

エイチ・エスライフ少額短期保険

4月から営業開始

提携先企業でのOEM販売を推進

エイチ・エスライフ少額短期保険(東京都新宿区、飯島友彦社長)が4月から営業を開始した。相手先企業ブランド名を付けた保険商品を開発・提供する「OEM販売」に特化した事業を推進しており、既に提携会社を通じて生命保険や医療保険を販売している。新たなビジネスモデルで保険業界に参入した同社に今後、注目が集まりそうだ。

同社は、金融コングロマリットを目指す澤田ホールディングス・グループの生保事業会社として昨年5月に設立した(当時は準備会社エイチ・エスライフプランニング

株式会社)。(株)。当局との折衝を経て3月14日に、第56号少額短期保険業者として関東財務局での登録を完了した。財務局への登録に際して、定期保険、医療保険など3商品8特約の登録承認を取得している。資本金は2億円で、飯島社長以下10人の役員で事業運営する。

製造業などで、提携先企業の商標を付けた製品の受注生産を意味する「OEM (Original Equipment Manufacturing)」の手法を保険商品の開発に導入。提携先企業が代理店として募集を行い、同社が販売プロモーションや契約手続

きなどを全面的にサポートする。既に福利厚生業務のアウトソーシングサービスを手掛ける(株)ベネフィット・ワン(東京都渋谷区、白石徳生社長)と提携し、4月18日から、同

社会員(504万人)向けに保障選択型の医療・生命保険(「ベネ・ステ」)の販売を開始した。同社は、事業参入に当たって国内や海外生保市場を分析し、契約の小さ化が進んでいるマーケット状況に着目。また、少子高齢化や女性労働力の拡大など、日本と似た社会状況の国の成功モデルを参考にしながら営業戦略を検討した結果、保険期間が短く、少額の保険料で手軽に加入できる商品展開にビジネスチャンスが大きいと判断した。初年度は、ベネフィット・ワンを含む数社と提携し、契約拡大を目指す。同社では「これまで顧客ニーズを満たせていなかったニッチなマーケットで、お客さま目線に立った、新しい商品や販売方法を提供することで、お客さまと提携企業と当社三者がウィンウィン関係になれることを確信している」(飯島社長)として、今後の事業の発展に意欲を示している。