

その他有価証券評価差額

前年度末より1,116百万円減少し、1,211百万円となりました。

【その他有価証券評価差額】

有価証券は「金融商品に係る会計基準」により、「売買目的有価証券」「満期保有目的債券」「子会社・関連会社株式」「その他有価証券」に区分します。「その他有価証券評価差額」とは、「その他有価証券」の時価と取得原価との差額のことをいいます。「その他有価証券」は貸借対照表上では時価で計上されますが、時価と取得原価との差額（評価差額）は損益計算書には計上されず、税金相当分を控除した上で「純資産の部」に直接計上されます。

不良債権の状況

「リスク管理債権」「債務者区分に基づいて区分された債権」とも該当する債権はありません。

【リスク管理債権】

貸付金のうち、元本や利息の回収の可能性に注意を要する（返済状況が正常ではない）債権を示し、破綻先債権、延滞債権、3か月以上延滞債権、貸付条件緩和債権の4つに分けられています。

【債務者区分に基づいて区分された債権】

貸付金や貸付有価証券等の債権を債務者の財政状態や経営成績等をもとに、破産更生債権およびこれらに準ずる債権、危険債権、要管理債権、正常債権の4つに区分したものです。

事業の概況

2016年度の各種概況

事業の内容

ソニー損保は、1999年秋の開業以来、ウェブサイトやカスタマーセンターを通じてお客様に商品やサービスを直接提供するダイレクト型のビジネスモデルをベースに、損害保険事業を展開し、お客様とのダイレクトな関係を大切にしながら、商品やサービス品質の改善に継続的に取り組んでいます。

主な取扱商品は、充実した補償を“走るだけ”の合理的な保険料で提供するリスク細分型の自動車保険と、がん保障に重点をおいた定額補償タイプの終身型の医療保険、ならびに実費保障タイプの定期型の医療保険です。

市場環境とソニー損保の取組み

2016年度における日本経済は、政府や日本銀行による各種政策の効果等により、企業収益や雇用環境は緩やかな回復が続きました。一方、英国のEU離脱問題や米国の大統領選等を起点に世界の政治経済の不確実性は高まり、先行きの不透明な状況が続いています。

このような中、ソニー損保は引続き自動車保険や医療保険を中心とする事業展開に注力し、堅実な成長を持続することができました。

2016年度の主な取組みとして、商品面では、自動車保険において、個人向けの新しいテレマティクス保険商品・サービスの開発に向けて、Yahoo! JAPANと、Yahoo! JAPANが提供するスマートフォン向け無料カーナビ

アプリ「Yahoo!カーナビ」から得られる計測データを活用した共同研究を開始しました。また、医療保険において、新たに、入院治療費の自己負担分に応じて保険金を支払う「入院実費型の医療保険ZiPPi〈ジッピ〉」の販売を開始するとともに、がん保障に重点をおいた「ガン重点型の医療保険SURE〈シュア〉」について、インターネットでの契約申込を可能とし、がん通院を保障する特約を追加するなど商品改定を行いました。

マーケティング面では、引続きテレビCMやインターネット広告を積極的に展開しました。2016年7月からは自動車保険のイメージキャラクターとして、お笑いタレントのくりいむしちゅーを起用し、新しいテレビCMの放映を開始しました。また、2017年1月からはZiPPi〈ジッピ〉のイメージキャラクターに女優の内田有紀さんを起用し、テレビCMを通じて、商品の特長をお客様にわかりやすくお伝えしています。



Yahoo!カーナビのイメージ



入院実費型の医療保険

サービス面では、契約手続において、2016年7月から電話で自動車保険の見積りをされたお客様向けに、見積結果をウェブサイトの専用ページで確認し、よりスムーズにウェブサイトでお申込みいただけるサービスを開始するなど、CX（カスタマーエクスペリエンス）の向上に努めました。また、事故解決サービスについては、万一の事故時にソニー損保に安心して事故解決をお任せいただけるよう、スピーディかつ丁寧な対応の推進など、さまざまな品質向上に努め、外部機関による事故解決サービスの

満足度調査において2年連続損害保険業界1位となるなど、高い評価をいただいています。

今後も「Feel the Difference」～この違いが、保険を変えていく。～というスローガンのもと、お客様に「ソニー損保ならではの」高品質な商品・サービスを提供していくことで、顧客価値のさらなる向上を図っていきます。

取組みの成果

以上のような施策を通じて事業活動を展開した結果、保険引受収益100,330百万円、資産運用収益1,957百万円等を合計した経常収益は、前年度に比べ5,428百万円増加し、102,333百万円となりました。

一方、保険引受費用70,553百万円、営業費及び一般管理費26,763百万円等を合計した経常費用は、前年度に比べ5,111百万円増加し、97,336百万円となりました。

この結果、経常利益は4,996百万円と、前年度に比べ316百万円増加しました。これから特別損失47百万円、法人税等合計1,434百万円を控除した当期純利益は、前年度に比べ928百万円増加し、3,515百万円となりました。

■保険引受の概況

保険引受の概況については、主力の自動車保険を中心に正味収入保険料は前年度に比べ4.9%増加し、100,274百万円となりました。正味支払保険金は、前年度に比べ4.3%増加の50,181百万円となり、正味損害率は、前年度より0.3ポイント低下の57.5%となりました。

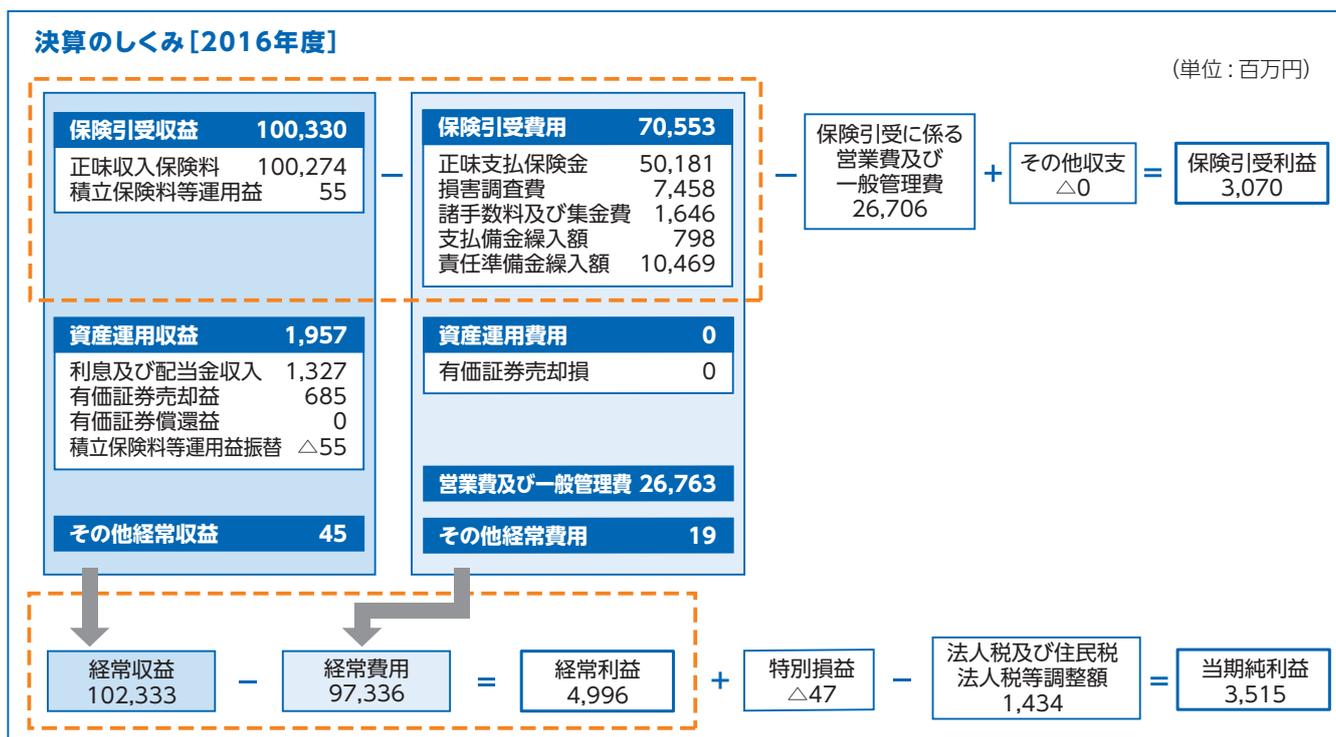
一方、正味事業費率は、新商品販売開始にともなう費用の増加に加え、システム関連費用の増加により、前年度より1.2ポイント上昇の28.3%となりました。保険引受利益は、保険料の増加や支払備金繰入額の減少があったものの、事業費率の上昇により前年度に比べ400百万円減少し、3,070百万円となりました。

■資産運用の概況

当年度期末の総資産は、前年度末に比べ14,213百万円増加して186,537百万円となりました。このうち有価証券などの運用資産は、前年度末に比べ10,853百万円増加して146,693百万円となり、利息及び配当金収入は1,327百万円となりました。

決算のしくみ [2016年度]

(単位：百万円)



ソニー損保の中長期的課題

ソニー損保の中長期的な課題は以下のとおりです。これらの取組みを通じて引続き業務品質の向上に努めるとともに、企業価値の最大化に注力し、お客様から信頼されるダイレクト保険会社を目指します。

〈中長期的な課題〉

- 自動車保険の商品力強化と環境変化に向けた対応
- 長期安定収益確保に向けた、自動車保険以外の種目拡大
- CX(カスタマーエクスペリエンス)の向上を通じた顧客価値最大化
- 先進技術の積極的な活用等を通じたサービス・業務品質の向上
- 成長を支えるIT基盤の整備およびリスク管理の遂行
- ERMの高度化
- 法令等遵守、顧客保護等に向けた管理態勢の強化

さらに、当社はソニーフィナンシャルグループの一員として、今後ともグループ内各社との連携強化を進め、お客様のニーズに合致したサービスを提供できるよう努めてまいります。

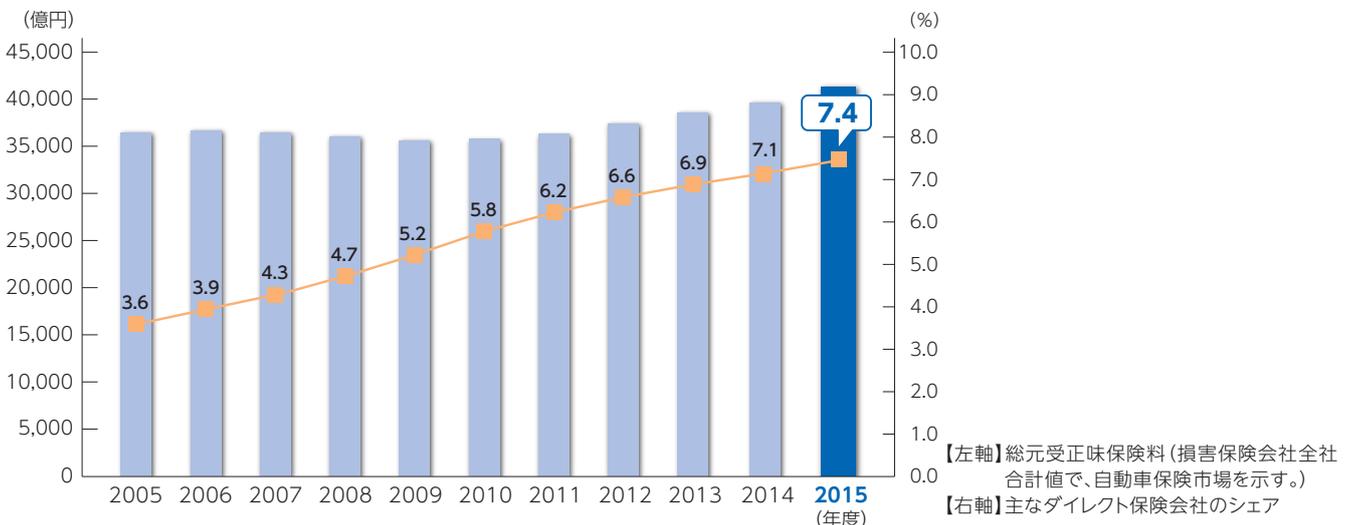
■ ダイレクト保険会社の自動車保険市場におけるシェア

2016年度の業界全体の自動車保険の保険料収入は前年度を上回り、収益面でも、事故率低下により大手損害保険会社(以下、「大手社」)を中心に拡大が続いています。しかし、国内の自動車保有台数は少子高齢化などにより漸減の見通しであることに加え、先進安全運転車(ASV)の普及による事故減少や損害率低下などを受けた参考純率引下げなどで保険料低下も予想され、市場環境はより厳しくなっていくと想定されます。加えて、昨今は当社を含め複数の保険会社がテレマティクス保険の研究・導入を進めているほか、将来の自動運転車の実用化に向けた官民の取組みが加速しており、2016年度には一部の大手社から自動運転車による事故に対応するための特約が販売されるなど、自動車保険を取巻く環境自体が急激に大きく変化することも想定されます。

こうした環境において、ソニー損保を含むダイレクト型損害保険会社(以下、「ダイレクト保険会社」)は、大手社と比較して割安な保険料体系がお客様に支持され保険料収入は順調に増加しており、自動車保険市場におけるシェアは年々拡大しています。

2017年3月末時点で、日本の自動車保険市場の保険料収入の約9割は、代理店経由の販売が主体の大手社によるものですが、今後もお客様の低価格志向は続くと予想されるため、ダイレクト保険会社全体の市場シェアのさらなる拡大が見込まれます。一方でダイレクト保険会社間の、低価格戦略や広告投資増加による顧客獲得競争も、より一層激しくなることも予想されます。

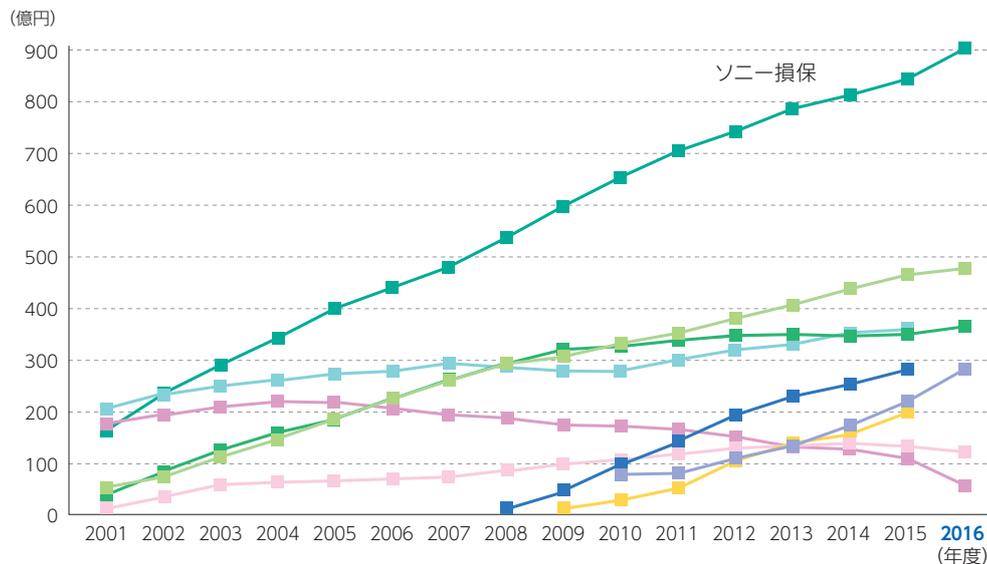
自動車保険市場と主なダイレクト保険会社のシェア(*1)



■ 自動車保険の元受正味保険料の推移

ソニー損保は、ダイレクト自動車保険市場において、2002年度に元受正味保険料No.1(*2)となって以来、日本国内のダイレクト自動車保険市場をリードする会社として存在感を強めてきました。2016年度も保険料収入が順調に増加し、収益も拡大しています。

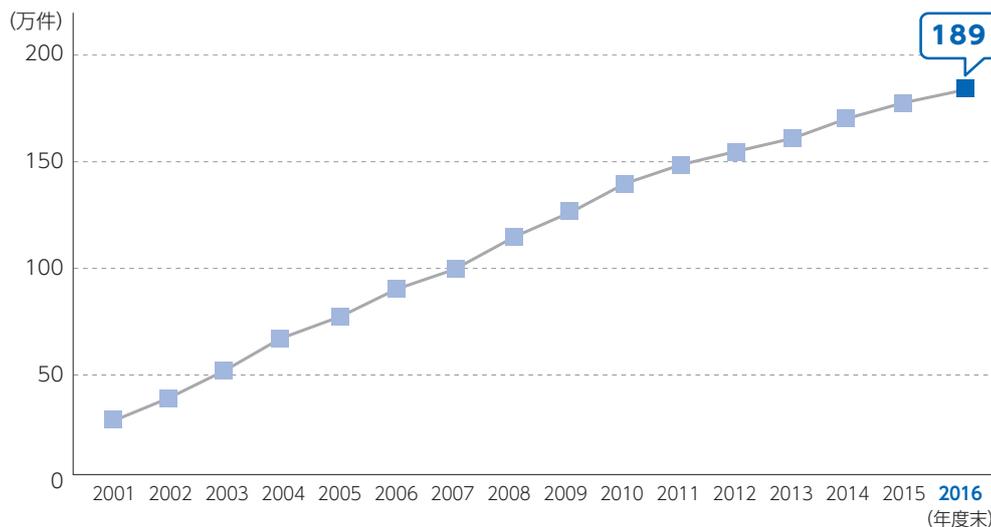
■ 主なダイレクト保険会社の自動車保険元受正味保険料の推移(*1)(*3)



■ 保有契約件数の推移

保有契約件数も自動車保険を中心に増加し、2017年3月末の自動車保険の保有契約件数は173万件、自動車保険と医療保険の合算では189万件となりました。

■ ソニー損保の保有契約件数の推移(*4)



(*1)ダイレクト保険会社とは、2016年度に自動車保険を主にダイレクトで販売している損害保険会社9社を指します。
 (*2)2002年度末の時点で自動車保険を主にダイレクトで販売している損害保険会社の自動車保険料収入より、ソニー損保が調査したものです。
 (*3)「主なダイレクト保険会社の自動車保険元受正味保険料の推移」グラフは、各社の公表資料などから、ソニー損保が作成しています。なお、2016年度については、2017年6月26日までに公表された数値をもとに表示しています。
 (*4)保有契約件数は、自動車保険および医療保険の合算数値です。