



慶應義塾大学ビジネス・スクール

アニコム損害保険株式会社(B)

5

業界専門家からみた市場の展望とアニコムの課題

アニコムの印象

10

大手損保では市場規模が小さすぎてやれなかったことを、アニコムがやったことで、市場開拓に大きく貢献し、業界最大手になりました。ただし、商品設計が自らの首を絞めているように見えます。2014年3月期のアニコムの正味損害率は66.7%、アイペットは34.1%です。またアニコムの1契約あたり平均4件の請求はペット保険業界の中では多い方です。

15

動物病院を中心に開拓したことで逆選別が起きたのではないのでしょうか。保険ビジネスにおいて初期の顧客は必ずしも優良顧客とは限りません。普及していない中でも契約するということは、保険の必要性が顕在化している、つまり何らかの病気なり、けがなりを持っている層のため、損害率が高い顧客を取らざるを得なかったのではないかと思います。

20

アニコムは、動物病院で傷病の診断をされた後にも加入できるので、病院が加入を勧めることがあると聞いています。その方が、飼い主の金銭負担が少なくなるため、高額の治療を受け入れやすくなるそうです。病院としては高額治療をすれば利益になります。

また、手術・入院型ではなく健康保険型のサービスを中心にしたことで千円以下の、査定不可の請求が多いことが要因ではないかと推測します。また、この損害率の高さが、他サービスや商品開発の足かせになるのではないかと懸念しています。逆に競合や新規参入検討者はこれらの状況をよく学んで参

25

.....
このケースは、慶應義塾大学ビジネス・スクールのクラス討論の基礎資料として清水勝彦教授の監修のもとM36の小河泰史、金原幸作、土田麻梨亜、萩野 早が作成したものであり、経営上の適切もしくは不適切な状況処理を例示しようとするものではない。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は<http://www.kbs.keio.ac.jp/>へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright© 清水勝彦、小河 泰史、金原幸作、土田麻梨亜、萩野 早（2015年5月作成）