

中間決算説明会 質疑応答 (要約)

- Q1. 販売チャネル強化拡大の具体策について伺いたい。
- 保険の販売は基本が大事である。代理店さんをご案内し、ご指導するということを効率的に行うことが重要であり、それによって生産性の高い攻撃的な営業が可能となる。当社では、そうした行動をバックアップするための投資を行っていく。例を挙げると、2006年5月に秋田に新コールセンターが稼働する。以後順次規模を拡大し、最大で700ブース、1200名のオペレーターという規模を予定している。また、新コールセンター稼働後も東京・大宮の現コールセンターを残し、双方で活躍してもらう予定である。
- Q2. 金融機関チャネルは御社の強みであるが、各社とも取り組みを強化していると聞いている。こうした中、チャネル確保の状況はどうか。
- 金融チャネルについては上半期に減収となっている。ローン長期火災で苦戦したほか、低金利環境の継続により年金払積立傷害保険の販売も伸びなかった。しかし、原因がはっきりしていることから、必要な対策を講じている。ローン長期火災については昨年11月に主力商品の改訂を実施し、銀行との協働も積極化している。ただし、住宅販売は好調であるが、マンションが多いため単価が低く、保険料としては伸びていない。積立保険は窓販第三次解禁に対応した商品を提供していく。このチャネルはかなり以前から組織化し、緊密な関係を保ってきた。
- Q3. 朝日生命との提携はそんぽ24だけか、それとも親会社の日本興亜損保とも提携するのか。
- 朝日生命との提携はそんぽ24のみである。朝日生命とは従来より良好な関係を有しており、先方の営業職員の販売力を活かせるそんぽ24のビジネスモデルをご評価頂いたものである。今後のそんぽ24の拡販の起爆剤になると期待している。
- Q4. ダイレクト会社は安かろう悪かろうという人もいるが、そんぽ24の査定はどうか。
- そんぽ24は、遠隔地等で日本興亜損保の査定網と連携しており、ダイレクト系で最も安心できる地域ネットワークを構築していると自負している。
- Q5. 個別短信のP15を見ると自動車と傷害で支払保険金が増えているが、その理由は。
- 自動車は昨年度契約台数が21万台増加しており、それに対応する保険金支払いが出て来たもの。傷害は特殊要因があるのではなく、海外旅行保険の契約増など細かな要因の積み上げでこうなったものである。
- Q6. 自動車の保険料が伸び悩んでいるが、具体的にどのチャネルが不調であったのか。
- 当社は適正なアンダーライティングに努めており、リザルが良いために優良割引等による影響も大きい。また、昨年度、全国5万2千店の代理店の内、約1万店を集約したことの影響もある。もちろんその過程では契約が落ちないように努力したが、やむを得ず減収となった。上半期はこの減収をカバーするための増収努力が足りなかったと反省している。従って、どのチャネルが最も不調であったかということでは、一般代理店での減収が大きい。

以上