保全ビジネス®への挑戦 13

SH.Plus株式会社　代表取締役　太田　俊司
HP：https://www.shplus.co.jp/

プライベートバンカーにならう

顧客にとってかけがえのないパートナー
高度な専門知識と倫理観を持ち顧客のライフプラン全体をサポートする存在へ

前回のコラムでは、保全ビジネスの基本は長い期間にわたって顧客との接点を持ち続けることであり、生命保険の営業社員は、顧客との接点を担う金融機関のフロントランナーとして、顧客の家族情報や重要な情報を収集することができる存在であることを述べました。今回は、同じく金融機関のフロントランナーであるプライベートバンカーと生命保険営業社員を比較しながら、これからの営業社員に求められることについてコメントしていきたいと思います。

生命保険営業社員とプライベートバンカーの間には、顧客の人生に寄り添って顧客との深い関係性を構築し、長期的な視点で保全することが重要であること、その前提として高度な専門知識が必要であること、という共通点があります。

生命保険営業社員は、単に金融商品を販売するだけでなく、顧客のライフプラン全体に関わり、将来設計を共に考えるパートナーとなることが求められます。これは、プライベートバンカーが、富裕層顧客に対して行う長期的な信頼関係に基づいたコンサルティングに近いといえます。また生命保険は、顧客の万が一の事態に備えて将来の夢を守るという非常にパーソナルなニードに応える商品であり、顧客の家族構成、経済状況、将来の希望などを深く理解して寄り添う姿勢は、プライベートバンカーが顧客の資産全体を把握して、個別の目標達成を支援する姿勢と共通します。

さらに生命保険契約は数十年という長期にわたることが多いため、その間、営業社員は顧客の状況変化に合わせて保障内容を見直したり、さまざまな相談に乗ったりといった継続的なサポートを提供しますが、このことはプライベートバンカーが顧客の資産状況や市場動向に合わせてポートフォリオを調整し、長期的な資産形成をサポートする点と類似しています。そして、生命保険販売には保障プランの設計や社会保障、税務、相続などの幅広い知識が求められることも、プライベートバンカーが金融市場、税法、法務など多岐にわたる専門知識を駆使して顧客に対応する点と共通しています。

プライベートバンカーと比較することで、生命保険営業社員が得た顧客情報はとても価値の高いものであるということを意識してほしいのです。同時に、その顧客情報は大切に保護・管理されることが必要であり、コンプライアンスとエシックス（倫理）の徹底が不可欠であることについても意識してほしいのです。

がん保険や医療保険のような顕在ニードに対する保険商品販売には別の議論があるかもしれませんが、保障性商品のように潜在ニードを顕在化することが必要な商品については、お客さまのさまざまな情報を入手しながらお客さまの信頼を得ていくことが必要であり、逆にいえば、お客さまの信頼を得なければお客さまの大切な情報を入手することはできません。このように、お客さまの情報にはとてつもない価値があり、このお客さまの情報は大切に保護・管理されなくてはならないのです。

私は生命保険営業社員が入手する情報の質と量は、顧客の人生に深く関わり長期的な関係を築くという点で、プライベートバンカーととても類似していると考えています。生命保険営業社員とプライベートバンカーは、マーケットである顧客層や取り扱う商品に違いはあれど、役割としては同じであり、それは、顧客の資産全体を把握して、資産形成や相続、リスク対応等に関する助言をしながら、ソリューションに導くことだと考えます。つまり、生命保険営業社員は、顧客との信頼関係をより一層重視し、高度な専門知識と倫理観を持って顧客のライフプラン全体をサポートする存在へと進化していくことで、プライベートバンカーのような、顧客にとってかけがえのないパートナーとなる可能性があるのです。

日本の生命保険販売において、このような考え方で活躍しようとしている営業社員が増えていることは間違いありませんが、こうした役割をしっかりと担うためには、プライベートバンカーにならって、生命保険会社は以下のような顧客情報に対する考え方を学び、これまでの常識を変えていかなければなりません。

1. 顧客情報の価値の理解
2. 顧客情報の保護と管理の重要性
3. 顧客情報の活用方法
4. 顧客情報に対するコンプライアンスとエシックス（倫理）意識の醸成

報酬体系の見直しの検討を
預かり資産が増えるほど報酬が増えるプライベートバンカー

昨今、生命保険営業社員が起こす詐欺事件や金銭詐取事件は数も多く、内容も目に余るものがあります。一方、プライベートバンカーによる同じような事件は圧倒的に数が少ないと感じます。生命保険の顧客層は一般消費者であるのに対して、プライベートバンカーは富裕層ですから、事件件数は少なくても被害額は大きくなるとも考えられます。しかしながら、昨今の生命保険営業社員の詐欺事件には被害額が10億円を超えるものもあり、生命保険業界を揺るがすほどになっています。生命保険営業社員は、先程掲げたように顧客情報に対する考え方を変え、しっかりと意識の醸成を図らなければなりません。

また、生命保険営業社員の詐欺事件を生む背景には、新契約至上主義をベースとした完全歩合制という報酬体系があると考えます。安定的な収入がなく報酬が乱高下して経済的に不安定であること、短期的な成果へのプレッシャー、営業社員は簡単に生活レベルを変えることができない、といったことが原因になっているのではないかと危惧するのです。

新契約至上主義から脱却して既存契約を重視する保全ビジネスに目を向けている生命保険会社は、営業社員の報酬体系を、完全成果主義から、固定給の割合を高めて安定的なベース給与に加えて成果に応じた報酬を支払う報酬体系へと変更し始めています。また、先ほどから比較しているプライベートバンカーの報酬体系を参考にするのも良いと考えます。

プライベートバンカーの報酬体系は、預かり資産残高に応じて一定の割合の手数料が発生する体系であり、預かり資産が増えるほど報酬が増えるため、プライベートバンカーには顧客の資産維持と増加を重視しようとするインセンティブが働きます。取引の頻度に関わらず一定の手数料が発生するので、顧客との長期的な関係構築が重要になってきます。

このように、これからの生命保険営業社員の仕事は顧客との長期的な関係構築にあると考え、既契約者とその既契約をしっかりと保全し、経済的保障と安心をお届けすることが報酬につながるような報酬体系にすることを検討するときが来ているのだと考えます。

ＪＡ共済連

令和7年度全国推進進発式を開催
共済連創立75周年の節目の年

ＪＡ共済連では、4月18日、東京・千代田区のＪＡ共済カンファレンスホールで、令和7年度全国推進進発式を開催した。当日はＪＡ共済連の青江伯夫会長、西沢耕一副会長、村山美彦代表理事理事長のほか、役員、参事、各県本部長、普及担当部長らが出席した。

冒頭、青江会長が開会の挨拶を行い、令和6年度に多発した自然災害への迅速な対応や推進活動に対して感謝の言葉を述べるとともに、ＪＡ共済連創立75周年の節目となる令和7年度の活動をスタートするにあたって「今まで当たり前とされていたことが本当に当たり前なのか、もう一度足元を見つめ直し、新たな一歩を踏み出すことが大事だ」と述べた。

続いて、各県本部の普及担当部長が決意表明を行った。登壇した担当部長たちは、「組合員・利用者の信頼と期待に応え、安心と満足を提供するため、一丸となって頑張っていきたい」と高らかに宣言した。

青江会長による開会挨拶の様子

その後、東京都本部の坂本昌史本部長が登壇、「組合員・利用者へ安心と満足を届けるため、そのやりがいを全国のＪＡの仲間と共有するため、連合会で力を合わせて、一生懸命頑張っていこう」と語り、檀上からガンバロー三唱を行った。

最後に、村山理事長が、「組合員本位を基調とした我々の進むべき方向性は決まっている。ＪＡ共済は今後いかなる事業環境であっても組合員・利用者に対して安心と満足を届け出る必要がある。失敗を恐れずとにかく動こう」と閉会の挨拶を行い、進発式は終了した。

東京海上ＨＤ

健康経営支援サービス「ヘルディ」の提供を開始

東京海上ホールディングスは、2023年4月に100％子会社として設立した東京海上ＨＣ事業設立準備会社の社名を東京海上ヘルスケア株式会社（以下「東京海上ヘルスケア」）に変更し、ヘルスケア事業を開始する。東京海上ヘルスケアは、東京海上グループが重要な社会課題の1つと位置付ける「ヘルスケア」領域のうち、「未病・予防」にフォーカスした新たなヘルスケアサービスの提供を通じ、真の健康経営および健康寿命の延伸に貢献していくもの。

ヘルスケアサービスの第一弾として、健康経営支援プラットフォームサービスの「ＨｅｌＤｉ（ヘルディ）」の提供を開始する。

「ＨｅｌＤｉ」は、企業や団体に対し、「ＨｅｌＤｉ循環サイクル」によって従業員の意識変容・健康行動を促す環境を提供、ヘルスリテラシーの向上や生活習慣の改善等を実現するとともに、同社の企業向けレポートサービスの提供により、企業の健康経営ＰＤＣＡサイクルを支えていく。

具体的には、「からだ」（自身にあった生活習慣をつくる）、「こころ」（自身のこころの特性を知り、こころの健康を保つ）、「女性」（ＰＭＳ・更年期障害対応、女性の健康をつくる）の領域でそれぞれサービスの展開を予定している。

第一段階として、主要事業会社である東京海上日動に対するサービス提供を通じて全国展開に向けたユーザビリティ等の検証を行ったうえで、早期に全国のお客様に新サービスとして届ける予定。