

今後の営業戦略

The Prudential Life Insurance Co., Ltd.

June 22, 2010



1. 日本の生命保険を取り巻く環境
2. プルデンシャルの概要
3. プルデンシャルの営業戦略
4. プルデンシャルの業績
5. ライフプランナー制度





1. 日本の生命保険を取り巻く環境

超高齢化社会

景気低迷による所得の減少

そこで

将来への不安の増大

生命保険離れの加速

一方で

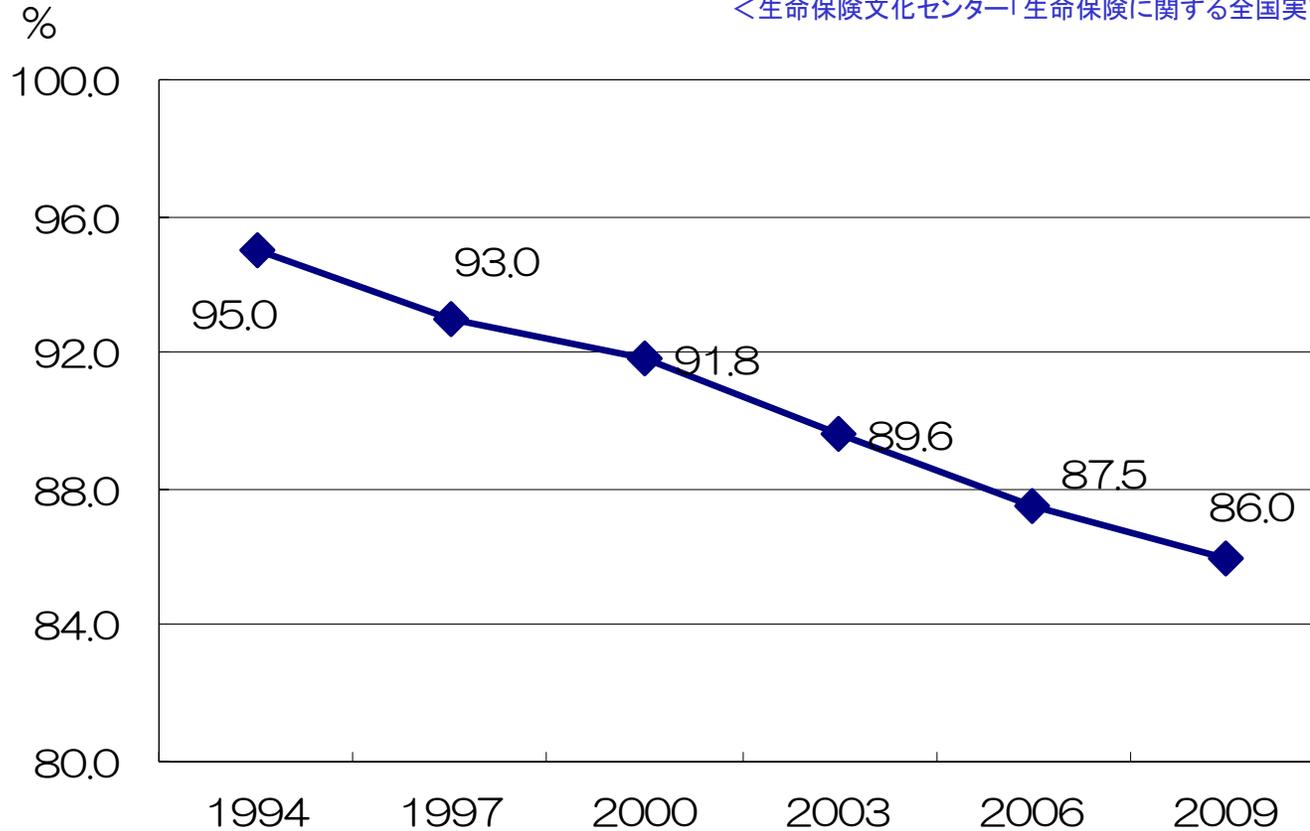
死亡保障の必要性は不変



生命保険に関する実態調査（1/4）

生命保険世帯加入率の推移

<生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」/2009年度版>



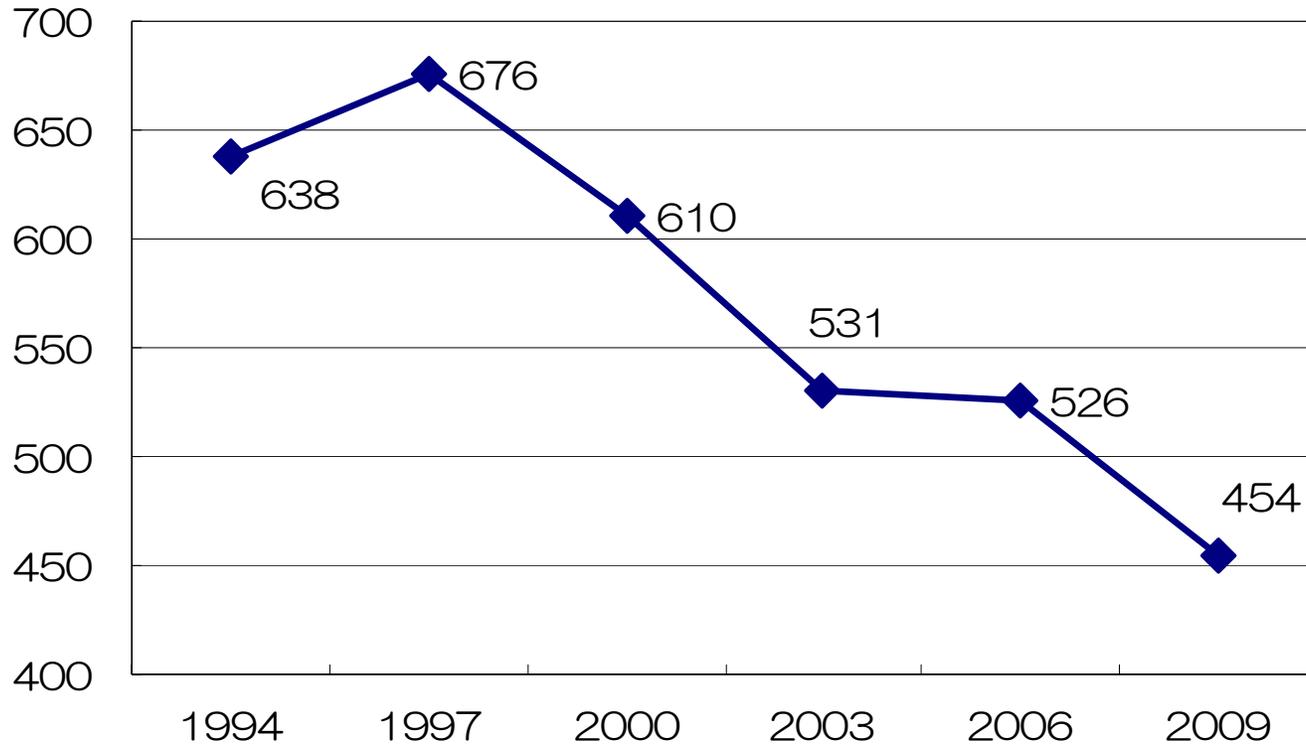
1994年をピークに減少し、2009年は86%まで低下

生命保険に関する実態調査（2/4）

世帯年間払込保険料の推移

千円

<生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」/2009年度版>



世帯の年間支払保険料は45.5万円にまで減少

生命保険に関する実態調査（3/4）

契約の加入チャンネル

＜生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」／2009年度版＞

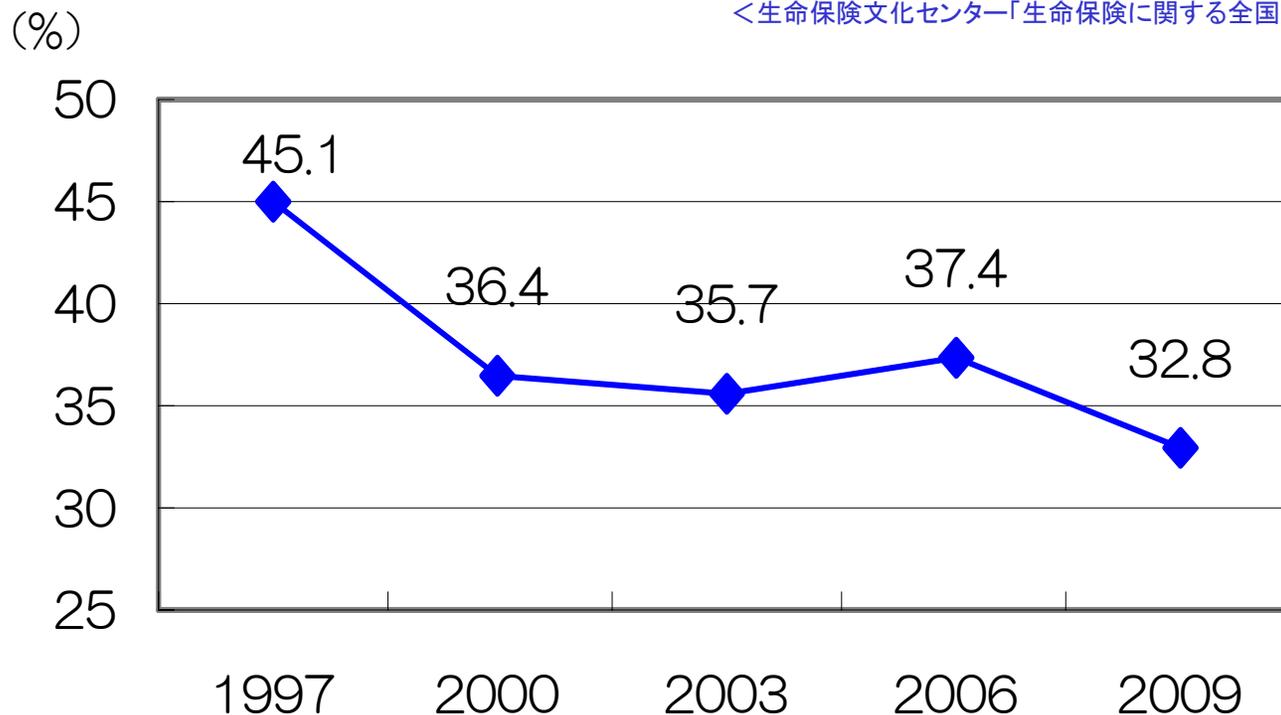
	1997	2000	2003	2006	2009
生命保険会社の営業職員	88.5	77.6	71.8	66.3	68.1
インターネットを通じて		0.2	0.8	1.8	2.9
テレビ・新聞・雑誌などを通じて		3.1	1.9	7.3	5.7
銀行、証券会社、郵便局の窓口や営業職員を通じて	1.2	1.3	1.7	3.3	5.5
保険代理店の窓口や営業職員	4	8.8	6.7	7	6.4
勤め先や労働組合等を通じて			6.4	5.2	3

7割の消費者が保険会社の営業職員から加入しているが、インターネット、銀行、代理店などチャンネルが徐々に多様化

生命保険に関する実態調査（4/4）

加入保障内容の充実感

<生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」/2009年度版>

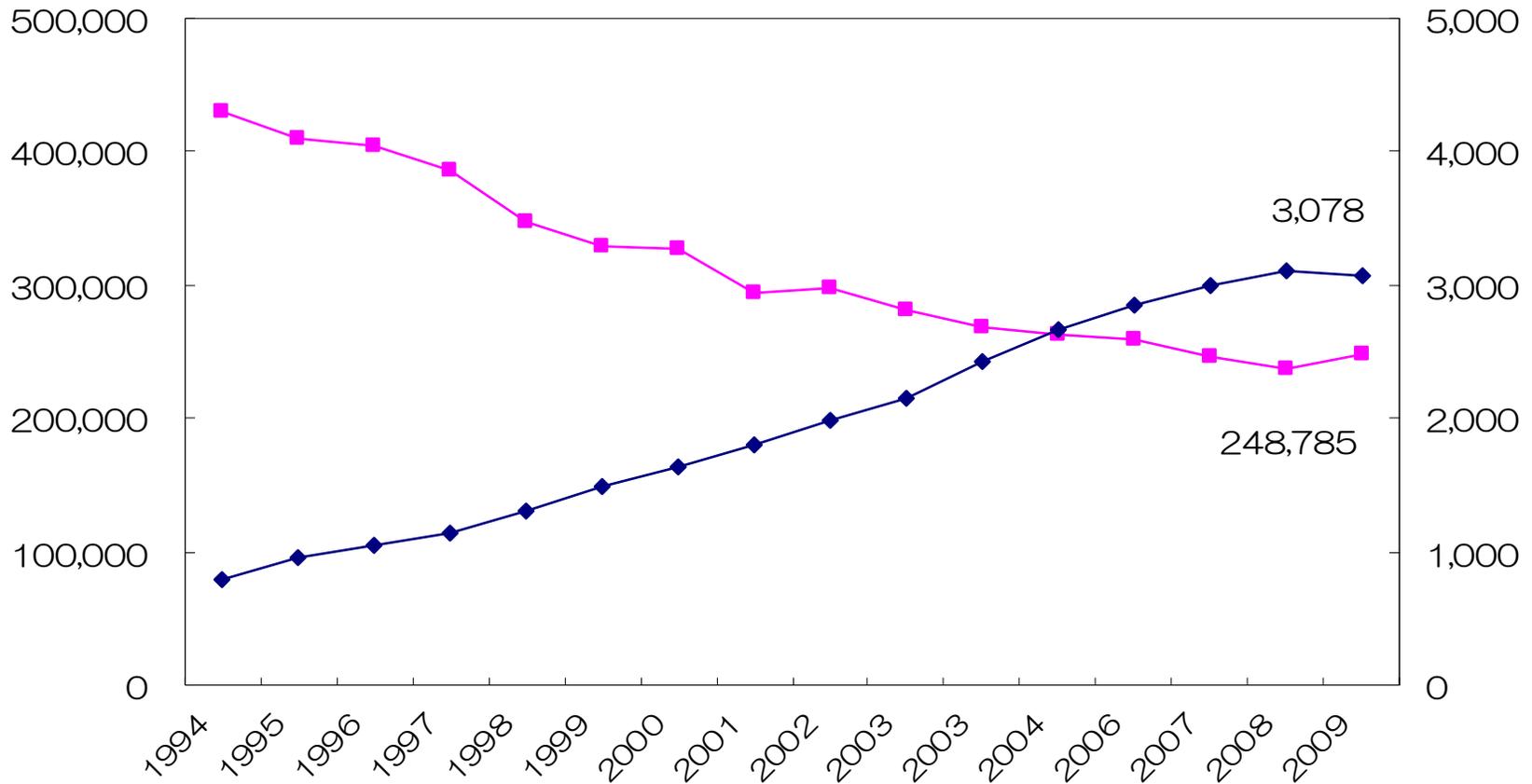


保障の充足感がある人は32.8%のみ

- 営業職員の減少
営業職員の報酬制度見直し、ターンオーバーの防止
- 販売チャネルの多様化
来店型店舗、銀行窓販、インターネット、プロ代理店
- 死亡保障から生きるための保障への転換
年金、医療保険の拡大
- 変額年金各社撤退（ハートフォード、ING、PCA、など）

営業職員の推移

- 営業職員の推移（全生保）
- ◆ 営業職員の推移（プルデンシャル）





2. プルデンシャルの概要

ALICO（1972）、AFLAC（1974）

SONY-PRUDENTIAL（1981）

1987年 プルデンシャル創業

ライフプランナー制度

ニードセールス

大卒、男性、生命保険業界未経験者

「今日から生命保険が変わる。ライフプランナーが変える。」



Core Values

- **Worthy of Trust** (信頼に値すること)
- **Customer Focused** (顧客に焦点をあわせること)
- **Respect for Each Other** (お互いに尊敬しあうこと)
- **Winning** (勝つこと)





Vision

我々は、日本の生命保険事業の在り方に変革をもたらし、日本の生命保険市場において顧客から最も信頼される会社となります。





Mission

我々は、顧客の一人一人が経済的な保障と心の平和を得ることができるよう、最高のサービスを提供することを使命とします。



Strategy

我々は、生命保険の真のプロフェッショナルである **ライフプランナー** を育成し、一人一人の顧客に対してニードセールスを行い、保険金をお届けするまで一生涯に亘りパーソナルなサービスを提供します。

プルデンシャルの業績



総資産額

2010年3月末

約2兆5460億円

(参考) 1997年3月末
創業10年後

約2400億円

保有契約件数

約246万件

約50万件

保有契約高

約27兆円

約9兆円

ライフプランナー

3,150名

1,293名

営業所長

369名

130名

支社数

90支社

33支社

継続率

94.5%

96.0%



3. プルデンシャルの営業戦略



旧来の日本の保険会社

プルデンシャル

主婦
同業他社から採用

男性、4大卒
業界未経験者

GNP
(Giri-Ninjo-Presents)

V.S.

ニードセールス
コンサルティングセールス

低い在籍率・継続率

高い生産性

チャンネル

ライフプランナー

メソッド

ニードセールス

マーケット

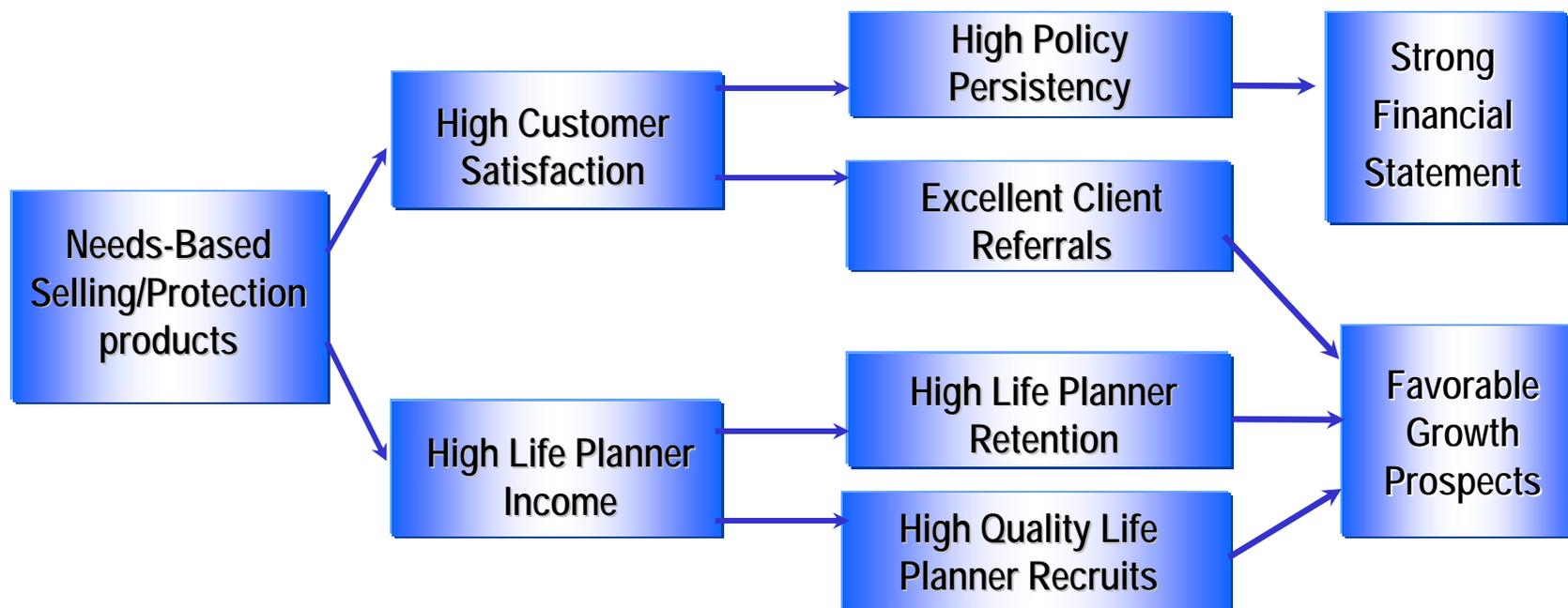
ベース/XYZ/アッパー

プロダクツ

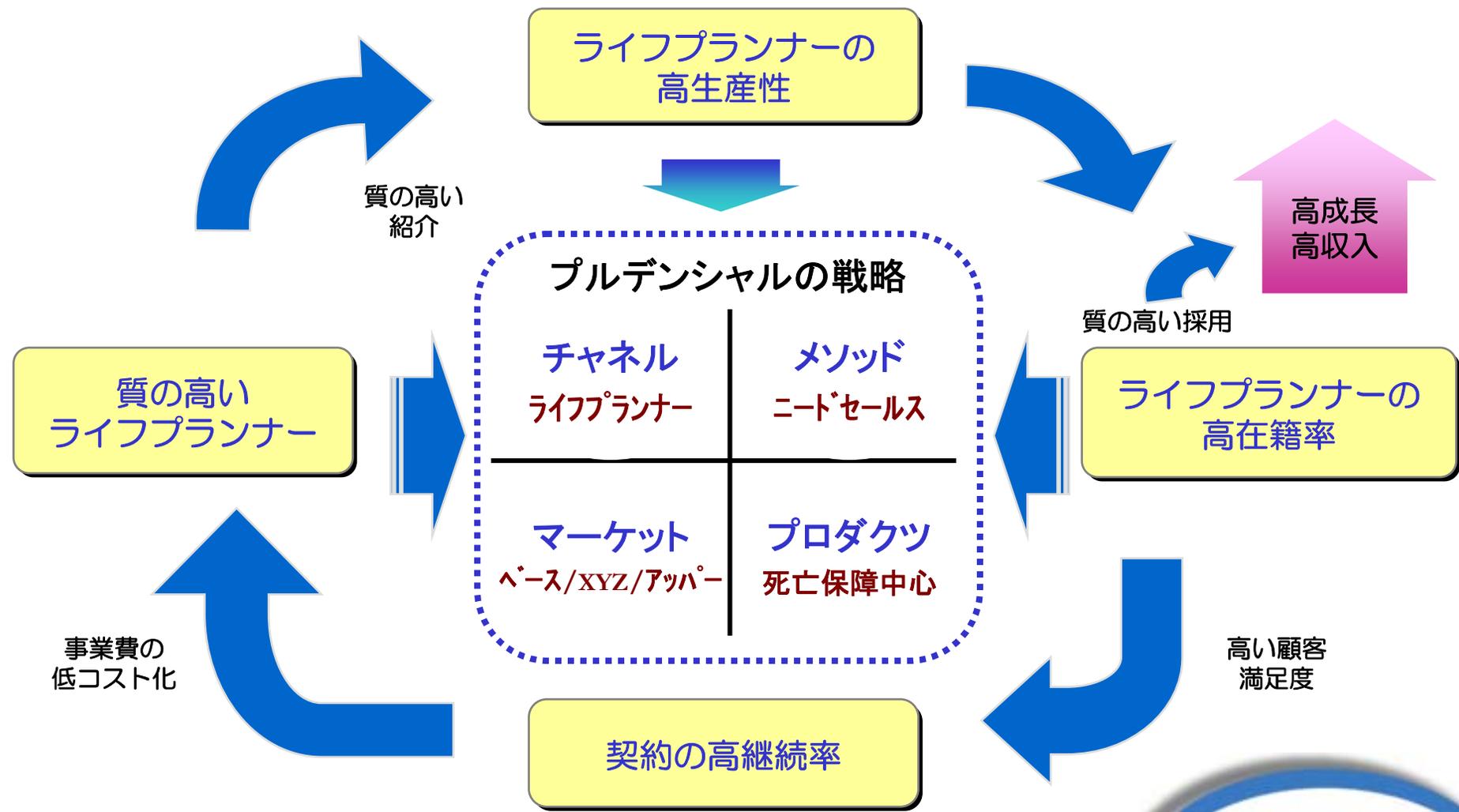
死亡保障を中心

ライフプランナーモデルとは (3/4)

選び抜かれ、高度に教育されたライフプランナーによるお客様ニーズにもとづく死亡保障の提供を行う



ライフプランナーモデルとは (4/4)



プルデンシャルのサービス戦略



	プルデンシャル	大手生保	通販
フェーズ1 (加入時)	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフプランナーという専門家が潜在的なニーズを顕在化させ、その分析を通じてオーダーメイドの保障設計を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・スケールメリットがあり、お客様は安心感を持つ 	<ul style="list-style-type: none"> ・保険料が安い
		<ul style="list-style-type: none"> ・ただし、販売する商品はパッケージ型。保険料から保障額を決めるため、適正な保障額にはなりにくい 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様は自ら保障分析を行うため、顕在化したニーズだけをカバーする傾向にある。また、保障額は低くなりがち
フェーズ2 (状況の変化)	<ul style="list-style-type: none"> ・入院給付金の支払、契約者貸付、保障内容の変更、出産、結婚など、状況の変化に素早く対応 	<ul style="list-style-type: none"> ・担当者不在（退職者が多い）のため、状況の変化に応じた対応が困難。 	<ul style="list-style-type: none"> ・担当者不在のため、自ら連絡しなければ、状況の変化には対応できない
フェーズ3 (死亡時)	<ul style="list-style-type: none"> ・死亡時の手続き全般を担当者が行う ・その後の相続についても相談に乗れるだけの税務知識を担当者が持っている 	<ul style="list-style-type: none"> ・担当者不在 ・担当者がいても、複雑な手続きはできない 	<ul style="list-style-type: none"> ・担当者不在 ・遺族が直接連絡しないと、保険金が受け取れない



- 1992年 LNB (生前給付)
- 1997年 FNB (保険金即日払い)
- 2005年 DNB (ドナー給付)

ライフプランナーモデルの生産性（1 / 2）



プルデンシャル

他社平均

継続率

13月目 94.2%

85%

在籍率

12月目 81.0%

60%

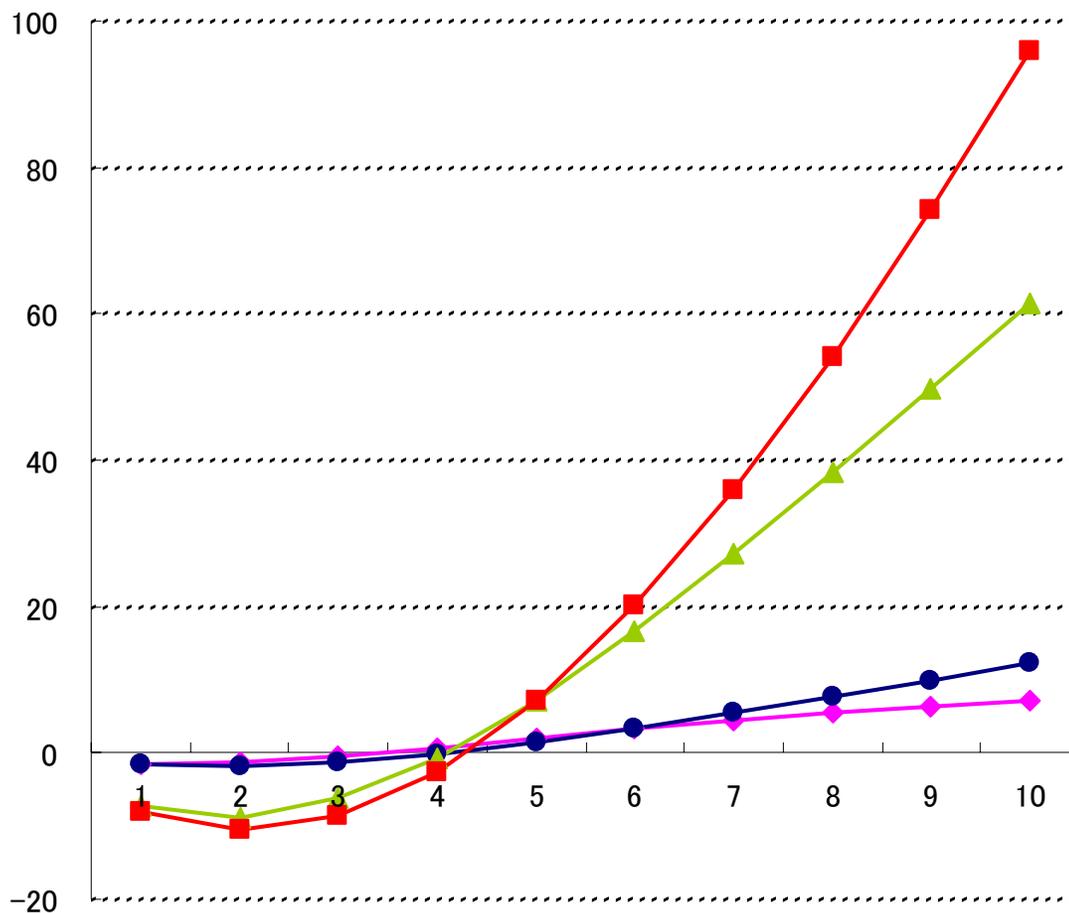
生産性

件数生産性 7.0件

3.5件

ライフプランナーモデルの生産性（2/2）

保険会社の収益性の違い



保険会社D

(High Retention
+ High Productivity
+ High Persistency)

保険会社C

(High Retention
+ High Productivity)

保険会社B (High
Retention)

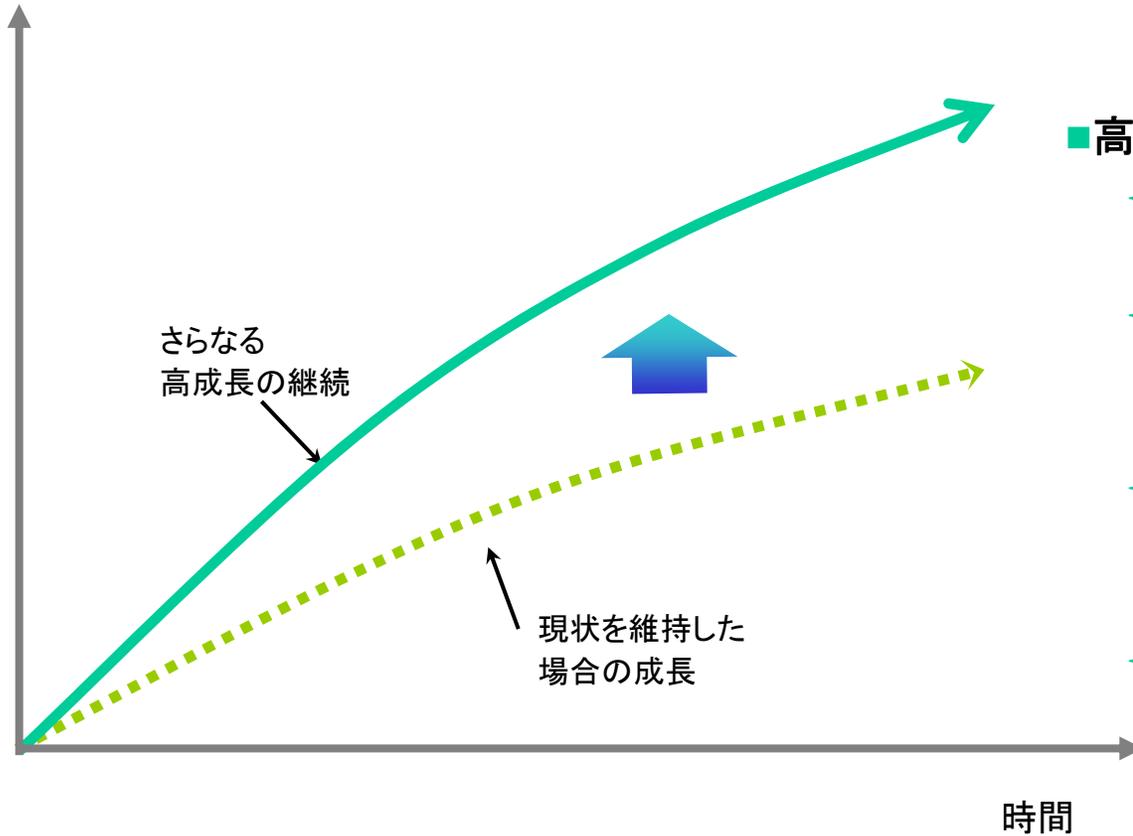
保険会社A



LP制度に基づく継続的な成長モデル

成長

ライフプランナーモデルの継続による今後の成長



■高成長を継続するための施策

- ❖ ライフプランナーによる死亡保障中心のビジネスの追求
- ❖ 女性LPの採用・営業管理職の増員を通じた、新たな市場ニーズへの対応
- ❖ プルデンシャル顧客のライフステージの変化に伴う資産形成ニーズへの対応
- ❖ 事業保険への取組み強化

4. プルデンシャルの業績

プルデンシャルの業績



総資産額

2010年3月末

約2兆5460億円

(参考) 1997年3月末
創業10年後

約2400億円

保有契約件数

約246万件

約50万件

保有契約高

約27兆円

約9兆円

ライフプランナー

3,150名

1,293名

営業所長

369名

130名

支社数

90支社

33支社

継続率

94.5%

96.0%

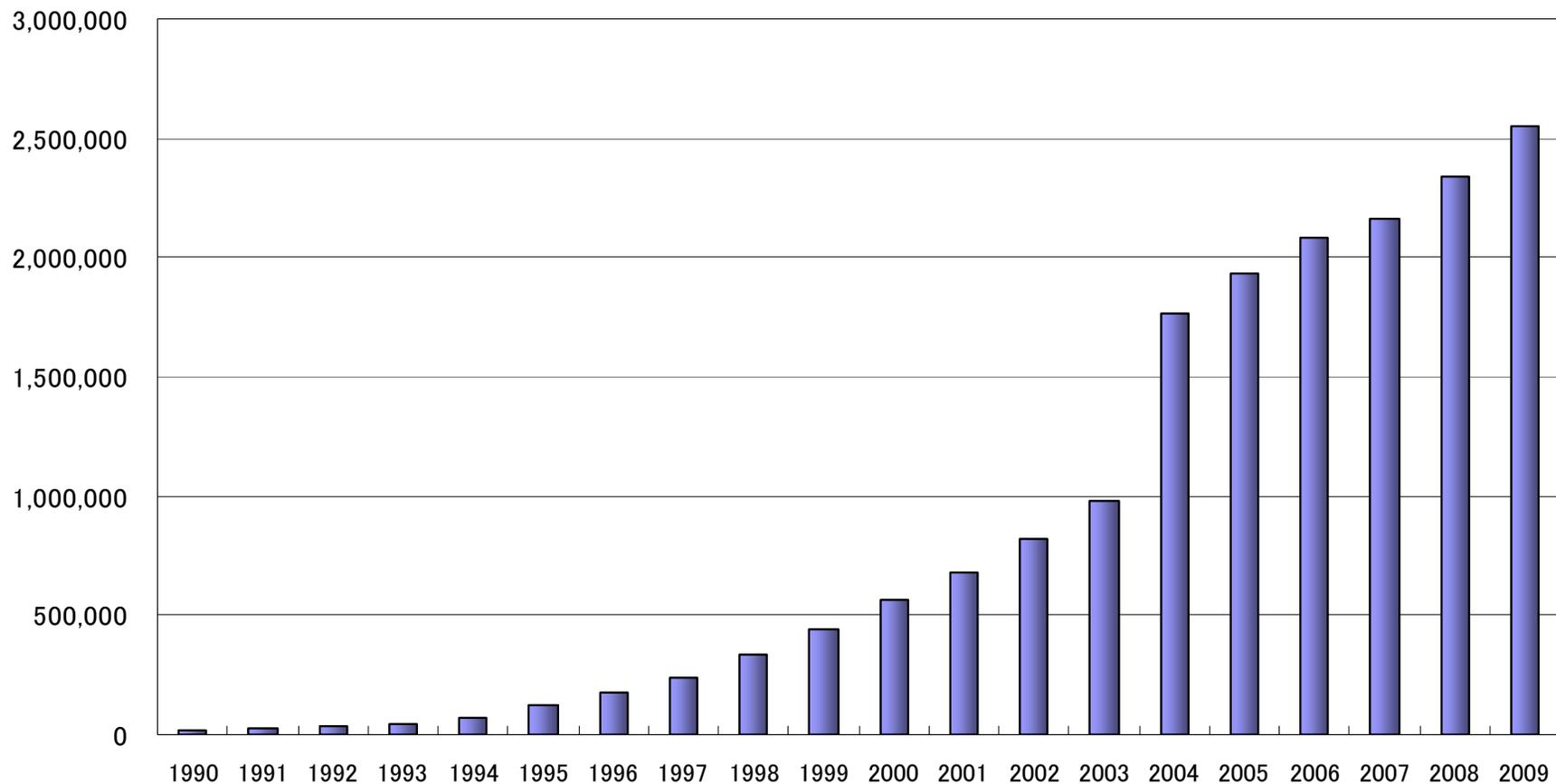


総資産の推移



(百万円)

2兆5460億円

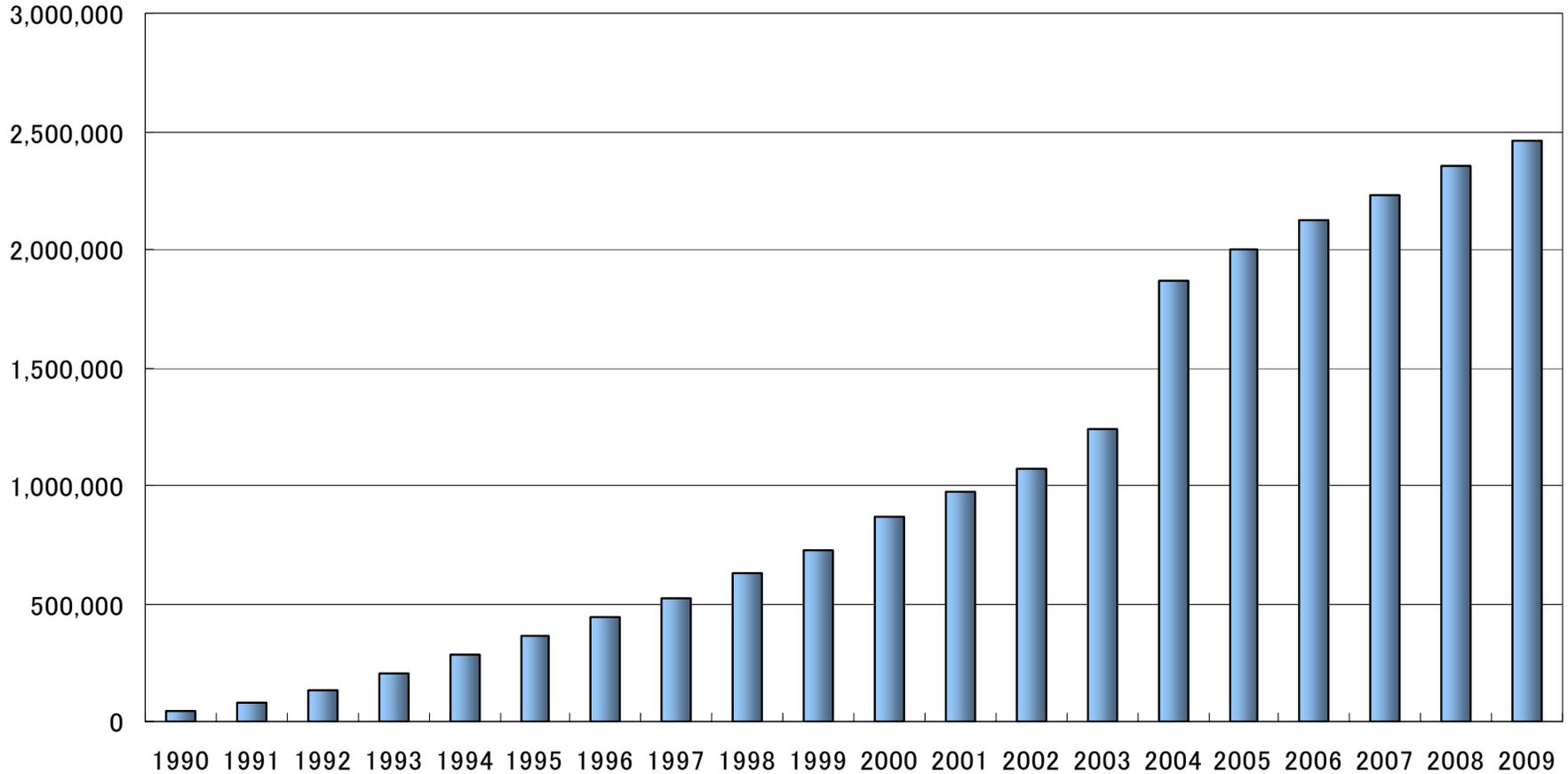


保有契約件数の推移



(件)

246万件

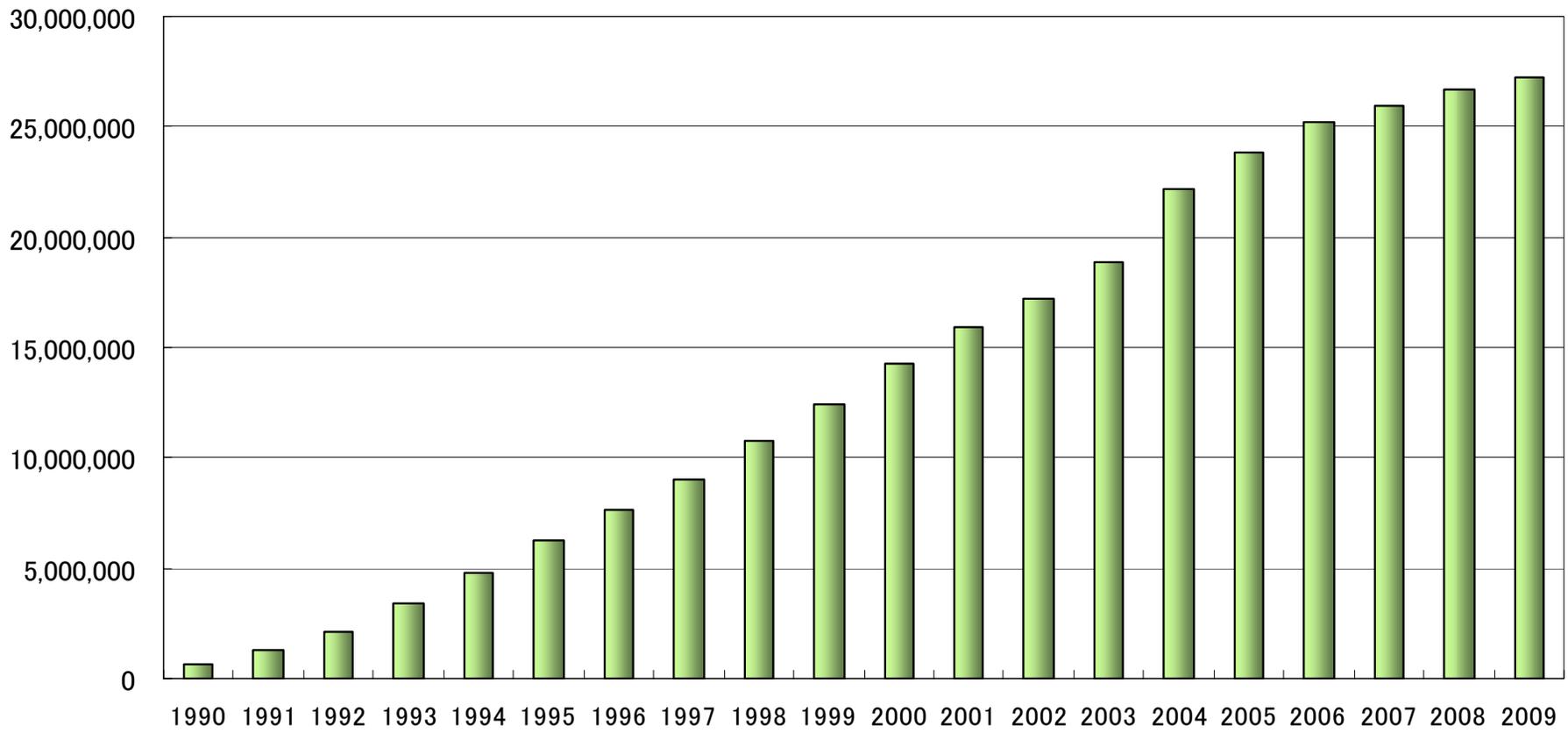


保有契約高の推移



27兆円

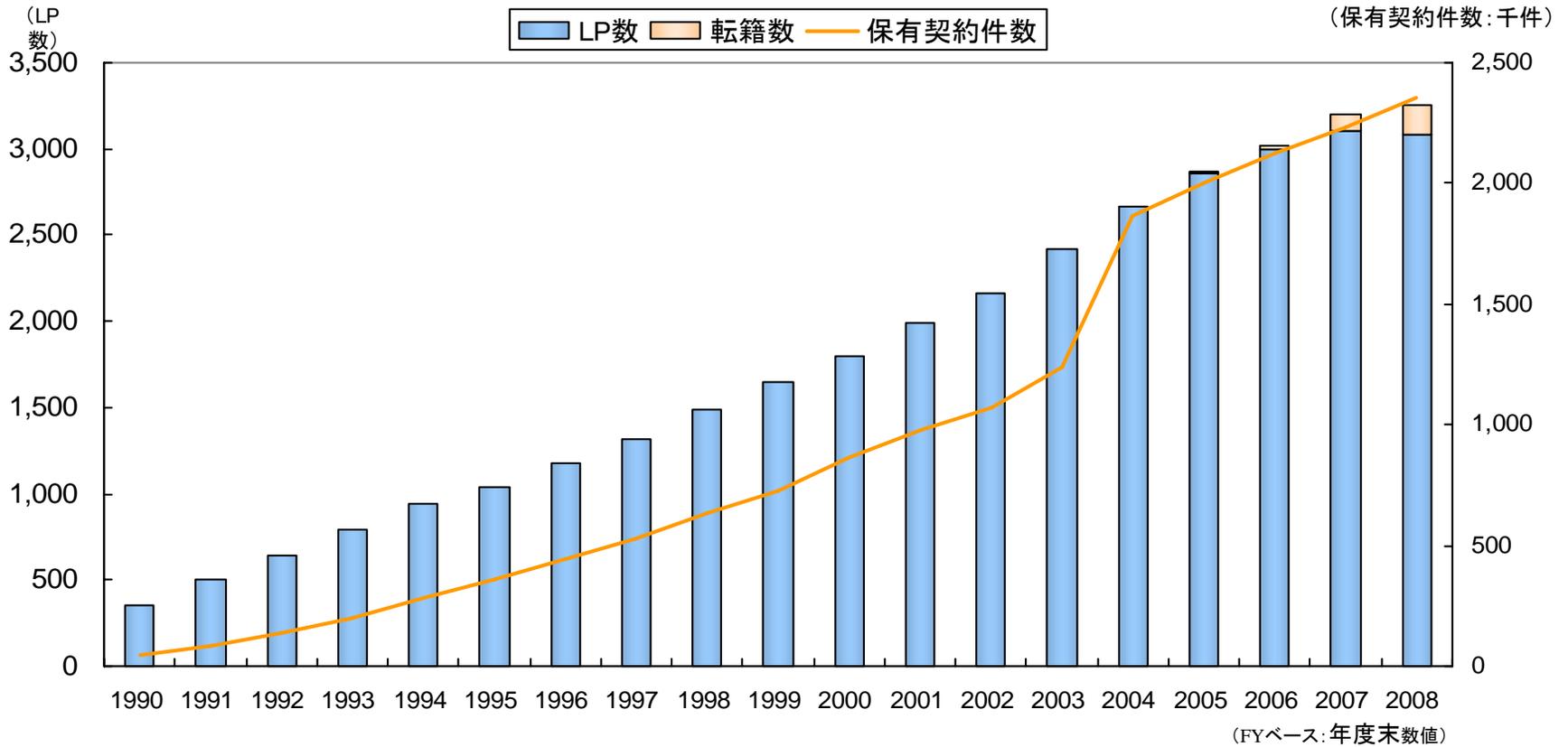
(百万円)



ライフプランナー数と保有契約の推移



3,150名

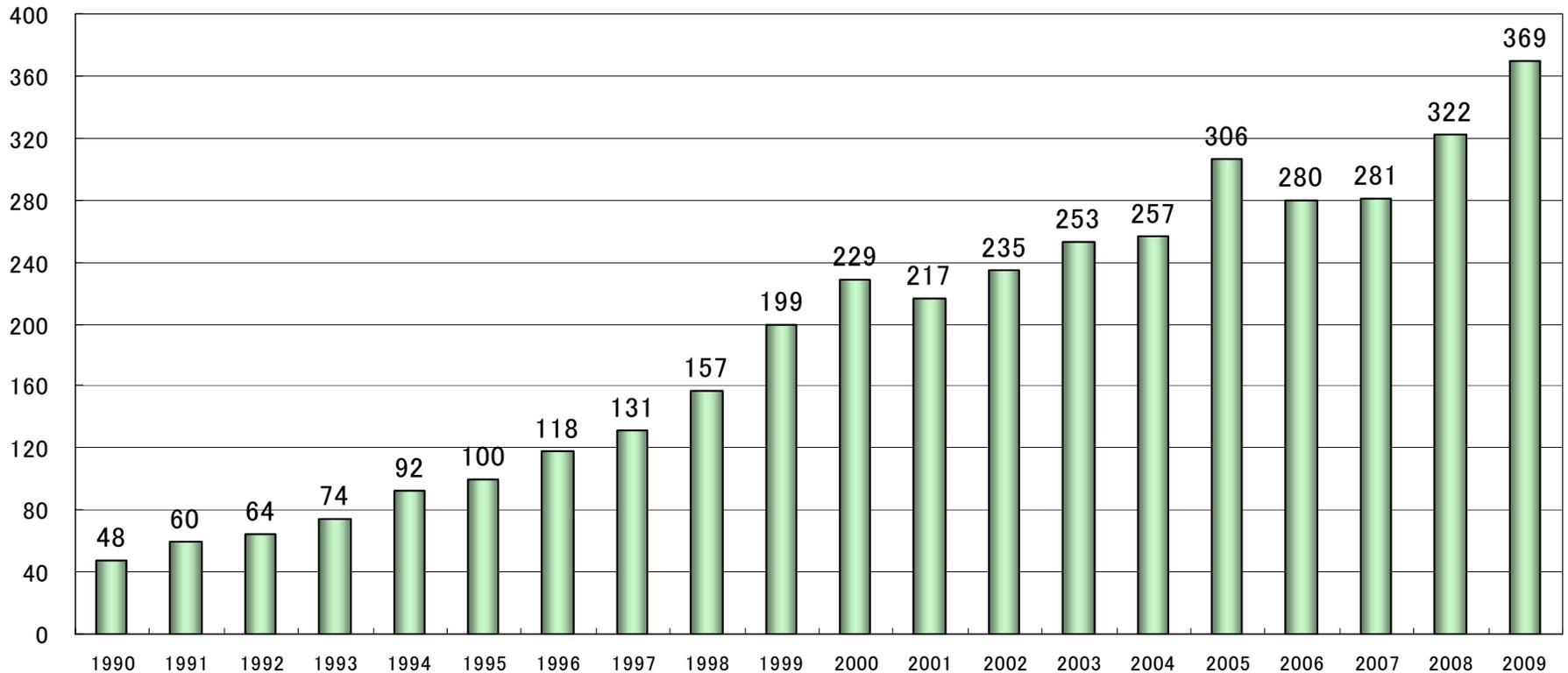


営業所長数の推移



(営業所長数)

369名

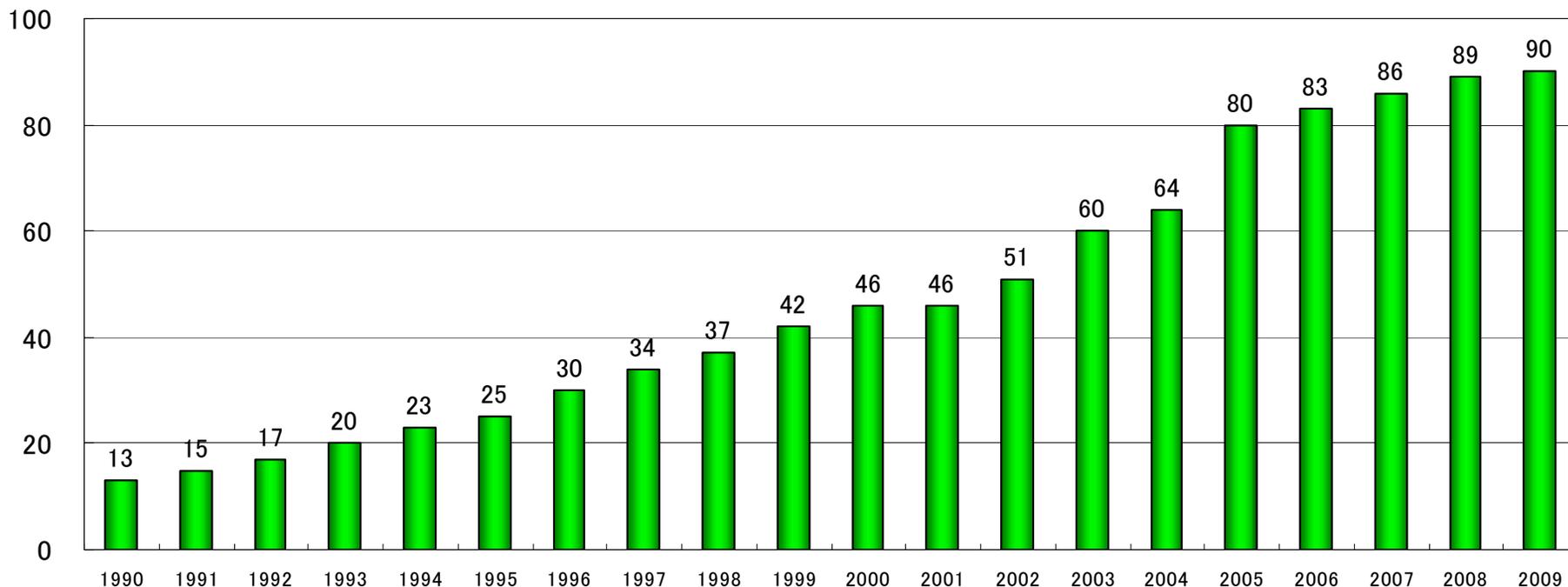


支社数の推移



90支社

(支社
数)



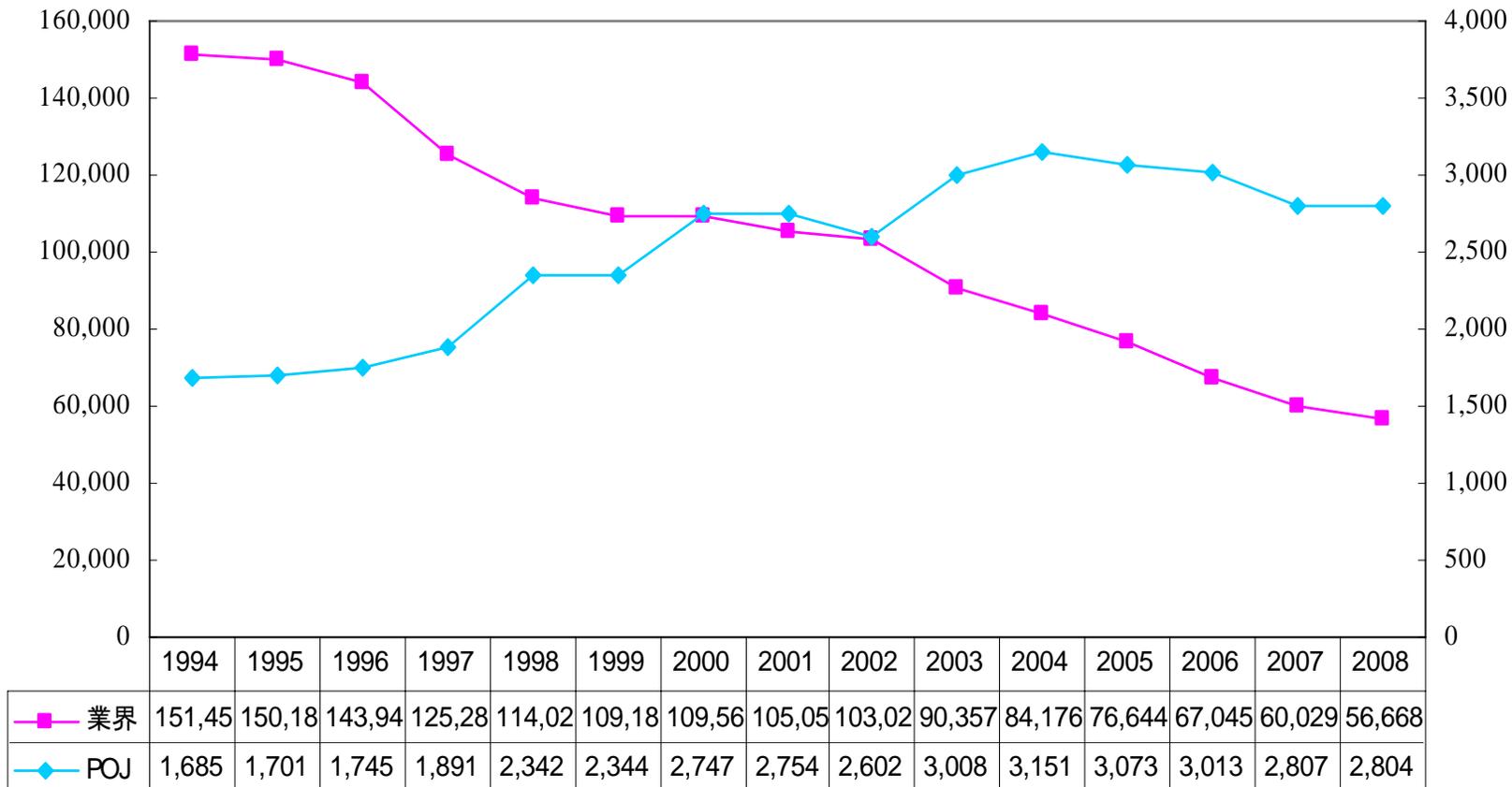
(FYベース)



新契約の状況

新契約高(個人保険)推移

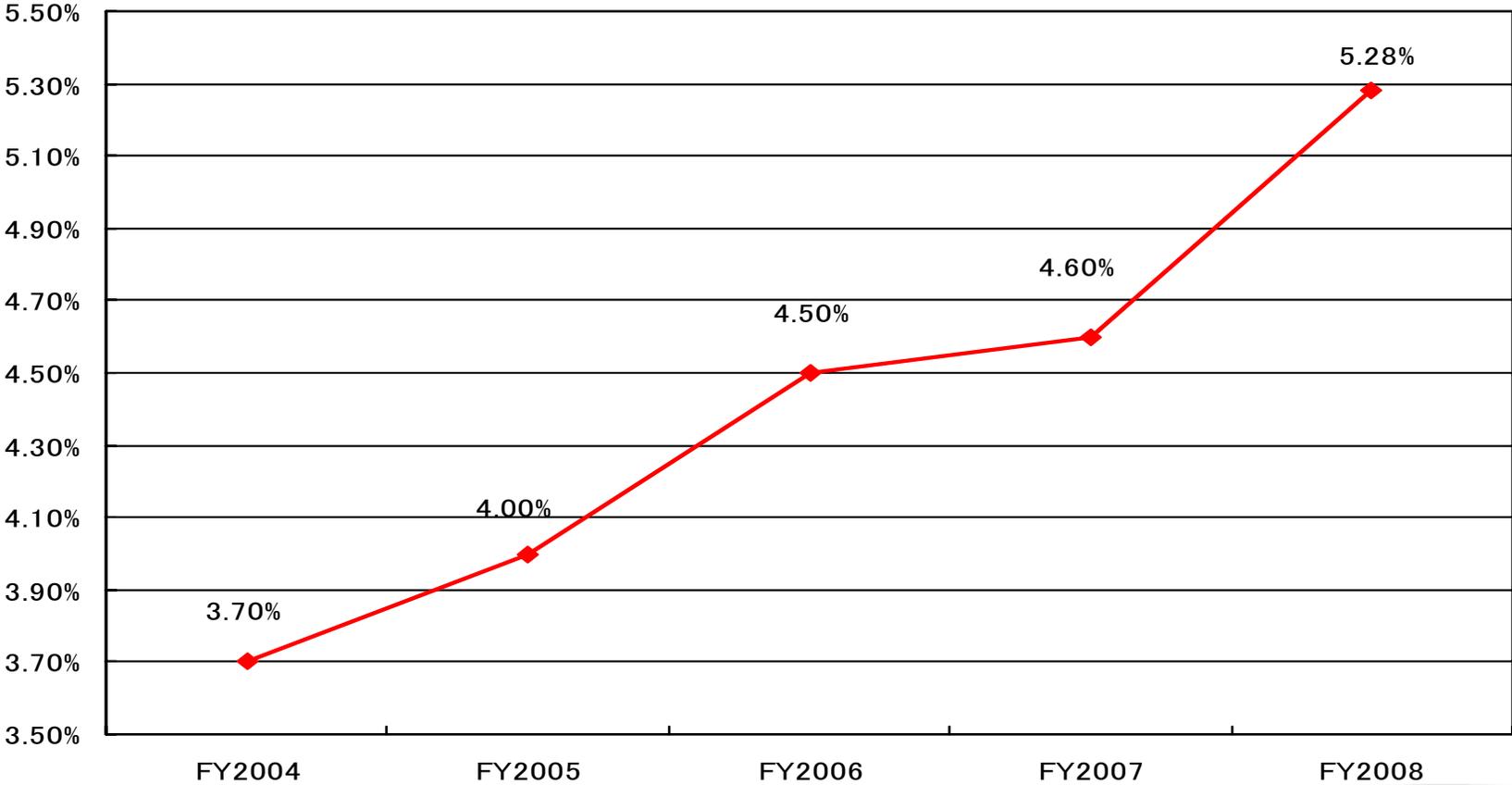
(単位: 10億円)



(FYベース: 2009年3月末時点)

<生命保険協会「年次統計・契約状況」/平成20年度>

新契約高業界内シェアの推移



プルデンシャルのマーケット・ポジション（新契約高）

2009年度新契約高（個人保険）

出所：各社の決算発表時の公表データ（FYベース：2010年3月末時点）

順位	会社名	新契約	転換純増	合計
1	第一生命	6,778,400	▲ 380,500	6,397,800
2	日本生命	7,486,100	▲ 1,206,900	6,279,200
3	住友生命	5,291,400	▲ 632,100	4,659,200
4	ソニー生命	4,017,500	0	4,017,500
5	大同生命	3,423,200	▲ 15,400	3,407,700
6	プルデンシャル生命	2,802,200	0	2,802,200
7	東海日動あんしん生命	2,773,100	0	2,773,100
8	アリコ生命	2,440,059	0	2,440,059
9	明治安田生命	3,798,000	▲ 1,422,100	2,375,800
10	太陽生命	1,304,700	1,043,300	2,348,100

（単位：百万円）

プルデンシャルのマーケット・ポジション（保有契約高）

2009年度保有契約高

出所：各社の決算発表時の公表データ

（FYベース：2010年3月末時点）

保有契約高					
順位	会社名	個人保険	個人年金	小計	前年比
1	日本生命	180,524	17,935	198,459	94.6%
2	第一生命	150,575	7,197	157,772	95.0%
3	住友生命	116,115	13,320	129,434	94.5%
4	明治安田生命	97,486	11,690	109,176	93.1%
5	大同生命	35,957	1,334	37,291	96.6%
6	朝日生命	33,865	3,362	37,227	92.1%
7	ソニー生命	33,164	307	33,471	102.9%
8	三井生命	29,727	2,611	32,338	90.5%
9	富国生命	28,516	2,980	31,496	94.8%
10	プルデンシャル生命	26,869	360	27,230	102.0%

（単位：十億円）

【参考】LPチャンネルのマーケット・ポジション（新契約高）

2009年度新契約高（個人保険）

出所：各社の決算発表時の公表データ（FYベース：2009年3月末時点）

順位	会社名	新契約	転換純増	合計
1	LPチャンネル合計	4,780,449	0	6,819,700
2	第一生命	6,778,400	▲ 380,500	6,397,800
3	日本生命	7,486,100	▲ 1,206,900	6,279,200
4	住友生命	5,291,400	▲ 632,100	4,659,200
5	ソニー生命	4,017,500	0	4,017,500
6	大同生命	3,423,200	▲ 15,400	3,407,700
7	プルデンシャル生命	2,802,200	0	2,802,200
8	東海日動あんしん生命	2,773,100	0	2,773,100
9	アリコ生命	2,440,059	0	2,440,059
10	明治安田生命	3,798,000	▲ 1,422,100	2,375,800
11	太陽生命	1,304,700	1,043,300	2,348,100

合計

（単位：百万円）

【参考】LPチャンネルのマーケット・ポジション（保有契約高）

2009年度保有契約高

出所：各社の決算発表時の公表データ

（FYベース：2009年3月末時点）

保有契約高					
順位	会社名	個人保険	個人年金	小計	前年比
1	日本生命	180,524	17,935	198,459	94.6%
2	第一生命	150,575	7,197	157,772	95.0%
3	住友生命	116,115	13,320	129,434	94.5%
4	明治安田生命	97,486	11,690	109,176	93.1%
5	LPチャンネル合計	60,033	667	60,701	
6	大同生命	35,957	1,334	37,291	96.6%
7	朝日生命	33,865	3,362	37,227	92.1%
8	ソニー生命	33,164	307	33,471	102.9%
9	三井生命	29,727	2,611	32,338	90.5%
10	富国生命	28,516	2,980	31,496	94.8%
11	プルデンシャル生命	26,869	360	27,230	102.0%

合計

（単位：十億円）

MDRT日本会会員数

MDRT日本会会員数

658名

13年連続日本一

日経100 900-912.5

第40回MDRT日本会大会 本日開催

日本になかったサービスが、
日本になくはないサービスに。



ブルデンシャル生命は、ライフプランナー[®]の質にこだわり続けています。
お客様一人ひとりに最適な生命保険をご提案するためには、ライフプランナーがお客様と深い信頼関係を築き、
いつでも頼りにいただける「生涯のパートナー」となることが大切だと考えているからです。
今年も555名のライフプランナーがMDRT日本会会員資格を取得。13年連続日本会会員数日本一を達成することができました。
これからもお客様から信頼いただけるよう、わたしたちは時代の変化に対応できる品質を知識とご意見を追求する
プロフェッショナルズにより、お客様のことを第一に考えたとサービスをお届けしていきます。

創業23年。オーダーメイドの生命保険が、多くのお客さまに認められています。

MDRT日本会 会員数13年連続日本一

MDRTの選会は、ブルデンシャル生命の選会と一致しています。

Million Dollar Round Table (MDRT)とは—— 会員数の関と業績、\$1,000万(1000万ドル相当)の会員を有する、資産した生命保険と退職サービスの専門家に限られた会員制の組織です。世界中の生命保険・
金融サービス業界のトップクラスのメンバーを有し、そのメンバーは相互に様々な機会を通じて、個人や企業のために、人生をより豊かにすることを目指し努力しています。またMDRT
MDRT[®] 会員は卓越した商品品質をもち、高い顧客満足度を誇り、優れた顧客サービスを提供しています。ビジネスと地域社会のリーダーとして、生命保険と退職サービスの専門家として世界中で尊敬されています。

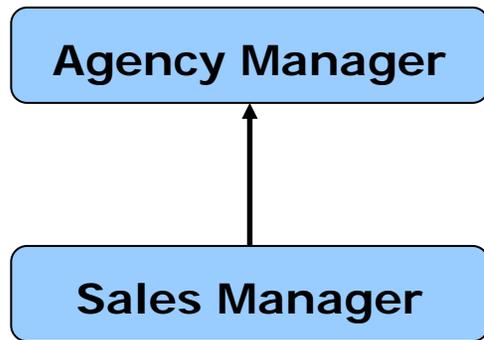
MALDは1988年創立。MDRT選会最優秀。ライフプランナーは、ライフプランナー・インストラクター・アドバイザーの資格を有し、

ブルデンシャル生命保険
〒100-0014 東京都千代田区本町2-13-10 ブルデンシャルタワー
03-5561-2111 (受付) <http://www.prudential.co.jp>
03-5561-2111 (受付) <http://www.prudential.co.jp>
03-5561-2111 (受付) <http://www.prudential.co.jp>

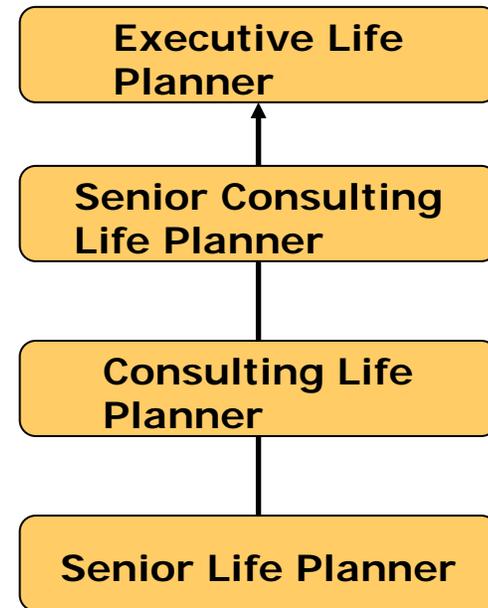


5. ライフプランナー制度

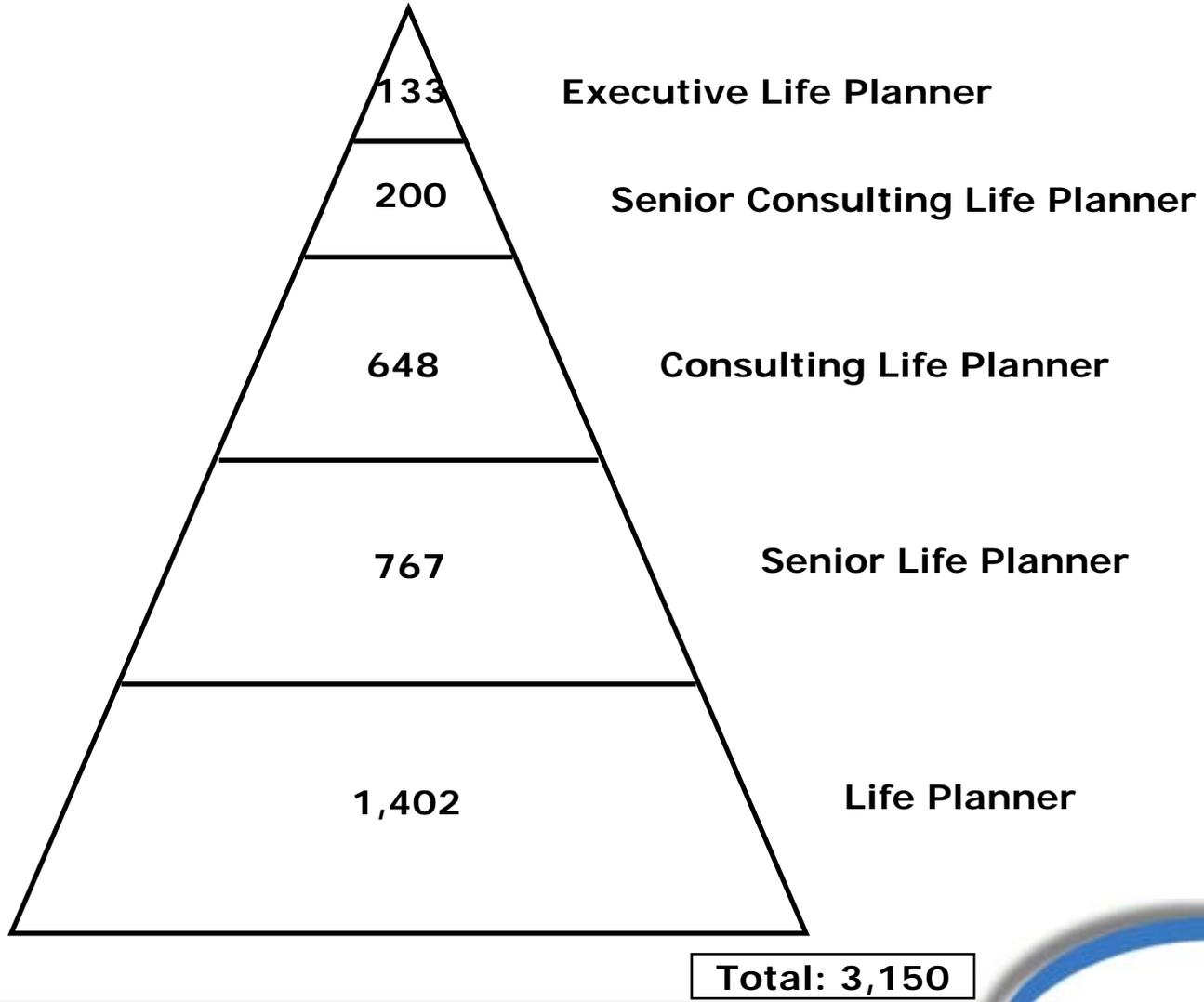
Management Course



Sales Professional Course



現在の構成 (2010年3月31日現在)



ライフプランナーへのトレーニング



入社前研修

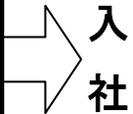
1ヶ月目

2-3ヶ月目

4-15ヶ月目

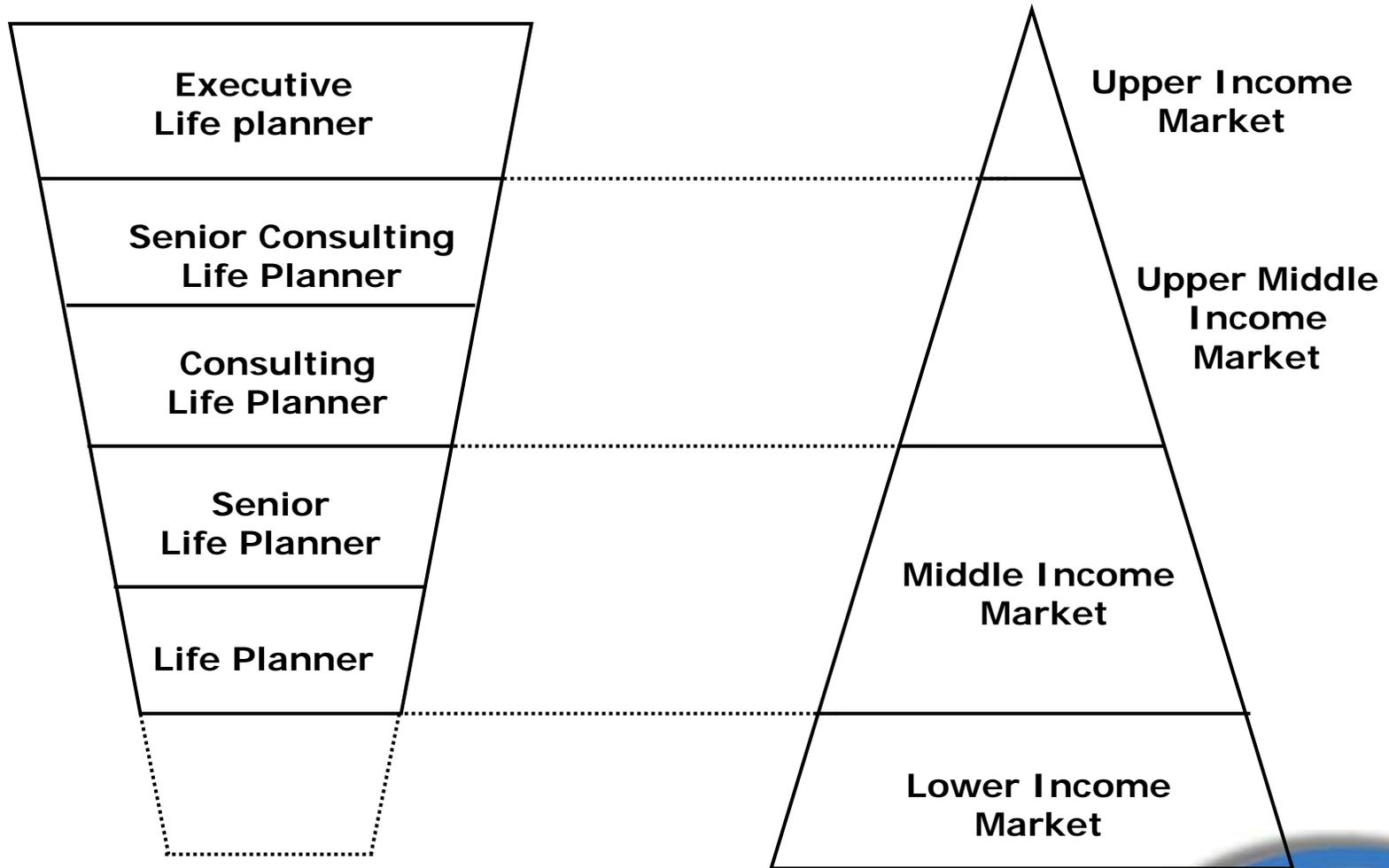
~24ヶ月目

CIP
Career Information Program
(3回・計6時間)

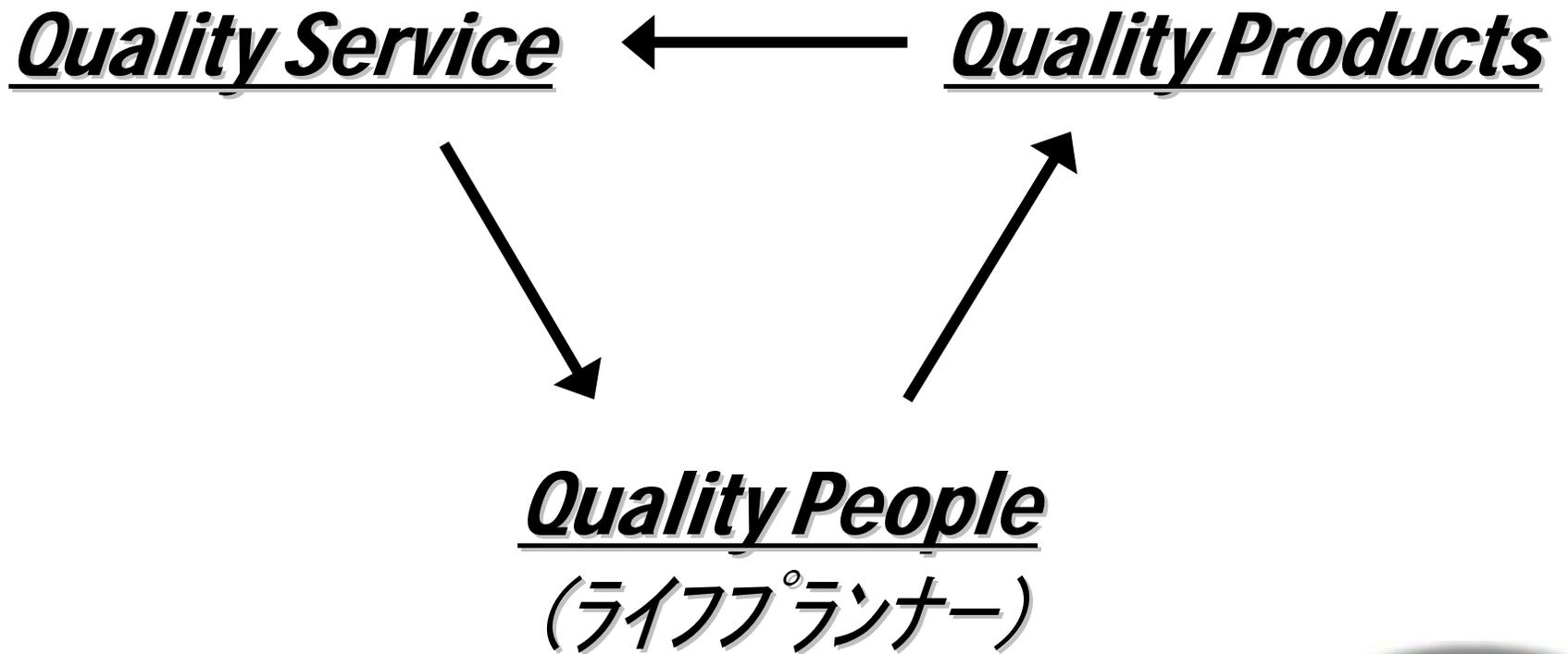


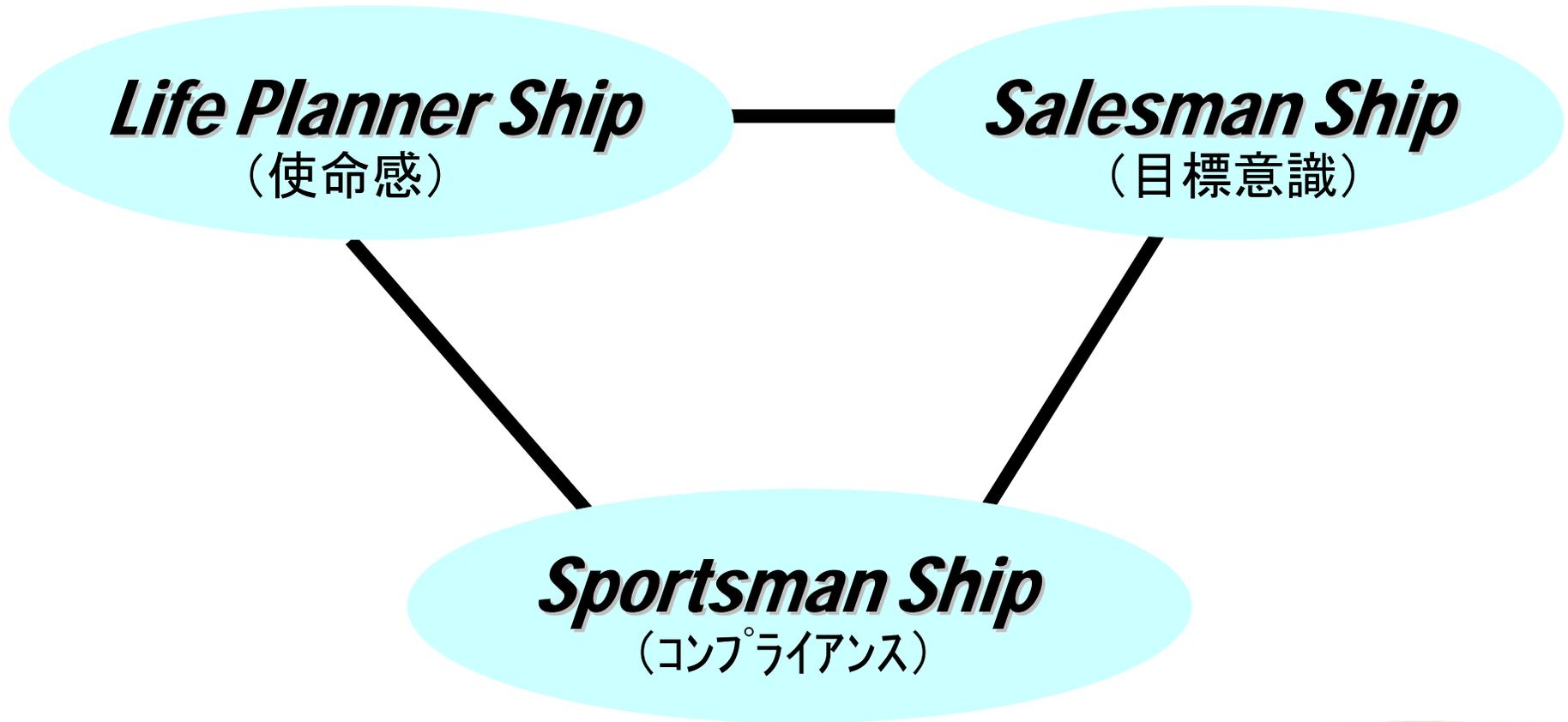
入社

FTP First-Month Training Program		ITP Initial Training Program		BTP Basic Training Program		<i>On the Job Training</i>			
本社研修	支社研修			6ヶ月研修	12ヶ月研修		ATP研修		BTP修了研修



3つのQ (質の追求)







C = C

(Contribution)

(Compensation)

貢獻度

報酬

Money & Medal

K

知識 -Knowledge-

A

心構え -Attitude-

=

CASH

S

技術 -Skill-

H

習慣 -Habit-



We are the Prudential

プルデンシャル生命の社員は、生命保険業を通じ、
社会に貢献しようとする強固な意志で結ばれています。

我々には、時代を開拓する精神、生命保険の正しい在り方を追求する信念、
そして、人間愛・家族愛の不朽の原理を伝える心があります。

我々は、**Core Values, Vision, Mission, Strategy**を指針に、
自らの手によって時代を創造し続けます。