深掘り！保険用語〈24〉

株式会社ウインライフ
小野 力
≪E-mail≫
tsutom_ono@maia.eonet.ne.jp

地震保険制度より古い「地震拡担」

JAの建更共済なども地震等を保障

前回に続き地震保険について深掘りしたいと思います。

国が関与しない「地震保険・制度」を概観してみます。

【地震拡張担保特約（以下、地震拡担）】（各損保社）

地震保険よりも古く、1956年に認可を取得した特約です。工場や事務所・病院といった事業用の物件が対象です。地震拡担には2つの引受方法があります。

「支払限度額方式」＝契約時に設定した限度額まで実際の損害額をてん補する方式。

「縮小支払方式」＝損害額に契約時に設定した縮小割合を乗じて保険金を支払う方式。

注意したい免責条項としては「噴火の降灰による汚損等の損害」があります。これは地震保険にはないものです。桜島などは常に火山灰を噴出していますが、その降灰による汚損等は地震拡担を付帯していても免責です。ただし、火山灰によって保険の目的が埋没したような場合には有責となります。

【建物更生共済】（JA共済）

地震・噴火・津波（以下、地震等）による損害を自然災害共済金として保障。支払われる共済金は損害額の50%です。損害額の割合が5%未満の場合には免責（フランチャイズ免責）です。

1978年の宮城県沖地震では、建物更生共済からの支払いが地震保険による支払いをはるかに上回りました。当時の地震保険は全損のみ担保でした。この反省から地震保険に半損担保が導入されました。東日本大震災ではこの共済で9304億円の共済金を支払っています（平成26年3月末現在）。一方、地震保険は1兆2984億円（同）でした。

【自然災害保障付火災共済】（全労済）

地震等による損害を地震等共済金として保障。地震等共済金は1口あたり（大型タイプ）、〈全壊・全焼〉3万円、〈大規模半壊・半焼〉1万8千円、〈半壊・半焼〉1万5千円、〈一部壊・一部焼〉3千円となっています。通常時の火災での全焼は1口あたり10万円の共済金が支払われますので、地震保険を30%で付保している場合と類似していると言えるでしょう。東日本大震災では、1258億円の共済金等を支払っています（平成26年7月末現在）。

【地震補償保険リスタ】（SBI少額短期保険）

リスタはそれ自体が主契約です。単独で加入できることが特徴です。保険金額は300万円から900万円までの5パターンです。世帯人数5人以上の場合には一番大きな900万円のプランを選択可能です。保険金の支払額は〈全壊〉保険金額の全額、〈大規模半壊〉保険金額の1／2、〈半壊〉保険金額の1／6。被害規模の認定は地方自治体の発行する「罹災証明」に基づいて行われます。

【地震危険等上乗せ補償特約】（東京海上日動）

超保険の加入者が選択できる特約です。地震保険が支払われる場合に、同額が上乗せとして支払われます。全損の場合には100%の支払いとなるため、地震等による損害を全額カバーすることが可能となります。

《トリビア》

日本の地震リスクは再保険市場でもリスクプレミアム（保険料）が高く、保険会社泣かせとなっています。東京は自然災害リスク評価が世界一高く、指数710ポイントです。2位のサンフランシスコは指数167。3位ロサンゼルスは指数100。4位は阪神地区で指数92。ちなみに10位のパリは指数25です。（2006年ミュンヘン再保険会社資料）

国が関与しない「地震保険・制度」

営業素人からTOTへ！ 真似して伸びる暗記営業のススメ

有限会社ミライズ 片岡隆太 −23−
問い合わせ先E-mail:info@mi-rise.com

短期間でTOTになった要因を聞かれたら

「営業は暗記でできるセミナー」も4年目に突入し、2014年度はのべ953名の皆様との出会いがありました。そんな数々の出会いの中で、私に対する印象を尋ねると、「もっと押しが強いイメージでした」、「多くのTOP営業マンとは違うオーラをお持ちですね」、「いい意味で『地味』ですね」など、ともすれば「できる営業マン」と思い込んでいるイメージの真逆の感想を頂戴することが少なくありません。たった2年半で9億円もの保険料をあげMDRTのTOTになったという爆発的な事実を見ていただき、好きなように妄想され描かれた片岡隆太像の対極のような人物が現れ、口数少ない本当の姿と接するのですから、このような感想は致し方ないのかもしれません。

「できる営業マン」とはどんなイメージでしょう？「圧倒的な知識」「何事にも動じない精神力」「誰にも負けない情熱」など、枚挙にいとまがありません。中でも「出会う人すべてを魔法のトークで魅了してしまう」こんな営業マンに憧れている人は少なくありません。しかしこの世の中に、「出会う人すべてが一瞬のうちで見込み客に変身してしまう技術」など存在するのでしょうか？残念ながらいまだ、お目にかかったことはありませんし、憚りながら私自身もこのような技術は持ち合わせておりません…。では「出会う人すべて」は無理かもしれないですが、「『聞きたい』、『聞いてみようかな』と思う人に対して魔法のトークで魅了する営業マン」であればいかがでしょう？『それだったらいけそうかも？』そう思ったあなたに、今年初の本コラムが大きなヒントとなるかもしれません。

ここである法則を紹介いたします。「262の法則」という法則です。これは営業支援や人材育成のシーンで多々紹介される法則で、営業で例えると、「購買意欲がある層2割」「どちらでもない層6割」「購買意欲がない層2割」と集団やグループを構成した場合、自然発生的にこのような内訳になるというとても興味深い法則です。この法則で考えれば自ずと2つの大切なことが見えてきます。1つが「クロージングができる上位層2割を確実にものにする」、2つ目が「購買意欲のない下意層に時間をかけない」ということです。

よく「利益の上がっていない法人にどのようにすれば保険が売れますか？」という質問を頂くのですが、「そもそも資金のない法人は保険に加入しません」と答えています。当然、実践での検証に基づきお話をしているのですが、これも先ほどの法則に当てはめれば一目瞭然で「購買意欲のない2割」に時間をかけても無駄な時間になる可能性が高いというわけです。

私自身「できる営業マン」とは思っておりませんが、「MDRTのTOTに短期間でなった要因は？」と聞かれれば、「聞きたいと思っている人に話をしただけ」こんなシンプルな結論に達します。言うなれば「購買層の宝探し」（マーケティング）と「聞いてくれる方への魅力的なシナリオの創造」（クロージング）これに尽きるのです。

そこで次回は、購買意欲のあるお客さまをいかに魅了するのか？「そのために必要な3つのこと」をお届けします。2015年も本コラムを宜しくお願いいたします。

これから伸びるのは、損保系

奮闘！新米支社長

西川 新一 ＜38＞

努力の積み重ねで目標達成

新年早々に抜き打ちの現場検査

1月は、例年と同様12月の翌月ということもあり、穏やかかつ前年を振り返る格好の時期である。

2014年を締めくくる12月は、アベノミクスの恩恵や株価復活が、当業界全体にも好影響を及ぼし、支社組織として果たすべき営業目標も、概ね達成することができた。ただし、達成要因としては、景気の後押しはあったものの、9月のような大口かつ好運な新規契約には巡り合えなかったことが良い意味で支社メンバーの団結を生み、各人が積み重ねた努力が実を結んでの結果到達となった。また、組織長として、今般結果達成に至ったことで、改めて組織の団結が最強かつ安定した負けにくい職場を作り上げる点を学んだ。

過去のような、1人のスーパースターが大口契約を決め、組織目標を突破するプロセスと比べ、スーパースター不在の組織であれば、有無を言わずに各メンバーが自身の目標を必死に追いかける。さらに、私自身の若い頃と比べ、今どきの若いメンバーに応じた適度かつ適正なアメ（誉める）とムチ（叱る）をおり混ぜることで、組織内に不調なメンバーを気遣う風土が根付いたことも収穫となった。

上記のごとく前月をゆっくりと振り返っていた1月2週目月曜日の早朝、サプライズが発生した。なんと、新年挨拶回りが未完了の中、月曜日早朝に、想定より早い金融機関定例の抜き打ち現場検査が入った。当業界では、金融機関として監督官庁による検査が5年周期で実施されているが、その補完として自社運営ルール下での社内検査が実施されている。この検査は保険業界が売上拡大主義に奔走し、顧客利益無視の暴走を食い止めるいわばルール順守の状況を金融庁が牽制するものであり、その前段として自社検査も重要な役割として位置付けられている。

また、社内とは名ばかりで、金融庁検査入検時にも保険会社としてのルール順守状況が適正と判断されるべく、社内検査とは言うものの非常に厳しい質問やルール解説を求められる。そして、営業現場としては営業成績がいくら優れていたとしても、本検査で不合格を取ると、その組織長は一切評価されないという戦々恐々の行事なのである。

一方、営業現場である以上は、検査対応は一切の言い訳にはならない。改めて、営業成績と同レベルで法令順守（コンプライアンス）チェックを受ける波乱に満ちた1月となった。