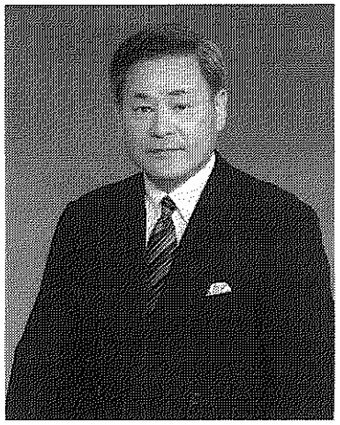

坂口社長

ヒューマンライフ少短　坂口明社長インタビュー

がん・通院保障が手厚い医療保険で業績拡大

募集代理店1000店強みに

全国福利厚生共済会の共済制度から保険契約を引き継いだヒューマンライフ少額短期保険は、低廉な保険料でがん入院と通院給付が手厚い医療保険「ライフ保障プラン」で順調に業績を拡大してきた。2008年の創業から5周年を迎えているが、毎年責任準備金を順調に積み上げており、過去2年間の決算においてソルベンシー・マージン比率は1000％を超えるなど、高い健全性を維持している。前身となる共済制度の立ち上げから携わってきた坂口明社長に、高実績の要因や、今後の営業展開について聞いた。

――順調な成長の要因は。

坂口　三つ考えられる。一つは、創業時から活動基盤となる全国福利厚生共済会があり、マーケットとなるだけでなく、そこから募集代理店を登録できたことが大きい。共済会のメンバーはもともと医療保障の重要性を十分認識しているため、代理店登録が進んだ。二つ目は商品が時代に合っていた点。高齢化社会で民間医療保障の必要性が叫ばれる一方で、安い保険料が求められている。当社の医療保険「ライフ保障プラン」の保険料は一律2000円（一部年代で1900円）としている。三つ目は、商品がシンプルなため経験が浅い代理店でも募集が容易にできた点だ。

――ライフ保障プランの特長や評価が高い点は。

坂口　保険料が安いのはもちろんだが、がん入院日額を疾病入院日額の2倍支払う（39歳女性で2万円）など保障を厚くしている。当社への死亡保険金請求でもがんによる死亡は最多であり、がん入院の請求も毎年増加傾向にあり、役立っていると自負している。また、災害通院給付は入院を必要とせず1日目から支払う。高齢者の日常的な事故は多く、タクシー代の補助に役立ったとの声が届いている。請求は多いものの、給付金が少額なため収支に影響を与えることはない。さらに、保険金・給付金の支払いはスピードを重視しており、書類が完備されてから3日以内の支払い実績は、契約者から感謝の声が届いている。

――募集代理店の数や規模は。

坂口　今年1月末時点で募集代理店登録数は約1000店。このうち法人募集代理店は14店で、ほとんどが個人の代理店だ。保険の販売経験がないため、軌道に乗せるまでの教育が大変だった。代理店は全国47都道府県に配置されていることから、土日を中心に全国に出張して基本教育を徹底した。

――代理店の教育制度は。

坂口　新代理店については面接して採用となった場合、登録前研修→登録後1カ月研修→登録後3カ月研修を行う。1年以上経過した専業代理店に対しては保有契約件数に応じてランク別のスキルアップ研修を行う。各都道府県別に同ランクの代理店を集めて確実にランクアップできるよう指導する。保有契約件数が一定以上の優績代理店は慰労と親睦を兼ねた1泊2日の集合研修も行っている。

特に重要視しているコンプライアンス研修は、全国の拠点ごとに全代理店を対象として年2回開催している。さらに、研修の前後の日程で企業訪問に同行することで事業保険販売が可能な代理店の育成に努めている。

新年度は法人マーケットにも注力

――コンプライアンス強化の狙いは。

坂口　お客さまや募集代理店を守るためにはコンプライアンスは遵守すべきだ。その結果、会社の信用を維持しマーケットからも受け入れられると認識している。これまで、不祥事は1件もない。代理店の研修時には、自主点検を行うほか、携帯用に「勧誘方針」「保険業法300条」を配布し、正当な募集行為の徹底を図っている。社員に対しても、毎月、朝礼時に実例に基づいた勉強会を実施している。

――新規注力チャネルは。

坂口　今年度は新規マーケットの開拓と法人代理店の設置を積極的に推進してきた。法人募集代理店を1月末現在で14店にまで増強した。さらに、4月に向けて新規マーケットとして全国展開する団体の法人募集代理店設置を推進している。

――法人マーケットは今後も拡大するのか。

坂口　弊社の医療保険は、法人マーケットでも役職員の福利厚生商品として需要が高く、今後も拡大していけると考えている。これまでは個人マーケットが中心だったが、今年度からは個人事業主や法人マーケット開拓に特化した研修や同行訓練を実施し、事業保険が扱える代理店の育成に努めている。その結果、1月末時点で25の代理店が、法人26社、個人事業所14社の合計40社と成約する成果を挙げている。

――経営の健全性の取り組みは。

坂口　法令遵守態勢、保険募集管理態勢についてはコンプライアンス強化の中で図っている。財務の健全性は、過去4年間、保有契約件数の増高・経営効率の向上を目指した結果、高い水準を維持している。支払いリスク管理態勢としては、「ライフ保障プラン」については、すべての保障項目に対し60％の再保険を掛け、支払いには万全の態勢を期している。

――新年度に向けての方針は。

坂口　新年度は役職員一同、すべてに対して変革を起こしたい。具体的には、①役職員全員の意識と行動の変革②募集体制の変革（新マーケットの開拓と新販売チャネルの構築）③収納体制の変革④営業店舗の充実―の4点だ。

――長期的な目標について。

坂口　高齢化社会は自助努力が必要な時代だ。一方で、厳しい時代だからこそ少額短期保険の存在意義がある。弊社は「お客さま第一主義」のもと、お客さまに役立つ生活情報資料―社会保険制度、高額療養費制度、入院費用額（医療費＋自己負担）など―を案内し、消費者が求める生活密着型の商品を安い保険料で提供していきたい。お客さまと代理店を大切にしていけば、おのずと結果は付いてくる。高齢化社会が進み大変な時代を迎える中、少額短期保険会社の1社として社会に貢献していきたい。

◇

今年度から注力の法人向けパンフレット

【坂口明社長のプロフィル】

1971年福岡大学法学部卒業後、東邦生命に入社。同社で労働組合・中央執行委員長を務め、会社、組合、健保合同による社員向け福利厚生制度の立ち上げに携わる。仙台支社長時代には、同社で全国1位の業績を達成。98年GEエジソン生命に転籍し、東日本エリアの営業統括本部長に就任。2002年日本共済㈱の個人向け共済の立ち上げのために代表取締役専務として入社。03年全国福利厚生共済会専務理事に就任。07年日本共済㈱の代表取締役社長に就任。08年2月法改正に伴いヒューマンライフ㈱代表取締役に就任。同年10月ヒューマンライフ少額短期保険に社名を変更し営業開始する。