



保全ビジネスへの挑戦

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

生命保険営業が内包する「密室性」というリスク

「監視」から、守るための「可視化」へ

お客さまと1対1で接する生命保険の営業活動は、極めて個人的であるがゆえに、密室性を帯びやすいという特徴を持っています。募集人が、いつ、どこで、誰と会い、どのようなプロセスで既契約のフォローや新契約の提案を行っているのか。これらは長年、組織内でブラックボックス化されてきました。しかし、ここ数年の間に業界を揺るがした様々な不祥事や不正事案を振り返るとき、その大半がこの「見えない密室」の中で行われ、組織が気づいたときには手遅れになってしまったという共通の構造を持っています。

音声録音システム導入の衝撃と価値

デジタル・ガバナンスがもたらす生命保険の新しい誇り

デジタル・ガバナンスがもたらす生命保険の新しい誇り。デジタル・ガバナンスとは、組織の活動をデジタル技術を用いて可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

デジタル・ガバナンスの導入は、組織の活動を可視化し、リスクを低減し、価値を最大化することを目指す取り組みです。生命保険業界においては、顧客との接点が多岐にわたるため、デジタル・ガバナンスの導入は喫緊の課題となっています。

人の「活動管理」「出勤管理」「スケジュール管理」、そして何よりも「顧客との密室性の排除」と「顧客折衝の可視化」へ向けたシステム投資が不可欠です。本稿では、これらの管理を単なる「監視」に終わらせず、組織と募集人を守り、保全のクオリティを飛躍的に高めるためのデジタル・ガバナンス戦略について述べていきます。

営業現場において「出勤管理の厳格化」や「詳細なスケジュール・行動管理の導入」を打ち出すと、往々にして現場からは「募集人の自立性を奪うのか」「管理のための無駄な手間が増える」といった反発が起こりがちです。しかし、これは経営側のメッセージの伝え方と、導入するシステムの目的に誤解があるからです。

保全ビジネスにおける活動管理の本質は、募集人を縛り付けることではなく、組織が募集人のコンディションを正確に把握し、孤立させないことにあります。明確な出勤管理やリアルタイムのスケジュール登録(CRMや行動管理システムとの連携)を行うことで、会社は「誰が、どの既契約者に対して、いつ保全アプローチを行う予定なのか」を事前に把握することができ、成功事例の音声やその研修教材として活用することも顧客の了承を得ることによって可能になります。また、システムによって活動管理とスケジュール管理が統合されている場合は、「どのような活動プロセスを踏んだ募集人が、高い保全成果(継続率・クロスセル率)を上げているか」という勝利の方程式が明確にデータ化されます。

経験や勘に頼る個人的な営業から、データを基にした科学的な保全経営へ。この変革こそが、便宜供与が廃止され、自前の経営力が問われる2026年改正業法下の時代において、乗合代理店や生保組織が圧倒的な企業価値を構築するための最大のエンジンとなるのです。活動管理の徹底、出勤やスケジュールの可視化、核心となる音声録音システムの導入。これらはすべて、生命保険業界が入り口の歪み乗り越え、新しい時代のガバナンスを確立するために避けて通れないインフラです。

一時的なコストや現場の抵抗を恐れず導入を躊躇しては、これからの厳しい規制環境や、高まる消費者の評価基準に耐えることはできません。保全ビジネスの本質は、顧客と一生涯のお付き合いをすることです。その長期の約束を果たすために、テクノロジーの力を借りて組織全体で顧客を守る仕組みを作らなければならない。デジタル・ガバナンスを強固な盾とし、洗練された保全の技術を鋭い矛として、読者の皆様の組織が新たな信頼経営の旗手となれることを心より祈念しております。共にこの挑戦を力強く進めていくことに興味のある方はぜひご連絡ください。

「密室営業」から、開かれた保全へ

