

今回は、なないろ生命執行役員(マーケティング企画部・商品企画部担当)宮本直樹さんにお話を伺いました。

□ なないろ生命

なないろ生命は、2021年4月に誕生した、朝日生命グループの新しい生命保険会社です。
“Create the New Solution -保険に、新しい選択肢を-”をミッションに掲げており、ユーザに合わせた商品・サービスを提供しています。

なないろ生命へ入社した経緯

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

なないろ生命(もしくは朝日生命)へ入社した経緯を教えてください。



宮本さん：
前職時代に朝日生命と合併会社を設立するなど、数年来に亘り一緒に仕事をしてきました。

生保子会社(現在のなないろ生命)の設立プロジェクトに参画すべく、2020年1月に朝日生命入社、同年10月に生保設立準備会社、21年4月に事業免許を取得し、なないろ生命に出向、現在に至ります。

なないろ生命はどんな会社？

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

なないろ生命はどんな会社か教えてください。(ビジョンやミッション、バリュー、企業文化など)



宮本さん：
「Create the New Solution」を掲げ、似たような選択肢のひとつではなく、マーケットに新しい価値・選択肢を提供したいと考えています。

なないろ生命の強み

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

なないろ生命の強み、他者との差別化ポイントを教えてください。

宮本さん：
商品で言えば、安さを重視した他社様の商品とは一線を画し、保障内容や支払い要件に一工夫加えたいと考えております。



「この内容でこの保障内容ならリーズナブルだね」と価格以上の価値を募集人の方やエンドユーザーに感じてもらえるような商品の開発を心掛けています。

なないろ生命の成功事例/選ばれている理由

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

なないろ生命の成功事例やなないろ生命が選ばれている理由など具体的な事例があれば教えてください。



宮本さん：

昨年リリースした医療保険が好調です。特に保険ショップでは高い販売シェアが獲得できております。

特筆すべきところで、当社の医療保険は保険料単価が高い。これは、特約をしっかりと付加して販売いただけている証であり、安いから売りやすい、売りたい、ではなく、保障がしっかりした保険だから売る、お客さまにおすすめしたい、という募集人の方達に支持されているからだと思います。

また、6月5日にリリースした特定3大疾病保険が非常に好評です。

なないろ生命で現在取り組んでいること

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

なないろ生命で現在取り組んでいることを教えてください。



宮本さん：

今年度は新たな取り組みとして米国の生命保険業界に特化したリサーチ、教育機関であるLIMRAと共同で**セールススキル向上のための教育プログラムの提供**を弊社委託代理店の募集人の皆さま向けに展開いたします。

自社専属のコンサルタントやプランナーを抱える保険会社以外の保険会社の多くは代理店募集人に対し自社の商品研修は熱心にやっていますが、その手前の「どうやればマーケットを作るか」「紹介をもらえるようになるか」「成約率など生産性を上げることができるようになるか」といった営業に普遍的ともいえるスキルや技術の教育はしていないのではないのでしょうか。

代理店のみなさまも、複数の保険会社を乗合うことに久しく、商品研修などの資料を見ればわかる内容以外にももっと実践的な成績向上につながる研修を求めているのではないのでしょうか。

実際にそのような声も多くいただいていた中で、LIMRAが日本において代理店の募集人向けの教育事業に力を入れていきたいという想いを持たれていたため、提携することとなりました。

なないろ生命の将来の展望

✓ ほけんのぜんぶマガジン編集部

▶ なないろ生命の将来の展望を教えてください。新たな市場や顧客層の開拓、計画など可能な範囲でお聞かせください。



宮本さん：

訪問型の代理店様での当社認知度や商品認知度はまだまだ低いいため、ここでの存在感を高めていきたいと考えております。

当社は、対面・非対面、一般代理店からスポンサー代理店まで幅広く、マルチチャネル化を実現しております。どこかに偏重するわけでもなく比較的バランスよくチャネルポートフォリオを組むことで仮に一時的に商品競争力が落ちた際の業績のボラティリティを最小限に留められるようにしておきたいと考えており、各チャネルのニーズに沿ったマーケティングを今後も継続して行って参ります。