

今回は、はなさく生命保険株式会社 代表取締役社長 柏原 宏治(カシハラ コウジ)さんにお話を伺いました。

□ はなさく生命について

はなさく生命は日本生命グループの一員で、2019年4月に営業開始した新しい生命保険会社です。多様化するお客さまのニーズにきめ細かく応えるため、代理店への商品ラインアップの拡充を進めるとともに、事業運営を通じて得た知見・ノウハウをグループ内に広く還元することにも取り組んでいます。

はなさく生命はどんな会社？

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

はなさく生命はどんな会社ですか？



柏原さん：

当社は、日本生命グループの一員として2019年に営業を開始した生命保険会社です。

最先端のデジタル技術を積極的に活用し、各種お手続きをはじめとするお客さまの利便性向上に取り組んできました。

現在、インターネットや郵送での通信販売および保険ショップをはじめとする保険代理店等を通じて、医療保険や定期保険などを中心に「お手頃な保険料」で「充実した保障」を提供しています。

はなさく生命の企業文化

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

はなさく生命はどんな社員が働いていますか？企業文化やビジョンについて教えてください。

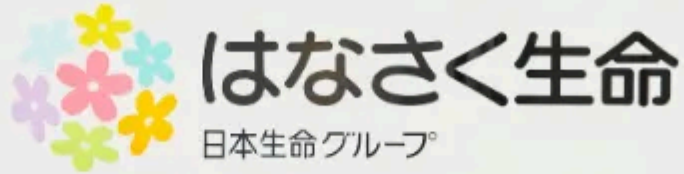


柏原さん：

当社は、長期ビジョンに「“ニュー・インシュアランス・クリエイター”として新しい価値を創造し、お客様の信頼を獲得する」を掲げています。

イノベーションを創出するためには新たな視点で物事を捉えることが重要だと考えています。そのため、当社にはデジタル人材をはじめ、さまざまな知識や経験をもつ多様な人材が入社しています。

社員が自由闊達に意見を交わしノウハウを共有し合うことで、既存の生保ビジネスの枠にとらわれない新しい発想と付加価値の創造を目指す企業文化です。



はなさく生命の進化するお客さまサービス

▼ ほけんのぜんぶマガジン編集部

はなさく生命では顧客の課題やニーズにどのように対応していますか？具体的な取り組みがあれば教えてください。



柏原さん：

今年6月にバージョンアップした医療保険には、女性のがんの早期発見を促し、健康増進をサポートする「女性がん早期発見サポート特約」を新たに設けました。

この特約は、女性特有のがんと診断確定された場合の保障に加え、定期的ながん検診の受診をサポートする保障を備えています。

乳がんや子宮頸がんの検診は2年に1回の受診が推奨されていますが、受診率は多くの年代で約半数程度に留まっているのが実情です。

欧米では乳がん、子宮頸がん検診受診率が約70%以上を達成しているにも関わらず、日本の検診受診率は、国際的に見ても低い値になっています。

がんは早期発見と早期治療が重要ですが、早期のがんは自覚症状がないという事が多いため、早期発見してほしいという想いでこの保障を作りました。

「女性ががん早期発見サポート特約」と、同じく今年6月に新たに開始したがん検診や人間ドックを実施している全国の医療機関を検索し、Web上でご予約いただくことができる「人間ドック・健診予約サービス」により、がん検診を受診する機会が増えることになれば、早期発見・早期治療に役立つことができると考えています。

女性のお客さまにたいへんご好評いただいております、6月のバージョンアップ以降「はなさく医療」にお申込みのお客さまの7割近くが女性となっています。

—お客さまサービスの面での特徴的な対応はどのようなことですか？—



柏原さん：

サービス面については、当社は、営業開始当初から最先端のデジタル技術を積極活用し、お客さまの利便性向上に取り組んできました。

当社ホームページには、ご契約者様専用の「マイページ」をご用意しています。ご契約内容の確認のほか、住所変更や保険料支払方法の変更等、マイページをご利用いただくことでさまざまなお手続きが可能です。

また、2022年6月に入院・手術給付金等を請求されるお客さま向けに、「給付金請求オンライン完結サービス」を開始しました。

マイページにて、医療機関から発行される診療明細書を撮影・アップロードいただくことで、給付金の請求手続きがオンラインで完結し、最短5分でお手続きが完了、翌営業日のお支払いも可能となりました。

一方で、このサービス開始後も、診断書のご提出が必要な方には郵送でお手続きいただいております。

そのため、郵送手続きとなる診断書扱についても、オンラインでのお手続きが完結できるよう、システムのバージョンアップに取り組んできました。そして、今年8月より、これまで郵送手続きが必要であった診断書扱の場合も、オンラインでご請求手続きを完了いただけるようになりました。

マイページのご利用で、給付金請求いただく全てのお客さまはオンラインでご請求手続きが完結いたします。

当社は、お客さまにとって重要な給付金等のお支払いについて、コロナ禍でも迅速なお支払いを実現してきました。

今後もデジタルユーザビリティの向上に取り組み、お客さまに利便性の高いサービスを提供してまいります。

はなさく生命が選ばれている理由

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

はなさく生命が選ばれている理由は何でしょうか？具体的な事例があれば教えてください。

柏原さん：

1つには、日本生命のグループ会社であることです。当社は2019年に営業開始した新しい会社ですが、多くの方が日本生命をご存じですので、当社に対して安心感を覚えていただきやすいという点があります。



商品面では、「Good Value for the Price」をコンセプトに商品開発に取り組んでいます。保険料と保障内容のバランス、とりわけ女性向けの保障の充実等についてお客さまにご好評いただいています。主力商品である「はなさく医療」や「はなさく収入保障」は、日経トレンドィやMONOQLOなど雑誌等でも高評価をいただいています。

お申込にあたっては、お客さまご自身で完結いただけるWeb通販、電話やはがきで資料請求いただく郵送通販、そして保険ショップや訪問型代理店での対面販売など、複数のお申込経路をご用意していることもポイントです。

また、お電話等でお問合せいただいたお客さまが対面での保険相談をご希望される際には、お近くの保険代理店を紹介するなど、お客さまのご要望に応じた方法でお申込手続きいただけます。

資料請求や商品比較は郵送通販やインターネット、お申込はお近くの保険代理店というように、お客さまに申込方法をお選びいただける利便性も評価いただいています。



はなさく生命の将来の展望

はなさく生命の将来の展望を教えてください。



柏原さん：

時代の変化に合わせた新たな価値提供を通じ、社会課題の解決や保険業界の発展に貢献していきたいと考えています。

社会・経済環境が変化している中、従来の保険会社の商品・販売チャネルだけでは①**加入を続けられないお客さま**、②**加入に至らないお客さま**、そして③**応えきれないニーズ**、が増加していることを社会課題と認識しており、当社はこの3つの社会課題の解決に向き合っていきます。

—「加入を続けられない」とはどのようなことですか？—



柏原さん：

これまで加入されていた保険の更新を迎えられるお客さまや、定年退職等で団体保険の保障がなくなってしまうお客さまが抱えている課題です。

たとえば保険の更新の際には保険料の値上がりを伴うことがほとんどです。インフレによる家計圧迫の中、保険の継続を諦め保障がなくなる方や保険料を抑えるために保障額を小さくされる方も多く、保険の更新や退職を機に必要な保障をご準備できないといった課題を抱えるお客さまがいらっしゃいます。

一方で、高齢化に伴い社会保障費用は増え続け、国は医療保険制度を維持するために自己負担割合を引き上げるなど、今後も国民負担の増加は避けられないと考えています。

長生き時代の中、ますますの自助努力が必要となっていきます。

この課題に対し、当社はこれからも時代にあった保険商品の開発・バージョンアップに取り組み、一生涯続く充実した保障内容をお手頃価格でご提供し続けていきます。

—「加入に至らない」とはどのようなことですか？—



柏原さん：

保険の比較サイト等も増加しており、保険加入に際してWeb検索が一般化しています。

ご自身でネット申込完結されるお客さまは今後も増加していくと予想していますが、一方で検討の途中でご加入に至らないお客さまも相当数いらっしゃいます。

加入に至らない理由は、保険の選び方が分からない、ご自身にとって最適な保障のアドバイスを得る機会をお持ちいただけていない等、さまざまな要因が背景にあると考えています。

そこで当社は、保険を検討されているお客さまに一日でも早く安心を確保いただけるよう、デジタル技術を駆使してお客さまとの接点を増やし、デジタルコミュニケーションを通じてご検討段階からご加入までのサポートを充実していきます。

また対面での保険コンサルティングをご希望のお客さまには、ご相談いただける保険代理店をご紹介するなど、お客さまニーズに応じて保険加入をサポートいたします。

営業開始当初から最先端のデジタル技術活用に取り組み、また複数のお申込経路をご用意している当社だからこそ対応できる課題だと考えています。

ー「応えきれないニーズ」とはどのようなことですか？ー



柏原さん：
女性が抱える健康課題への対応です。

少子高齢社会の進展により女性への社会的な活躍の期待が高まる一方で、時代の変化や年齢に伴う心身の変化、女性特有の疾病・リスクの増加、そして家事・育児・介護など、女性が直面する課題が多く存在しているのが日本社会の現状です。

当社は、女性を取り巻く心身的・社会的課題の解決支援に取り組むことで、独自性の発揮や付加価値の向上に努めています。

そのためには、これまでの保険商品のような、マスマーケットに対する男女一律の保障内容やサービスの提供ではなく、女性がライフステージで向き合う健康課題にしっかりと対応していかなければいけないと考えています。

これは、保険で解決できるものもあれば、サービスの提供で解決できるものもあります。保険でカバーしきれない課題については当社だけでなく、良いサービスを提供している企業と協力し、女性の心身に寄り添う商品とサービスの提供を実現していきます。