総合的な法人コンサル研修を実施

『商品マーケットお願いセールス』からの脱却を目指す

法人税率の引き下げや保険商品の損金性の減少、マイナス金利による運用環境の悪化で、法人保険の販売が難しくなったという声があちらこちらから聞こえる。しかし、そんな厳しい環境下にあっても、これまでの保険商品の損金性を活用した税対策、退職金対策といった切り口の販売から脱却し、保障という生命保険が持つ本来の機能を中心にした提案で業績を伸ばしている営業職員・代理店が少しずつ増えてきている。AIG富士生命では「景気や法人の黒字・赤字ありきの販売」からの脱却を目指し、法人保険の原点であった決算書からの販売手法に回帰し、代理店に総合的な法人コンサルティングの研修を実施。「TAP（トレーニング・アライアンス・プログラム）」として地域型の乗合プロ代理店に対して担当ソリシター（代理店営業担当者）による密着型トレーニングの提供を通じた関係強化を図っている。ここでは、同研修に携わるAIG富士生命教育部トレーニングGの近藤忠氏（写真右）と、講師の一般社団法人財務コンサルタント協会の山岸修氏（副理事長）（写真左）の両氏を迎え、研修制度における受講生との関わりや、法人への販売手法のこれからについて聞いてみた。

対談：　AIG富士生命教育部トレーニングG　近藤 忠氏　×　財務コンサルタント協会 副理事長　山岸 修氏

法人のコンサルは個人と同じ

社長の保障提案のために決算書を学ぶ

山岸「プランナー（代理店店主）側の課題としては、法人保険について間違った認識が根付いてしまっている。研修をやっていても、法人保険＝節税という認識がいくら教えても抜けない」

近藤「節税販売中心の保険代理店の多くは、保険はそもそも『保障』ありきというマインドが知らず知らずのうちに薄まってきているように感じます。本来、保険会社が提供する商品は『保障』です。キャッシュバリューで売るというのは、解約した後の話であって、この手続きが悪いといっているのではありません。まず企業における保障の必要性をお客様へお伝えし、その時々の目的に合わせて解約返戻金を活用いただくという、総合的な提案思考が必要かと考えるようになりました」

山岸「逆に、私のセミナーを受けて業績を挙げている人の特徴は、個人保険をきちんとライフプランを行い、コンサルできている方たちです。なぜなら、私の話す手法は『法人保険のコンサル』だからです。個人の必要保障額等のコンサルができない、またはそういう発想を持てなければ、法人のコンサルはもっと難しい」

近藤「個人保険をコンサルできる人ほど、法人保険に転換しやすい。例えば、弊社で行っているTAP制度の中には、これまで個人保険のライフプラン提案をしっかり学んできて、これから新しいマーケットとして『法人』に取り組もうと考えますが、何から着手していけばいいかわからないという方がいらっしゃいます。実はこういう方が、きっかけをつかめば答えを見いだせていただけるんです」

山岸「個人保険のライフプランをやってきた方は、法人だと売り方を変えなければならないという不安を持っています。周囲で法人保険を売っている人は節税ありきの販売をしている人ばかりだからそう思うのかもしれませんが、そうじゃない、売り方は同じなんです。『法人』という大きな組織・集合体なのではなく、社長も役員も同じ『人』であり、考えなければならないのは『人』に対する保障なのだから。社長さんの必要保障額を算出するための指標として、財務諸表の読み方を勉強する。そう話すとみんなホッとしてくれます」

「知識」と「倫理観」のバランス習得

法人保険の原点回帰が業界全体の底上げに

AIG富士生命のTAP制度（年間計8回の研修）では、企業決算書の読み方、保険提案のポイント、コンサルティングがなすべき倫理観などを徹底講義している。受講者はグループに分かれ、前半の研修では、実際の貸借対照表をもとに、その会社の財務内容を読み解く手順から各決算書とのつながり、財務改善すべきポイントおよび生保提案のポイントメモを作成、後半の研修では、テーブル内のチームで、お客様にどこが気になり、どこにどう保障を組み込むことで、現経営者と後継者候補があるべき財務（貸借対照表）の形をイメージし、保険提案していくかを実践的なトレーニングを体感できる。初回時点では決算書の読み方などまったく理解できていなかった人も、研修最終回の会に近づくと複数期の貸借対照表から会社の財務状況を把握し、生保提案のためのレポート作成までを自らの思考で財務間の関係性、経営者の悩みの課題、保障提案の肝や継続可能な保険料の目安などをおぼえずに切り出せるようになる。

近藤「通期の研修中から段階的に実績があがる方もでてきますが、通期の研修期間中は思うように契約を挙げることができなかった方も、あきらめずに継続して担当のソリシターに相談しサポートを受けながら、やり取りを継続していくなかで、お客様に認めていただき成約したという成功談もいただくこともありました。またその他の成功談では、当社代理店の方で、企業のお客様に企業リスクにおけるご提案に上がった際、これまで手法としては取り組んでいなかった財務諸表からの話をされた例があります。もともと企業リスクにおける損保からの保障販売をされてきた方なので、その会社の財務状況から、リスクに潜む課題を一商品ずつ保障の機能と紐付けながらのご提案で高額契約が驚く程早く決まったとのことです。

研修を卒業して一年以上たってから、このやり方で販売成果が出る方もいらっしゃいます。講習中はなかなか習得いただけず、苦労をしていたのですが、実際に販売の現場で事例に直面し『こういうことだったのか』と腑に落ちていただき、実績が生まれてきた。こういうケースを見ていると、この制度というものは、卒業してからも関わり続けることで、人間関係も深まりさらに信頼の成功率が上がるものなのだと思いました」

山岸「『財務』が怖くなくなったことで、社長とコミュニケーションが取りやすくなったんでしょうね。こういう方々はまだ過渡期なのでスキルを身につけていけば、もっと伸び代があることがわかります。また、研修終了後、1年以上経過後もプランナーの活動に関わっていた担当ソリシターの存在も重要ですね」

近藤「この財務分析からの保険提案手法は単に財務諸表がわかっても成果には直結しません。ソリシター自身にとっても参加プランナーと一緒に勉強し、寄り添っていかないと成果はでないと思っています。プランナーが腑に落ちないポイントが出てきたとき、担当ソリシターも努力が必要です。財務用語、財務指標、わからないことはすべて吐き出してもらい、研修中は私が、研修以後はソリシターが、山岸先生からご提供いただいた財務改善ゲームや資料などを使って、お客様が何を必要としているのか、共に解析していくようにしています」

山岸「既に法人案件を抱えていたり、懇意なお客様がたくさんいる方の場合、研修中に『この話、あの社長様に持っていこう』と、すぐに動き出せます。アウトプットを考えながら私の話をインプットしている。でも初めて法人に踏み出す方にもできる手法なので、時間がかかっても自分のものにしていただきたいです。なかなかお客様に決算書の話題を切り出せない方もいると思います。でも、普段からお客様本位でお付き合いして人間関係がしっかりできていれば、あとは財務用語とつながり、仕組みを理解することで、営業の可能性はトントン拍子に広がっていくはずです」

近藤「そうですね。これだけ大きなマーケットですので、商品の特長ありきで、一商品提案だけではもったいないと思います。財務諸表が理解できれば、業種の特性や傾向と合わせて、その時々で経営者の気持ちをくみ取りながら商品をご提案したり、決算期後に不足していると考えられる必要な保障をリスクの平準化を年払でなく月払でご提案したりなど次のご提案目標が生まれます。

そうしたことからこの手法が認められ、プランナーの間で『AIG富士生命ではそんな研修をやっているのか』と情報が広がり、それが山岸先生がおっしゃっている本来の法人保険販売のあり方に回帰した、業界全体の底上げにもなると思っています」

2期目に突入したTAP制度

ソリシターとの関係強化で業績アップ

近藤「TAP制度も2期目に入り、東京、大阪、名古屋の3拠点で展開しております。各々会場13名から20名ほど参加いただいております。参加プランナーの中には、税・会計士から、地域訪販、来店型ショップと当社のすべてのチャネルからご参加いただいています。特に今期から拡大した名古屋の成果は高く、効果が顕著に現れてきました。

もともと法人保険のコンサル販売の原点であった「決算書からの販売手法」に回帰し、参加プランナーに法人コンサルティングの研修を行う中で、「法人」という取っ掛りとそあれ、最終的には経営者「個人」の保険コンサルティングを見据えた内容となっているので、総合的な研修内容となっています。

さらに、この制度の本来の目的は参加いただきますプランナーとソリシターの関係強化です。商品のスペックや手数料面だけでは同業他社に太刀打ちできないこともあります。そこで強みになるのが財務諸表分析をきっかけとした保険提案までの係わりです。営業の現場で、極端に商品の特徴や手数料に左右されず、お取引代理店・プランナーに求められ・実践できるものは何かと考えたとき、プランナーと協力して課題に向き合えるこの制度は非常に有効なトレーニング手法と感じました。信頼関係の強化は、大きな業績アップにもつながり、何より担当ソリシターのモチベーションへも影響を及ぼせます。

この手法を、弊社の営業スタイルとできるように根付かせ広げていきたいと考えています」