

## 日本の生命保険マーケット最新事情2020：「新型コロナ」が生命保険業界にもたらす変化～「対面×非対面」の新しい営業モデルを

### 新型コロナに係る支払額は死亡保険金が16億円・入院給付金が3.5億円

「この数字が大きいのか小さいのかは評価できない。重要なことは、これからの感染拡大への状況、それに伴って死亡保険金、給付金の支払いがどのように推移していくか。それをきめ細かく見ていくことのほうが大事だ」

清水博協会長（日本生命社長）は20億円の支払額について、こうコメントした。生命保険協会は6月12日、記者会見を開き、新型コロナウイルス感染症に係る保険金などの支払いを明らかにした。

20億円のうち、死亡保険金が250件で約16億円、入院給付金は約2,700件で約3億5,000万円（5月末現在）となっている。

日本では、今年1月中旬に初めて感染者が確認され、3月20日に1,000人に達して以降、3月末に2,000人を超え、4月3日には3,000人を突破して、4月6日には4,000人と急増した。

そして、4月7日には首都圏など7都道府県を対象に、インフルエンザ等対策特別措置法に基づく「緊急事態宣言」が出され、16日になると「緊急事態宣言」は全国に拡大した。

3密（密閉、密集、密接）の条件がそろると、感染者が多く発生するといわれ、不要不急の外出自粛や営業停止などが要請された。

そして、5月14日に緊急事態宣言は39県で解除され、25日には全国的に解除された。

この間、生命保険協会では新型コロナウイルス感染症に関連してさまざまな対策を打ち出した。

まず、保険料の払込が困難になった契約者に対する救済措置として、保険料払込の猶予期間を最長6カ月延長し、9月末まで延長する特別取扱いを実施。

また、新型コロナに感染した人のうち、ホテルや自宅など医療機関以外で療養を受けた契約者にも、入院給付金が支払われるように、請求に必要な書類などをまとめたガイドラインを作成。

入院給付金などを請求する際に必要な証明書は、医療従事者の事務負担軽減の観点から、生命保険業界統一の簡易な証明書様式を作成した。

## 契約者貸付の申し込みは70万件・4,060億円

このような業界での取り組みに加え、会員各社（42社）でもさまざまな対応を実施している。主な取り組みは次のとおり。

- ① 一時的な資金ニーズに応えるために、新規の契約者貸付について利息を免除。  
なお、契約者貸付の利率は保険会社や保険期間で異なるが3%から5.75%程度になっている。
- ② 新型コロナウイルス感染症で死亡した場合、災害死亡保険金の支払い対象にする。
- ③ 医療機関へ通院する代わりに、自宅などで医師による電話診療やオンライン診療を受けた場合でも、通院給付金の支払い対象となる。

では、どのぐらい利用されているのだろうか。

保険料払込猶予期間延長の申し込みは約17万件（5月末現在）。

新規の契約者貸付（26社）の申し込みは約70万件で、約4,060億円を新たに貸し出す（同）。

「保険料払込の一時停止ニーズや一時的な資金ニーズが増え、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が幅広く及んでいる。今後、一人ひとりの状況を伺い、契約の継続に向けた丁寧なアフターフォローが特に必要だ」と清水協会長。

そのための追加措置の一つとして、未納保険料の返済の新たな取り扱いを6月10日に公表した。

未納保険料は原則9月末までに全額を払い込むことになっているが、来年の4月末までさらに7カ月間延長。分割払いなどの方法で払い込むことができるようになる。

ただ、気になるのは解約件数の急増だ。

契約者が保険料払込猶予の申し込みをしないで、解約した契約がどのぐらい発生しているのか。新規に契約者貸付を申し込まずに、契約を解約して解約返戻金を事業資金に充当しているケースがどのくらいあるのか。

生命保険協会は毎月の事業概況を公表し、その中に「解約返戻金」の項目がある。4月以降の事業概況が公表されていないので実態は分からないが、前年同月を上回っているのは確実だろう。

コロナ禍によって、失業したり収入が下がることで、「保険料支払能力」が低下している契約者の急増が懸念される。それは、生命保険マーケットにも大きな打撃になる。

なお、同協会は医療現場の最前線で新型コロナウイルス感染症の治療に尽力する医療従事者に対する寄付も行った。日本医師会と日本看護協会各々への4億円を含む合計10億円を寄付した。

#### 4、5月は対面活動を自粛、でも給与は保証

新型コロナウイルスの感染症によって、営業現場はこれまでに例を見ない影響を受けた。

生保各社は首都圏での不要不急の外出自粛要請に伴い、営業自粛を始めた。4月16日に「緊急事態宣言」が全国に出されてから、営業職員は在宅勤務となり、営業活動を自粛。

この間、各社の営業職員は自宅で次のような活動をしていた。

① 電話やメールなどで、契約者などの健康状態を尋ねたり、加入している契約の支払い事由の説明など。

② 保険料払込猶予などの「特別取り扱い」の案内。

③ タブレット型営業携帯端末を使い、eラーニングを活用してコンサルティングスキルなどの向上。

「非対面によるお客さまへのアクセスを優先し、保険料払込猶予期間の延長や入院給付金の特別取扱いなどの案内に加え、お客さまの要望に応じて保障内容や保険料の相談業務にも力を注いだ。お客さまに安心をお届けする活動を展開した」（明治安田生命）

営業活動を自粛したため、ほとんど契約が獲得できていないが、営業職員がメインチャンネルの保険会社は「保証給支払制度」を導入した。

例えば、明治安田生命では非対面活動の実践状況などに応じ、2019年10月から2020年3月の平均給与を7月まで保証する。

富国生命は8月まで、2019年10月から2020年3月の平均給与額をもとに算出した給与を保証している。

生命保険各社は6月1日、緊急事態宣言が解除された地域の訪問活動を順次再開した。契約者訪問の際には事前に連絡し相手の意向を確認する。また、毎日の検温と体調管理、マスクの着用、除菌（手洗い・うがい）などを徹底している。

なお、契約者が訪問を希望しない場合は、引き続き電話や郵送での対応を続ける。

## 対面と非対面をオーダーメイドの組み合わせ

「Withコロナ」で、「3密」を避けた勤務態勢や在宅によるテレワークが定着してきた。このような募集環境の激変に伴い、これまでのような対面活動ができなくなっている中で、新しい営業モデルの模索が始まった。

まず、前例のない非対面活動を2カ月間強いられ、どんなことを実感したのだろうか。

「お客さまの加入行動は非対面と対面を組み合わせた形になるだろう。そして、お客さま一人ひとりによって非対面と対面の組み合わせ方は異なり、多様になっていく。

そうすると、営業活動に限らず、生命保険会社がやるべきことは、一人ひとりの要望、意向、それから行動パターンなどに基づいて、対面と非対面の組み合わせをオーダーメイドで組み立てることが必要になる」（日本生命）

「人を介さないデジタル完結に利便性を感じたり、あるいは時間と空間に制約されないオンデマンド型リモート対面が心地いいと感じたり、あるいはリアルな対面の必要性を再認識したり、さまざまなお客さまのニーズが顕在化するだろう」（第一生命）

「デジタルライゼーションの流れの中で、インターネット経由の保険加入も伸びることも考えられるが、長期的にお客さまを支えていく生命保険の特性を考えれば、今後も営業職員が販売の中心であることに変わりがない。

お客さまとデジタルコンタクトができるスキーム構築、お客さまの利便性向上、営業職員のパフォーマンス向上など様々な面でデジタル技術のメリットを取り入れていきたい」（住友生命）

例えば、日本生命はデジタルを活用した活動スタイルとして、次のポイントを挙げる。

- ① LINE ID収集キャンペーンによる顧客情報の収集。
- ② LINEを通じた商品・サービスの案内による継続的なコンタクト。
- ③ LINEを通じたニード喚起ツールの送付。
- ④ LINEを通じた保障提案書の送付。

利用ユーザーが8,000万人以上もいるチャット形式のLINEによる双方向コミュニケーションによって、非対面でもタイムリーに情報提供ができる。

契約者との「デジタル接点」を拡大して、契約者データの収集と営業職員へのフィードバックという循環を作ることで、契約者とのリレーションシップの強化をめざす。

営業職員による対面販売の依存度が大きい大手生命保険会社。「対面×非対面」の

新しい営業モデルを定着させ、「Withコロナ」の中でも持続的に成長することへの第一歩を踏み出した。

## 一方、インターネット生保の業績が大きく伸展

対面活動が制限される中で、業績を伸ばしているインターネットなどの非対面チャネルの動向にも触れておこう。

ライフネット生命の月間新契約件数は、4月に1万1,078件で過去最高を記録した。前年同月の5,605件からほぼ倍増。5月も9,017件で、前年同月の6,718件に対して34%増と大きく伸展した。

この要因について、5月15日の決算説明会で次の3点を挙げる。

- ① 新型コロナウイルス感染症の拡大により、生命保険に対するニーズが顕在化した。
- ② 外出自粛要請により在宅率が上昇し、生命保険を検討する時間ができた。それに加え、非対面で生命保険に加入するという行動様式の変化もプラスに影響した。
- ③ 他の生命保険会社が、対面営業を自粛している。

なお、月間1万件の新契約といっても、生命保険業界全体では1%に満たないので、大手、中堅の生命保険会社を脅かす存在にはほど遠い。

また、保険選びサイト「保険市場」を運営するアドバンスクリエイトのオンライン生命保険も好調だ。

「保険市場」を通じたオンライン生命保険の4月度申込件数は、前月比31%増の2,214件。前年同月と比べると3倍以上になる。

また、3月から開始した「オンライン保険相談サービス」の4月予約数は5,312件と出足は好調。

消費者からは次のような声が寄せられている。

「オンラインで保険相談ができて、しかも人の顔を見ながら話せるので安心感がある」

「誕生日前に近所の保険代理店で相談するつもりだったが、新型コロナウイルスの影響で商業施設が閉まって困っていた。この状況でも相談・申込ができて助かった」

非対面チャネルの業績がにわかに急増しているが、ライフネット生命は「5月以降の新契約トレンドは非常に不透明感が強い」と慎重な構えだ。

## 第1四半期業績の落ち込みに不安が募る

インターネットのチャネルで業績を伸ばしている保険会社もある一方で、生命保険業界にとって直近の大きな不安材料は、4月～6月の第1四半期業績の落ち込みだ。

5月中旬に行われた2019年度決算報告では、「新型コロナの影響は4月はそれほど大きくないが、5、6月はかなりの影響を受けるだろう」というコメントが多くみられた。

新型コロナの感染拡大の第2波も予想され、それによって営業活動の自粛が長引けば、2020年度は第1四半期だけでなく、通年の業績もどこまで落ち込むのか、まったく見通せない状況が続く。

著者プロフィール

**鈴木健市**（すずき けんいち）

保険ジャーナリスト。大手保険専門紙に34年勤務。2000年以降は、インターネット生保、保険ショップ、大手生保の海外進出、経営戦略、保険審議会、インシュアテックなど幅広く取材。「保険マーケティング研究会」を主宰。OLISのセミナーでも講師を務め、台北、ソウル、北京、バンコク、ジャカルタでも講演。