

2010年度 経営方針説明会 Q&A (要旨)

日 時:	2010年6月4日(金) 15:00~16:40		
登壇者:	徳中	ソニーフィナンシャルホールディングス	代表取締役社長
	井原	ソニーフィナンシャルホールディングス	代表取締役副社長
	藤方	ソニーフィナンシャルホールディングス	代表取締役副社長
	於久田	ソニー生命	代表取締役社長
	山本	ソニー損保	代表取締役社長
	石井	ソニー銀行	代表取締役社長

※内容については、理解し易いよう一部加筆・修正しております。

【Q&A】

Q1.

一部大手生保がスワップを使用し、日本国債の入替え時に発生する売却損を気にせず資産のデュレーションの長期化を検討しているようだが、ソニー生命は引き続き、超長期債を購入し資産のデュレーションの長期化を図る方針か？

A1. [生命]

資産サイドのデュレーション長期化を進めた結果、現在はある程度金利リスクをコントロールできる水準までできていると考えている。今後の QIS5 やソルベンシーII の動向を見ながらの対応になるが、今までと同様のペースでの資産サイドのデュレーション長期化を継続していくのではなく、金利リスクの振れが一定の範囲で収まることが確認できる段階では、現物による長期化以外の ALM やリスクマネジメント手法を用いるなど、様々な方法でERM観点も含めリスク管理を検討していく。そうした中でスワップの利用も研究したい。

Q2.

上記のような動きが加速した場合、超長期以降の年限(特に20年超の部分と想定)における日本国債利回りと金利スワップレートのイールドカーブの間に乖離が発生することも考えられる。ソニー生命では、日本国債による資産運用により ALM マッチングを行なっているものの、負債は金利スワップレートで評価されることから、金利スワップレートだけ下がるとEVは減少し、エコノミックではない状況が発生する。ソニー生命としては、このようなMCEVの問題点をいかに捕え、どのようなリスクマネジメントを考えているのか？

A2. [生命]

日本国債利回りと金利スワップレートのどちらを使用するかについては日本の規制動向をみながら考えていかななくてはならない。現在開示しているMCEVは、MCEV principlesに準拠していることから金利スワップレートを使用しているが、日本国債金利と大きく乖離がでる局面では、日本国債金利での試算を併せて発表する等の対応も検討する。なお、現在使用している金利スワップレートを、今後、変更するか否かについては、規制の流れなどを踏まえて検討を進めたい。

Q3.

ソニー生命の台湾進出計画は、どのような時間軸で進めるのか？手っ取り早く進めるとすれば、既に進出しているソニー生命と同様のコンサルティングベースの販売チャネルを有するプルデンシャルから人を採用することなどが考えられるが、どうか？

A3. [生命]

台湾の生命保険マーケットでは、ここ数年、バンカシュランス(銀行窓販)が主流になっており、2009年現在、新契約の60%程度を占めていることから、ライフプランナーチャネルでの進出以外の、銀行窓販等も検討が必要だと考える。また、台湾の会計基準と国際会計基準の差異を考慮した商品戦略の検討も必要であり、台湾を優先するのか中国を優先するのかなども含め、現在研究中である。

Q4.

ソニー損保の中期計画のトップライン伸び率が年率約 8%ということでこれまでよりはスローダウンし、さらに EI 損害率が 68%に上昇見込みであるということは、参考純率改定による保険料率の引き上げはほとんど織り込んでいないのではないか？あるいは業界自体の伸びが鈍化するという前提で計画しているのか？

A4. [損保]

中期計画の目標は営業部門におけるベストエフォートをかかり厳密に積み上げたものである。料率改定の折り返みについては、保険引受に関する競争力維持と収益性改善のバランスをとりながら実施する予定。競争状態も激化しており、中期目標数値は資料で示した数値からほぼ変わらず、収益が急激に上昇することはないと見ている。

Q5.

2012 年度に向けて EI 損害率の上昇が 2009 年度と比較するとかなり急であると見える。EI 損害率の上昇は 2010 年度から急激に上がると見込んでいるのか？あるいは、段階的に上昇していく見込みなのか？

A5. [損保]

A)段階的に上昇する見込み。

Q6.

MCEV を意識した商品設計を進めると、お客様にとってはあまり魅力がある商品ではなくなることもあることから、商品開発についての考え方を教えて欲しい。

A6. [生命]

EV にネガティブに働く商品を売り続けるのは経営上できないが、EV を重視しすぎること魅力のない商品となることがあれば契約者の信頼を失うことになる。商品開発は両者のバランスをとって行なっていく。

Q7.

グループ間のシナジーはどのような形で発揮させていくのか？

A7. [SFH]

現時点では、ソニー生命のライフプランナーによるソニー銀行の銀行代理店業務の効果が、住宅ローンにおいて最もシナジーを発揮している。また、ソニー生命のライフプランナーによる、ソニー損保の自動車保険の販売や、ソニー銀行が、ソニー損保の火災保険を住宅ローン貸出しの際に販売している。その他のマーケティング分野においてもシナジーをいろいろと検討しているが、規制等で難しい面もある。

その他の分野では、コールセンターやその他事務オペレーション等の効率化を考える上でのシナジー効果等も検討している。

Q8.

アカウントアグリゲーションはどうか？

A8. [SFH]

SFH 発足時からの話題ではあるが、事業間で情報共有するためのお客様の合意や、システム共有の問題もあり、分野を絞って議論を行なっている。IT 技術の進展もあり、将来的に可能性があると考えている。

Q9.

グループ全体で見た場合、各事業の資本は適正だとしても、グループ全体でみた場合資本は余剰となることがあり得ると思う。生保事業は EV ベース、損保・銀行事業は法定会計ベースと現状のものさしは異なるが、グループ全体を経済価値ベースで捉えた場合のホールディングスとしての役目や価値創造について考えるべきステージに来ていると思う。どのように考えるのか？

A9. [SFH]

これまでも、ALM の性質を上手に活用して、グループ単位でみた資本活用の方法や効率について改善する余地がないかどうか色々と検討してきた。しかしながら、様々な制約があり、現時点において実現には至っていないが、引き続き検討していく。

以上