

所属：危機管理学部

資格：教授

氏名：福田 弥夫

<p>研究課題名</p>	<p>アメリカにおけるフラターナル保険と新型コロナウイルスへの対応ー日本の共済との比較を中心に</p>
<p>研究目的及び 研究概要</p>	<p>アメリカにおけるフラターナル保険が新型コロナウイルスによってどのような影響を被り、どのような対応を特に行ったかについて、日本における共済との関係から検討を加えるものである。新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、主に対面によるマーケティングを中心とする保険業界にどのような影響を与えたのかについて、一般的な生命保険会社と絆をもとに構成されるフラターナル保険では、保険販売や顧客との関係についてどのような違いがあるかを探るものである。同様な状況が日本においても妥当するのにつつき、日本における保険会社と共済との状況分析の比較材料とする。保険及び共済は対面販売を中心とするのが伝統的な販売チャネルであるが、やはり新型コロナウイルス感染症の感染拡大は大きな影響を与えており、保険会社及び共済のほとんどが新規契約数の大幅な現象を期待している。そのような中で、新型コロナウイルス対応の新商品を開発した会社は新規契約者数を延ばしている。また、オンライン型の販売おチャネルへの切り替えが成功したところも存在している。</p>
<p>研究実績の概要</p> <p>研究の進捗状況・得られた成果・今後の課題・研究実績等</p>	<p>保険商品は伝統的な販売チャネルとしての保険販売員の存在があり、ネット系の保険会社を除いては、対面による商品説明や商品勧誘が中心であった。しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大はこのような対面販売を全面的に不可能とする方向となり、多くの保険会社や共済は新規契約の獲得ができない状況に陥った。しかし、そのような中で、新型コロナウイルス対応の保険商品の開発に成功した保険会社は、そのような状況下でも新規契約を伸ばし、また対面販売からテレマーケティングやスマートフォンを利用した保険販売へと舵を切った保険会社は成績を維持し、さらにシェアの拡大さえ実現している。それぞれの保険会社の新型コロナウイルス感染症に対する意識の違いやこれまでの販売形態に対するこだわりなどがこのような状況の違いをもたらしたように思われるが、さらなる分析が必要となっている。また、保険料払い込みの猶予期間の設定や更新等に対する手当はすべて行われていたが、顧客に対する面談等が厳しい状況下では、失効の発生が不可避であった。しかし、これも保険会社によって差異が生じているように思われる。現段階では、保険会社による対応の違いが営業成績等に直接に反映されているように思われる。なお、アメリカにおける状況については、少なくとも日本と直接比較できるだけの資料は整っておらず、今後この点についてさらに資料を集める予定である。現時点での研究成果としては、①新型コロナウイルス感染症に対する新商品を開発した保険会社は、それなりの営業成績を上げて居る。②しかし、必ずしもそのような商品を提供した全社が同じような成績を上げているとは限らず、保険商品の構成内容にその原因があると思われる。③販売チャネルについては、対面にこだわらず、ITを駆使した各種販売戦略を展開できたか否かによる成果の違いが明らかである。④特にハイブリッド型の営業展開に成功した保険会社は、順調な成績を上げている。今後の課題としては、保険会社数社と共済数団体を取り上げ、具体的な数値などの比較により分析を深めることとする。</p>