



アイアル少額短期保険株式会社 取締役副社長  
**安藤克行氏**



株式会社シャルレ コミュニティ事業推進部長  
**北村滋郎氏**



株式会社シャルレ コミュニティ事業推進部ライフサポート課  
**安永雅史氏**

### アイアル少額短期保険株式会社

少額短期保険業務を行う2社の合併で2011年2月に誕生。愛のある、身近な「オリジナル保険」の提供を目指し、他業種、他業態との積極的な提携で斬新な商品開発を行っていく。

<http://www.air-ins.co.jp/index.htm>

問い合わせ先/0120-550-378

### 株式会社シャルレ

女性用下着を中心とした衣料商社で、店頭での販売はしておらず、代理店・特約店による訪問販売形式で商品を提供。健康に気を配る商品も扱っている。

# 商品を持たない保険会社。 開発はマーケットに合わせて

大手下着販売会社の株式会社シャルレ。販売員、特約店に向けた共済会が保険業法改正により消滅。その後を引き継ぎ、新たな保険で福利厚生を充実させたのが、アイアル誕生となる合併前のライズ少額短期保険だった。そこにはニーズと開発の歯車がうまく噛み合う背景があった。

**安藤** シャルレさんとのお付き合いは、私がライズ少額短期保険を立ち上げる前に始まりました。

**北村** 2002年に共済会ここむすが設立されて、医療保険や生命保険などを福利厚生として提供していました。2008年に保険業法が改正されるにあたり、少額短期保険への移行を検討して、一緒にやれる企業を探していたんです。3社ほど候補に挙がりました。

**安藤** 私は当時保険代理業をやっていて、仲間と少額短期保険会社を作ることではできると考えていました。ただし、マーケットがないと経営に苦しむことは見えていたので、マーケットを持っているところと協力したい、と思っていました。一方、シャルレさんとしては、マーケットはあるけど保険業ができないということで、お互いの価値観が合致したんです。

**北村** そうですね、お互いに補えるという関係ではありました。しかし弊社が安藤さんのところに決めたいちばんの理由は別にあるんです。ほかの会社は、まずその会社の商品ありきで、「う

ちはこんな商品があります。これを使ってください」という発想で話を進めていたのです。ところが安藤さんのところは、「マーケットがあるのであれば、そのニーズにあった商品を開発します」というスタンスでした。その違いが大きかったですね。

**安藤** 日本の保険業界は、会社が商品を作って代理店を通して不特定多数に売るというやり方ですけども、もはやそのやり方には限界を感じていましたし、ましてや少額短期という保険で同じ方法をとっても闘えません。私はあくまでも黒子で、保険会社でありながら保険商品を持たず、マーケットが求める商品を作る受注生産型の少額短期保険会社を作りたかったんです。

**安永** もともとの共済会の対象はほとんどが女性です。女性特有の疾病や高齢者に対して手厚い保険ということで、まさにシャルレの販売員の特性に合わせた商品を提供していただいています。会員の約10%、650名くらいがアイアルさんの保険に入っています。この数字はかなり多いと思いますよ。

**安藤** シャルレさんの商品を販売している特約店を含めた人数が、約7万2000名。購買層の登録固定客が約150万名。共済会時代は販売員に向けているというイメージでしたが、現在は一般購買層にも拡大することを検討しています。

**安永** 一般の主婦の細かなリスクに対してもいろいろご提案いただき、拡大できればと思っています。今後の目標ですね。

**安藤** 今回の合併でアイアルとなったことにより、さまざまなタイプの商品を作ることには拍車がかかると思います。

私たちはふたつの課題を掲げています。ひとつめは商品の拡充、商品そのものをよくしていくということ。そしてふたつめは保険だけではなくその周りのことにもアイアルが動き、保険全体を「堅い」から「柔らかくおもしろい」と見せられるように変えていくことです。これが大きなテーマになるでしょうね。

(次回は企画中の新商品を紹介)