

連載

保険窓販全面 解禁レポート

第2回 いよいよ4月、保険窓販本格化？

前回(3月10日号)「保険窓販全面解禁レポート第1回：全面解禁から2カ月経過後の営業前線をレポートする」では“保険窓販全面解禁は4月から本格勝負になる”と書いたが、その後の報道や地域金融機関に対するインタビューなどの結果から、実際には準備にもう少し時間が掛かり、7月ぐらいから本格稼動のところが多いという感触を得た。

現在のところは、予想以上に多く営業店に持ち込まれる預金客からの保険見直しの見込み客紹介を保険専任行員が対応している、言わば受身の状態であり、組織的なマーケティング活動により見込み客を創出し集客するところまでは至っていないようである。

しかしながら、全面解禁前には予想もしなかったような多数の見込み客紹介案件が各行に日々寄せられている（某メガバンクでは一日に全国で200件近く）という事実から、既存の保険販売チャネル（特に大手生保）には深い不信感を抱いているため、見込み客を紹介することなど思いもよらない（保険契約者であり預金者でもある）消費者が如何に銀行を“信頼”し、保険窓販全面解禁に“期待”しているかが垣間見えるようである。関係者はこの期待に応えるべく、単なる手数料獲得目的ではなく、顧客の利便性を第一に考えた“正しい銀行保険窓販”的推進に取り組むべきであろう。

また、新聞報道によれば、信金業界での保険販売に対する取り組みも、全信協のリーダーシップによるマニュアルの共通化などの努力により、全国281ある信金のうち4分の1から3分の1が、コンプライアンスを踏まえた販売体制の整備を進めて、6月までに保険販売に参入する可能性があるとのことであり、7月からはようやくメガバンク・地銀・信金相まみえる保険窓販レースが本格化するだろう。

そのような状況の中、引き続き地銀本部の窓販担当者にインタビューを続けた結果、前回挙げた以外に以下の4つの課題を抱えていることが明らかになった。

1. 弊害防止措置に掛かる顧客が多い
2. 保険営業経験者を採用できない
3. 医療保険のみかフルラインか？
4. 証券分析と設計書作成がネック

1. の課題は特に県下No. 1銀行が多く抱える深刻な悩みである。相談開始時点で弊害防止措置上の禁止リスト企業の従業員であることが判明し、折角来店したお客様にお引取りいただくことだけでも大きなダメージであるが、最終、契約直前で判明した場合には、最初から無かつたことにするのか、多大な工数を掛けたにも関わらず販売手数料ゼロで契約するのか選択を迫られることになる。お客様の便宜を考えて後者を選択する銀行が多いと予想されるが、筆者から見ればこれは“弊害防止措置の弊害”といえるので、弊害防止措置の早急な見直しが望まれるところである。

2. の悩みは、保険営業経験者を大量に中途・派遣採用し、本年度の新卒採用でも保険販売に向けて例年以上の人数を採用しているメガバンクに対して、元々経営効率が悪く、人的生産性の余り高くない地域金融機関は、現有の人的リソースをうまく活用して対応しなければいけない厳しい状況にあるということである。これは、見方を変えていえば、保険営業経験者を大量採用して時限爆弾のようなリスクを抱える（ある来店型保険代理店の役員は自社を退職した営業員が次々に銀行に採用されたことに対して“刺客を送り込んだ”と表現していた。笑点の大喜利なら“座布団一枚！”）こともなく、手前味噌だが当社の提供するような標準化されたプロセスに基づく「お客様の保険購買支援ツール」を活用して高販売生産性・顧客満足度・コンプライアンス遵守を両立させることにチャレンジする格好の機会でもあると考えられる。

3. と4. の課題に関しては紙面の関係で次号に譲るが、一見低調に見える保険窓販全面解禁の水面下で着々と保険のチャネルシフトが進行しているようである。では次回をお楽しみに。

(執筆:株オポチュニット 取締役営業部長 新村 純一)
お問い合わせ info@opportunit.co.jp