

SOMPOビジネスソリューションズ

プロ代理店向け実践型研修プログラム
公的保険の知識軸に募集人の提案力磨く

2021年の監督指針改正以降、募集人による公的保険制度の説明が重視される中、SOMPOビジネスソリューションズは、(一社)公的保険アドバイザー協会との提携により、プロ代理店向け「公的保険から始まる保険サービス実践プログラム」の提供を10月から開始する。3カ月間のロールプレイ研修を通じ、公的保険の知識を実践的な提案スキルへと昇華させ、募集人の提案力と顧客対応力の向上を図ることが狙いの本プログラムは、代理店の提案領域を広げる実践型の人材育成策となる。

を論理的に理解でき、民間保険の提案も納得感をもって受け入れやすくなる。

こうした背景の下、同社は24年10月に公的保険アドバイザー協会と業務

ご支援できないかと考え、本プログラムの着想に至った」と、開発の経緯を話す。損保ジャパンの代理店支援子会社である同社は、かねてプロ代理店が生命保険分野に踏み出すハードルを下げる施策を模索してきたが、その中で、公的保険の話から保障の必要性を訴求する手法は、折しも施行された監督指針の趣旨とも合致した。

を実務に落とし込むトレーニングを積む。具体的には、年に1回送付される「ねんきん定期便」や同協会提供のシミュレーションツール「ねんきんチェッカー」から公的年金の見込み受給額などを算出し、その情報を起点に、顧客の不足保障を洗い出す対話の進め方を身に付けるプログラムとなっている。「実践的なロールプレ

イダンス等4回十ロップレ13回」にわたって実践とフィードバックを繰り返す。各自が演じる顧客役・募集人役のロールプレ場面を録画し、AIによる話速や発話割合などの分析と、講師による内容面の講評を受ける仕組みも取り入れられている。研修期間終了後から3カ月間は、研修内容の定着と現場での活用状況をフォローアップする。

「研修はそこではなく、まずお客さまにきちんと情報提供していくという点にある」と強調する。すでにパイロット版を受講したプロ代理店からは、手応えを感じる声が上がっている。その一つである㈱フェイス・シマダ(富山県高岡市)では、社員4人が本プログラムに参加した。同社の米谷三史社長は「この研修で一番良かったのは、社員が公的保険の話を自信を持ってできるようになった点だ」と評価する。さらに、実践形式の研修により、社員が対面さながらの臨場感の中で対応力を磨くことができたと続ける。複数人で受けた研修後も互いに競い合ってお客さまに積極的に話ができるようになってきた」と、社員の成長を喜ぶ。

参加した社員からも「ロールプレを繰り返す中で、説明の順序や言葉選びが整理され、お客さまの反応が変わった」「研修で得た型を実際の面談で試すのが楽しみななった」といった声が上がっており、現場レベルでの変化にも表れている。一方で、プログラム推進側としての課題もある。「できたばかりのこのプログラムの存在を、代理店さんにとり広めていくのが課題だ。他の研修メニューに埋もれないよう、プロモーションには工夫が必要だと思っている」と高橋氏は話す。また、少人数制かつ対話重視の実践研修だけに、一度に多数の受講者を受け入れる展開は難しい。渡邊氏は「質を重視した研修で、どのような募集人でも確実に力を身に付けてもらえるようにするのが当面の目標」との考えを示す。

10月から第1期の研修プログラムがスタートする予定で、定員は3グループ12人。第1期の参加募集はすでに締め切られているが、26年1月スタートの第2期への参加募集は、9月30日まで受け付けている。パイロット研修を振り返り、渡邊氏は「お客さまとの関係性を強めるという意味で、本プログラムは代理店さんのお役に立っている実感がある」と手応えを語る。今後は第1期研修の成果やフィードバックを踏まえて内容をブラッシュアップしながら、参加代理店の拡大を図っていく方針だ。



左から渡邊氏、高橋氏

21年の金融庁の総合的な監督指針の改正では、公的保険を補完する民間保険の趣旨に鑑み、募集人が公的保険制度を適切に理解し、顧客に制度内容を説明することの重要性が明確化された。特に生命保険の提案においては、顧客それぞれの公的年金の受取額を可視化し、不足するリスクを示すことが鍵となっている。このプロセスにより顧客は自身に必要な保障

提携を締結し、公的保険制度の情報提供を代理店で実践するための支援サービスの開発に乗り出した。サービスの企画・開発の中心を担ったプロ代理店支援本部企画室の渡邊聡氏は、「損保代理店は自動車保険や火災保険は非常に得意だが、生命保険の販売や提案になるとやや二の足を踏む傾向がある。そこで何か当社で

本プログラムは、公的保険アドバイザー協会が提供してきた実践的研修手法をベースに、同協会と共同で開発した。受講にはまず同協会の「公的保険アドバイザー」資格を取得することが条件となる。その上で3カ月間、少人数グループ(1チーム4人)で講師の指導を受けながら集中的なロールプレイ研修で学び、公的保険制度の知識

インクを通じ、他の研修では得にくい実践力を養う」ことを目指しており、講義で知識をインプットする従来型の研修とは異なり、対話を重ねることで現場で生かせるスキルを身に付けられるのが特徴だ。研修はオンラインで実施され、参加者は講師との1on1のトレーニングや参加者同士の相互フォローなどで計17回(ガ

プログラムのゴールは「保険の見直しや新規提案のきっかけをつくり、公的保険から始まる保険サービス」をお客さまに自信を持って提供できるようにすることだ。講師を務めるプロ代理店支援本部コンサルティング部の高橋浩二氏は、「代理店さんにとって最終的なゴールは生命保険の売上拡大かもしれないが、このプログラムのコ

ールの反応が変わった」「研修で得た型を実際の面談で試すのが楽しみななった」といった声が上がっており、現場レベルでの変化にも表れている。一方で、プログラム推進側としての課題もある。「できたばかりのこのプログラムの存在を、代理店さんにとり広めていくのが課題だ。他の研修メニューに埋もれないよう、プロモーションには工夫が必要だと思っている」と高橋氏は話す。また、少人数制かつ対話重視の実践研修だけに、一度に多数の受講者を受け入れる展開は難しい。渡邊氏は「質を重視した研修で、どのような募集人でも確実に力を身に付けてもらえるようにするのが当面の目標」との考えを示す。

10月から第1期の研修プログラムがスタートする予定で、定員は3グループ12人。第1期の参加募集はすでに締め切られているが、26年1月スタートの第2期への参加募集は、9月30日まで受け付けている。パイロット研修を振り返り、渡邊氏は「お客さまとの関係性を強める」という意味で、本プログラムは代理店さんのお役に立っている実感がある」と手応えを語る。今後は第1期研修の成果やフィードバックを踏まえて内容をブラッシュアップしながら、参加代理店の拡大を図っていく方針だ。