深掘り！保険用語 〈26〉

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

個人賠償責任保険について
私生活の賠償事故担保

今回は個人賠償責任保険について深掘りしたいと思います。

個人賠償責任保険は、個人の私生活において起こる賠償事故を担保する保険です。被保険者の職務遂行に起因しないほとんど全ての賠償責任をカバーしています。

《担保される具体例》

○ゴルフのプレー中に他のプレーヤーを負傷させた。

○自転車で買い物に行く途中で、歩行者と接触し負傷させた。

○家の瓦が落ちて通行人がケガをした。（工作物責任＝民法717条）

○子供がイタズラして隣家のガラスを割ってしまった。（監督義務者責任＝民法714条）

○飼犬が他人に噛みついた。（動物占有者責任＝民法718条）

○友人に振る舞った食事が原因で食中毒が発生した。

個人賠償責任保険には企業向け賠償保険にはない規定や注意点があります。

【家事使用人】

賠償責任保険普通約款では、被保険者の使用人がその業務中に被った身体障害は免責です。しかし、個人賠償責任保険では、家事使用人（いわゆるお手伝いさん）の身体障害については復活担保し有責としています。これは労働基準法116条が家事使用人を適用除外としているからです。

【スポーツ中の賠償事故】

スポーツ中の加害行為に関しては賠償責任が発生しない場合があることには注意が必要です。判例も、スポーツ中に生じた加害行為がルールに著しく反することがなく、かつ通常予測され許容された動作に起因するものであるときには、参加者はその危険をあらかじめ受忍しているとして違法性がなくなるとしています。

認知症の夫が徘徊
列車事故で妻が半額賠償

【被保険者の心神喪失に起因する損害賠償責任は免責】

そもそも民法713条により心神喪失状態にある者が他人に損害を与えても賠償責任は発生しません。では、この免責条項は単なる注意規定なのでしょうか？ 実は、民法713条は但書で「故意または過失によって一時的に心神喪失の状態を招いた場合」には賠償責任を負うと規定しています。この免責条項は民法713条但書の部分を免責とする規定なのです。お酒を飲み過ぎて記憶がない状態で他人にケガをさせた場合でも『私はそのとき心神喪失だったから賠償責任は負いません』とは言えない訳です。しかも、個人賠償責任保険では免責です。お酒好きの皆さんご注意下さい！

心神喪失に関連して次の判例を考えてみたいと思います。

《概要》認知症高齢者Aが徘徊中に列車と衝突して死亡。鉄道会社が妻B（同居）と長男C（別居）に振替輸送等の損害賠償を請求。一審はBとCに全額の賠償を命じ、二審はBにのみ半額の賠償を命じた。（名古屋高裁平成26年4月24日）

Aは心神喪失状態であり、賠償責任を負いません。B・Cが個人賠償責任保険に加入していた場合でも、B・Cの賠償責任は担保されないのでしょうか？ 心神喪失の免責が適用されるのはA自身の責任のみです。B・CはAに対する監督上の過失があった場合には民法714条により監督義務者として賠償責任を負います。その賠償責任は個人賠償責任保険によって担保されます。

《トリビア》

主契約の種類や保険会社によって被保険者の範囲が異なっています。「同居の親族」「別居の未婚の子」が被保険者となるかどうかの基準に「記名被保険者と生計を共にする」という要件がある約款とない約款があります。

営業素人からTOTへ！ 真似して伸びる暗記営業のススメ －25－

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

徹底的にお客様の立場に立つ

これから伸びるのは、損保系

こんにちは。営業シナリオライターの片岡隆太です。自信を失い営業が苦手だった私が、短期間でMDRTのTOTになれた要因は、「営業シナリオを構築し、自信を持って演じることができるまで暗記した」これにつきます。これを体系化し「営業は暗記でできる」研修で詳しくお伝えしているのですが、その中でも大切な要素となるのが、「売れる（伝わる）シナリオを作成する」こと。すべての商材に通じるこのノウハウですが、今号から少しずつ紐解いていきます。では最初のステップといきましょう。

「お客様第一主義」、「お客様のために…」多くのセールスパーソンが、『理想の営業マンは、お客様のニーズに答えなければならない』と教えられます。一見、とてもすばらしい宣言のように思うのですが、実はここに大きな落とし穴が存在しているのです。

今では我々に欠かすことができない存在にまで成長したコンビニ業界。中でも他の追随を許さない存在感を誇るセブン－イレブンの実質創業者、鈴木敏文氏は、著書「売る力」（文藝春秋）で「売り手は常に『お客様のために』ではなく、『お客様の立場に立って』考えなければいけない」。さらに、「『お客様のために』と言っても、売り手の立場で考えたうえでのことで、そこには、過去の経験をもとにしたお客様に対する思い込みや決めつけがある。これに対し、『お客様の立場で』考えるときには、時として売り手としての立場や過去の経験を否定しなければなりません」と述べています。

「お客様のために」は、あくまでも「売る側からの目線」であり、自分たちがサービスだと思うものの押しつけになっていることが少なくないのだということ。この似ているようで異なる2つの概念の違いを見分け、落とし穴に落ちることなく「お客様の立場で」を貫いてきたことが、セブン－イレブンの成功の秘訣なのでしょう。

まさに「売れるシナリオ制作」も、「お客様の立場で」徹底的に価値を想像することからスタートします。具体的にはお客様の「困りごと」「ないと不安」「あると嬉しい」などを、徹底的に書き出すことから始めるのです。

まず1枚の紙を用意します。そして一番上に「表題」を書きます。例えば「経営者に保険を売りたい」のであれば、「経営者の困りごと」、「建設業をターゲットにしたい」のであれば、「建設業の困りごと」、「エステサロンのダイエットプログラム」であれば、「体験者の明るい未来」や「ダイエット失敗あるある」となるでしょう。

次に作成した表題について、想像できる限り書き出していきます。「20分で50個」とか、「100個出すまで時間無制限」とか。もちろん1人で頑張らなくても構いません。チームで取り組むもよし、対象となる相手にヒアリングするというのも効果的です。

いかがでしょう？ ここまでくれば、複雑に絡み合っていた糸がほどけたように、「お客様の立場」が非常にシンプルになっていくことが分かります。具体的なトークまで浮かび上がり、『提案が楽しくなりそうだ！』なんて思っている人もいるのではないでしょうか？ そんなあなたのために次回はさらに上級編。よりお客様の立場を明確にしていきます。お楽しみに。

奮闘！新米支社長

西川 新一 ＜40＞

総合職転勤ゼロで新年度を
次年度年俸会議で部下を評価

2月最終営業日の夕方、全国転勤・エリア限定転勤双方社員の転勤が発令された。なんと、男性全国総合職で、転出が確実と見ていた5年目社員が動かず、他2名も不動と珍しい「総合職転勤者0名」にて新年度を迎えることとなった。一方、エリア限定女性事務職は、予想通り1名が動き、他部から中堅女性事務職が加わる結果となり、戦力が向上した状態で、早期に次年度活動をスタートできることとなった。

転入転出者発生で、例年バタバタする3月ながら、今年は、これまで以上に年度末決算の総仕上げである売上獲得に邁進できることとなった。また、かつてないほど、この3月はこれまで苦しんだ各月の営業戦況が嘘のように、男性総合職が仕掛ける各種案件も、面白いように成約が続いた。3月中旬になっても、その勢いは衰えを見せず、これまで停滞していた筆頭男性社員も、続々と成約を呼び込んでいった。

このような中、中間管理職として最も重要かつ神経を使う「次年度年俸会議」が行われた。本会議は、中間管理職未満の全社員を複数層（係長・主査・副主査の各クラス）に分け、各層を相対評価に分布させ、翌年度給料が決定される。いわば、年に1度その年の成績が5段階（AからE）で付され、その結果を永遠に背負いながら、出世する・しないが仕分けされ、同時に年収も上位者と下位者で最大30％の差が付けられる惨いものである。特に男性総合職では、例年のごとく各課の中間管理職同士が、自課支社の部下の評価を1ランクでも上位にと、互いに火花を散らす会議なのである。

当支社3名の男性は、過去10か月にわたり安定した成績を残していた下2名は、支社長間の事前査定でも、申し分ない評価を獲得できた。この2名は、精神的にもタフで、20代半ばの若者であるが頼もしい限りの迫力も有しており、自らが支社長昇格時、この2名と同行指導した案件も本評価に寄与し、改めて上司として部下が評価される喜びを感じたのだった。一方、3月になり、元気を出し始めた筆頭社員の評価は惨憺たるものであり、競争社会の厳しさを目の当たりにする結果となり、もう少し、本人のやる気を引き出してやれなかったものかと、上司としての自分を反省する結果となった。激動の会議が終わり、3月も下旬に入った。いよいよ昨年に続く営業要請額達成の瞬間が近づきつつあったが、再度、気を引き締めながら、3月最終週に突入した。