特別寄稿

今後の法人保険の動向と募集人がとるべき戦略について

㈱HELLO base　渡邉一史代表が考察

渡邉 一史（わたなべ・ひとし）
㈱HELLO base　代表取締役
大阪市立大学経済学部卒業
金融機関で５年半、法人融資に従事したのち、コンサルティング会社に転職。執行役員まで務めたのち、2022年8月に株式会社HELLO baseを設立。現在は数社の取締役も兼任。
HP：https://hellobase.jp
●公式LINE(保険募集人向け)
https://lin.ee/N6Ze1uq

法人保険研修の受講者が増加傾向
損金性ニーズから保障性ニーズへ

弊社では保険募集人の方向けに、法人保険研修を専門に行っています。私自身は新卒で金融機関に就職。法人融資分野を専門として約5年半勤務。その後コンサルタントの会社に転職し、経営コンサルタントとして約8年間の経験を致しました。そして現在は独立して、経営コンサルタント・法人保険募集人の方向けの研修・コンテンツ提供の事業を行っております。

なぜ法人保険募集人の方向けの研修・コンテンツ提供を事業として行っているのか？ということについては、金融機関時代まで遡ります。当時、担当していた中小企業の経営者が突然亡くなられたという経験をしました。幸いにも後継者がいらっしゃったので、後継者が会社を引き継ぎ、新たなスタートを切ることができました。

しかし、先代経営者のようにうまくいかず、会社はみるみる業績悪化。事業承継してから数年後、ついに会社は倒産してしまいました。先代の経営者と後継者に能力の差があったことは否めません。これも倒産した理由の一つでした。そしてもう一つが先代の経営者が生命保険に入っていなかったことが、倒産した理由でした。

経営者の方が亡くなることで、少なからず会社に影響は出ます。その影響を最小限に抑えるためにも、法人のリスクマネジメントは必須だと強く感じた瞬間でした。そして法人のリスクマネジメントの必要性をできるだけ多くの中小企業経営者に知ってもらうため、リスクマネジメントを仕事にされている保険募集人の方をサポートすることを自分の仕事にすると決断しました。さて前置きが長くなりましたが、本日のテーマは「今後の法人保険の動向と募集人の方がとるべき戦略について」です。

▼法人保険の市場規模と動向

法人保険の販売チャネルは、直販・保険代理店・税理士・金融機関などがメインとなっています。法人保険は事業保障対策・退職金準備・相続・事業承継対策などの経営課題を解決する手段ですが、現場では、黒字企業の損金ニーズに応える手段として使われてきた背景があります。しかしながら皆様ご存じの通り、「バレンタインショック」の影響で法人保険の市場規模は縮小しました。ただ今後の市場動向については、今までの損金ニーズに代わり、保障性ニーズが起業・事業承継等により発生することが考えられるため、活発になっていくと予想されます。

▼保険募集人の動向

弊社で法人保険研修を受講される方は増加傾向にあります。保険会社・保険代理店により差はありますが、法人保険に力を入れる会社は増えてきたように思います。その背景として、個人保険マーケットはレッドオーシャンであることや、人口減少により個人保険の市場規模縮小が予想されていること、また募集人の方のキャリアとして法人保険にチャレンジしたい方が増えてきていること等が挙げられます。

財務を切り口にした根拠ある法人保険提案
募集人に求められる4つの能力

▼法人保険を取り組むにあたって、募集人に求められる4つの能力

では法人保険提案の質を高めていくためにはどのような能力が求められるしょうか。大きくは4つの能力に分類されます。

1つ目は【保険の価値を伝える力】です。保険の本質は「保障」です。資産形成や相続対策なども保険の価値ですが、あくまで「保障」が基本的価値です。今まで節税対策として保険提案をされていた募集人の方が途端に法人保険提案ができなくなるのは、本来の保険の価値である「保障」の必要性を伝えていなかったからです。今後の法人保険提案のポイントは【保障】ですので、この必要性を言語化する必要性があります。

2つ目は【根拠がある提案力】です。保険募集人の方の仕事は『リスクマネジメント』です。生命保険によるリスクマネジメントとは、経営者もしくはキーマンの方に万一の事があった時に残された方を守ることですが、そのためにはどんなリスクかを具体化する必要があります。当たり前の話かと思いますが、どんなリスクがあるかが分からない状態では、マネジメントすることは不可能です。企業の財務諸表やヒアリングから、リスクを言語化・数値化し、法人保険を提案することが必要です。

3つ目は【経営者の方にイメージしてもらう力】です。保険という商品は極めて重要な商品ですが、どうしても経営者にとって緊急性が低くなってしまいます。だからこそいかに保障の必要性を「イメージ」してもらうかが大切です。経営者に万一の事があった時に事業を継続するのか？それとも清算するのか？事業を継続するのであれば、自社株式はどうするのか？　借入金は清算するのか？など必要な資金を明確にすることで、〝保障の必要性〟をイメージしてもらいましょう。

最後の4つ目は【法人へのコンサルティング力】です。どうしても保険募集人の方は〝保険商品の話〟にフォーカスしてしまいがちですが、その前に法人の実態把握や財務的にどの程度の保険料を支払いできるのかなどを見極める必要があります。保険商品の話ばかりしていては、法人経営者の心を掴むことはできません。

▼必ず実践型研修で学ぶ

上記の4つの力を身に付けるために大事なことは、ただ単に知識を「知っている」状態にするのではなく、「自分で使うことができる」状態にまで引き上げることです。手前味噌になりますが、弊社の「法人保険営業マン研修－実践編」は、既に延べ500名以上の方に受講頂いている「法人保険営業マン研修」の続編として新たにスタートします。「自分で使うことができる」状態になって頂くためのエッセンスが凝縮された、超実践型の研修で、経営者の方にそのままプレゼンテーションできる提案書を使用します。また、『お客様は、保険商品ではなく、募集人の皆様の考え方に共感し、保険に加入される』と考えていますので、保険商品の話は一切しません。

財務を切り口とした根拠のある法人保険提案がしたい…経営者の方に信頼される募集人になりたい…そんな、素晴らしい志を持ちながらも、やり方に悩む募集人さんにこの寄稿文がお役に立てれば大変うれしいです。私も受講者の皆さまと共に、その先にいらっしゃる企業様を一社でも多くお守りしたいと考えています。

■研修詳細ページ
https://hokesuku.com/hojinhoken2

個々のお客様毎に印字内容が変えられる!
貴社のパンフレットやDMを、より効果的に変えてみませんか!
バリアブル プリンティングサービス
広済堂ネクストが、貴社のDMを『OnetoOneマーケティング』に対応したパーソナライズされた印刷物の企画・データ処理・制作・発送・アフターフォローをワンストップでご提供いたします。同じ内容を大量に訴求するだけの画一的な印刷コミュニケーションから、個々のお客様毎に対応したコミュニケーションに変革可能です。
例① パーソナライズパンフレット
(優良顧客向け販促ツール)
・顧客の趣味嗜好、購買履歴を反映し、ターゲットを絞り、3パターンの冊子を作成
・表紙にお客様の御名前を印刷し、特別感を醸成

例② BtoB/C 営業・販促案内 最新の情報を適時発信「DMパックサービス」
ダイレクトメール
大ロット対応
豊富な圧着DMバリエーション
小ロット対応　低コスト、在庫レスを実現する フルカラーバリアブル印刷
メーリングパック

KOSAiDO GROUP 広済堂ネクスト
https://www.kosaido.co.jp
オフセット・輪転　← ハイブリッド →　デジタル印刷
【東日本】〒105-0023 東京都港区芝浦1-2-3 シーバンスS館13階／TEL 03-3453-0556　【西日本】〒541-0043 大阪市中央区高麗橋4-1-1 興銀ビル2階／TEL 06-7178-0530