

# 実践！ コンサルティング 営業 第48回

独立系FP・生保代理店 ● 辻 良子

## 生命保険「プランニング」の 舞台裏

昨今は、原油価格の高騰に伴い、多くの商品が値上げの傾向にある。生活が苦しくなった、あるいは苦しくなりそうだと、という不安感はいている人が抱えていることだろう。不安を払拭するには、家計の節約や、ライフプランの構築が欠かせない。そんな中でこれまで潜在していた「保険の見直し」の需要も多くなってきそう。単なる家計の節約に留まらず、リスク管理としての生命保険を提供するために、セールス側はどんなことを考え、実践しているのか。今回は、顧客から生命保険の見直し依頼を受けた代理店の内部にスポットを当て、FPがプランニングに至るまでの「舞台裏」をご紹介します。

### 今月のFP

#### 時田朝美◎36歳

生命保険会社に総合職として10年勤務した後、結婚退職。現在は親戚の保険代理店に勤務。当初はパート感覚の軽い気持ちで勤務していたが、最近では真剣に顧客と向き合い丁寧なコンサルティングを心がけている。



### 今月のFP

#### 長谷川由美◎24歳

保険代理店の若手社員。時田と同じく生命保険のチームに所属している。知識はあるが保険販売の実務経験は浅く、まだ新米の域を出ていない。最近では理想と現実のギャップに苦しむこともしばしばで、先輩の時田に相談しようか迷っている。



### 顧客情報の収集

3月に入り、ようやく暖かくなってきた。ここ2～3日、珍しく暇な日が続いていた時田は、事務所で書類整理などをして過ごしていたところ、職場で一番の若手である長谷川由美から話しかけられた。

「実は今、Aさんという方から、生命保険の見直しを依頼されているのですが、今ひとつ良い提案ができなくて困っているんです」

未熟な自分が一人で無理にコンサルティングを行っても、顧客に対して失礼になる。ぜひ時田のアドバイスを受けたらと思う。長谷川は、大学在学中にFPの資格を取得し、卒業後すぐにこの代理店に就職した。資格は持っているとはいえ、実務経験は皆無であったため、しばらくはアシスタント的な業務に従事していた。半年ほど前から、ようやく保険募集を一人で任せられるようになったが、まだまだ自信が持てない

ようだ。

「実は、Aさんのご要望が、保険料を節約したい、というだけでなく、今よりも充実した保障内容を確保したいということなんです。でもそれだとどうしても保険料が今より高くなってしまおうし、どうしたらいいのか…」

つまり長谷川は、顧客の要望が「保険料の削減」と「保障の充実」という一見矛盾した内容であることにかんがひのとまどいを覚えているようだ。保険の見直しプラン自体、今まで任されたことがないということもあり、どこから手を着けていいのか分からないのだろう。

時田はこの返答で、長谷川に対して根本的な意識改革が必要だな、と感じた。そこでヒアリングメモも含めたAさんの資料をすべて出させた上で、一般論的なことからアドバイスをした。

長谷川が顧客に対して行ったヒアリングは、初めてにしては良い出来だ。特に家計の大きなポイントとなる住宅事情や、家族構成、将来の展望などをきちんと聞いてきてい

### Aさんのプロフィール

Aさん 38歳 会社員 手取り年収450万円  
妻 36歳 会社員 手取り年収300万円  
長男 7歳 公立小学校1年生

#### Aさんの住宅ローン残高は約1,800万円

#### 保険契約＜Aさん＞ 加入時33歳（5年前）

終身保険 月払保険料／約2万6,000円 主契約／70歳払込満了 特約／70歳までの全期型  
主契約／200万円 特約／定期保険 2,800万円、生活保障定期保険 年180万円×10年、傷害特約 500万円  
医療保険 月払保険料／約4,000円 70歳までの定期型 主契約／日額5,000円、特約／成人病入院 日額5,000円、通院 日額3,000円

#### 【保険に関する要望】

- 物価が上昇しているため、これからは家計を節約しようと考えた。手始めに保険料を削減することを思いつき、それが今回の相談のきっかけとなった。
- 今の加入内容は、実のところよく理解していないので、不満もなければ満足もしていない。今回の相談を機に勉強してみたい。
- 今よりも充実した保障内容を提案してもらえれば、全面的に見直しとなってもかまわない。

#### 【その他にヒアリングした内容】

- 3年前、妻の両親の土地に2世帯住宅を新築（それ以前は賃貸マンション）。
- 貯蓄は、住居の新築時にほとんど吐き出したので、200万円程度しか残っていない。
- 毎月の家計（基本生活費のみ。住宅ローンと保険料は除く）は大体20万円以内に収まっている。
- 共働きなので、ローンの返済はそれほどきつくない。
- 住宅ローン残高約1,800万円、残り返済期間約22年、返済額約9万3,000円／月（ボーナス返済なし）。
- 妻は、子育て等を両親が協力してくれるため、仕事を辞めるつもりはない。
- 子どもには特別な習い事等はさせていないし、小学生の間は学習塾に通わせる予定もない（スイミングクラブのみ通っている）。
- 第2子を出産することは考えていない。
- 両親の年齢は、共に64歳。共働きだったが、父は再就職し今も現役。母は専業主婦となり年金を受給している。

る。ただ、加入している保険の説明は、次回に持ち越しとなっている。時田は、長谷川には情報収集に関する指導はもう必要ないと判断した。そこで、ひとまずAさんに関するプランニングではなく、一般的な顧客へのアプローチの「心得」から説き始めた。

### 加入契約の説明 ～顧客の信頼度は初動で決まる～

自分の加入している保障について説明を受けているときの顧客の反応を見るのは、大変重要なポイントである。

時田は、次の訪問時にその点をよく観察するよう、長谷川にアドバイスした。

「顧客の反応ですか？」

「そう。ご自分の加入している保険でも、実はよく理解していない方が多いの。Aさんはその自覚があるようだけれど、ご自身では理解しているつもりでも、実は理解していない、というケースが多いと言ってもいいかしら。あくまでもわたしの経験だけれど、内容を理解したときの顧客の反応の仕方によって、提案の進め方を変えると上手くいくことが多いように感じるわ。それに、本当に顧客が自分の保障内容を理解していたかどうか分かるしね」

「へえ～、そうなんですか。例えばどんな具合に？」

肯定的な反応または納得顔をする顧客は、ある程度、保障内容を理解している方に多い。加入前に要望を伝え、納得できてから契約をするタイプだ。その場合は、見直し後の保障に関する具体的な要望が、早い段階で顧客側から発信される可能性が高い。顧客の要望をよく聞き、修正を加えるべき点があれば的確にアドバイスをすることによって顧客の満足を獲得することができる。つまり、セールス側はどちらかというと受身の態勢となり、顧客の意思を尊重している点をアピールするのだ。

「ただ、この場合は、既加入契約の全面見直しには至らずに、一部だけに留まるケースも多いと思う。そのかわり、継続的な見直しを行うことに抵抗はないから、その後は比較的密に連絡を取り合って、長期間メンテナンスを続けることによって徐々に信用を勝ち取っていくことが必要ね」

一方、否定的な反応をする顧客がいる。ライフプランにそぐわない保障に加入していたケースがそう。そのような場合、おおむね全面見直しを依頼されるのだが、具体的な要望を引き出すためには、セールス側が主導権を握ることが多くなる。顧客側は「今まで良くない商品に加入していた。見直しを依頼することで、ずっと良い状況にしてくれるだろう」といった改善への「期待」が大きいのだ。

それらは、ひいてはセールスパersonへの期待となるため、前者とは逆に顧客側はほぼ完全に受身の態勢となる。だからといって顧客の保険に対する知識レベルが低いわけではなく、説明をよく聞き、理解しようという姿勢も十分