

## 連載

# 保険窓販全面 解禁レポート

## 第4回 法人向け保険販売が熱い！？

前々回(4月14日号)「第2回:いよいよ4月、保険窓販本格化?」、前回(5月12日号)「第3回:地銀が抱える課題(続き)」では地銀が抱える4つの課題についてレポートした。前回までは主に個人向けの保険販売に関してのレポートであったので今回は金融機関による法人向け保険販売についてレポートを行う。

2005年12月の第3次解禁、2007年12月の全面解禁では金融庁により以下の弊害防止措置が定められている。

1. 融資先規制
2. 融資タイミング規制
3. 担当者分離
4. 非公開情報保護措置
5. 保険募集指針の制定
6. 法令順守責任者の設置

このうちの1. 融資先規制により銀行は事業性資金の融資先企業(法人、法人代表者・個人事業主、従業員規模50人以下の企業の役員・従業員)には第3次解禁商品および全面解禁商品は販売することが現状はできない。従って銀行が法人保険を販売しようとする、事業性資金の融資先でないところ、即ち日ごろからあまりお付き合いの無い企業にアプローチをせざるを得ないということになる。

しかしながら、全面解禁以来、筆者がインタビューを行った地銀の中で特に県下No.1規模の大手地銀には個人向け保険は当面あまり重きを置かず、法人向け保険販売に注力しているところが多かった。メガバンクとの中小法人マーケットでの競争の激化、郵貯銀行の脅威、等々の環境要因はあるだろうが、最たる理由は営業効率だろう。個人向けに月払い3万円の保険を販売するの、法人向けの月払い30万円の保険を販売するの一件は一件で手間は殆ど変わらない。限られたリソースで保険を販売するのであれば、生産性の高いマーケットを狙うのは当

然である。しかも法人保険販売は、事業保障、役員退職金・弔慰金、相続・事業承継、従業員福利厚生、各種損害保険、等々、奥が深くかつ一件当たりのロットも大きく魅力的に見える。

窓販解禁までは、保険のニーズのある融資先企業を、銀行支店長が相手先の承諾を得た上で別働隊に紹介して保険を販売して来た。しかしながら、別働隊代理店にヒアリングしたところここ数年は殆ど銀行からの紹介は無かったというところが何社かあった。昔に比べると借り手優位になって銀行の影響力を行使しにくくなったこと、別働隊営業マンの営業力が外資系のそれに比べると格段に低く勝負にならない、等の理由もあっただろうが、窓販全面解禁後に銀行自身が販売するためにマーケットを温存したということが根底にはあるだろう。

しかしながら法人向け保険販売には個人向け保険販売にない難しさもある。従来は、黒字企業には役員向けに全額損金タイプの遡増(爆増)定期保険や(当初)2分の1損金の長期定期保険、従業員向けには全額損金の全員ガン保険や2分の1養老保険などの節税(課税の繰り延べ)商品を「社長!法人税納付額が何%削減できて、何年後に解約すれば実質百何十%戻るので含み資産が形成できますよ!」という簡単なトークだけで販売できたが、これらも課税方法が変わってあまり魅力がなくなってしまった。あるいは、12年3月末の適格退職年金制度の廃止の対策として、401k制度への切り替えではなく、手数料の稼げる2分の1養老保険への切り替えを勧めることも、労働環境の変化で退職金制度そのものを廃止して年俸制に切り替える企業も多くなって有効ではなくなってしまった。

つまり、保険を金融商品で販売するのではなく、保険本来の保障機能で販売せざるを得なくなっているのだ。日ごろからお付き合いの無い、融資先でもないため影響力も行使できない企業に、正攻法の保険販売アプローチで食い込むことは非常に難しい。外資系生保との差別化は地域でのブランド力のみである。それだけで法人保険販売スキルの全く無い銀行の渉外担当に勝ち目はあるのだろうか? 筆者が地銀向けに提案したい幾つかの手法を次回紹介したい。

それではまた次回をお楽しみに

(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