ出す思いを込めて命名

損保ジャパンの自動車保険ラインナップ

これまで ~5商品~

主に個人向け
ONE-do

主に個人向け
ONE

個人・法人向け
SAP

主に法人向け
TEN

リースカー専用
LAP

お客さまの
 声を形に

商品ラインナップを2商品に

特約数半減

わかりやすい
 商品説明資料

充実の
 サービス

個人用自動車総合保険

ONE Step

商品	◇個人のお客さま専用自動車保険 ◇個人のお客さまに真に必要な補償にブラッシュアップ
ツール	◇「保険のとりせつ」(証券)、ビジュアル約款、 動画コンテンツなど、わかりやすい商品説明資料
サービス	◇ロードサービスを全契約付帯 ◇宿泊・旅行など各種レジャーの優待サービス

自動車総合保険

SUP

Sompo-Japan Universal automobile insurance Policy

提携戦略

自動車ディーラー

◆メーカーとの提携による自動車保険の拡販

- ・系列ディーラーにおける自動車保険の拡販
- ・商品・システム・コールセンター機能の強化

第一生命

◆包括業務提携による

「最強・最優の生損総合保険グループ」の形成

- ・双方のお客さまへの生損保クロスセル
- ・商品の相互供給

金融機関

◆さらなる成長が予想される金融機関チャネルで
当社シェアを拡大

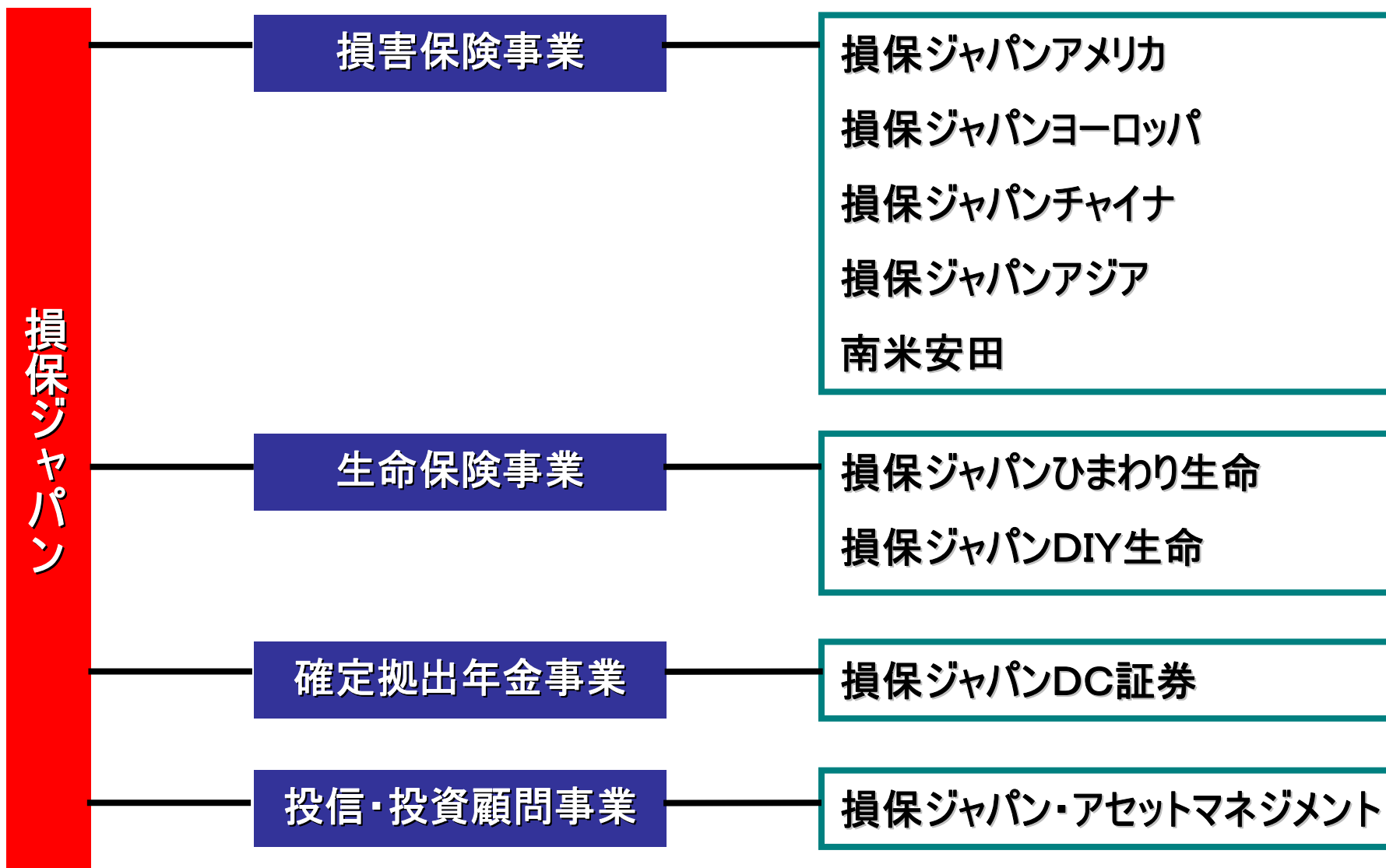
- ・2007年12月、金融機関窓販の全面解禁
- ・当社の強みは多くの金融機関との提携実績、
特に、地銀・信金との関係が深い

日本郵政

◆郵政民営化により、
当社グループのビジネスチャンス拡大

- ・生損保商品採用に向けて提案強化
- ・2007年10月より、郵便局会社において
自動車保険の販売を開始

主要なグループ会社



生保事業



確定拠出年金・アセットマネジメント事業

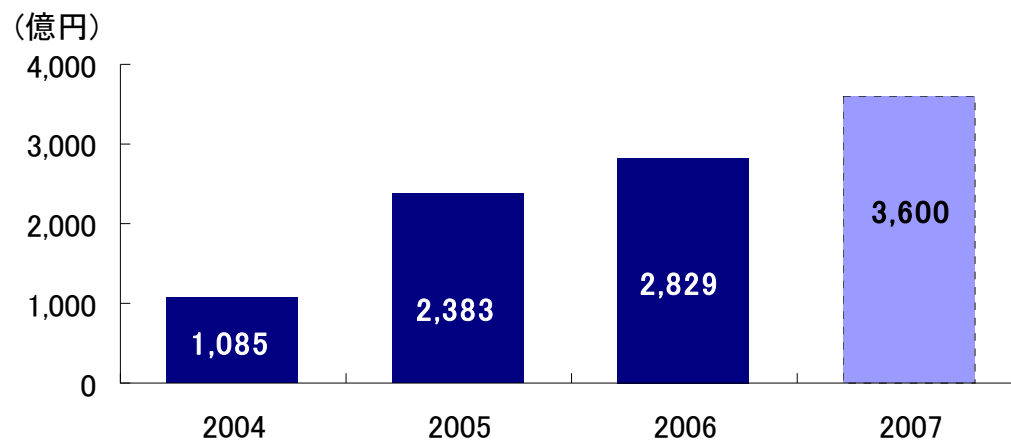
損保ジャパンDC証券

個人型 : 累計加入者数 シェア 22.0% 第1位(推定)

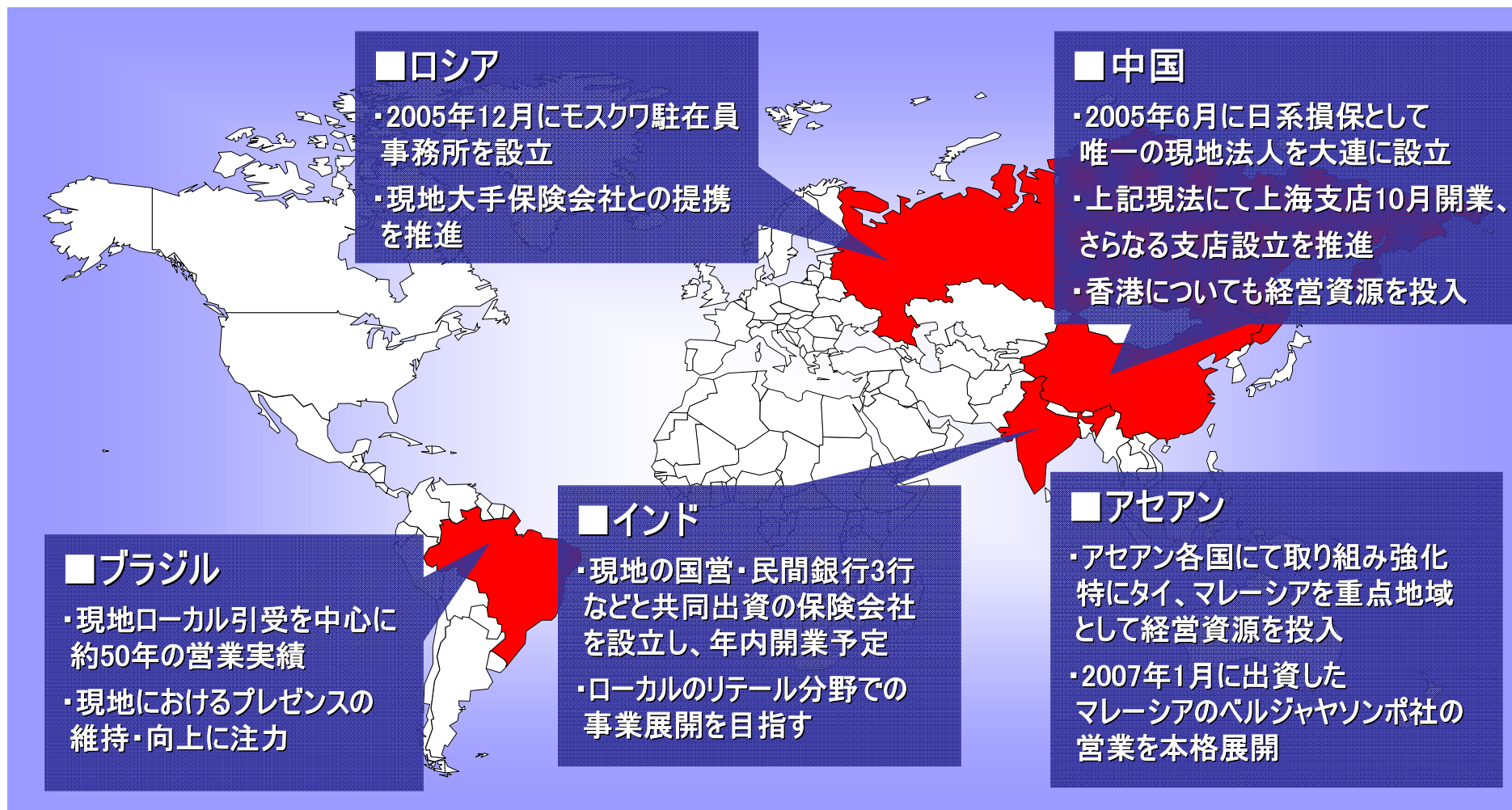
企業型 : 累計規約承認件数 シェア 12.6% 第2位(推定)

損保ジャパン・アセットマネジメント

投資信託 純資産残高

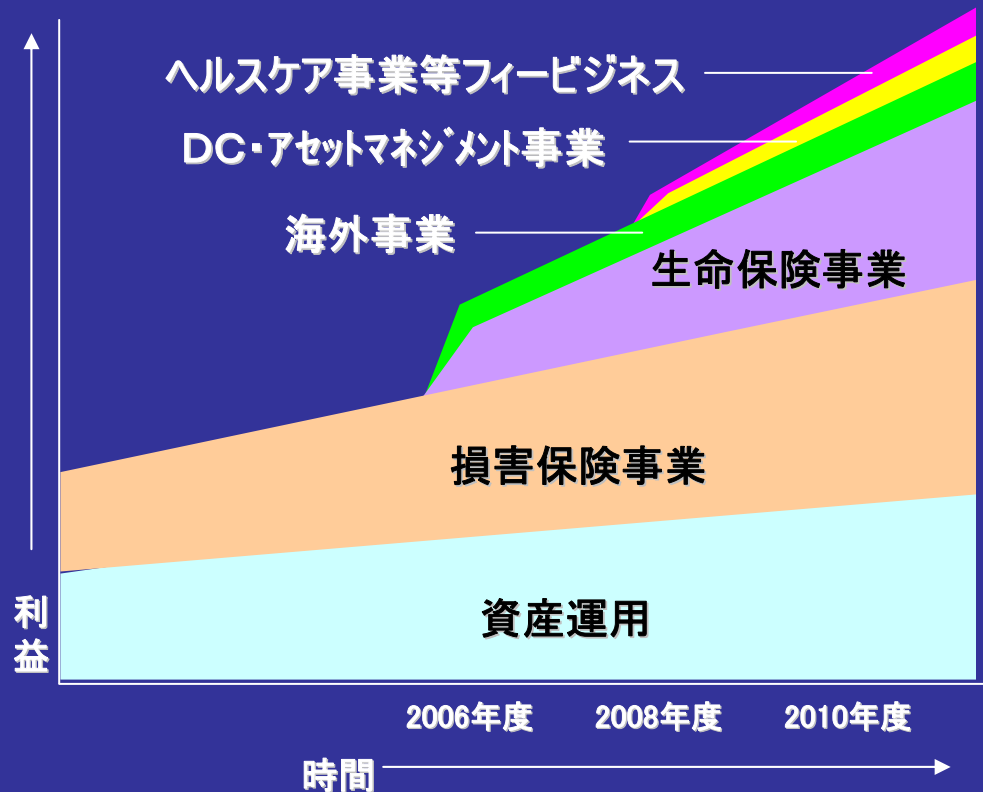


海外事業

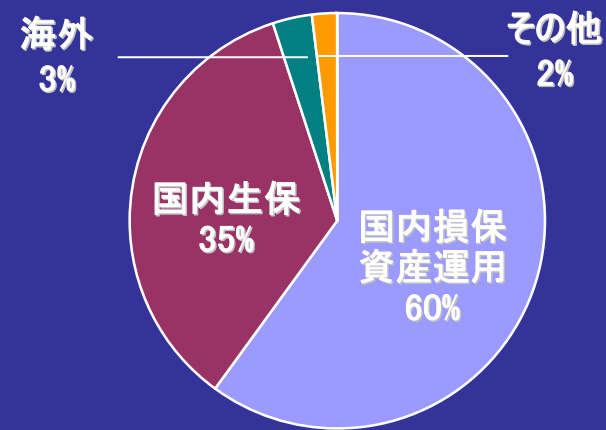


中期的に目指す姿

利益ベース事業ポートフォリオ



2010年度

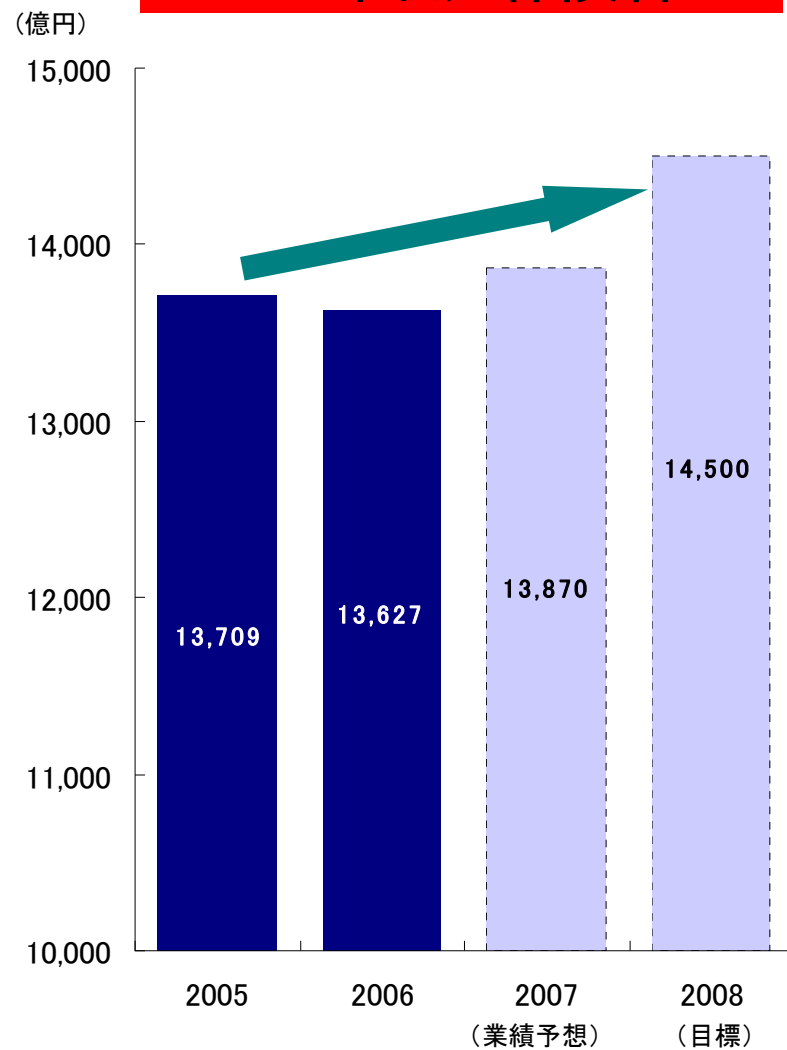


ひまわり生命は、修正EV増加額ベース(注)。
その他は、当期純利益ベース。

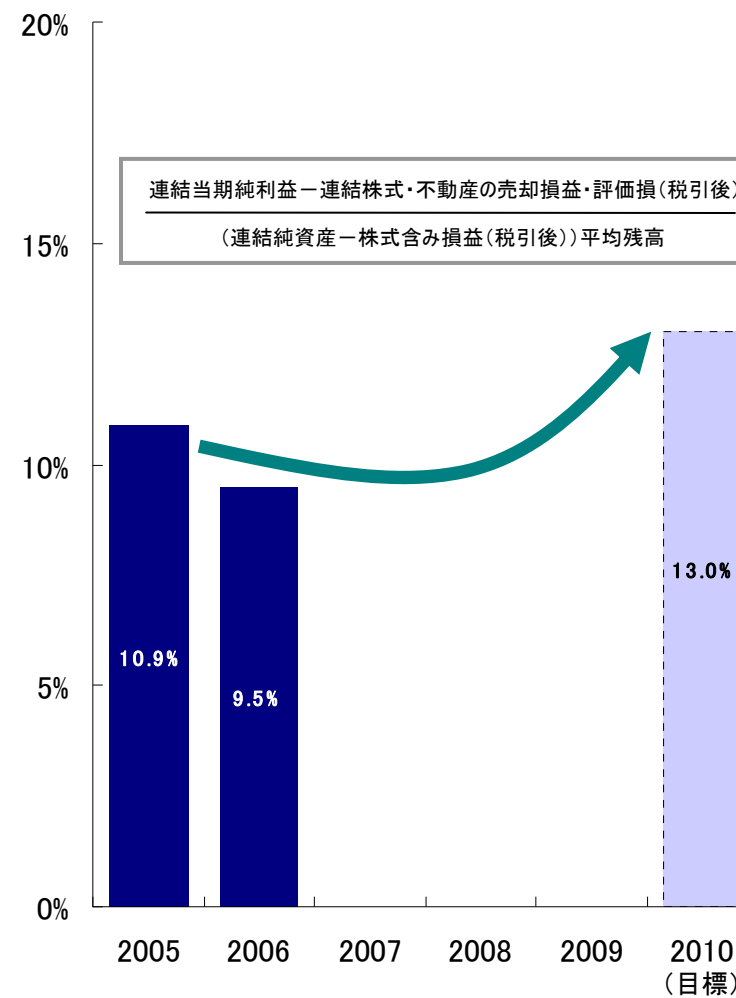
(注)EV増加額から、①金利変動、②割引率変動、
③増資・株主配当、の影響を控除したもの。

目標とする経営指標

正味収入保険料



連結修正ROE

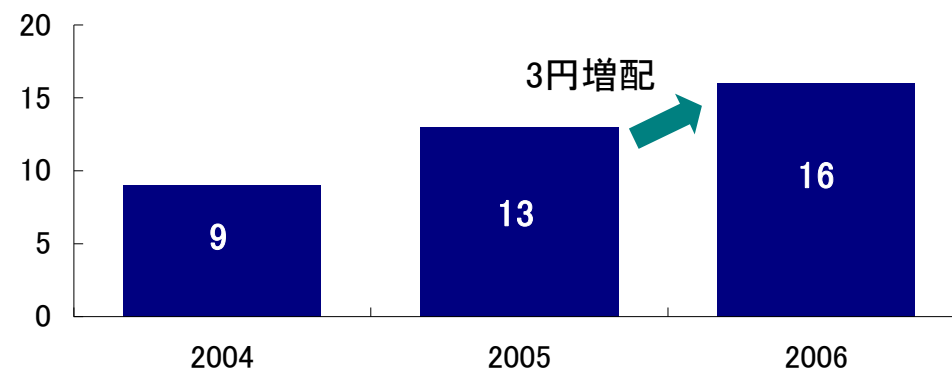


株主還元の充実

株主還元は配当を中心とし実額の安定的な増加を図る

<1株当たり配当金>

(円)



目標

連結純資産配当率(DOE) 2%

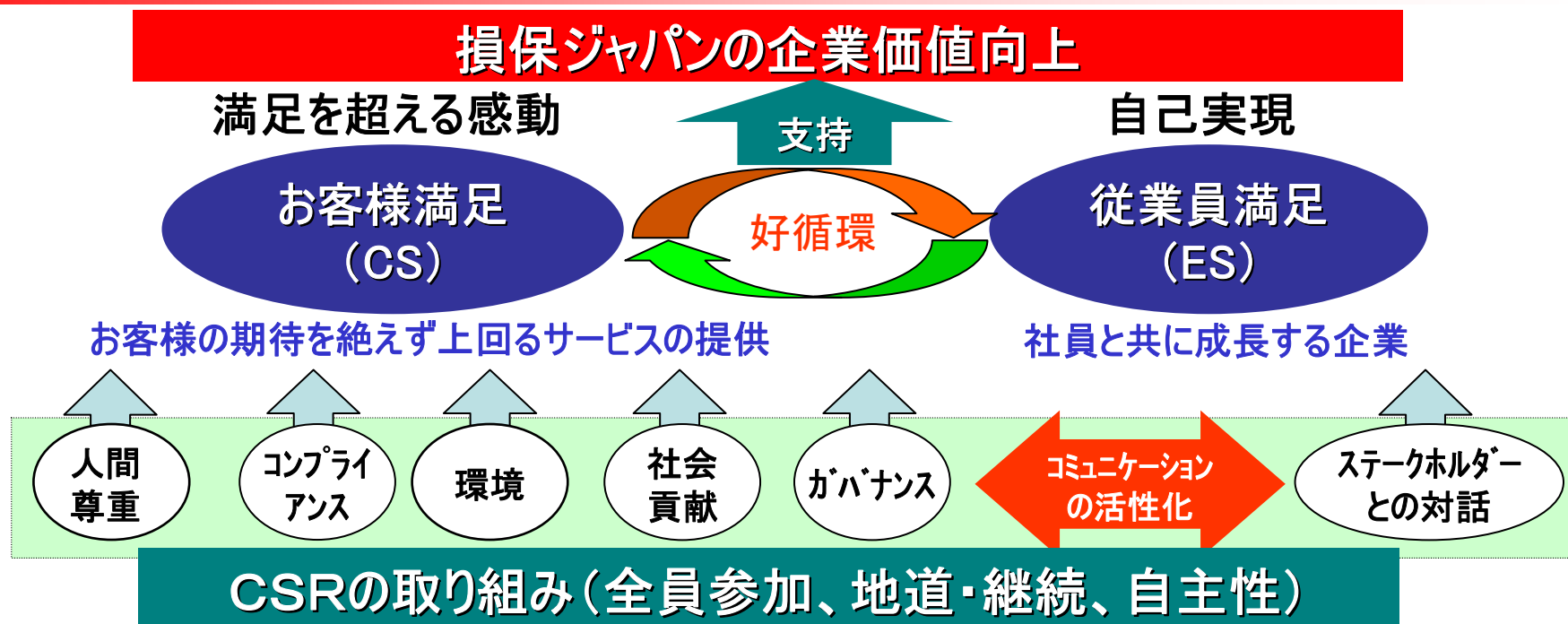
<参考>2006年度 1.1%

株主優待

「損保ジャパン東郷青児美術館」無料招待券2枚

「損保ジャパン東郷青児美術館」オリジナルグッズ

損保ジャパンのCSR活動



損保ジャパン CSRコミュニケーションサイト

ステークホルダーとの、WEBでの継続的な双方向対話を可能にする専用サイト

<http://sompo-japan.stadiams.jp>

1. 損保日本の概要

2. 日本の損害保険業界の将来性

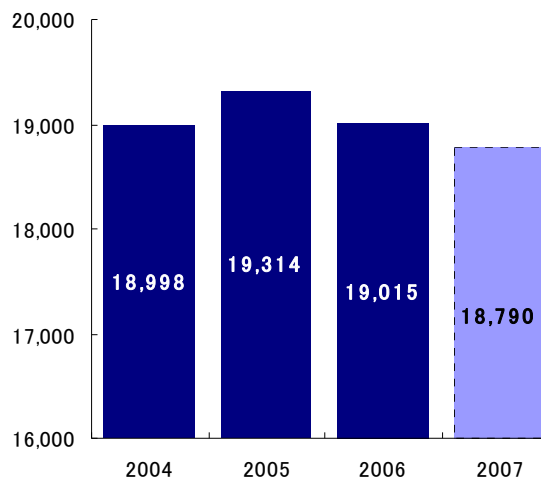
3. 損保日本の経営戦略

参考資料

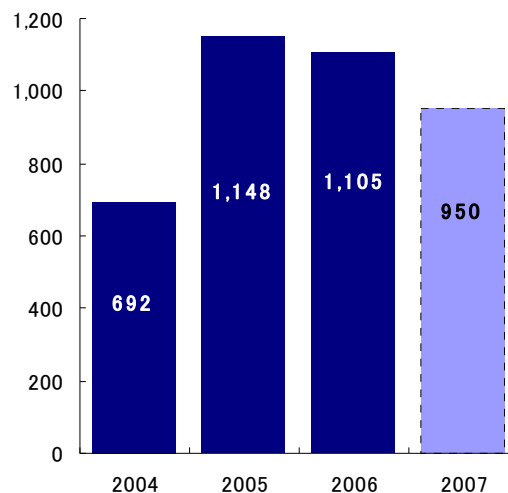
＜参考＞過去の業績推移・2007年度見込み (単位:億円)

連結

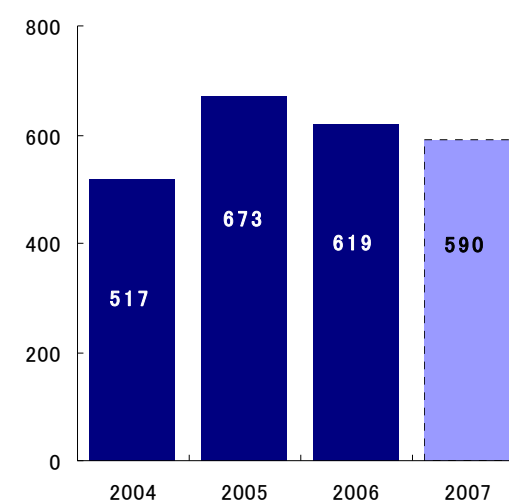
経常収益



経常利益

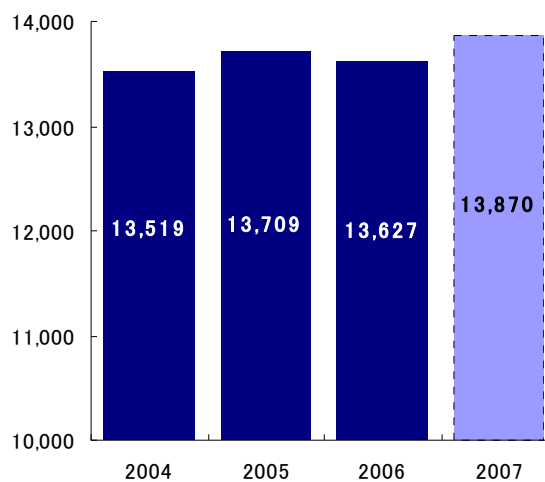


当期純利益

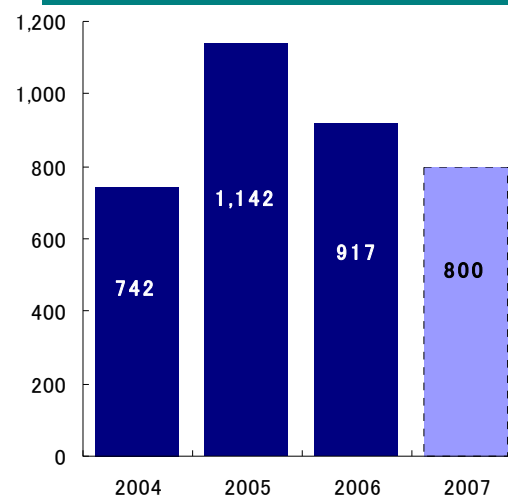


単体

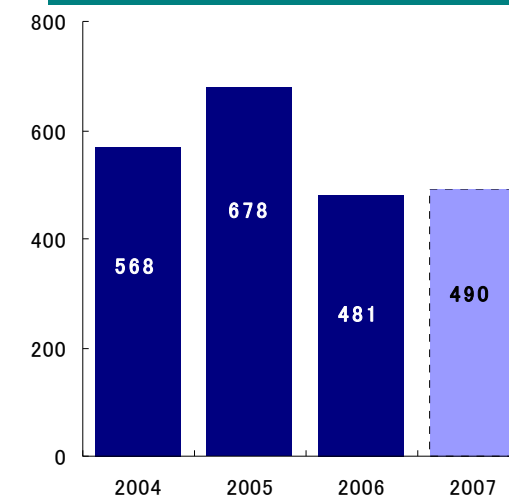
正味収入保険料



経常利益



当期純利益



＜参考＞自然災害

風水害等による保険金の支払い

1. 過去の高額支払保険金（災害例）

順位	災害名	地域	年月日	支払保険金（単位：億円）			
				火災・新種	自動車	海上	合計
1	台風19号	全国	1991年9月26～28日	5,225	269	185	5,679
2	台風18号	全国	2004年9月4～8日	3,564	259	51	3,874
3	台風18号	熊本、山口、福岡等	1999年9月21～25日	2,847	212	88	3,147
4	台風7号	近畿中心	1998年9月22日	1,514	61	24	1,600
5	台風23号	西日本	2004年10月20日	1,113	179	89	1,380
6	台風13号	福岡、佐賀、長崎、宮崎等	2006年9月15～20日	1,161	147	12	1,320
7	台風16号	全国	2004年8月30～31日	1,037	138	35	1,210
8	平成12年9月豪雨	愛知等	2000年9月10～12日	447	545	39	1,030
9	台風13号	九州、四国、中国	1993年9月3日	933	35	10	977
10	ひょう災	千葉、茨城	2000年5月24日	372	303	25	700

地震保険による保険金の支払い

1. 地震保険支払額順

	地震名	発生年月日	支払保険金 (単位：億円)
1	兵庫県南部地震（阪神・淡路大震災）	1995年1月17日	783
2	芸予地震	2001年3月24日	169
3	福岡県西方沖を震源とする地震	2005年3月20日	167
4	平成16年新潟県中越地震	2004年10月23日	148
5	平成19年新潟県中越沖地震	2007年7月16日	78
6	福岡県西方沖を震源とする地震	2005年4月20日	61
7	十勝沖地震	2003年9月26日	60
8	鳥取県西部地震	2000年10月6日	29
9	平成19年能登半島地震	2007年3月25日	25
10	宮城県北部を震源とする地震	2003年7月26日	22

出典：日本損害保険協会

＜参考＞損害保険会社の決算の仕組み①

損害保険会社
(+)正味収入保険料
(-)正味支払保険金
(-)諸手数料及び集金費
(-)営業費及び一般管理費
(-)支払備金・責任準備金繰入
保険引受利益
(±)資産運用収益・費用
(±)その他収益・費用
経常利益
当期純利益

一般事業会社
(+)売上高
(-)売上原価
(-)販売費及び一般管理費
営業利益
(±)営業外収益・費用
経常利益
当期純利益

＜参考＞損害保険会社の決算の仕組み②

支払備金・責任準備金

売上高に相当する保険料が先に確定し、
売上原価に相当する保険金は後から支払うことになるため、
期間損益の正確な把握や保険金の支払資金確保のために積み立てる

支払備金

普通支払備金

事故の報告は受けているが、まだ支出していない保険金

IBNR備金

事故は発生しているが、まだ報告を受けていない保険金

責任準備金

普通責任準備金

決算日に満期が到来していない契約について、
保険責任が経過していない部分に対する保険料

払戻積立金 契約者配当準備金

積立保険の返戻金や契約者配当の支払に備えるために
積み立てる準備金

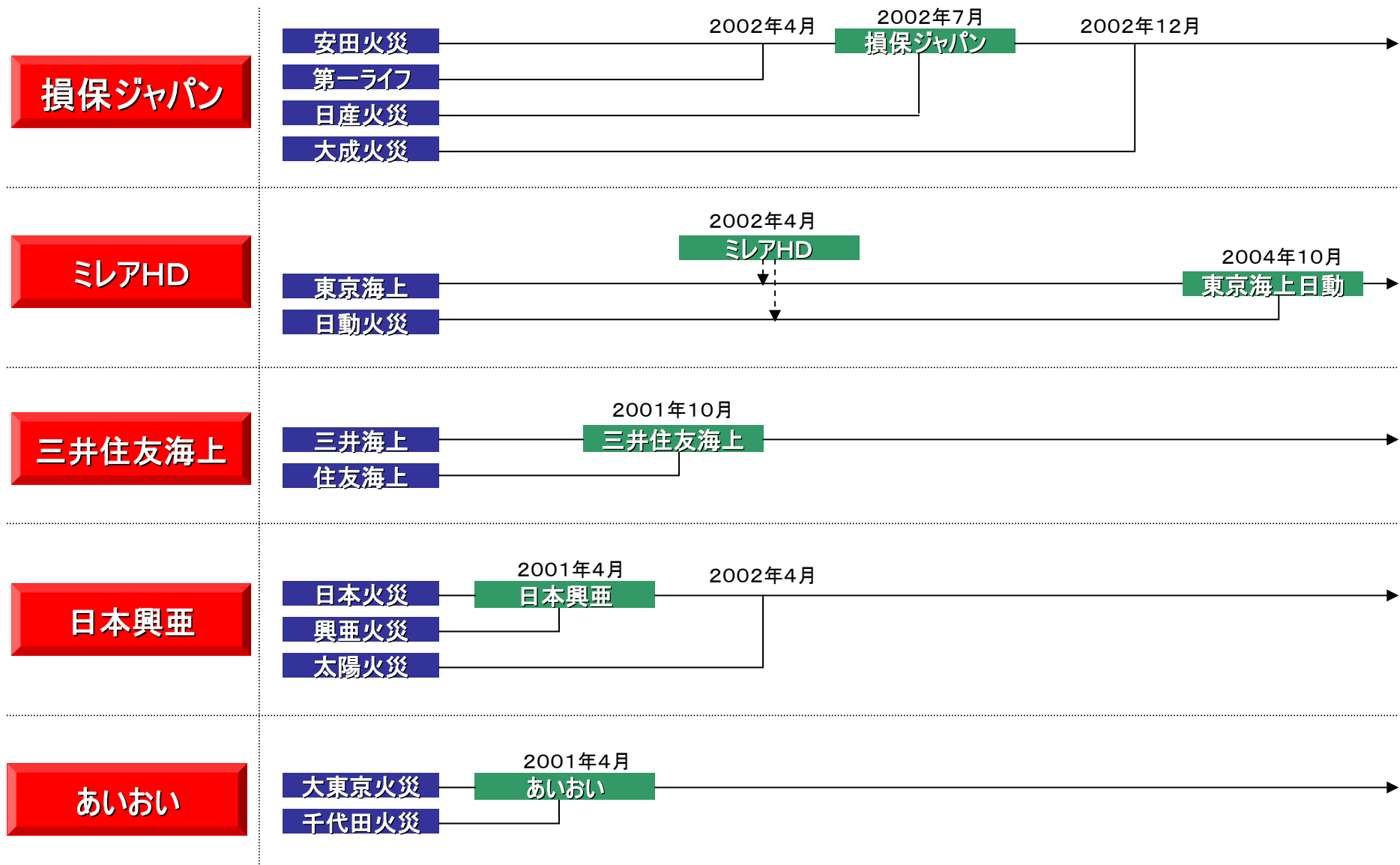
異常危険準備金

台風などの巨大災害に備えるために積み立てる準備金

地震保険・ 自賠責保険の 責任準備金

損益ゼロの原則に基づいて、積み立てる準備金

＜参考＞損保業界の再編



<参考>ホームページのご案内

ホームページ「株主・投資家の皆さま」のご案内

→ <http://www.sompo-japan.co.jp/ir/index.html>

投資家の皆さまに向けて、当社の情報を早く正確にお知らせするために、開設しています。

◆掲載メニュー

- ・IRニュース
- ・株価・株式・格付け情報
- ・IR資料
- ・IRイベントスケジュール
- ・財務情報
- ・株主総会
- ・株式事務のご案内



The screenshot shows the Sompo Japan IR website interface. At the top, there is a search bar and language selection (日本語 | English). A navigation bar includes links for Home, Individual Customers, Corporate Customers, Policyholders, **株主・投資家の皆さま** (Shareholders/Investors), and Employment Information. Below this, there are links for 'About Sompo Japan', 'Customer Service', 'Request for Prospectus', 'Branch Information', and 'Site Map', along with accessibility options like 'Voice Playback' and 'Text Enlargement'.

The main content area features a breadcrumb trail: ホーム > 株主・投資家の皆さま. A prominent heading reads '株主・投資家の皆さま'. Below this is a blue banner with the text '株主価値の持続的な向上を目指します' (We aim for the sustainable improvement of shareholder value). The main text states: '損保ジャパンは「リスクと資産形成に関する総合サービスグループ」という事業像の実現を目指し、積極的な事業展開を進めることで、株主価値を安定的、持続的に向上させ、株主、投資家の皆さまのご期待に応えてまいります。' (Sompo Japan aims to realize a business image as a 'comprehensive service group for risk and asset formation', and by actively expanding its business, we aim to improve shareholder value in a stable and sustainable manner, responding to the expectations of our shareholders and investors.)

The page is dated '最終更新日:2007年10月26日' (Last updated: October 26, 2007). A section titled 'IRニュース' (IR News) lists two items:

- 2007年10月26日  損保ジャパンDIY生命 機動的な事業戦略展開を目的とした35億円の資本増強(PDF形式、82KB)
- 2007年10月04日  2007年9月営業成績速報を掲載しました(PDF形式、6KB)

■ ご注意

本資料に記載された内容のうち、歴史的事実以外の内容については、資料作成時点における把握可能な情報から得られた損保ジャパンの判断に基づく予想および見通しであります。

これら予想および見通しは、将来の業績等が記載された内容通りに達成されることを当社が保証するものではなく、実際の業績等は、様々な不確定要因により、これら予想から大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。