

ベル少額短期保険

保険と葬儀のセットを常識に

09年度上期の年間収保は3億3600万円

有馬代表取締役社長に聞く

葬儀費用サポートプラン「千の風」を提供しているベル少額短期保険の代表取締役社長に今年8月1日に就任した有馬正見氏は「保険と葬儀をセットにすることを常識にする」と強調。葬儀規模の縮小による会葬者の減少と家族葬の増加に伴って香典が減っている傾向がある中、遺族にとって突然の出費に備えるとともに、代理店の葬儀会社の葬儀施行と採算性向上につながる商品の提供などさまざまな取り組みを進めていく考えを示した。同社の2008年度年間収入保険料は6億6800万円、保有契約数は4万7745件。09年度中間決算(4~9月)では年間収保3億3600万円、保有契約数4万7114件となった。有馬社長に抱負や今後の事業展開について聞いた。



有馬氏

——社長就任に当たった抱負は。

有馬 企業のトップに求められるのは、会社の方向性を決めるかじ取り

と人材を適材適所に配置する役割だ。わたしが描いている企業像の実現に向けて、まずこの二つの役割をしっかりと果たしていく。また、人材を適材適所に配置する役割だ。わたしが描いている企業像の実現に向けて、まずこの二つの役割をしっかりと果たしていく。

有馬氏 求められるのは、会社の方向性を決めるかじ取りと人材を適材適所に配置する役割だ。わたしが描いている企業像の実現に向けて、まずこの二つの役割をしっかりと果たしていく。

会社を目指す。

——経営理念として掲げていることは。

有馬 少額短期保険業者のリーディングカンパニーとなるためにさまざまな取り組みを推進する。少額短期保険といえ

ば「ベル」、さらに葬儀保険と言えば「ベル」と一種の代名詞となるようにしたい。一方で、消費者にもっと上手に少額短期保険を使っていたら、

有馬 最重点事項として、代理店開拓、商品開発、販売チャネルの拡充を掲げている。共済から少額短期保険業者に移行

し、新たな事業体として運営していく中で、現時点では、まず確固とした営業基盤を構築していくことが必要。現在、代理店網は北海道から沖縄までを網羅。今年11月末時点の登録代理店数は94社、登録募集人数は609人だ。今後も当社の商品は生活保障の商品ではなく、葬儀会社が葬儀を施行するための保障であることから代理店に理解してもらい、代理店開拓を推進し、トップを目指すことができる体制をつくる。

う葬儀施行と一体になった少額短期保険を提供する。今年度は葬儀会社とお客さまが葬儀について相談しながら必要な保障額や保障プランを検討できる生保商品「千の風」のラインアップを充実させた。保険料一定タイプ、65歳から加入可能な保険金50万円のシルバープランを用意し、充実した内容の商品を提供している。

——営業戦略について。

有馬 最重点事項として、代理店開拓、商品開発、販売チャネルの拡充を掲げている。共済から少額短期保険業者に移行し、新たな事業体として運営していく中で、現時点では、まず確固とした営業基盤を構築していくことが必要。現在、代理店網は北海道から沖縄までを網羅。今年11月末時点の登録代理店数は94社、登録募集人数は609人だ。今後も当社の商品は生活保障の商品ではなく、葬儀会社が葬儀を施行するための保障であることから代理店に理解してもらい、代理店開拓を推進し、トップを目指すことができる体制をつくる。

有馬 保険法対応の取り組みについて。

有馬 保険法対応に関するプロジェクトチームを設けて帳票、パンフレット、コンプライアンスマニュアルなどを保険法に対応させて改正した。改定作業の進捗よく状況や改正した内容、そのほかの情報はすべて社内共有するほか、改正後の帳票類などは社員で読み合わせてチェックした。

有馬 代理店の葬儀会社として使ってもらえるようにしていく。

有馬 代理店の葬儀会社として使ってもらえるようにしていく。

有馬 代理店の葬儀会社として使ってもらえるようにしていく。

有馬 代理店の葬儀会社として使ってもらえるようにしていく。

有馬 代理店の葬儀会社として使ってもらえるようにしていく。

有馬 代理店の葬儀会社として使ってもらえるようにしていく。