国内マーケット

損保大手4社ほぼ横ばい

19年3月期の自動車正味収入保険料

料率引き下げの影響限定的

2019年3月期の損害保険大手4社の自動車正味収入保険料（単体）は、前年実績に比べてほぼ横ばいとなった。同年1月に自動車保険の料率を数％引き下げた影響で、保険料収入の減収が懸念されていたが、各社の営業努力による契約件数や「特約の付帯に力を入れた」（あいおいニッセイ同和損害保険）ことによってカバーした格好だ。自動車以外を加えた正味収入保険料の20年3月期見通しは、4社すべてが増収を見込む。しかし、今年10月に予定されている消費税増税の影響によっては、各社の業績を左右する可能性もありそうだ。

各社が属する大手損保3グループの19年3月期連結決算で、保険料の収支状況が明らかになった。4社単体の自動車正味収入保険料の増減率は、各事業会社で同0・5％減から0・1％増と小幅な範囲に収まった。「補償拡充や契約台数の増加がプラスの効果になった」（東京海上日動火災保険）と、営業力や商品力の強化に取り組んできた成果を裏付ける。「ドライブレコーダー貸与型特約など、新たな特約が好調だった」（三井住友海上火災保険）ことなど、特約付帯率の向上に力を入れたことも後押しした。

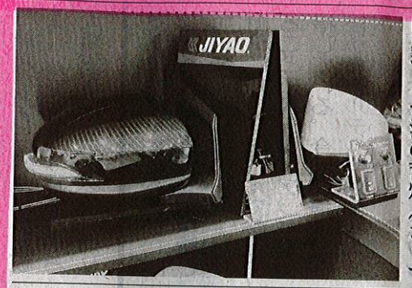
正味損害率は4社とも上昇した。昨年は西日本豪雨など大規模災害が頻発したことにより、保険金の支払いが増加したことが大きいためだ。しかし、自動車保険は、緊急自動ブレーキ装着車の普及などによって事故件数が減少しており、各社の収益の安定化に貢献したとみられる。

一方、3グループの20年3月期の連結業績予想では、全社が増益を見込んでいる。保険は非課税のため、消費税増税による保険料収入に与えるインパクトは小さいとみられる。しかし、「修理費用などは課税対象なため、（利益面での）影響を大きく受けるのでは」（SOMPOホールディングス）と指摘する声もあり、各社は引き続き、動向を注視していく方針だ。

大手損保グループ2019年3月期連結決算と20年3月期見通し

		正味収入保険料	当期純利益	自動車正味収入保険料
東京海上HD		35,874（ 0.6）	2,745（▲3.4）	14,374（▲1.4）
		35,600（▲0.8）	3,250（ 18.4）	－（ －）
	東京海上日動火災	21,666（ 1.0）	2,613（ 2.9）	10,651（ 0.1）
		22,170（ 2.3）	2,500（▲4.4）	－（ －）
MS&AD HD		35,004（ 1.6）	1,927（ 25.1）	15,935（ 0.4）
		35,240（ 0.7）	2,000（ 3.8）	－（ －）
	三井住友海上火災	15,124（ 0.8）	1,711（▲13.7）	6,570（▲0.3）
		15,410（ 1.9）	1,360（▲20.5）	－（ －）
	あいおいニッセイ同和損保	12,335（ 0.9）	373（ 138.8）	6,850（ 0.1）
		12,610（ 2.2）	400（ 7.2）	－（ －）
SOMPO HD		27,181（▲4.8）	1,466（ 4.9）	11,995（▲3.4）
		28,200（ 3.7）	1,680（ 14.6）	－（ －）
	損保ジャパン日本興亜	21,486（▲0.9）	1,757（ 3.3）	10,731（▲0.5）
		21,720（ 1.1）	1,630（▲7.2）	－（ －）

※単位：億円、％。上段は19年3月期業績、下段は20年3月期見通し。カッコ内は前年同期比増減率。▲はマイナス



台湾のジーヤオ

日系向け開発本格化

流れるミラーウインカー　ホンダにも対応

アフターマーケット向けに「流れるミラーウインカー」やランプなどの自動車用品を開発する台湾の吉燿（ジーヤオ）は、日系自動車メーカー向け製品の投入を本格化する。従来の製品群はトヨタ車用のみだったが、今後は他の日系メーカー車向けを順次、商品化する計画。その第1弾として先月、ホンダ「オデッセイ」「CR-V」用を投入した。近くマツダ車向けも投入の見通し。同社製品の輸出に占める日本向けの割合は7割を占めている。日本車向けラインアップを増強して、事業基盤の強化につなげる。

同社の主力商品の流れるミラーウィンカーは、ミラー筐体に複数装着したLEDランプを順次、点灯・消灯させて方向指示器の灯火があたかも流れているかのように見せるドレスアップ用品。高級車を中心に標準採用され、アフターマーケット市場でも人気が高まったことを受けて、トヨタ車用を先行投入。その販売に手ごたえが出たため、他の日系メーカー車向けも商品化する。

製品は、国土交通省が定めた基準に準拠。国内では自動車用品卸売り・通信販売のAVEST（アベスト、山口健吾代表、静岡県浜松市）を通じ販売。3カ月で500～1千ロットの販売を目指す。ジーヤオは1990年創立、LEDランプ以外の部品をすべて自社開発している。

感動夢工場が研究会

オートサービスショーに合わせ

バンザイ（柳田昌宏社長、東京都港区）が支援する自動車整備事業者の感動夢工場（高間専逸会長）は、都内で2日間にわたり「第41回研究

カウントダウン

備えてます

今回から数回にわたって併・買収（M&A）によるを決めた「社長の気持ち」いていきたいと思います。て会社を譲渡するという命の次に大切なものを誰かいうことです。この言い方感じる人もいるかもしれくの人に実感を持っていはないかと思います。

その会社の譲渡を決断さまざまなきっかけがありお会いした従業員10名前後長ですが、年齢はまだ50歳も問題なく第一線で活躍す。人柄は穏やかですが、わりを見せる社長という印会社の業績は問題ないどろ借金もなく、毎年それな酬を計上しており、優良企いいと思います。

この会社、最終的にはMされますが、私が初めてしたのは成約の約2年前で時から会社の譲渡を検討すが、理由は「自分はまだ

スズキランド笠岡中央

松田重雄社長

「セルフ洗車300円から」。JR笠岡駅からほど近い国道2号沿いに一際目を引く大きな看板がある。1964年から地元で整備事業を行っている松田自動車（松田重雄社長）が7年前に開設したスズキランド笠岡中央（同）の店舗だ。

「新規のお客様を獲得するために洗車を前面に出しています。洗車は幅広いユーザーに分かりやすく、どの車でも必要なことですから」と松田社長。

販売競争が激しくなる中、

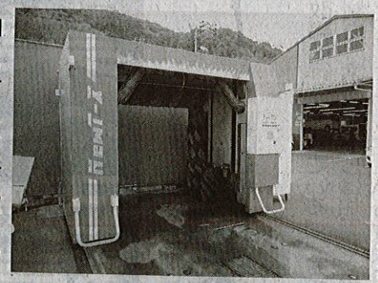
ビューテー「NewT-X」

新規客の獲得と既存客の関係強化へ

スズキランド笠岡中央　本社

店舗の顧客として関係を固めてから新車の販売に至るというルートを確立したい考えで、これに洗車を活用するというわけだ。

同社では、この戦略を実行するため昨年12月にビューティーの洗車機「NewT-X（ニュートエックス）」を導入した。ボディー形状が多様化する中、クラス最高の多軸車形認識システムを採用して洗浄能力を向上させたモデルで、フッ素系コーティングの「FK-2 HYPER」、ガラス系コーティングの「PRISM GLASS」を搭載。洗車だけでなくコーティングもスピーディーに行うことができる最新機能満載の洗車機だ。



NewT-X　仕上がりの良さで好評

ショールームで受け付けを行えば、スタッフが車を移動させて洗車機に入れるシステム。完了までの間、無料で提供されるコーヒーなどを飲みながら快適に過ごすことができる。それでいながらシャンプー洗車が300円、ワックス洗車が500円、撥水洗車が600円、超撥水洗車が800円という安価に設定。価格を抑えられたのは「洗車自体で儲けるためではなく、お客様との接点をつくるため」（同）との考えからだ。

定期的に来場して一定の時間ショールームに滞在することは、店舗やスタッフとユーザーの距離を一気に縮める。目立つ大きな看板のほか、チラシでも洗車を告知したことで、利用者は確実に増加。「洗車だけでも大歓迎」としたことから通りすがりのドライバーも多い。

同社では通常、車検、点検の入庫時には無料で洗車を実施しているが、メンテナンスパックの場合、これに加え、毎月1回、撥水洗車を無料で実施するなど、定期的に来店

洗車を前面に

最新機能満載の洗車機を活用