

日本中の人生を支える

SUPPORT YOUR LIFE



人生は、夢だらけ。

JP かんぽ生命
INSURANCE



経営者の皆さんの
信頼に応えることが
自分自身の成長につながっていく

東京新都心法人支店 法人営業 一部
樋川 大起 (2015年入社)

※所属と記載内容は取材当時のものです。

地域で活躍するさまざまな企業も、かんぼ生命の大切なお客さまです。従業員の退職金やケガなどの保障、安定した経営のための財務強化・資金準備など、経営者が安心して経営に取り組むための有効な手段の一つが生命保険。法人営業に携わる若手社員の姿を紹介します。

業務内容 経営の安心を支える保険を提案する

私たち法人営業が担当するのは、企業のお客さま。商談の相手となるのは、主に中小企業の経営者の方々です。企業を安定的に経営していくためには、一時的な資金需要に備えた財務体質の強化が大切になります。また、従業員の退職金やケガ・死亡時の保障といった福利厚生の実装も欠かせません。このような企業経営のために有効な手段となるのが生命保険なのです。

法人営業の仕事は大きく2つにわかれます。一つは「新

規営業」。担当する地域内の企業データや既存のお客さまからの紹介などをもとに、新規のお客さまにアポイントメントを取り訪問します。そして訪問を重ねながら、経営課題や事業計画などを把握し、最適な商品プランを提案します。

もちろん、私たちの仕事は契約をいただいて完了というわけではありません。既存のお客さまを定期的に訪問し、経営や事業の変化にあわせて保障内容の見直しや新しい保険の提案を行っています。これがもう一つの仕事である「フォローアップ」。生命保険という切り口から地域の企業の成長を支えていく。それが法人営業の役割なのです。



WORKFLOW 仕事の流れ

1

アポイントを取得

地域内の企業データ等をもとに、取引のない企業の経営者から面会の約束をいただく

2

相手先を訪問

基本的に2人1組でお客さまを訪問し、保険商品へのニーズをヒアリング

3

商品提案・契約

保険商品を提案。必要書類の準備、決算処理、従業員への説明など幅広くフォロー

4

フォローアップ

定期的に訪問して、保険の新規契約、保険金の増額・減額などの相談にのる

企業が生命保険に加入する目的

経営者向けの目的



- ▶ **経営者の勇退時の資金準備**
(経営者の退職慰労金)
- ▶ **経営安定のための財務強化**
(会社の資金繰りへの備え)
- ▶ **経営者死亡時の一時的資金準備**
(取引先、金融機関に対する信用力*が減退する可能性への備え)
*信用力…事業の安定性や成長性、承継者の能力などに対する外部からの評価

やりがい 自らも学び、成長につながる

経営者の方々はお忙しいので、専門的な用語を分かりやすい言葉で表現したり、商品の特徴などを限られた時間で説明できるように心がけています。保険料や保険金の経理処理、税制上の取扱いなどの情報提供も重要になります。

IT系など成長段階にある企業にとって課題となることが多いのが福利厚生制度の整備。このようなニーズにマッチした商品プランをご提案し、優秀な人材の採用・定着が進んだとお喜びの声をいただくことがあります。また、年配の経営者の方からは、事業承継に向けた資金準備についてご相談を受けることが増えてきました。

このように、担当する企業の業種も経営者のタイプもさまざま。信頼を得るためには自分の知識を磨くことが大切となり、経済関係の新聞記事に目を通したり、日頃から情報収集に努めています。直接お話を伺うなかで経営者の方々から教わることも数多くあります。経済や経営の話題ばかりでなく、人生に関わるようなことを学ぶ機会も多く、自己成長につながっていると実感しています。

今後の展望

後輩たちの目標となる存在を目指して

法人営業の仕事は、個人ではなく、チーム体制で行われます。お客さまへの訪問も基本的には2人1組で行動します。入社して何年かは上司と同行していましたが、最近では

従業員向けの目的



- ▶ **従業員の退職時の資金準備**
- ▶ **入院時など保障の充実**
- ▶ **従業員の死亡に対する資金準備**
(残された遺族の生活保障)

後輩を伴って訪問することが増えてきました。

それだけに仕事への責任感もいっそう増してきました。後輩の成長をサポートすることも自分の大切な役割であり、それがまたやりがいにつながっています。将来は、これから入社してくる後輩たちの目標となるような存在を目指しています。

かんぼ生命は知名度が高く、お客さまへのアポイントを取る場合などでもそれが大きな力になっています。だからこそ私たちは、その信頼を大切に、これからも培っていかねばならないと思います。お客さまを訪問する時も、常にその意識を忘れないように心がけています。



数字で分かるかんぽ生命

(2021年3月末現在)

お客さま数や保険金等支払金額などの各種経営指標について、かんぽ生命は国内の生命保険会社のなかでトップクラスです。これは、簡易生命保険事業の創業から100年以上にわたり多くのお客さまから支持をいただき続けていることの表われです。「お客さま本位の業務運営」を徹底し、経営理念の「いつでもそばにいる。どこにいても支える。すべての人生を、守り続けたい。」の実現を目指していきます。

20,658

 拠点

郵便局・簡易郵便局：20,658
かんぽサービス部 (2022年4月～)：623
かんぽ生命支店：82



郵便局ネットワークとかんぽ生命の販売拠点数

全国津々浦々に設置された郵便局・簡易郵便局と全国の主要都市に設置しているかんぽ生命の支店に加え、2022年4月から全国623にかんぽサービス部を設置し、全国であらゆるお客さまのニーズにお応えする体制を整えています。

保険金等支払金額

👑 業界 NO.1

1年間にお客さまにお支払いした保険金、年金、各種給付金、返戻金などの合計額は約5.9兆円であり、国内生命保険業界でトップの支払金額です。

5.9

 兆円


70兆 1,729

 億円

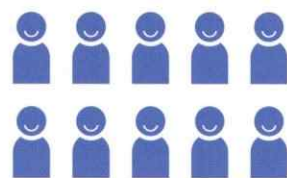

総資産

国内生命保険業界でトップクラスの約70兆円の総資産を基盤に、健全経営を維持しつつ、金融市場の変化に適切に対応するため、新たな分野への投資など、資産運用の多様化と高度化を進めています。

お客さま数 (注)

かんぽ生命の保険契約の契約者さまおよび被保険者さまを合わせた人数は約2,300万人であり、日本の総人口の約2割の方々の安心を支えています。

2,283

 万人


2兆 6,979

 億円


保険料等収入

業界トップクラスの保険契約を保有するかんぽ生命は、保険会社の売上高を示す保険料等収入が年間約2.7兆円あります。

1,121.2

 %

ソルベンシー・マージン比率

大災害や株価の大暴落などの通常の予測の範囲を超えて発生するリスクに保険会社が対応できる「支払余力」を表わす指標であり、この数値が200%以上であれば健全性の一つの基準を満たしていることとなりますが、かんぽ生命のソルベンシー・マージン比率は1,121.2%という高い健全性を示しています。

(注)契約者さまおよび被保険者さまを合計した人数(個人保険および個人年金保険を含み、当社が郵政管理・支援機構から受再している簡易生命保険契約を含みます。)

かんぽ生命の仕事の領域

かんぽ生命には、かんぽサービス部・支店・サービスセンター・本社という仕事の領域があります。各領域のさまざまな部署がそれぞれの専門性を発揮しつつ各領域との連携を強めながら、お客さまの人生に寄り添い、一人ひとりの人生を守り続けていくために、会社を挙げて「お客さま本位の業務運営」に取り組んでいます。

支店

すべての都道府県に設置しており、地域のお客さまに密着したサービスを提供しています。

リテールサービス統括部

郵便局の窓口チャネル向け代理店支援等を担う機能に加え、かんぽサービス部と一体となってお客さま本位のリテールコンサルティングを推進します。

法人営業部

法人・市場のお客さま向けに自社の保険商品やほかの生命保険会社の保険商品をお勧めします。法人のお客さまには、会社経営上のリスクと資金需要に備えて生命保険を活用する資金確保策をご提案します。

かんぽサービス部

お客さま担当制を導入し、お客さまニーズに応じた商品・サービスのご提案とアフターフォローを実施します。

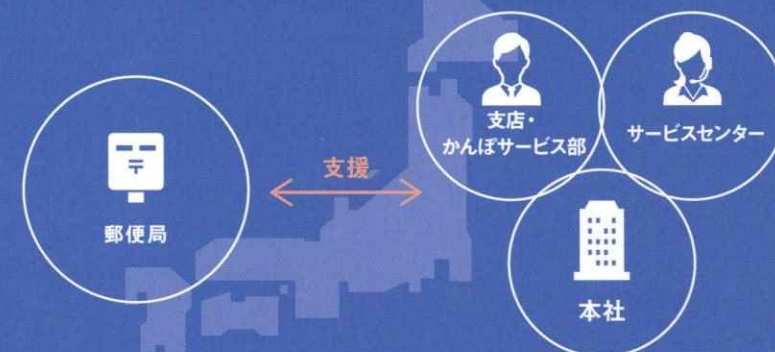
サービスセンター

全国5カ所(仙台、東京、岐阜、京都、福岡)に設置された保険事務の拠点です。保険証券の作成やお客さまへの保険金等のお支払いに係る審査業務などを行います。お客さまや郵便局からのお問い合わせに対応するコールセンターの機能もあります。

本社

販売の最前線への支援を行う「営業企画」「営業推進」や、「商品開発」、お客さまからお預かりした保険料を運用する「資産運用」、保険契約や保険金のお支払いに関わる「事務」、ITインフラを担う「システム」、人材や資金・情報といった経営資源を統括する「コーポレート」など、多彩なフィールドが存在します。

かんぽ生命と日本郵便株式会社





多角的な視点を大切にし、
お客さまの声を
改革に結びつけていきたい

東東京支店 パートナー一部
古瀬 桃子 (2018年入社)

※所属と記載内容は取材当時のものです。



“ INTERVIEW ”

インタビュー

第一線に立ち、郵便局の業務を支援する

パートナー部は、かんぽ生命の募集代理店である郵便局への業務支援が主な仕事です。担当する郵便局を訪問し、お客さまにご加入いただいている生命保険契約を維持するための新たな仕組みや制度などの説明を行ったり、各種手続きに関する照会などに対応しています。また、保険手続きや保険商品の内容などを分かりやすくまとめた情報の提供も行っています。最近比重の高まっている業務は、ご契約内容確認活動の支援です。これは、既にご契約いただいている保険の内容をお客さまに確認させていただくもの。かんぽ生命の信頼回復に向けた取り組みです。

このような確認活動のため、私たちが直接お客さまを訪問することもあります。お客さまとお話するにあたっては、お問い合わせいただいた契約だけでなく、その他の契約についても調査し、全体像を把握してご対応するように心がけています。

「なぜ必要なのか？」と多角的な視点で考える

相手に情報を伝える時、あるいは自分で知識を習得す

る時、どちらの場合も目の前の事象だけに捉われず、「なぜ必要なのか？」といった多角的な視点で考えるように心がけています。そこまで考えて初めて、点が線に、つまり「作業」が「仕事」になるのだと思います。郵便局への業務支援にあたっては常にこのことを意識しています。

自らを成長させていく前向きな姿勢も大切です。保険商品や社会の動きなど新しい知識を習得するために部内で研修会を定期的に行っており、自分が講師を務めることもあります。ベテランの先輩たちが相手に緊張しますが、伝え方や話し方など若手の自分らしく工夫しています。それがまた、郵便局への業務支援にも大いに役立っていると感じています。

若手社員の活躍の場はますます増えていくはず

お客さまと直接お会いして実感するのは、生命保険会社としての社会的役割の大きさです。年齢の方はもちろん、若い世代にとっても生命保険は生きていく上で必要不可欠な商品です。若手社員の知識や発想が活かされる機会は今後ますます増えてくると感じています。私たちパートナー部は、かんぽ生命のなかでもお客さまに最も近い立場にあります。常に視野を広く、アンテナを高く張り、お客さまのご要望やニーズを社内にも積極的に発信していきたいと思っています。

SCHEDULE

ある1週間のスケジュール



MON

上司に同行してお客さまを訪問。契約内容について確認を行う。



TUE

担当するエリアの郵便局を訪問。ご契約内容確認活動などのフォローを行う。



WED

コンプライアンス活動の一環として郵便局を訪問。午後は「相続知識」をテーマにした部内研修に参加する。



THU

お客さまから問い合わせのあった契約内容の確認。社内の関連部署と連携して確認を行う。



FRI

社内で郵便局の業務支援のための資料を作成。午後から「付帯サービス」に関する部内研修。講師を務める。



お客様の人生に寄り添う
かんぼ生命らしい
保険商品を開発していきたい

商品開発部
白石 裕子 (2011年入社)

※所属と記載内容は取材当時のものです。



INTERVIEW

インタビュー

多様なプロの視点を交えて検討を重ねる

かんぼ生命の商品開発での一番のやりがいは、たくさんのお客様に喜んでいただくこと。お客様、そして商品を届けるフロントラインの皆さんから「こんな生命保険を待っていました」といった声を聞くと、なによりも嬉しいです。かんぼ生命は、お客様数などの規模で業界トップクラスです。それだけに影響や手応えも大きいです。

数多くのお客様にお届けする保険商品だけに、開発段階ではさまざまなプロフェッショナルの視点を交えて検討を重ねます。保障の内容や保険料などの商品開発部内での検討。事務システム部門や営業関連部との擦り合わせ。そして役員会議での意思決定。認可申請のための官庁との折衝も商品開発担当者の重要な仕事です。更に、お客様や第一線の声を商品開発に活かすために、フロントラインの皆さんのご意見を全国からWeb会議や対面で何う場も設けています。

お客様のニーズや社会の変化、医療の進歩などを的確に捉えて、商品に落とし込んでいく企画力が重要であることはいうまでもありません。

それに加えて、粘り強い交渉力も、かんぼ生命の商品開発に求められる大切な資質です。

主体的になって商品開発をリードしていく

入社2年目、全社横断的なプロジェクトのチームリーダーを任されました。まだ経験も少なく戸惑いもありましたが、メンバーたちにもサポートしてもらい、自分なりにベストを尽くし奮闘しました。指示を待つのではなく、自ら主体的に動いていくといった、あの時学んだ経験は現在の仕事でも大いに役立っています。

2019年には、通常の保険ではカバーできない先進医療特約の開発を担当しました。この領域の商品は、かんぼ生命としては初。それだけに社内で幾度もの検討が重ねられました。交渉が難航することもありましたが、この時も私は粘り強く開発意義を伝えて主体的に開発を進めました。自ら企画した商品を実現するためには、保険商品に対する揺らぐことのない信念も大切なのです。

もっとこんな保険商品をお客様にお届けしたい…。今も私の頭のなかにはいくつもの商品プランがあります。お客様一人ひとりの人生に寄り添う、かんぼ生命らしい商品開発にこれからも取り組んでいきます。

WORKFLOW

商品開発の流れ





できるだけ多くの利益を
お客さまに還元するために
世界のマーケットと向き合う

運用開発部
久里 輔 (2014年入社)

※所属と記載内容は取材当時のものです。



保険金をお待ちのお客さまに
迅速で正確なお支払いが
できるように努める

東京保険金サービスセンター 人的査定ユニット
関本 菜摘 (2014年入社)

※所属と記載内容は取材当時のものです。

INTERVIEW インタビュー

日々、世界の金融マーケットに向き合う

生命保険会社の資産運用部門では、お客さまからお預かりした保険料を債券や株式などの資産に投資しています。私はそのなかでも、海外企業の社債への投資を担当しています。ニューヨークやロンドンなどのマーケットの動き、投資先の企業の状況などを日々チェックし、リスク分散を図りながら、できるだけ多くの利益をあげられるように運用しています。

グローバルに学ぶチャンスも多い

私はこれまで、トレーニー研修や出張など、海外で何度も貴重な経験を積んできました。2019年12月には、欧米のIT企業を訪問しました。これは、運用開発部で進めているAI導入に向けたプロジェクトに関連した出張です。私たちが運用するのは、お客さま一人ひとりの保険料が積み重なった大切な資産です。「かんば生命の保険に加入してよかった」と思っていただけのように、投資に係る一つひとつの売買条件にこだわり続けていきます。

久里のスケジュール



1 マーケットの動向をチェック
パソコンで最新情報をチェック。証券会社のアナリストとも電話やメールでやりとりし、マーケットや投資先企業の動きを把握し、売買を行う。



2 証券会社とのミーティング
証券会社のアナリストと定期的にミーティングを実施し、中長期的観点を含めた投資戦略の検討を行う。



3 欧米アナリストとの情報交換
欧米のアナリストとも定期的に情報交換のためのミーティングを実施。最近では、リモートでのミーティングが主になっている。



4 AIプロジェクトのミーティング
日々の業務と並行してAIプロジェクトにも携わる。収益性向上、運用プロセスの効率化を目指し、AI手法の導入の検討を進めている。

INTERVIEW インタビュー

同じ案件が2つとない仕事

保険金をお支払いするための審査を担当する部署で、入院期間や受けられた手術、病気やケガの内容等に応じて保険金のお支払いの可否・支払金額を判断する査定業務に携わっています。一人のお客さまでも複数の保険契約を持っていらっしゃる場合があり、それぞれの契約内容によってお支払いの可否や支払金額が異なる場合もあります。同じ内容の案件は2つとない奥の深い仕事といえます。

周りから信頼される存在へ

審査業務で使うシステムの操作にちょっと自信がありまして、そのコツを同僚に教えてあげています。このシステムの操作に更に磨きをかけて、先輩に並ぶくらいのレベルになりたいと考えています。もちろん、審査の専門知識も求められますから、社内資格の取得などに積極的に取り組んでいます。スキルと経験を身に付けて、周りから信頼される存在になりたいですね。

関本を取り巻く相関図



今岡さん
判断に行き詰まった時に的確なアドバイスをしてくれる。若手を叱って育てるのでなく、見守りながら育てる直属の上司。



山田さん
担当した案件の審査で迷うところがあると、最初に頼りにする先輩。関本が判断を間違えた時には、「どこがどのように間違っていたのか」をその原因と併せて丁寧に教えてくれる。



米倉さん
隣り合わせのデスクで働く身近な同僚。同期入社だが、関本の方が審査業務の経験が長いので、相談にのることが多い。

経営戦略としての「働き方改革」

⇒ 実現したいのは「誰もが生き生きと活躍できる魅力ある会社」

かんぼ生命では、働き方改革を経営戦略の一つとして位置づけ、「社員が働く組織として最も魅力ある会社にしていく」ことを目指しています。社員一人ひとりが自己実現と働きがいを感じ、生き生きと活躍できる社員に成長することで、当社を魅力ある会社に成長させていく「好循環スパイラル」を実現していきます。



働き方改革の取り組み

「社員が働く組織として最も魅力ある会社」を目指して、年2回「働き方改革サーベイ」という全社員の意識調査を行い、調査結果等をもとに、社員自らが職場の課題を洗い出して、働き方・仕事の進め方を定期的に見直しています。また、時間や場所に捉われずに働くことができる「テレワーク」を導入するとともに、仕事の効率化を進めるためのセミナーおよび各部署の働き方改革の好取組事例を横展開する等の取り組みを実施し、会社全体で働き方改革を更に促進しています。



仕事と育児・介護の両立を支援

働きながら育児や介護を担う社員を支援するため、法定を上回る充実した育児休業等の制度を設けているほか、保育や介護サービス等の利用料金を助成しています。また、社員が安心して働ける職場づくりの一環として、本社内に、事業所内保育所を設置するとともに、子どもの長期休暇期間にあわせて事業所内学童保育を実施しています。



女性の活躍を推進

女性社員の中長期的なキャリアの形成と女性社員間のネットワークの構築を支援するため、ライフイベントに応じたセミナーや女性向けフォーラムを開催し、女性社員が安心して活躍できる職場環境を整備しています。



LGBTフレンドリーな会社を目指して

多様な人材が活躍できる職場を目指して、社員向けセミナー等の実施、LGBT関連イベントへの協賛等による社員の意識啓発に取り組んでおり、「work with Pride」の「PRIDE指標」において最高評価「ゴールド」を2017年から5年連続で受賞しています。

夢に向かって挑戦する社員を応援



車いすテニス
大谷 桃子選手 (2020年かんぼ生命入社)
2020年10月にフランスで開催されたグランドスラム大会で、シングルス準優勝。東京2020パラリンピックの女子ダブルスで、銅メダルの成績をおさめました。

ラジオ体操の普及促進

かんぼ生命は、経営方針に「健康促進」、「地域と社会の発展」に積極的に貢献することを掲げ、約90年の歴史を持つラジオ体操の普及促進に取り組んでいます。「1000万人ラジオ体操・みんなの体操祭」や全国の小学生を対象とする「全国小学校ラジオ体操コンクール」を開催しているほか、ラジオ体操出席カードを作成し、全国の郵便局などで配布しています。



イメージキャラクター ラタ坊

かんぼ生命における人材育成の考え方

お客さま本位の人材を育成することを「人材育成基本方針」とし、社員が企業の社会的責任を自覚し、やりがいを感じながら会社とともに成長できるように積極的に支援していきます。

求める人材像

かんぼ生命では、求める人材像として「お客さま本位」を軸とする「4つの志向」を掲げています。社員は、お客さまに寄り添う意識を常に持ち、自分が当事者という意識のもとに、失敗を恐れずスピード感を持って行動すること、そして挑戦し続けることが求められます。

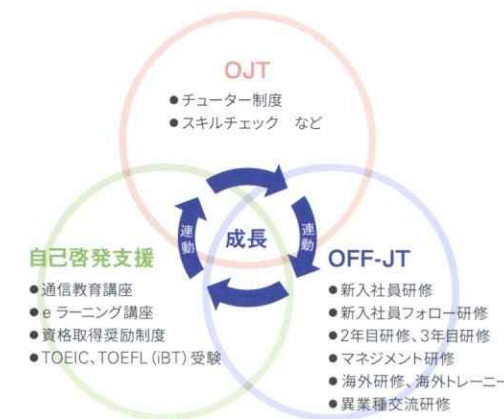


- 人材育成基本方針
- 企業の社会的責任を自覚し、お客さま本位の人材を育成します
 - 専門能力を有し、豊かな人格を備えた人材を育成します
 - 新しい課題へのチャレンジ精神を有し、実行力のある人材を育成します

人材育成体制

社員一人ひとりが成長意欲を持ち、日々、自らPDCAサイクルを回しながらお客さま本位を軸とする「4つの志向」を発揮して行動できる人材に成長するために、「人材育成基本方針」を掲げ、OJT^{※1}、自己啓発支援およびOFF-JT^{※2}が連動する体制を構築しています。

※1 OJT (On the Job Training) ... 上司等が部下等に対して日常業務の遂行過程において、業務を行う上で必要な知識およびスキルを付与し、身に付けさせる個人別の教育のことをいいます。
※2 OFF-JT (Off the Job Training) ... 日常業務から一時的に離れて、社内の人材育成部門や外部の研修機関が実施する研修等を受講し、業務を行う上で必要な知識およびスキルを習得することをいいます。



◆ 新たな取り組みについて

健康応援アプリの提供

お客さまが健康づくりを気軽に始められ、かつ楽しみながら続けることができる健康応援アプリ「すこやかんぼ」の提供をしています。健康診断結果を読み取って健康状態の表示等を行う機能、スマートフォンのカメラで食事を撮影するだけで摂取カロリー等を算出する機能など、健康づくりをサポートする多彩なメニューを提供することで、「健やかな毎日でありたい」というお客さまの想いにお応えしています。



お客さまニーズにお応えする商品開発

近年の高齢化の進展に伴い健康に不安をお持ちの方の増加などの環境変化を踏まえ、保険加入意向はあるものの保険に加入しただけななかった方への保障を提供する新商品「引受基準緩和型商品(かんぼにおまかせ)」、医療の進歩に伴い先進医療に対するお客さまニーズを踏まえ、医療保障の更なる充実を目的とした新商品「先進医療特約」の発売に加え、2022年4月から医療特約の改正を行うなど、かんぼ生命は、今後もお客さまのニーズにお応えする商品・サービスを提供していきます。



100年を超える

簡易生命保険事業とかんぽ生命の歩み



1916

簡易生命保険事業創業

1928

国民保健体操(旧ラジオ体操)の開始

1951

現在のラジオ体操第一を制定、放送開始

1991

新簡易保険制度の発足

2006

郵政民営化法に基づき、株式会社かんぽ設立

2007

郵便貯金・簡易生命保険管理機構の委託を受け、簡易生命保険管理業務を開始
生命保険業の開始に伴い、株式会社かんぽ生命保険に
商号変更

2015

東京証券取引所市場第一部へ上場

2016

簡易生命保険事業誕生100周年

2017

かんぽ生命保険誕生10周年(民営化10周年)

POLICY

かんぽ生命の経営理念

いつでもそばにいる。どこにいても支える。
すべての人生を、守り続けたい。

VISION

かんぽ生命のビジョン

お客さまから選ばれる
真に日本一の保険会社を目指します。

生命保険とは？



安心を支える「相互扶助」の仕組み

人生で避けることができない身体のトラブルに備える生命保険。

その起源は、古代ローマ時代にあるといわれています。

当時、交易が活発に行われていましたが、

自然災害や盗賊、海賊などによって命を落とす人が数多くいました。

そうしたなかで市民たちは、互いに資金の積み立てを行い、

不幸に見舞われた家族に積み立てた資金を提供するという組合をつくりました。

生命保険は、「互いに助け合う」という「相互扶助」の精神から誕生した仕組みなのです。

現代の生命保険も、大勢で保険料を負担し合って、

万が一の際に給付を受けるという「相互扶助」で成り立っていますが、

その役割は昔と比べて大きく広がってきています。

「予期せぬ事態への備え」だけでなく、

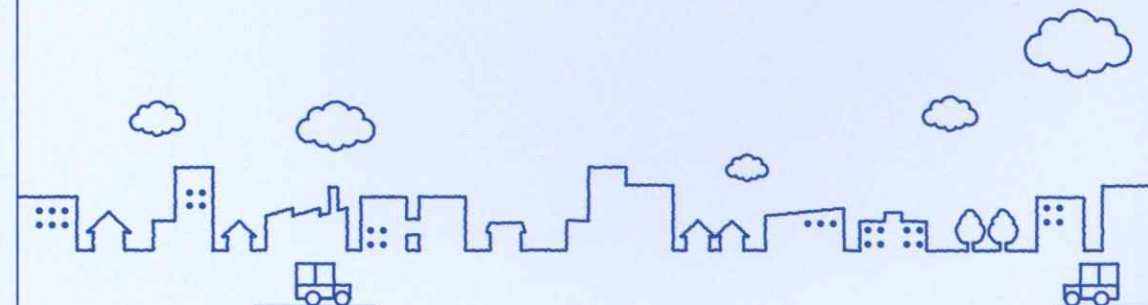
「将来に向けた資金づくり」「老後の暮らしへの備え」など、

幅広いニーズに応える商品へと進化しています。

今や「日本国内の全世帯の約9割が何らかの形で契約している」とされる生命保険は、

「不安やリスクを安心に変える商品」として

私たちの日常生活に欠かせない存在となっています。



人生は、夢だらけ。



<https://recruit.japanpost.jp/>

会社概要

名 称	株式会社かんぽ生命保険	資 本 金	5,000億円
事業開始日	2007年10月1日	従業員数	7,645名
本社所在地	〒100-8794 東京都千代田区大手町二丁目3番1号	主な事業所	エリア本部13、支店82
		業 務 内 容	生命保険業