深掘り！保険用語〈48〉

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

被害者には先取特権が
絶対的強行規定で優先的に弁済

今回は、「賠償責任保険の先取特権」について深掘りしたいと思います。

保険法(平成22年施行)制定以前には、賠償責任保険における被害者保護は非常に遅れていました。

賠償責任保険の先取特権

しかし、通常の場合には賠償責任保険の保険金(以下、賠償保険金)は最終的には被害者に支払われています。その意味で、賠償責任保険には被害者保護機能があることに疑いはありません。

ところが、保険法制定以前には被保険者が破産すると事態は一変していました。破産手続が開始されると賠償保険金は被害者に支払われなくなってしまうのです。

破産手続が開始されると別除権という特殊な債権(抵当権・質権・先取特権)以外は全て平等に扱われます。これを債権者平等の原則と言います。破産者が持っている全ての財産は、全債権者のために破産管財人が管理することになります。賠償保険金も例外ではなく、全債権者に平等に分配されてしまいます。被害者に優先的に支払われるということはありません。

【事例】A社が製造したお菓子を食べたBは食中毒によって後遺障害を負った。その後、A社は破産したためBはA社とPL保険を締結していたC保険会社に対して、賠償保険金を直接Bに支払うように訴訟を起こした。

皆さんが裁判官ならどう判断しますか？　気の毒なBに肩入れしたくなりませんか？　B以外の債権者の多くは売掛金の未回収などビジネス上の不利益を負ったに過ぎません。同列に扱うことが公平と言えるでしょうか？

ところが、裁判所は「賠償責任保険は被保険者が賠償リスクを回避するためのものであり、被害者の救済はその反射的な利益に過ぎない」と判断しました。BにはC保険会社に対する直接請求権は認められなかったのです。その結果、Bは他の債権者と同じくわずかな配当金しかもらえませんでした。本来ならばBに支払われるはずの賠償保険金は他の債権者の配当率を増やすために使われてしまったのです。

この問題には立法措置による解決が必要だということは以前から指摘されており、保険法制定作業の中で『被害者の損害賠償請求権を確保するための仕組』を取入れることが大きな柱として議論されました。保険法部会では「直接請求権」か「先取特権」のどちらを導入するかで調整が行われました。

最終的に導入されることになったのが「先取特権」です。先取特権とは、『債務者の財産について、他の債権者よりも優先的に弁済を受ける権利』のことです。事例で考えると、BはA社の賠償保険金請求権について別除権である先取特権を持っているので、破産手続とは関係なくC保険会社が支払うべき賠償保険金から優先的に弁済を受けることができるのです。

先取特権の規定は絶対的強行規定です。この規定によりすべての賠償責任保険契約において被害者には先取特権が認められることとなりました。

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　−48−
問い合わせ先E-mail:info@mi-rise.com

どんな環境下でも変わらない『核』に焦点を

今年は桜の開花が遅めでしたが、美しい花を楽しませてくれた桜も、すっかり新緑となりました。年度末には、料率の改定があり、今まで売れていた商品が売りにくくなったり、逆に、新しい商品を研究したりと、少し戸惑いつつも、新しい環境に少しずつ慣れ、リズムがつかめてきた頃ではないでしょうか？

私も新年度がスタートすると、たくさんの方とお会いする機会がぐっと増えます。そして、様々な質問も増えてきます。「営業資料が見たい」「アポイントのスクリプトは？」という売り方の質問もあれば、「今後の法人営業のトレンドは？」「どんな商品が売れていますか？」という業界の見解についての質問まで様々です。熱心にセミナーを聴いてくださったからこその質問だと思うので、私もお伝えできることはすべてお答えしています。

「目からウロコの売れるツール」や「爆発的に売れる商品」は「ない」と知っていたとしても、「魔法があってほしい」と願うもの。そんな幻想に心奪われそうな時に、お話ししたいことがあります。

私がお届けしている「法人営業は暗記でできるセミナー」では、様々な商品で研修をいたします。ですが商品がいくら変わっても、基本的な『核』は全く変わりません。生保でも損保でも、たとえ売るものが保険でなかったとしても、基本は変わらないのです。時には、新しいエピソード、新しいトーク、そして新しい発見はあるかもしれませんが、基本は全く変わらない。毎回毎回、同じことを伝え続けるのです。実際に保険募集をしている時も、経営者の方々に、毎回毎回提案しています。その『核』と『核』の部分を、毎回毎回寄せられることがなくなります。

「スゴいと言われそうなこと」や「新しいこと」を追いかけなくてもよくなります。

となると、当然ですが、私のセミナーでも毎回ほぼ同じことをお伝えすることになります。何度も聞かれる方は、「また同じ」「その話は前にも聞いたよ」と感じるかもしれません。それでも、毎回毎回、勇気を持って同じ話を繰り返しています。というのも、「知ってるよ」という感覚こそがもっとも警戒するべきだからです。もう十分な成果を上げているならまだしも、そうでないなら、それは、「知ってるつもり」にすぎないからです。基礎も身につけず、単なるスキルやテクニックに走るとどんどん無駄な努力を積み重ねることになります。

どの世界でも同じですが、プロと言われる人は、どこかが突き抜けています。焦って、あれもこれもと本やセミナーをかじっていると、たった1つのスキルも身につきません…。

うまく話すことが売れる営業マンではないのです。内側にある「御社の経営をサポートする情報を伝えたい！」という想いを毎日毎日繰り返せるかどうか？が全てを決めます。私も同じ話を毎日毎日続けます。あなたも、ぜひ何度でも、お腹に落ちるまで聞きに来てください。一緒に法人営業のプロとして突き抜けましょう！

これから伸びるのは、損保系

奮闘！新米支社長

西川　新一　<62>

目もくらむ今年度の営業要請額
挑戦のしがいありと新たな決意

当業界は3月が各社の決算月であり、他社同様当社においても熾烈な年度末を迎えた。当支社においても実に久々に要請額本部内上位達成の可能性が出てきており、過去には想定もできない成績上位常連支社の仲間入りを果たすまでに組織力が向上してきた。一方、同業他社すべてにおいても、保険料値上げが影響し、当支社同様の好成績を収めた。その意味においては、当支社成績が優良というよりは業界全体が増収して当たり前との感があり、相対評価は「並み」との評価といえるレベルとなった。

そのような中、あっという間に4月を迎えた。思えば毎年のごとくこの4月という季節は、さまざまな不安の中の船出の月であったが、営業とは面白いもので、厳しい地道な努力を継続することで、ここ数年結果にさほど苦労せずに年度末無難な成果獲得で1年を締めくくっている。一方、容易にできなそうな事も時に不思議なぐらい期待した結果に至らぬことも多々あったりと、まさに「営業とはすなわち、まるで波乱万丈な人生」であると痛感するのが春のこの時期である。支社長の私が貴重な人生経験を積んだと同様、新たに加わった男性を含めた部下3名についても、私自身の成長度合いと比べ、その成長速度は著しい。特に在籍1年以上となる2名においては1年前と比べものにならないほどたくましく成長しており、子の成長を頼もしく思うことと似た喜びを覚える。改めて、中間管理職に課せられた人を育てるという使命の重要性を感じるとともに、目先の利益追求に走りがちな金融業界の営業において、10年、20年後の人材を育てることを1年1年怠らないことが、企業の安定性を保ち続けられるのだろうと確信した3年間であった。

4月下旬、例年と同じく会社から営業要請額(目標値)が提示された。今年度においては、アベノミクス&増税後の反動に負けないという会社意向が反映し、なんと前年度比7%増の売上達成がミッションとして課せられた。過去なき増収割合提示であり、半月前の疲れも癒えぬ中で目もくらむ数字の提示で、めまいが起きそうな気分となった。思わず、支社長になり立て当初の不安な船出と同様、今年は無事年が越せるのだろうかと思ってしまう額でもあるが、むしろ挑戦のしがいのある数値である。この困難を乗り越えることが、さらなる自身の人間的成長につながることを確信し、今年もまた新たな決意が芽生えた4月末となった。