

1990영업연도 일본 간이생명보험 · 우편연금의 영업방침

간이보험·우편연금사업을 둘러싼 사회·경제환경의 변화는 격심하다. 더구나 금융의 자유화 진전에 의한 각 금융기관 상호의 울타리는 점점 낮아져 치열한 고객 획득 경쟁이 전개되고 있다. 간이보험·우편연금사업도 사업의 존폐를 걸고 이 경쟁 속에 뛰어들고 있음은 말할 필요조차 없다.

이러한 상황 속에서 요구되고 있는 것은 시대와 함께 변화해가는 고객의 니즈에 유연하고 정확하게 대응해서 지금까지 간이보험·우편연금에 기대했던 신뢰를 더 높여 가야 한다.

I. 영업연도의 개정

90년 영업연도의 최대 특징은 90년 4월부터 영업연도를 회계연도에 일치시키기로 했기 때문에 89년 9월부터 90년 3월까지 7개월간으로 하는 것이다.

30년간 계속되었던 營業年度制를 개정하여 會計年度에 맞추는 것으로 한 것을 다음과 같이 간이보험·우편연금사업의 장래를 향한 새로운 비약을 목적으로 하고 있기 때문이다.

○ 經營과 營業의 일체화 도모

간이보험·우편연금사업은 국영사업이므로 예산과 결산은 4월에 시작하여 이듬해 3월에 끝나는「회계연도제」를 채택하고 있다.

그런데, 간이보험·우편연금의 영업은 9월에 시작해서 이듬해 8월에 끝나는「영업연도제」를 채택하여 왔다.

따라서, 영업성과와 결산결과(경영상황)의 연결이 명확치 못하다는 비평이 있었다.

그래서 경영과 영업의 관계를 일체화하여 알기 쉽게 하기 위해 이번 영업연도를 회계연도에 맞추기로 한 것이다.

○ 새로운 연간상시판매체제의 구축

간이보험의 월별 신계약상황을 보면, 7~8월은 극단적으로 떨어지고 있다.

그러나 민간보험은 7월의 실적이 높아지고 있다.

이제부터는 극단적으로 실적이 저조한 월을 가급적 적게 하고 한 해 동안 고객의 니즈에 부응할 수 있는 새로운 판매계획을 구축할 필요가 있다.

그렇게 함으로써 해마다 저하하는 간이보험의 시장점유율에 제동을 걸어 고객에게 아주 유용한 간이보험·우편연금이 될 수 있게 한다.

I. 영업연도의 개정

○ 3사업 일체의 영업추진의 도모

고객들로부터 우체국이 사랑받고 친숙한 관계를 계속 유지하기 위해서는 3사업 제공에 노력해 나가는 것이 필요하다.

그래서 3사업이 4월에 동시에 출발하여 우체국 직원 모두가 하나로 뭉쳐 영업활동을 전개하면 고객의 니즈에 세심하게 부응할 수 있게 된다.

II. 90년 영업연도의 기본방침과 구체적 방침

1. 「경쟁력의 강화」를 중점으로 한 영업체제의 확립

간이보험·우편연금사업은, 생명보험 시장에 있어서 해마다 시장점유율이 저하하고 있다. 이대로 상황이 계속된다면 보편적 보급을 도모한다는 간이보험의 사명을 수행할 수 없게 되어 사업의 존재 의의 그 자체가 의문시되는 우려마저 나오게 된다. 시장점유율의 저하에 제동을 걸어 그 유지·확대를 도모하는 것이 무엇보다도 필요하다.

따라서 90영업연도는 그 구체적 방침의 주요한 것으로써 다음과 같이 추진하기로 하고 있다.

○ 靑壯年층 개척의 강화

간이보험의 보급율이 특히 낮은 청장년층에 대한 적극적인 판매에 노력하여 보급의 확대를 도모하기로 한다. 새로 발매한 생존보험금付정기보험(마이플랜)은 바로 호로 이에 적합한 상품이라 할 수 있다.

○ 職域개척의 추진

지역개척은, 청장년층에 보급·촉진을 위해서도 매우 중요하다. 지역서비스센터를 새로 31개소 증설하고 전국 55센타 체제로 한 것 이외에 모든 우체국에서 職域市場에 대한 추진을 강화하고 있다.

○ 전원 참가하는 영업활동

세일즈매니저를 중심으로 내외의 연대를 강화하고 전원이 일체가 되어 영업활동을 전개한다. 특히 내무직원에 의한 카운타세일즈의 강화, 주시사항 알리기 활동·판매활동 등을 적극적으로 추진해 나가기로 하고 있다.

○ 효과적인 영업활동

주간부재가정은 더욱더 증가하는 추세이다. 고객의 생활시간대에 맞추어 영업활동을 전개하기 위해 中勤이나 근무시간의 탄력적 운용을 효과적으로 활용하고 있다.

2. 「감사와 봉사」를 기본으로 한 영업활동 추진

간이보험·우편연금사업이 고객의 신뢰에 의하여 성립하고 있음을 명심하고, 직원 한사람 한사람이 손님의 신뢰를 높이기 위해 「감사하며 봉사하는 행동」을 기본으로 한 영업활동에 노력해 나가기로 하고 있다.

○ 고객 니즈에 유연하고 기민한 대응

손님의 라이프플랜과 라이프사이클에 맞춘 영업활동을 철저히 도모하는 동시에 개개 손님의 생활설계의 상담에 대응할 수 있는 콘설단트로서 역할 발휘에 노력하기

II. 90년 영업연도의 기본방침과 구체적 방침

1. 「경쟁력의 강화」를 중점으로 한 영업체제 확립
2. 「감사와 봉사」를 기본으로 한 영업활동 추진

로 한다. 그렇기 위해, 각종 회의·연수에 충실을 도모한다.

Ⅲ. 영업목표액

간이보험·우편연금의 광범한 보급을 도모하기 위해 다음과 같이 영업목표 등을 정하여 활발한 영업활동 전개에 의하여 전국이 그 달성을 기하기로 한다.

○ 간이보험

신계약보험료액 4백30억엔
실효해약한도율(보험료액)1.5%

○ 우편연금

신계약연금액 3백30억엔
실효해약한도율(과금액)(지표) 1.69%

이 간이보험의 목표액은 과거의 9월~3월의 7개월 사이에 한 해 동안의 실적비율(64.5%)을 기초로 해서 보면, 지난 해에 비해 9.4%의 신장율을 보인다.

우편연금은 간이보험과 같은 보기로 지난 해에 비해 13.8%의 신장율을 보인다.

본격적인 장수사회의 도래와 핵가족화 등 생활양식의 다양화에 의해 생명보험·개인연금에 대한 고객의 니즈나 기대는 더욱더 고조되고 있다. 이러한 속에서 간편한 취급으로 손쉽게 가입할 수 있고 뿐만 아니라 보편적이고 공평한 서비스를 제공하고 있는 간이보험·우편연금의 역할은 월등히 크다고 할 수 있다.

(우정성 간이보험국)

(우정, 1989.9)

Ⅲ. 영업목표액