

シニア層市場開拓への本格的取り組み 「アドバンスト・マーケティング事業部」の新設

新たな収益基盤として成長が見込まれるシニア層市場に対して、「アドバンスト・マーケティング事業部」を新設し、本日発売を開始した「医療保険 MYどっく」を中心とする商品・サービスを提供いたします。

新事業部では、専門スタッフによるマーケット調査やテストマーケティングを実施し、多様化するシニア層のお客さまのニーズに対応した販売スタイルの開発に取り組みます。

1. 目的

シニア層市場に対して、新設の「アドバンスト・マーケティング事業部」にて「医療保険 MYどっく」を中心とした商品・サービスの提供を行なうことにより、シニア層市場開拓に本格的に取り組みます。

2. ポイント

(1) 第三分野商品等の販売

新事業部では、営業職員チャネルとともに販売活動を展開し、とくにシニア層市場に対し、死亡・介護保障マーケットに加え、医療保障マーケット開拓に本格的に取り組んでまいります。

(2) 新たな個人募集代理店ネットワークの構築

新事業部では、多様化する労働市場ニーズを踏まえ、これまでの営業職員チャネルの就労条件下では働く環境が十分に整わなかった優良労働力を積極的に取り込み、当社専属の個人募集代理店を組織化し、指導・管理にあたり安定的な稼動態勢を構築していきます。2010年度には全国1万店の個人募集代理店ネットワークの構築を目指します。

(3) 独自の提案手法の開発

シニア層を対象に当社が昨年実施した調査では、「もっと簡単でわかりやすい商品がいい」、「自ら主体的に検討・選択したい」、「必要に応じて専門家のアドバイスも受けたい」、等のお客さまの声が数多く寄せられました。新事業部では、これらのシニア層顧客のニーズに合わせた独自の提案手法の開発に積極的に取り組みます。

(4) 豊富な営業経験人材の投入と機動的な組織形態の導入

新事業部では、営業経験の豊富な人材（総合職中心に500名規模）を専門スタッフとして投入し、シニア層市場の直接開拓を通じたマーケティングと個人募集代理店の組織化にあたります。また、大幅な権限委譲による機動的な組織形態（独立事業部体制）を導入いたします。