

東京海上グループとの連携を強化

課題を一つひとつ解消

ミレア日本厚生少額短期保険

「少額短期保険会社として模範的な会社となるように王道を歩む」―今年6月にミレア日本厚生少額短期保険(株)(神奈川県横浜市)の取締役社長に就任した関栄男氏は強調する。賃貸住宅入居者向けに「新・お部屋の保険」を提供する同社の2008年度の新規契約件数は約27万件、年間収入保険料は約36億円だった。08年度は実質的な意味で開業初年度であったが、業績は順調に推移した。09年度は年間収保で前年度比10億円増(同28%増)の46億円を目指す。今後、東京海上グループのシナジー効果を高めるために連携を強化し、営業拠点を整備する。「お客さま、代理店の声を真摯(しんしん)に受け止め、課題を一つひとつ解消していく」と話す関社長に抱負や今後の事業戦略について聞いた。



関社長

関栄男社長に聞く

―社長就任に当たっての抱負は。
 関 当社ならではの効率と機能を重視したビジネスモデルを構築し、強力に押し進める。これによって、当社が経営理念・経営方針として掲げる

「常にお客さまの信頼を得るため、事業活動のすべての局面でコンプライアンスの徹底を最優先とし、業務品質向上に努め、お客さまへのサービスの向上、社内業務の改善、代理店へのサービス

体制の向上を図ることを実現する。卓越した業務品質と成長力を誇る「お客さまから常に信頼されるナンバーワン」の保険会社を目指す。東京海上グループで賃貸住宅入居者用の保険ビジネスを専門に行う少額短期保険会社として、グループのシナジー効果を上げていきたい。

―販売チャネルの現状は。
 関 2008年度末時点での代理店数は1567店で、07年度末と比べ約500店増加しており、着実に代理店基盤を拡充してきている。

―今後の代理店販売
 関 2010年4月から施行される保険法に対応し、約款やパンフレットなどを改定する必要があり、併せて、代理店さん、お客さまからの要望などを取り入れ、商品改定についても検討を進めている。社内のインフラ、経営基盤に関しては、当社は発足から、まだ2年目というところもあり、十分に整備されていないところもある。これに対応し、しっかりと土台をつくるために、今年8月1日に機構改革を実施した。お客さまや代理店さんの声を経営に迅速に生かしていくことができる体制を整えている。

基盤の拡充について。
 関 東京海上グループでは、東京海上日動、日新火災、ミレア日本厚生入居者を対象にした保険ビジネスを展開している。将来の方向性を踏まえ役割分担を明確化していく。ミレア日本厚生は、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を積極的に受け入れていく。「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、シンプルでビジネスモデルを好む代理店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る。
 ―営業拠点の整備に
 関 現在、本社営業部、東京営業部に加え、福岡支社、大阪支社、名古屋支社、長野営業所を設置している。今後、全国に分布している賃貸不動産代理店との取引拡大と東京海上日動の賃貸不動産代理店の受け入れのためには、ほかの主要都市にも拠点を必要になるので調査・準備を進めている。

―拠点網の中では、東京、大阪の大都市圏は東京海上日動から移行を希望する代理店も一定程度見込まれるため、支社を移転・拡張し、十分な整備を行っている。
 ―新商品の開発の計画は。
 関 テナント向け商品の開発を検討している。

―このほかに営業戦略として推進していることは。
 関 代理店さんの経営トップと直接コミュニケーションをとることを重視している。わたし自身、すでに東京、大阪、名古屋、福岡の約30社を訪問。営業担当役員も順次、各代理店の経営者と面談している。訪問時には、当社に対する意見・要望などを必ずうかがい、経営に反映させる。この取り組みは今後も継続していく。

―また、代理店の新規開拓に向けて営業社員を増強し、今年度は補充も含めてすでに約20人を新規採用した。当社が東京海上グループ入りしたこと、うれしいことに応募者数も1000人近くに上り、異業種からの優秀な営業人材を確保し、人材のレベルアップを相対することができた。
 併せて社員の増強に伴い、社員教育体制の整備も進めている。社員全員が高いレベルで均質化できるように取り組んでいる。
 ―コンプライアンスの徹底について。
 関 社員、代理店のコンプライアンスに対する意識を一段と高める取り組みを実施している。社員教育として、コンプライアンス研修を年4回、各部署ごとの研修を毎月1回、具体的なテーマを決めて行っている。研修を繰り返し、コンプライアンスを習慣化することが重要だ。特別なものではなく、当たり前のものとして判断基準に浸透させる。社員が理解し、代理店への徹底を図る。
 ―今後の事業展開に関して。
 関 旧共済会時代のビジネスモデルを進化させることを考えている。社内で「セルフ化」の動きが強まる中、お客さま自らがウェブを活用して、契約手続きを行い、そのメリットを受ける一方、代理店さんの業務効率化につながる仕組みを構築することを考えている。コンプライアンスを含め、お客さまが納得して迅速に保険に加入できる次世代ビジネスモデルをつくりたい。