

# 不況を逆手に取る!! 企業アプローチ術

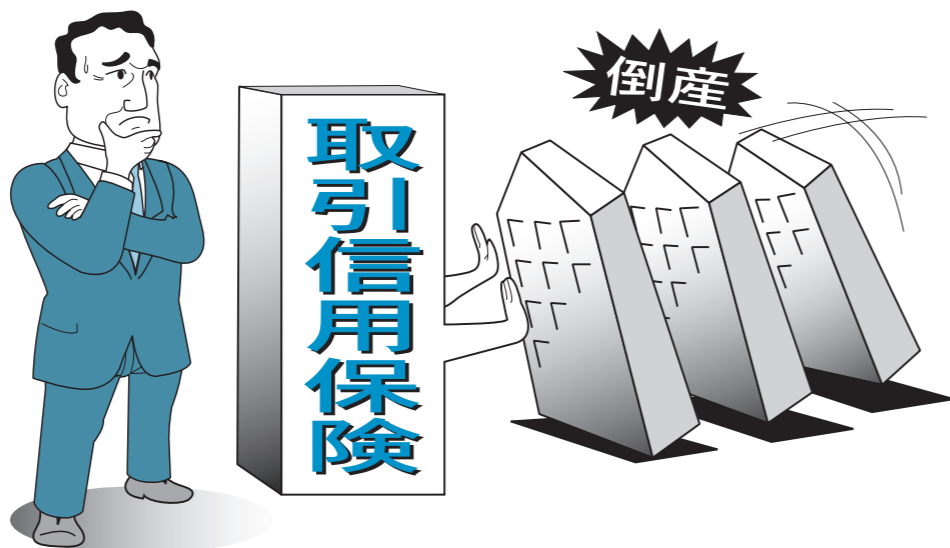
## 損害保険(取引信用保険)を切り口に、 生命保険(がん保険)提案へとつなげるクロスセル事例

米国のサブプライムローン問題に端を発した金融不安は、ついに米国の大手投資銀行や証券会社の破綻、そして世界各国での公的資金導入へと拡がりを見せた。日本においても、日経平均が一時は7,000円台を割り込むなど、市場心理は冷え込む一方である。今後、貸倒れの増加、収益の悪化、雇用の悪化による消費の落ち込みなど、企業経営にとって多くの試練が待ち構えており、経営者は自社のリスクを把握しておくことが、以前にも増して重要になってきている。

企業向けの保険と言えば、これまでは利益の増加を前提とした、利益繰り延べ型の商品を中心に考えがちだったが、現在の状況に照らし合わせて、セールスサイドとしてもさまざまな切り口で、経営者の不安を取り除いてあげられなければ、今後の展望は開けてこない。この不況期ならではの多角的企業アプローチ法を考えてみた。

### 相談者

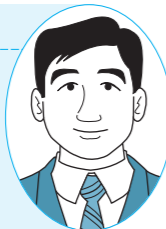
せいいてんへきれき  
青天霹靂食品販売株式会社  
代表取締役 青空泰造 55歳  
先代から食品の卸売業を継承し、飲料販売にも進出。地道に経営してきたが、ここに来て、事故米不正流通や異物混入など、食品業界を取り巻く不祥事の余波で売掛金回収が遅延気味になっており、危機感を抱いている。コンサルティング会社社長の沢田が企画したセミナーの参加者の1人である。



### 今月のFP

原口誠二◎38歳

生命保険代理店「株式会社スマイルプランナー」に勤める新人ファイナンシャルプランナー。主に個人の相談業務に携わるが、法人へのアプローチを経験したいと日々勉強中。コンサルティング会社兼損保代理店の社長である沢田を師として仰いでいる。



### 今月のFP

沢田 健◎42歳

コンサルティング会社社長でファイナンシャルプランナー。自社で損害保険代理店の登録はしており、個人情報漏洩保険や取引信用保険など、一般の保険代理店ではあまり取り扱わないニッチな分野でのコンサルティングを得意とし、セミナー企画を数多く手掛ける。



### ステップ1

#### 止まらない不況の波に

「あ～あ、また下がりましたね」

インターネットの株価情報を見ながら、生命保険代理店スマイルプランナーの原口誠二はため息をついた。最近の顧客との会話も、株価が下がった、大手不動産会社や生命保険会社が破綻したなど暗い話題が多い。日経平均は、今や7,000円台。連日のマスコミ報道は、消費者の心理に着実に働きかけ、財布のひもを固くさせている。

時は12月。例年なら、大多数を占める3月期決算の企業にアプローチをしている忙しい時期のはずだが、最近の情報交換では、「今期は減益減収だな」とほやく企業が多く、決算対策の提案も、ごくわずかな対象先に絞らざるを得なくなりそうだ。原口は、再度深いため息をついた。

「どうした？ 浮かない顔をして」

見上げると、爽やかな笑顔の沢田健が立っていた。

「沢田さん!? どうしたんですか。またセミナーはしないんですか？」

沢田は、原口が勤務する代理店の社長の古くからの友人である。コンサルティング業を営んでおり、セミナーで集客し見込み客を開拓するという手法で、スマイルプランナーと一緒に仕事することも少なくなかった。沢田がここに来ているということは、何かのセミナーをするに違いない…。そう思いながら、原口は沢田から手渡されたチラシを確認する。

「取引信用保険…？ これって損保だから、うちは関係ないですよね？」との原口の問いかけに対し、沢田は「原口君の仕事とどんな関係があるか、いずれわかるから、まあ、集

容してみてください」と、謎めいた笑みを残して帰っていった。

### ステップ2

#### 不況期に注目される取引信用保険

取引信用保険とは、取引先の倒産などにより、売掛金の回収が見込めない場合に、その損失をカバーする損害保険会社の商品である(図表1参照)。

メリットとしては、次のような項目が挙げられ、使いによっては思い切った営業展開も可能になる。

#### ◇キャッシュフローの安定化

貸し倒れ金額の一定部分を保険金として受け取ることができるため、確実かつ早期に資金回収が可能。取引先が万一破綻した時の影響を軽減することができる。

#### ◇貸し倒れ損失の平準化

一定額の保険料負担により、貸し倒れ損失部分を保険に転嫁。平準化することができる。

#### ◇対外信用力の向上

売上債権の保全対策となるため、取引金融機関に対する信用力が向上する。

#### ◇与信管理の充実・向上

独自の審査に加えて、保険会社の審査により、取引先の与信管理が更に充実する。(取引先の新規開拓にも有効)

以前は最低保険料が高く、採用する企業も大手に限られていたが、最近では、ハードルを下げた中小企業向けの商品が登場し、需要が増加している。経営者が不安を募らせる不況期こそ「取引信用保険」を知っていただく好機と、沢田は思い立ったのだ。

原口は、沢田の言うことに半信半疑ながら、現在取引のある企業や会社情報に記載されている企業など、併せて500社を選択し、「リスクマネジメントセミナー」というテーマで、一斉にDMを送った。

### ステップ3

#### セミナーでの出会い

セミナー当日。有料にもかかわらず、多くの企業が参加した。その数45社。やはり利益減少への不安が大きい現在の市況低迷が影響しているのだろう。沢田の読みは的中した。

■ 図表1 取引信用保険のしくみ

