

違いを
生み出す

ファースト アプローチ



損保を活用した生保提案の切り口

損保のワンポイント知識が
お客さまの意識を「保険」へ向ける

FPS

セールス手帖社保険FPS研究所

CONTENTS

第1章 なぜ生保営業に損保の知識が役に立つのか? 3

第2章 アプローチの実践<個人編> 9

第1話	共同住宅の上階からの水もれ事故、 仮住まいのためのホテル代はどうなるの?	10
第2話	着ている皮ジャケットに穴が開いたら?	14
第3話	子どもやペットのいる家庭のリスクは?	16
第4話	病気やケガで働けなくなったら... ..	20
第5話	木造建物を省令準耐火建物にすると 火災保険料が安くなって、トータルコストも安くなる?	23
第6話	落雷で給湯器やエアコンが壊れた! 「建物」じゃなくても火災保険の対象になるの?	26
第7話	地震が起こると言われているけど、 地震保険には入った方がよいの?	28
第8話	もらい事故(自分に過失のない事故)では保険は使えない?	31
第9話	自動車保険の満期更改時に保険料がアップ! そんな時こそ生保営業のチャンス!	34
第10話	マイカーを手放したら自動車保険はいらない?	37
生保の話題へ移行後のアプローチのポイント		39

第2章 アプローチの実践<法人・特定マーケット編> 43

第1話	労災事故や社員の自殺で会社の過失が認定された! 巨額の賠償請求は保険で補償されるの?	44
第2話	自社ビルで水もれ事故発生! 巨額の賠償請求で資金繰りがピンチに!?	46
第3話	個人情報情報が漏えいしてしまったら... ..	48
第4話	工場で爆発事故! 会社はどうなる?	51
第5話	賃貸マンション内で入居者が転倒して大ケガ! オーナーが責任を問われたら... ..	54
第6話	賃貸アパート内で入居者が孤独死!	57
第7話	ドクターが医療事故などで責任を問われたら... 今の保険で大丈夫?	60
生保の話題へ移行後のアプローチのポイント		63

第3章 アプローチに役立つスキル 67

4 生保と損保は別の物？

わが国では歴史的に、生保業界と損保業界は異なる業界として発展を遂げてきました。そして平成8年に生損保業界が子会社方式で相互参入を経てから約20年たった今でも、生保業界と損保業界の間には名実ともに垣根が存在しています。

そのため、生命保険を主に取り扱う営業の立場から見ると、損保の商品は垣根の向こう側…異なる業界の商品のように見えるかもしれません。

5 お客さまから見れば生保と損保の区別は関係ない

しかしこれは、あくまでも保険業界側から見た視点です。「はじめに」でも触れましたが、お客さまから見れば、**生保も損保も同じ「保険」にすぎません**。実際に、生命保険の営業に行ったつもりが、お客さまから損害保険の話題が出ることは珍しいことではありません。お客さまにとっては「保険の専門家に保険のことをたずねる」という程度の意識だと思われそうですが、火災保険や自動車保険など比較的日常生活に近い存在の損害保険は、お客さまにとって抵抗感なく話題にあげやすいということは言えるでしょう。したがって、これをアプローチトークのきっかけにすることができれば営業トークの幅が広がります。

6 生保営業には損保の知識が役に立つ

実際に、損保の営業を得意とする募集人の方から損保の知識が生保営業に役立ったという声を聞くことはよくあります。

また、**損保を取り扱っていない生保営業の方からも損保の知識が生保の営業に役に立ったという声を聞くことも少なくありません**。つまり、得意な生保の話をする前に、あえて損保の話題を出すことで、より効果的に生保の営業ができるということです。

7 損保の知識はワンポイントで十分

ところで、生保に関連する知識を習得するだけでも時間が足りないのに、損保についても勉強するのは大変だと思われる方もいるかもしれません。しかし、あくまでも生保営業のアプローチのためと割り切るならば、損保について全般的に深く知る必要はないのではないのでしょうか？ あくまでもお客さまの意識を保険に向けていただくためのワンポイント知識で十分です。

もし自信が持てない場合は、「**損害保険（損保）については専門ではないのですが…**」と冒頭にお断りしたうえで話しすればよいのです。そうすることで、皆さん自身が正確に話さなければならないというプレッシャーから解放されるだけではありません。お客さまから「**専門ではないのに結構詳しい人**」という印象を持たれた場合、後に続ける**生命保険についての話の価値が高まる（つまり説得力を増す）**という効果を生み出すことにつながるのです。

なぜ損保の話題が生保営業に役立つのでしょうか？

その理由は、以下の3つです。

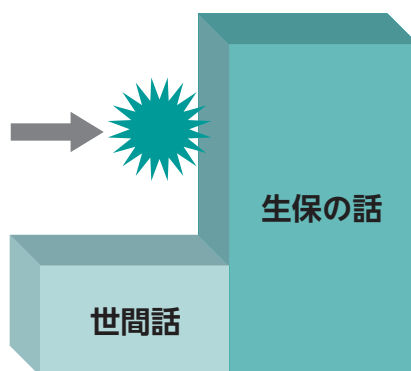
3つの

損保の話題が生保の営業に役立つ理由

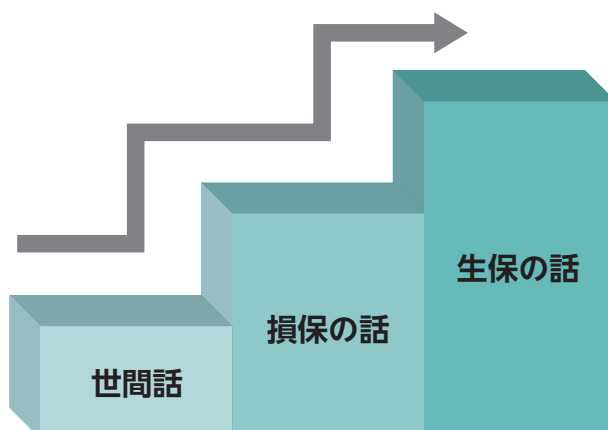
- 1 ニーズ顕在型の商品である損保は、見込客との会話の中でも話題になりやすい（または、お客さまの抵抗なく話題にしやすい）。
- 2 見込客は、生保と損保の区別なく「保険」というカテゴリーの中で、アドバイスを求める場合が多い（保険の専門家なら何でも知っているはずという見込客の意識）。
- 3 あえてお客さまにとって比較的抵抗の小さい損保の話題から入ったうえで、自分の本来の専門分野である生保の話題に入るやり方も効果がある。

生保の話の前に損保の話をするによる効果

世間話からいきなり生保の話をすると……お客さまの抵抗にあいやすい



世間話と生保の話の間に損保の話を挟むと……抵抗が小さくなる



共同住宅の上階からの水もれ事故、仮住まいのためのホテル代は どうなるの？



階下への水もれ事故を起こしてしまったら？

マンションやアパートなどの集合住宅には、さまざまな人が住んでいます。互いに壁などを隔てて生活しているだけに、自らが起こした事故が隣人などを巻き込んでしまうことがあります。例えば、洗濯機の排水ホースが外れるなどして水がもれ、それが階下の部屋にも及んで損害が発生した場合、火災保険で補償されるのでしょうか？

この場合、火災保険の主契約では補償されません。火災保険の主契約は、原則として自己所有の建物・家財自体が対象だからです。このような事故に対しては、「**個人賠償特約**」（保険会社によって名称が異なります。内容については個人編第3話参照）を契約していれば補償されます。この特約は、火災保険の他に傷害保険や自動車保険などにも付けることができます。

この特約の被保険者は「生計を共にする同居の親族」（「同居の親族」とする商品もあります）などとなっているので、世帯主が契約すれば同居している子どもが起こした事故も補償されます。また、分譲マンションの場合、マンションの管理組合で契約している場合もあります。

第3話 個人情報の漏えい

個人情報
が
漏えいしてしまったら…

会社の信頼失墜の原因に

昨今、個人情報の漏えい事件が、社会の耳目を集めています。個人情報漏えいの経路としては、役員・使用人の不注意によるもののみならず、役員・使用人自身の悪意による持ち出しや、外部からのサイバー攻撃によるものもあります。

具体的に想定されるのは以下のような事例です。

事例①

個人情報の取り扱いを社外に委託したところ、委託先が顧客情報を流出させた。このため、顧客から損害賠償を請求された。

事例②

社外からのサイバー攻撃により、顧客情報が社外に漏えいした。全国紙に謝罪広告を掲載し、被害者に対してお詫び状と500円相当の金券を送付した。

事例③

使用人が、会社のルールに違反して社内で管理している個人情報を外部業者に販売した。このため、会社に対して損害賠償請求がなされた。