

知識と知恵を豊かに、 好感を持たれる人に！

昨年の生命保険業界は、大きな環境変化に見舞われました。銀行窓販商品の拡大や郵政民営化の決定に加え、販売チャネルの拡大に伴う競争は激烈を極め、そして保険金・給付金の不当不払い問題が発生。いずれも厳しい現実で、まさに前門の虎、後門の狼の観があります。保険業界には、いま何が求められているのでしょうか。

社団法人
生命保険ファイナンシャルアドバイザー協会（JAIFA）
会長

吉田義隆（談）

よしだ・よしとか

1981年第一生命入社。1986年以降、MDRT入会21回（TOT3回、COT21回）。1992年MDRT日本会副会長。2001年JAIFA第8代会長に就任。生保営業の社会的地位向上と自己実現を目指し、日々の営業活動とともにJAIFA会長職に奉仕している。日本公認会計士協会準会員（会計士補）、日本FP協会評議員、NAIFA（全米保険・金融アドバイザー協会）名誉会員。

取材・文◎編集部

銀行窓販を監視しよう

2007年度から全面解禁が予定されている銀行窓販は、わたしたち生保営業職員にとって死活問題といえます。保険販売資格を持つ銀行員はおよそ40万人といわれますが、彼らが本気で生命保険を販売すれば、現在狭い市場でしのぎを削っている約26万人※4の保険営業職員の数が減少していくのは目に見えています。

生命保険ファイナンシャルアドバイザー協会（以下JAIFA）は生命保険営業職員の代表として、2年前から金融庁へ保険の銀行窓販反対の働き掛けを始めました。当会は従来、会員が互いに研鑽（けんさん）を積んだり懇親を図ることが主な活動内容だったのですが、このたび初めて社会に声を上げたのです。

この運動には252万を超える署名が集まり、金融庁はJAIFAの影響力を認知するようになりました。結果、窓販全面解禁は当初の構想から3年延長され、その間に圧力販売などの懸念材料を検証することとなりました。

銀行窓販問題にはまだ決着がついていません。これからが正念場です。「自分には関係ない」と傍観している人もいるかもしれませんが、その結果は将来必ず自分に跳ね返ってくるでしょう。保険販売に携わる者一人ひとりが、状況を厳しく監視すべきです。

郵政民営化も、わたしたちにとって大きな問題です。2007年10月から10年間は最終的な民営化までの移行期間で、いわば半官半民の形態となります。2万5,000人を超える※5外務職員がこれまで国の保証をバックに簡保事業を担ってきたわけですが、さらに知識武装をして営業力を増してきたら脅威的です。

正しい仕事信頼回復のカギ

保険金・給付金の不当不払い問題も大きく報道され、業界全体に深刻な打撃を与えました。違法行為については罰せられるべきですし、保険会社すべてが改めて襟を正す必要があります。

しかしわたしがこの件で強い疑問を覚えたのは、行政処

※4 2004年度末の登録営業職員数26万3,935人（生命保険協会調べ）。

※5 2005年3月31日現在の外務職員数2万5,627人。



分が下された際、何の罪もない営業職員までが連帯責任を負わされて業務停止（新規契約および募集の停止）となったことです。JAIFAは「監督官庁の職権乱用ではないか」と金融庁に申し入れをしました。

今回の事件がきっかけとなって、本来は対象外の保険金や給付金でも「これは不当不払いではないのか」と契約者が疑念を抱くケースが多くなりはないかと心配です。「お客さまにきちんと説明し、納得していただく」という正しい営業姿勢こそ、信頼回復への道でしょう。

JAIFA会員が業界をリードしていく

今年も全営業職員を代表する立場として、業界全体を良くする活動を展開していきます。

大手国内生保が抱えている課題のひとつに、営業職員の構成が空洞化し、中核を担う職員が不足していることが挙げられます。大量退社の原因である成績不振は、いまや初期教育だけでは対応しきれません。早い時期から実践的な教育が必要です。

JAIFA会員の業績を分析すると、平均的な営業職員の生産性を1.6倍くらい上回っている傾向にあります。意識の高い会員はJAIFAで研修を受けたり、優秀な仲間から刺

激を受けることで、さらに成長を遂げていきます。

当会は任意加入が原則ですが、ある外資系生保では入社と同時に全員で加入しています。銀行窓販が全面解禁され、郵政民営化が始まる2007年からは「JAIFAに入っていない保険営業職員は生き残れない」といわれるに違いありません。

これからの営業に不可欠な三つの要素

厳しい時代に勝ち抜き、売れる営業を続けていくには、三つの要素が必要だとわたしは思っています。

第1に、営業に必要な知識と知恵を豊富にすることです。仕事に役立つ情報には広く関心を持ちましょう。一例を挙げれば、郵政民営化という問題について賛成・反対いずれにせよ「自分はなぜそう思うのか」と考えることで、理解が深まります。

そうして得た知識を活用すれば、営業センスも磨かれるのです。営業現場に即したアイデアや判断力は、努力次第で育ててすることができます。生まれ持った素質だけで決まるものではありません。

次に、お客さまからもっと好感を持たれるような工夫も必要です。似合う髪型や服装を研究するだけでなく、色が持つパワーに着目することで、自分の力を引き出すこともできます。わたしもカラーコーディネーターからアドバイスを受けて、ピンクが合うと知りました。予想外の色でしたが、身に付けてみると世界が広がりました。自分に自信が持てるようになると、お客さまにも好印象を与え、仕事を進める力になります。

最後は、明確な目標を持つことです。「いつまでに、何を、どのように行うか」という強いイメージです。そのためにはスキルアップ、実行力、人脈、スピードなどが求められますが、中でも人脈が大切です。どのような人物と付き合っているかが、仕事のレベルを決めると言っても過言ではないのです。

営業担当者一人ひとりには大河の一滴かもしれませんが、生命保険が人々の生活に果たしている役割は計り知れません。社会貢献の一翼を担っているという信念と誇りを持って、新しい年を進んでいこうではありませんか。