

デジタルアントレプレナーシップと 保険の支援的役割

Darren Pain

ジュネーブ協会 Evolving Liability ディレクター

デジタル化はビジネスの形成や運営方法を根本的に変えつつあります。これは単なるテクノロジーの問題ではなく、新しいビジネスが新しい製品やサービスを、協働、設計、展開する方法が変化していることを反映しています。オンラインプラットフォームとそれに関連するアプリケーションプログラムインターフェース (API) は、この新しいデジタル起業活動エコシステムが存在するために不可欠な基本設計概念です。デジタル起業家は、このデジタルトランスフォーメーションの鍵を握る技術者達ですが、彼らが業務の中断による悪影響を恐れることなく商業的および財務的な課題に集中できるようにするという意味では、保険もまた重要な支援的役割を果たしています。

デジタル起業家とは？

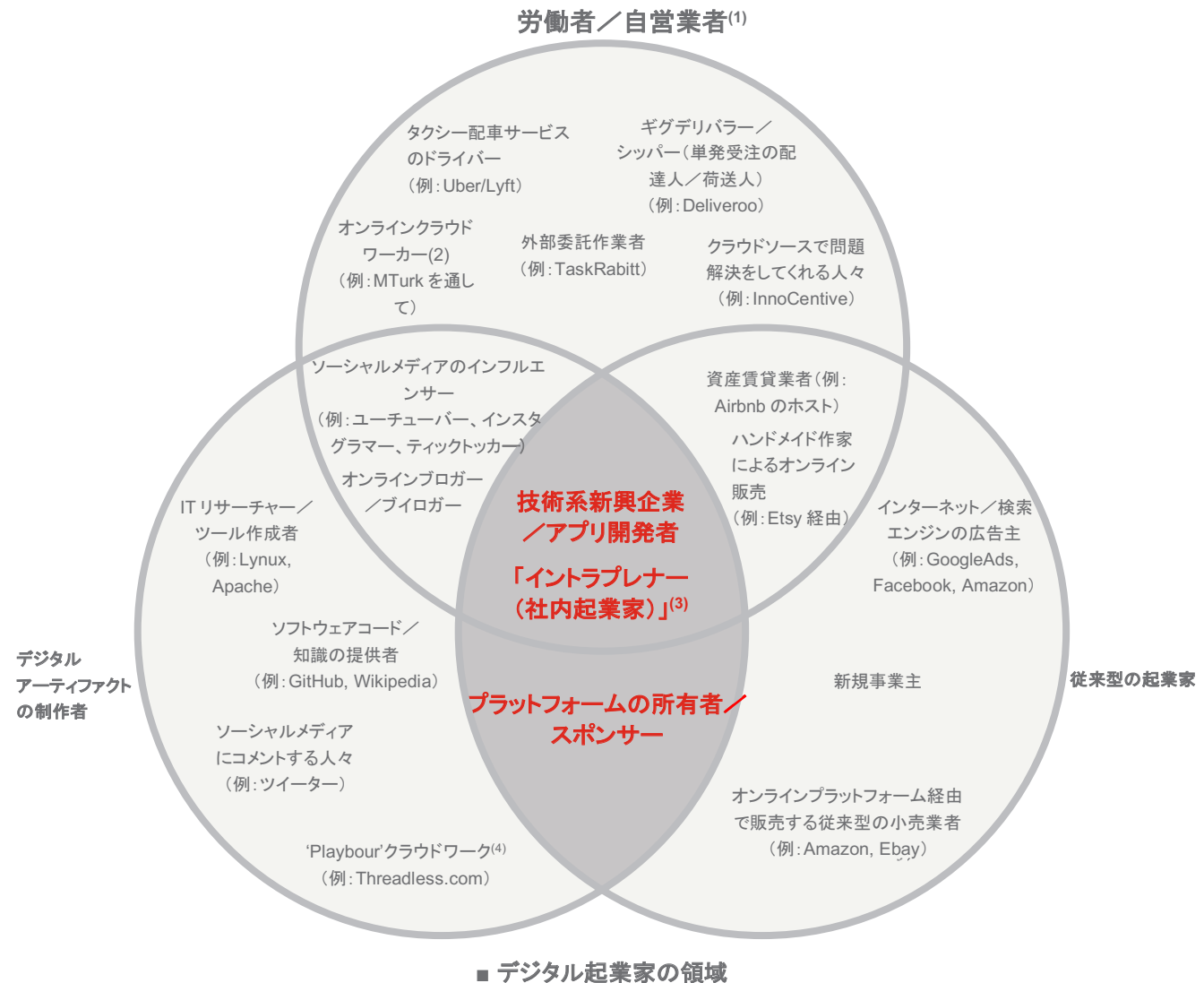
プラットフォームのユーザーとは異なり、デジタル起業家は、デジタルアーティファクト(デジタル生成物)の制作、取引を行います。デジタルアーティファクトとは、エンドユーザーに機能と価値を提供するデジタル及び電子メディアに保存されたアイテムのことです。オンラインで商品を販売する従来の起業家や、(例えば)配車プラットフォームの一部としてタクシーを運転するような独立の業務請負人は、デジタルアーティファクトの制作は行わず、単に彼らのビジネスを円滑に進めるためにそれらを利用します。同様に、デジタルアーティファクトを開発する人は必ずしも起業家ではありません。個人は(GitHub や Wikipedia などのプラットフォームを通して)ソフトウェアのコードや知識を保存し共有することがありますが、通常彼らの動機は利益の獲得機会として利用したり、アイデアや概念をビジネスへ発展させたりすることではありません。

デジタル起業家は一般的に次の三つのグループに分類できます(図 1)。

- デジタルプラットフォームの所有者(新規および既存の両方)。
- 技術系新興企業/アプリ開発者—コンピュータやモバイルデバイス用の新しいハードウェアやソフトウェアを製造する企業(既存のプラットフォームを通じて流通されることが多い)。
- 社内起業家—企業内でデジタルイノベーションを生み出す既存企業の従業員(例えば新しいプラットフォームのビジネスモデル)。



図 1: デジタル起業家とシェアリングエコノミー



(1) 自営業者とは、個人事業主、事業提携メンバー、又は独立の業務請負人を意味します。

(2) オンラインクラウドワークは、特定の仕事に対して(時には依頼主の要求が満たされることを条件とした)賃金労働を提供し、依頼主によって仕事が開始されます。

(3) イントラプレナーシップ(社内起業活動)とは、従業員がイノベーションを起こし、ビジネス機会を追求する、既存の組織内での起業活動を意味します。

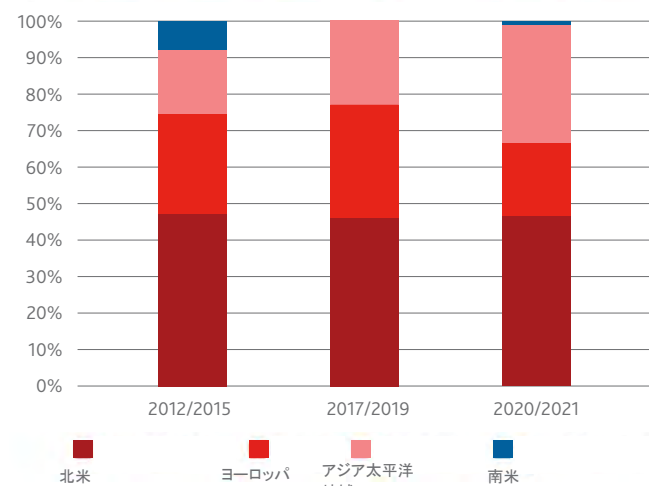
(4) (遊びと労働の組み合わせを意味する) Playbour クラウドワークは、支払未確定あるいは無給の仕事であり、主導権は依頼主側にあります。

出典: ジュネーブ協会

デジタル起業活動が最も活発なのはどこか

物理的、財政的、教育的インフラが十分に発達しているという意味で、主要先進国がデジタル起業活動において世界をリードしています。北米とヨーロッパは、新しいプラットフォームのエコシステムの点では最も上位に位置しています。しかし新興国の経済成長は、重要な地域のスタートアップハブ(新興企業拠点)の出現や新興デジタル企業の急成長と共に急速に追いついてきています。特に新興デジタル企業では、人工知能(AI)、ブロックチェーン、ロボット技術を導入し、急成長しています。これは特にアジア太平洋地域に当てはまり、調査会社の Startup Genome によると、現在アジア太平洋地域は世界の新興企業エコシステムの3分の1近くを占めています(図2)。より一般的に言えば、プラットフォーム化は新興企業だけでなく既存の企業にも広がっています。そうした既存企業は「Everything-as-a-Service(あらゆるもののサービス化)」のビジネスモデルをますます利用し、それをそのまま販売するのではなく、使用料に課金しているのです。

図2: 世界のトップ新興企業エコシステムの地域別シェア*



* 約 40 のスタートアップハブの世界ランキングに基づく。

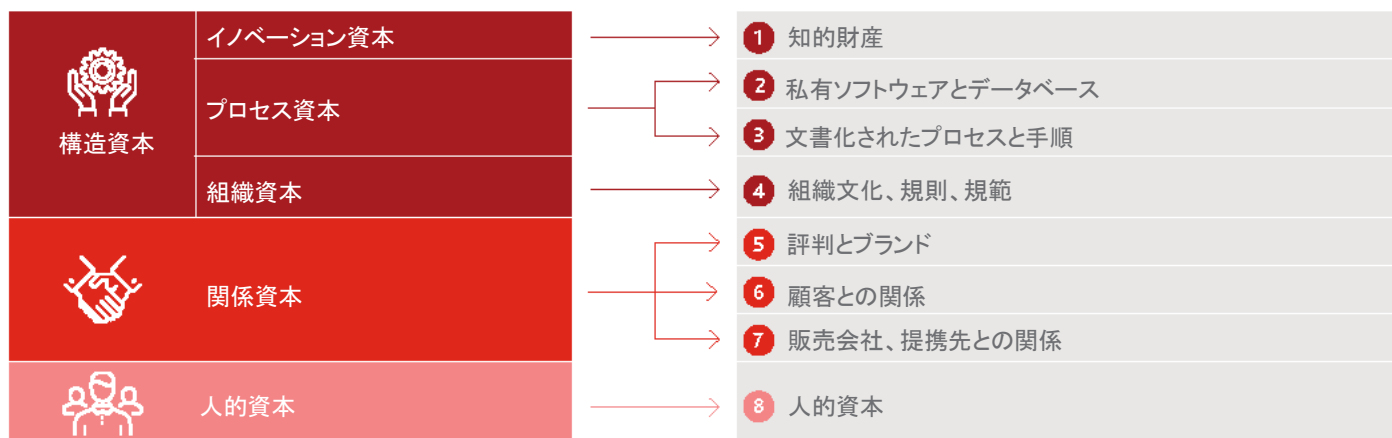
出典: Startup Genome¹

変化する起業活動リスクの状況の理解

新しいデジタルビジネスモデルの重要な帰結として、企業価値の源泉の変化が上げられます。従来の企業と比較すると、一般的にデジタル企業は所有する物理的資産が比較的少なく、人的資本、ソフトウェア、知的財産(IP)などの無形資産からより多くの価値を生み出します。ビッグテック企業の台頭がその変化の典型ですが、その現象はより一般的になってきています。米国の事業投資総額に占める無形資産投資の割合は大幅に上昇しています。(1980 年前半の 15%未満から 2020 年には 35%以上へ上昇)²

大まかに言えば、企業の無形資産は以下のものを反映しています。従業員と創業者(人的資本)両方からの貢献、顧客とサプライヤーとの関係(関係資本)、そしてソフトウェアや知的財産(構造資本)などを含む従業員以外の全てのもの、これらを反映しています(図3を参照)。ビジネスモデルが主にまたは完全にオンライン上にあるデジタルネイティブな企業にとって、自身のプラットフォームとウェブサイトを支えるソフトウェアとユーザー作成コンテンツの集中利用は、彼らの事業にとって絶対的に重要です。

図3: 無形資産の区分



出典: Lloyd's of London/KPMG³

1 Startup Genome 2020.

2 Ocean Tomo 2020.

3 Lloyd's of London/KPMG 2020.

しかしながら、無形資産の価値に影響を与える要因は複雑であり、必ずしも完全には理解されていません。これには、企業価値を高めるものや、純資産を損なう債務や偶発事象が含まれます(すなわち、評判の失墜、危険な労働条件、従業員や顧客に損害を与え法的請求の可能性につながる生成物、などの無形負債です)。無形負債には、評判の失墜、知的財産権の侵害、プラットフォームやソフトウェアユーザーによる損害または損害請求、サイバーセキュリティやプライバシーの侵害、これらにつながる潜在的債務および偶発事象が含まれます。

無形資産のリスクを定量化することは困難です。その理由の一つに、デジタル企業が活動していく法律・訴訟環境自体がまだ発展途上であることが上げられます。しかし、もしそうした環境が具体化すれば、最終的には企業の存続を脅かす可能性もあります。さらに、特に一部の無形資産が正式な財務諸表において認識されていないため、ある種のリスクは潜伏状態にあり、是正措置がとられる前に起こりうる損害が拡大していく可能性があります。

保険の機能改善

すべてのリスクが保険の対象となるわけではありません。とりわけ、ビジネスリスクの中には、定量化できず、ほとんど分散不能でも、企業投資家によって好んで保有されているものがあるためです。それにもかかわらず、保険は起業家が予期せぬ事業上の失敗に対処する際の助けとなり、そのための解決策に適應していくという長い歴史を持っています。時間が経つにつれて、保険引受可否のリスクの境界線は変化していくでしょう。一部は起業家自身の行動によって、また信頼できるデータが出てくると不確実性を保険可能なリスクに変えることができるからです。したがって、サイバー保険や知的財産(IP)保険のような積極的な保険カバーだけでなく、企業賠償責任保険も、新しい無形資産リスクの一部に対応するように進化していくでしょう。Aon/Ponemon の調査によると、情報資産のうち保険に加入しているものは 20%未満であることが示されていますが、このことは大部分が十分な保険に入っていないことを意味しています。⁴

特に中小企業は、十分な保険サービスを受けていません。米国のある調査によると、少なくとも一年間経営している中小企業の 44%が保険に加入したことがありませんでした。⁵ ほぼ半数の企業がリスクを軽減するためのメカニズムを持っていなかったという事実にもかかわらず、このような結果だったのです。このことは、起業家からの保険に対する需要が限られていることを反映している可能性があります。おそらく、起業家が一部のリスク、特に自分のコントロールの及ばないリスクの規模と重要性を過小評価しているためであろうと考えられます。別の調査では、中小企業の 3 分の 1 以上が、保険金請求につながる可能性のある出来事を経験していました。⁶ デジタルビジネスを立ち上げ成長させるスピードの速さ、変化する法環境、限られたリスク管理の専門知識、こうしたことが企業側の盲点を助長する可能性があるのです。

したがって、新たに発生するリスクと保険の恩恵に対する認識を高めるための保険会社のイニシアチブは、新興デジタル企業の適応力を高めることに役立ちます。

特に、新興企業のリスク補償のニーズを理解している専門の保険従業員と共に、より明確で簡潔に書かれた保険契約によって、保険の価値に対する認識が高まっていくでしょう。

このようなマーケティング戦略と並行して、保険会社は以下のことを通じて保険の価値提案をより明確にする方法を追求する必要があります。

- **商品イノベーション** – パラメトリック型保険は、物理的な損害や損傷ではなく、商品やサービスの入手が困難になる状況や不採算化によって損失が発生する場合に特に適しています。具体的には、それぞれの状況に応じて設定された指数に基づく風評リスクの補償、AI ソフトウェア向けの保険に裏付けされた保証、クラウド/IT 障害に対する事業中断補償などがあります。保険会社はまた、付加価値サービスや、ローンの担保として使われる無形資産の価値の保証や、クラウドファンディングの不正行為から投資家を保護することによって、企業を支援することもできます。
- **プロセスイノベーション** – インシュアテック(保険とテクノロジーの融合)との結び付きや起業家との協働による主要データの収集と分析を含め、自動化された引受と合理化された保険販売は、デジタル新興企業のための柔軟でカスタマイズ可能な保険カバーの提供を促進します。
- **組織イノベーション** – API を採用するために保険会社のビジネスモデルを再構成することで、デジタルプラットフォームへの接続性を向上させ、ビジネスに関連する情報を収集しやすくなります。これにより、非常に緻密なリスク測定モデルを作成する有益な機会となり、デジタル起業家を引き付ける新たな保険の事業機会が実現していくでしょう。

参考資料

Aon. 2020. *Financial Impact of Intellectual Property & Cyber Assets Report*.

<https://www.aon.com/getmedia/6e200c08-c579-4333-b5f2-385ab6fbefde/Financial-Impact-of-Intellectual-Property->

Insureon. *Survey: 1 in 3 Small Businesses Faced Top Hazards Last Year*. <https://www.insureon.com/blog/small-business-insurance-claim-statistics>

Lloyd's of London/KPMG. 2020. *Protecting Intangible Assets: Preparing for a New Reality*. August

Next Insurance. 2018. *44% of Small Businesses Have Never Had Insurance: A Risk to Businesses and Their Customers*. <https://www.nextinsurance.com/blog/small-business-insurance-report/>

Ocean Tomo. 2020. *Intangible Asset Market Value Study*, 2020.

Startup Genome. 2020. *Global Startup Ecosystem Report (GSER)*.

4 Aon 2020.

5 Next Insurance 2018.

6 Insureon.