

2014年度 第4回 生命保険業界(通算46回)

跡部 浩一 様

1969年3月 明治大学商学部 卒業
1969年4月 千代田火災海上保険株式会社 入社
1996年4月 出向:千代田火災エビス生命保険株式会社 経営企画室長
1998年4月 復職・金融法人部長
2001年4月 企業合併・あいおい損害保険株式会社 金融営業推進部長~取締役
2004年7月 株式会社あいおい保険ファイナンス 取締役社長
2009年6月 退任。現在、NPOリブ・フォー・ライフ美奈子基金 理事

生保・損保 保険業界とは

はじめに

【自己紹介】1969年に千代田火災海上保険株式会社という損害保険会社に入社し、40年間、勤務。5年前に退職。現在は、白血病の患者さんを励ますボランティア活動に参加している67歳です。入社から8年半は、東京の営業部で営業担当者として仕事を始め、資産運用部門である財務部・融資部を経て、規制緩和の時代の流れの中で、生保と損保双方が子会社方式で相手の事業に参加できることとなり、生保会社の立ち上げに参画してきました。生保社を設立後、損保社に戻り、大手金融機関を担当する金融法人部、会社の合併等を経て、取締役から関連会社の社長を経験させて頂きました。誰も経験したことのない新規事業や環境激変の時代を辛くとも、楽しく仕事でできました。現役後半の58歳時に急性白血病にかかり、いのちと保険の大切さを痛感する体験もしてきました。

保険とは

よく私たちは、「保険をかける」とか「保険に入る」とか、口にします。その際の意味は、いわゆる保険契約に加入する、という意味と、リスクを回避するための安全弁を用意するような意味で使い分けをしています。今日の講義は、前者の「保険契約」です。2010年に、ほぼ100年ぶりの「保険法」が改正されました。

我が国の保険制度

公的保険(社会保険)と私的保険(自助努力)の二つに大別されます。生保とか損保は、後者の「私的保険」の分野です。これらは、相互に補完し合い、国民の福祉向上に貢献する社会公共的な役割を担っています。

生命保険と損害保険の違い

生命保険は、「人の生存や死亡」に関する保険で、損害保険は、自動車保険のように「偶然的事故を対象」にした保険で、「保険」といっても、こうして両者のリスクや果たす役割は、異なっています。そのこともあり、両方の「事業の兼営」は子会社方式以外は、いまま保険業法で禁止されています。

現在の保険業界

損保業界は、47社が営業していますが、寡占化がすすみ、大手3グループでシェアの90%を占めており、国内損保(ネットを含む)24社、外国損保21社、再保険会社2社で展開されています。

生保会社は、日本生命をはじめとする国内生保9社、外資系13社、損保系/ダイレク系他で構成され、合計42社が現在、営業しています。

保険業界の意義・理念としての考え方

相互扶助(助け合い)と社会公共性に、あるでしょう。「一人は万人のために、万人一人のために」を産業の理念として、発展してきました。福島原発事故や自然災害の大規模化などの変化に伴い、ますますこの役割が重要になってくると思います。

保険会社の仕事

保険会社の業務は、「保険の引受け販売」と「資産運用業務」の2大柱で構成され、車の両輪の関係にあります。特に、保険の引受け販売は、一般的に営業職が担当しますが、安定的な保険の引き受け・お支払が可能なように「収支相当の原則」にもとづいて運営されています。その上で、生保・損保共に、本店部門といわれる政策立案や人事総務会計・商品開発・IT部門等があります。両業界に特有なのは、生保は保険の引受け部門として、「医的診査部門」があり、損保は保険金の支払い部門として、「損害調査部門」があります。

保険の営業は、損保は、保険会社から委託された保険代理店(専業ブローカー・企業法人等)が保険販売を行い、営業社員はその「代理店の指導・育成・管理・支援」を行い、保険販売を行っています。一方、生保は社員としての「営業職員」をその中核に、直販や最近では銀行での保険窓口販売など、募集網も多岐にわたってきています。

こうした仕組みをもって、それぞれにホールセールといわれる法人(大中小企業)やリテール部門の個人顧客への販売・管理・サービスを行っているのです。

■ 営業職としてキャリアに必要な知識・スキル等

よく聞かれる質問ですが、一般的にはFPの資格勉強をお薦めしています。しかし私の意見は、FPがあればベターですが、ベストとは考えていません。実際の実務は、入社してからしっかり学ぶことで十分です。それ以上に私は、学生としてのご自身のいまの課題を全うしてほしいと思います。敬愛大学の「チバイチバンカ」も大事な視点で、一つでも、二つでも自身の輝きとすべきです。勉強は、生涯続くものです。ステップアップこそ大事です。

保険は、手に取って確かめることのできない商品です。そういう商品を売る力とは、お客さまを「信頼し」「信頼される」ことがすべてであります。①会話力、聞く耳を持つこと、②新聞を読む習慣、③正しい礼儀・言葉使い・周りへの気配り、こそ身につけて下さい。礼儀作法には、公用文の書き方も必要です。信頼を得られるか、どうか、の基本でもあります。時間をみつめて、よくよく勉強してほしいと思います。ともかく、何事にも関心を持って、想像力を大きく、良く考え、自分の意見をもつ、勉強を大学での学問と教師・友人を通じて、学んでほしいと思います。基礎を大事に、常に基本に戻って、自分に恥じない努力こそ、確かな成長につながります。3・11以降、改めて「思いやり」「助け合い」が大事な社会になっています。そんな期待に応えられる保険業界でありたいと思っています。そんな思いをもった、輝く挑戦者を待っています。笑顔で、胸をはって、頑張りましょう！