

OLIS 2010 Chinese 講義レポート

7月23日（金）

「販売チャネルと商品」（保険情報 鈴木健市氏）

生保マーケットの構造変化に伴い、営業職員、来店型ショップ、銀行窓販、インターネット、通信販売、代理店といった販売チャネルがどのように変化しているか、最新動向について話された。

生産年齢人口の減少等で、保障マーケットが長期的に減少する一方、人口の高齢化に伴い、年金、医療保険、介護保険のニーズが拡大している。

販売チャネルで営業職員の割合が減少しており、1990年には44万人だった営業職員数は、今は半減している。一方で、銀行窓販、来店型ショップ、通信販売等が、着実に伸びている。

来店型ショップは、複数の会社の商品から選びたいという消費者のニーズに応える乗合型代理店だ。全国展開するライフプラザとアイリックコーポレーションの他、主要生保も来店型ショップを展開するようになった。

銀行窓販は、2008年のリーマンショックの後、変額年金の元本保証が大きな問題になり、販売を停止する会社もあったが、今後も、貯蓄型商品の販売チャネルとして成長を期待されている。

参加者から、営業職員の採用、富裕層向けの商品、銀行窓販の手数料等について質問があった。