

年間収保36億円 東京海上グループの強み生かす

少額短期保険 トップインタビュ

ミレア日本厚生少額短期保険

損保と少額短期 各々の強みを発揮

6月19日付けて社長に就任されたこの

とですが、意気込みは。関 100年に1度といわれる不況下での就任ですが、むしろビジネスチャンスととらえて全力で使命を果たしたいと考えています。

損害保険会社に入社した一社員として、規模は小さいながらも保険会社の経営者として腕をふるえるのはやりがいがあります。

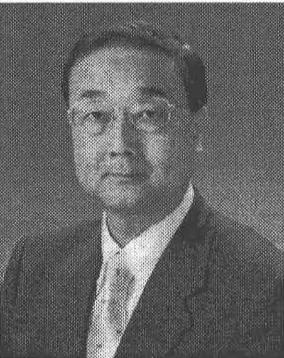
関社長は東京海上日動時代に火災保険分野を担当されたのです。関 専業・兼業代理店全体を統括する営業開発部を担当していました。その中には、火災保険など不動産分野の

家財保険を取り扱う少額短期保険大手の一角、ミレア日本厚生少額短期保険(神奈川県横浜市、以下ミレア日本厚生)。新社長に東京海上日動火災保険(以下、東京海上日動)出身の関栄男氏が就任し、グループ色がよりいっそう強まった。新社長が戦略を語る。

商品も含まれていましたので、そういった関係から、東京海上日動が旧日本厚生共済会に出資した当初から携わっていました。

創業者から東京海上日動出身の社長へとバトンタッチし、よりいっそう東京海上グループ色が強まったわけですが、影響は。

関 グループを連合艦隊にたとえると、東京海上日動が主力大型戦艦で、当社は小型巡洋艦といったところでしようか。規模は小さいですが小回りがきき、マーケットの変化にスピーディーに対応できるという特性があります。グループ内での役割をいっそう明確にしながら、シナジーを向上させ、ミッションを果たしていきたいと考えています。



ミレア日本厚生少額短期保険
(神奈川県横浜市)
関 栄男社長(55)

会社概要
商号 ミレア日本厚生少額短期
保険株式会社
所在地 神奈川県横浜市西区みなとみらい2-2-1-1
横浜ランドマークタワー
1-35階
取締役社長 関 栄男

マーケットとして
の同居者向け家財保険の魅力とは何ですか。関 やはり成長性でしょう。少子高齢化時代を迎え、日本の保険マーケットはあらゆる分野で縮小が予想されていますが、その中にあるのが、その中にある同居者向け家財保険は賃貸に入居する世帯数が増加している有望市場です。晩婚化、中高年の賃貸への住み替え、企業が独身寮を廃止し一般賃貸に切り替えるなど、賃貸住宅の需要が拡大していることが背景にはあります。

営業現場では、東京海上日動とのようにすみ分けする必要があります。

具体的なお線引きはありませんが、東京海上日動とミレア日本厚生、それぞれの特性を生かしていくことで、

自然と役割分担ができるものと考えています。ミレア日本厚生は、小回りがきくという特性を最大限に生かしていきたいです。具体的には、代理店からの要望についてできる限り迅速に応えるほか、商品の販売方法などもペーパーレス、キャッシュレスなどの仕組みを検討していきます。

また、東京海上日動の賃貸不動産代理店のうち、損保のビジネスモデルに合わない代理店さんをミレア日本厚生が積極的に受け入れていきます。当社が扱う「新お部屋の保険」は全国均一料率で構造級別もないことなどから、シンプルビジネスモデルを好む代理店さんはミレア日本厚生に移行していただくことでお互いに業務の効率化といったメリットを享受できます。

テナント向け保険 商品化に意欲

他少額短期保険会社との競争については。

関 少額短期保険には損保のようなセーフティネットが存在しないというハンディがあります。その点は、東京海上グループ入りしたということと絶大な信用補完ができました。また今後、代理店の保

損保業務の効率化において、ウェアによる加入手続きの簡便化、迅速化という課題にも取り組んでいきます。今後は、お客様ご自身によるパソコンや携帯電話での加入手続きが加速度的に普及すると思われるので、この仕組みを早急につくり上げ、代理店の負担軽減、保険説明の効率化、コンプライアンスの向上なども図ってまいります。

今後の目標は。関 昨年の年間収入保険料は約36億円でしたが、今年目標は46億円ですが、7月までは140%の進捗率できています。代理店数は約1600店で前年比微増、保険申込件数は前年比120%です。で、単価の上昇が売り上げ増に寄与しているようです。また、年明け以降に社名変更を予定しています。東京海上の冠を掲げること、よりグループとしての認知度を高めていきます。

商品面での予定は。新商品開発のプランはありますか。関 テナント保険を早期に開始するべく準備を進めています。この分野では後発になりますので、できる限り魅力的な商品にしたいですね。

また今後、代理店の保