



Marsh News Japan

News for Marsh clients in Japan



新たな調査、企業の 鳥インフルエンザ対策に警鐘

大半の企業は、広域伝染病の大流行に対してほとんど無防備だといわざるを得ない。だが最新の調査を見る限りでは、近い将来の大流行に備えて対策を講じておくことが望ましい。

この10月に日本とベトナムの研究者グループが発表した論文によると、鳥インフルエンザは予想されていた以上にヒトに伝染する可能性が高いという。この研究グループは、突然変異を起こしたH5N1ウィルスがヒトの上気道で繁殖できることを発見した。

そして「このウィルスがヒトからヒトへ感染した例はまだ確認されていないが、その能力を獲得する可能性があることは明らかだ」と報告されたと共同通信は伝えている。

東京大学の河岡義裕教授が率いる9名の研究者グループも、ウィルスが咳やくしゃみなどでヒトからヒトへ感染できることを発見した。

「もう一度別の突然変異が起きない限り、大流行にはいたらないだろう。だが感染者が増えれば、突然変異が起こる確率は高まる」と河岡教授は述べている。

しかし企業の関心は低く、対策に着手するところは少ない。最近マーシュが調査会社に依頼して米国で行った調査によると、フォーチュン1000にランクされる企業の経営幹部のうち、大流行が今後10年以内に起きる可能性が「きわめて高い」と考えているのは、全体のわずか4%だった。また何らかの対策をすでに講じたと回答した経営幹部は41%にとどまった。

同調査で、大流行になれば事業への影響は「きわめて深刻」または「深刻」と回答した経営幹部も41%に達している。従業員の病欠や死亡のみな

目次

- なぜリスクマネジメントは最優先事項なのか page 2
- “評判”というかけがえのない資産を守るための迅速な初期対応 page 3
- ニュースバイツ page 4

(continued on page 2)

新たな調査、企業の鳥インフルエンザ対策に警鐘

(1ページより)

らず、市場の大幅縮小が予想されるためだ。

2006年末現在の時点で、アジアにおける広域伝染病大流行の危険性をもっとも大きいとされているにもかかわらず、既に対策を講じている企業は25%以下だった。たとえ大流行したとしても自社事業は影響を受けないか、まったく予想不能なので準備をしても無駄であると考えていることが推察できる。

しかし政府や一部の企業は、特に新型肺炎（SARS）の流行以来、自社事業や社員、さらには家族、サプライヤー、その他の関係者などを含む大切な財産を伝染病の流行から守るべく、現実的な対策を立て始め

サプライ・チェーンが機能しなくなった場合、翌年度に事業が被る平均的影響

営業利益は107%減	売上高の伸び率は7%減
売上高利益率は114%減	経費は11%増
総資産利益率は93%減	在庫は14%増

注：上記の数字は、様々な事由・発生リスクに伴う影響度合の平均値である。広域伝染病そのものの流行期間はこれらの平均値よりはるかに長いと予想される。

出典：Hendrick K and Singhal V. *The Effect of Supply Chain Disruptions on Long-term Shareholder Value, Profitability, and Share Price Volatility*. June 2005.

た。具体的な対策として、緊急時の代替サプライ・チェーンの特定、医薬品や消毒薬・マスク・手袋などの備蓄、流行中・流行後に事業を支障なく継続するための計画立案などが挙げられる。

数は少ないが、「伝染病保険」のような保険が提供される事例はあるだろう。だが米国保険リサーチ学会（SIR）によれば、そのような保険

の多くは病気による長期休業・後遺症・死亡をカバーする個人向け保険であり、労災補償にも充当することも可能だと思われる。ただしこの種の保険は保険料が非常に高くなりがちで、しかもごく短い期間しかカバーしない。また、伝染病による事業中断などをカバーする目的で企業向けに提供される例はほとんど見られない。

なぜリスクマネジメントは最優先事項なのか

マーシュジャパン株式会社

代表取締役社長

ジャパン・クライアント・サービスズ・グローバルチェアマン

下山 浩史

これまで20年以上マーシュ・インクに従事し、日系企業の経営層とリスクに関する対話の機会を各地で頂いている。先進的なリスクマネジメントを導入する欧米企業と比較すると、日系企業のリスクマネジメント体制は残念ながら整っていないと言いがたい。

会社法、バーゼルⅡ、そして巨大リスクへの対策策定、内部統制の向上など課題は多く、私たちは日系企業の経営層に対して警鐘を鳴らさざるを得ない。

CROを任命して全社的なリスクマネジメントを遂行する会社もあれば、保険担当部署が兼務、あるいは子会社の保険代理店がリスクマネジメントを担当する会社、

また、部署間での対話不足により全社的なリスクマネジメントが遂行できないケースなど、リスク対応にはかなりの温度差が見られる。

リスクマネジメントは、経営戦略において企業価値を向上させるための手段のひとつであることを、再度ご認識いただきたい。

地震、洪水、環境、政治などに起因する巨大リスクの影響度を数値化、企業買収時におけるリスクを精査することは欧米ではごく一般的であり、日本においても広く取り入れられるべきだ。

リスクへの取り組みを組織的に実践し、共通の言語でリスクを議論することが企業組織にとっては大変重要である。日系企業の世界進出の更なる成功のために、私たちマーシュはリスクプロフェッショナルとして、リスクマネジメント体制の構築、リスク対応の向上に貢献していきたい。

“評判”というかけがえのない資産を守るための迅速な初期対応

製品に何らかの問題が発生した場合、製造元は、市場における評判に傷がつくことを防ぐために、これまで以上に迅速な対応を迫られている。記憶に新しい最近の事例が示すように、消費者が関心を高く持ったり、政府の規制も厳しくなってきたためである。

日本のプリンタメーカー、ブラザーは、高い代償を払って迅速な初期対応の重要性を認識した。5年前に発売したプリンタに不良部品が見つかり、世界中のユーザーから苦情が出始めたのだ。インクを紙に吹き付けるプリントヘッドの不具合が発生すると、プリンタのスクリーンに「エラー41」というエラー・メッセージが出る。

インターネットではユーザーからの苦情があつという間に広まった。「ブラザー エラー41」と入力してグーグルで検索をかければ、数百ものウェブサイトやブログがヒットするという状況になり、エラー問題や復旧方法が紹介されるほか、ブラザーの対応までが熱心に語られた。

ブラザーは保証期間を1年から2年に延長して対応したが、早急にリコールすべきだったのではないかと考えるユーザーも少なくない。

消費者向け製品のメーカーは、当局や管轄官庁からもすばやい対応を求められるケースが増えてきている。最近の事例では、米国の玩具メーカー、マテルが該当するだろう。同社は今年、中国で製造された2種類の玩具



のリコールに対して、米消費者製品安全委員会（CPSC）から、危険性のある製品に関する消費者からの全てのクレームを記載した報告書を24時間以内に提出するように命じられている。

ソニーも、迅速な対応なくして風評被害を防ぐことは難しいということを経験したメーカーの一つである。昨年同社は、ノートパソコンに搭載したリチウムイオン・バッテリーをリコールせざるを得なくなった。バッテリーが過熱して火災になる恐れがあると判明したため、回収費用に512億円を要している。

事態を重く見たソニーは、2006年10月に品質管理システムの改善に着手。何か事故が発生したら、たとえ深刻な問題に発展する確率が1000分の1に過ぎなくとも、世界中どこからでも8時間以内に本社に報告する体制を整えるという。同社の製品安全・品質担当役員を務める木暮誠コーポレー

ト・エグゼクティブSVPが日経産業新聞の取材に応じて語った。

木暮氏によると、品質は、ソニー・ブランドそしてソニーの企業イメージと直結しており、ソニーのすべての製品は、ソニーの品質に対する消費者の評価や信頼度に影響をおよぼすという。

製品リコール保険を付保するのは、製造業や小売業にとって一つの可能な解決策である。リコールに伴うコストは巨額に達することが多く、場合によっては財務内容を悪化させかねない。このためマーシュをはじめリスクアドバイザーは、サプライ・チェーンの検証を行ってリスクの所在を特定するコンサルティング・サービスを企業に提供している。

またリコールを速やかに実施するためのアドバイスも行っており、ユーザーにリコールを効率よく知らせるための手順策定、万一の危機に備えた社外の専門家の手配などにも対応している。

こうしたコンサルティングを通じてリスクアドバイザーは評判というかけがえのない資産を守ることに貢献し、企業が安心して製品を作り続けられるように支援を行っている。

風評リスク、保険に関する詳細のお問合せ：
マーシュ・リスク・コンサルティング（日本）
プラクティスリーダー
小森園 康輔
Tel: 03-5334-8275
Kohsuke.Komorizono@marsh.com

Newsbites

気象庁、 緊急地震速報の提供を開始

日本の気象庁は、10月1日から一般向けに緊急地震速報の提供を開始し、大地震発生の数秒から数十秒前に警報を配信する。このシステムは初期振動を検出するもので、各地に推定震度も知らせる。

NHKおよび民間放送局は、テレビとラジオで緊急地震速報を放送する。列車の運転速度を落とす、エレベーターを停止させすみやかに乗客を降ろすなどの緊急措置をとる時間を確保し、大地震による被害を軽減させることが目的だ。また、工場や住宅の中、崖の近くなどの危険な場所にいる人々に避難する時間的猶予を確保することも視野に入れている。

一方、損害保険会社は、6年ぶりに地震保険の料率改定を実施。日本における地震保険の平均料率は、7.7%引き下げられる見通しである。

また11月には、火山情報を提供する新システムも稼働する予定だ。

ディスクレマー：本出版物に記載された情報は、対象とする主題の一般的な見解にすぎず、個別の状況に関する助言とみなされることを意図しているものではなく、そのようなものとして依拠されるべきではありません。法的事項に関する記述は、保険ブローカー、代理店、リスク・コンサルタントとしての経験のみに基づく一般的な所見にすぎず、法律上の助言として依拠されるべきではありません。私どもには、そのような助言を提供する資格を有しません。これらの事項は、すべてお客さま自身が依頼する法的資格を有する専門家とご検討くださいますようお願いいたします。

保険の銀行窓販、 全面解禁へ

金融庁は、銀行の窓口ですべての保険商品を販売できるようにする「銀行窓販」の全面解禁を予定通り12月下旬から認める方針を示した。

保険商品の窓口販売は2001年から段階的に進められ、並行して金融庁は銀行の販売体制や慣行などについて調査を継続してきた。この間に行政処分に至るような大きな不祥事は特に発生しなかった。この報告に基づき金融庁は、「解禁日を延期する理由はない」との見解を示した。

今後金融庁は与野党と話し合い、解禁の詳細を詰めることになっている。

銀行は、2001年の海外旅行傷害保険や火災保険を皮切りに、個人年金保険なども順次扱えるようになっていた。全面解禁となれば、生命保険、医療保険、自動車保険など主要保険商品も販売できるようになる。

マーシュ、世界保険代理店・ ブローカーランキングで1位に

マーシュはこれまでも多くの賞を受賞する機会に恵まれてきたが、このほどもう一つ朗報が加わった。36年連続で、マーシュ・アンド・マクレナン・カンパニーズ（MMC）がビジネス・インシュランス誌の世界保険代理店・ブローカーランキングで1位に選出された。同誌には2007年の保険仲介に関するレポートが掲載されている。

2006年度のMMCの保険仲介および関連サービスの収入は104億7,400万ドル（1兆2,000億円）に達し、2位を30億ドル以上上回った。この数字は、実に競合3社の収入合計に匹敵する。

また、マーシュはリアクションズ誌の「ベスト・グローバル・インシュランス・ブローカー」の荣誉に輝いた。リアクションズ誌は数ヶ月にわたり業界全域を対象とした投票を実施し、世界のベスト・ファーム、ベスト・ピープルを選出した。リアクションズ誌は、保険および再保険業界の専門的かつ世界規模の情報を提供する有数の月刊誌である。

記事に関するお問合せ：
info.jp@marsh.com
Tel:03-5334-8547

マーシュジャパン株式会社
マーシュブローカージャパン株式会社
〒163-1438
東京都新宿区西新宿3-20-2
東京オペラシティタワー38階
www.marsh-jp.com
Copyright 2007 Marsh.
All rights reserved.

MARSH

 MARSH MERCER KROLL
GUY CARPENTER OLIVER WYMAN