深掘り！保険用語〈85〉

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

損害の有無に関係なく給付
東海日動が国内で初めて発売

今回は、「インデックス保険」について深掘りしたいと思います。

インデックス保険とは、あらかじめ決められた一定の条件（指標＝インデックス）を満たした場合に保険金が支払われる保険とされています。

3月6日付、日経新聞に「インデックス保険」を東京海上日動が国内で初めて発売との記事が掲載されました。正式名称は震度連動型地震諸費用保険。【特徴】①インターネットで完結できる。②契約者の住居エリアで約定震度以上の地震が発生した場合に、定額の保険金を支払う。インデックス（指標）は気象庁発表の数値。③建物や家財の損害の有無に関係なく保険金を支払う。

保険法は第2条で、損害保険契約とは「一定の偶然の事故によって生ずることのある損害をてん補することを約するもの」としています。すなわち実損てん補を行う保険と定義しています。しかし、インデックス保険は「定額給付の損害保険」であり、保険法の定義からは逸脱しています。また、損害の有無に関係なく保険金が支払われるため、利得禁止原則にも反する恐れがあります。従来の通説も『物・財産保険であるという保険は、法秩序がこれを容認していない』と考えてきました。

利得禁止原則をガチガチに考えると、補償は窮屈になります。時価額を超える保険給付はできなくなり、価額協定保険・新価保険などは違法ということになります。今日では利得禁止原則は、賭博行為やモラル・ハザードの抑止がその目的であると考えられており、緩やかに解釈されています。実際、定額給付の損害保険も取扱われています。（A）臨時費用保険金（火災保険など）

一定以上の規模の地震が発生した場合に、保険金額全額を仮払いする。てん補期間終了時に損失が発生したことを証明することが必要。【保険金（仮払金）】＜【実際の損失額】の場合には、差額を精算するため利得禁止原則に反しない。

（C）贈るほけん地震のおまもり（少額短期保険）

震度6以上の地震発生時に、被保険者が「家財の破損」や「飲料などの緊急的な購入」等の被害を申告すると保険金1万円を支払う。保険料は500円。定額給付ではあるが、実際の被害の発生は必要とされている。

震度連動型地震諸費用保険は、地震被災者へのアンケート等に基づいて地震被災直後に様々な費用支出が発生する実態に即して保険設計を行ったようです。恐らく、保険金額を一般的な資金需要を大きく超えない範囲とすることで利得禁止原則をクリアしたのだと思われます。しかし、損害の有無に関係なく保険金を支払う点は、（A）（B）（C）とは決定的に異なります。

今後、インデックス保険がどのように発展・普及してくか注目したいと思います。

営業素人からTOTへ！真似して伸びる暗記営業のススメ

有限会社ミライズ　片岡隆太　−85−
問い合わせ先E-mail:info@mi-rise.com

契約か開拓か？　何より楽しいか？

こんにちは。営業シナリオライターの片岡隆太です。前回のコラムで、法人営業の『コツ』について書かせていただきました。「継続する」そして「継続する価値があるものを見つける」というシンプルな答えを提示しましたが、今日はその続編。僕の「継続する価値があるもの」について書きたいと思います。

かつて営業が苦手だった僕は、「もう営業なんてしたくない」と、大手生命保険会社を退職しました。その後、資格で食べていける道を模索し、入社した会計事務所は、ノンコネクション・ダイレクトの電話営業を行う、会計事務所系の保険代理店でした。「騙された！」という感覚よりも、「また営業…しかも電話…」という絶望感。完全にマニュアル化されているトークで毎日電話を回す日々。それでも騙しだまして仕事をこなしていました。

そんなある日、転機が突然やってきました。私以外の営業マンが全員退職してしまったのです。入社して半年、訪問営業へと立場が変わった瞬間でした。

いきなりの配置転換、いきなりのノンコネクション法人営業。以前の私でしたら、「どうすればいいんだ！」と頭を抱え立ちすくんだと思うのですが、この半年のナリオ」でした。それが、「営業トークな武器を手に入れていたのです。

「話す内容に大義名分がある」これは私にとって最強の武器。この半年間は、自信を持って営業活動するために必要不可欠な時間となりました。

経営者の悩み事を徹底的に研究しＹＥＳを積み重ねていけるシナリオ営業は衝撃的な成果を生み出します。たくさんの契約はもちろん、申し込みに至らなくても、提案内容に同意をいただくケースがほとんどで、「よし。来期以降の見込みが増えた」といって、来期以降の訪問リストに見込みが増えることに喜びを感じていました。そう、私たちは『保険を売る』のではなく『法人開拓をする』ということをゴール設定にしていたのです。

大手生命保険会社時代のゴールは間違いなく「契約」でした。しかしここでのゴールは「開拓」です。大義名分がある提案は、ＮＯと言われることもなく完結することができ、開拓先は積み重なるいっぽう。この仕事が楽しくて仕方がない日々となったのです。

その年、保険会社の方から「ＭＤＲＴのＴＯＴ達成です。登録しましょう！」と言われたのですが、ダメ営業マンから半年の僕は、ＭＤＲＴの存在すら知らずにスルー。さらに、「独立しないの？これだけ契約が取れれば手数料すごいでしょ？」と言われても、「何で？こんなに楽しいのに辞めなきゃならないの？」と思い、箔をつけるよりも、たくさんの手数料よりも、『楽しい』が勝り、ここでのお仕事を『継続』することを選びました。ＴＯＴへの登録は、翌年行いましたが（笑）。

「楽しく営業をする」これが僕の『継続する価値があるもの』です。契約か開拓か？　そして何より楽しいか？　営業は我慢したり、お客さんに合わせたり、無理なお願いを継続するものではないのです。

これから伸びるのは、損保系

奮闘！支社長

西川　新一 ＜101＞

一年で最大の山場となる上期末が到来
非対面での営業成績獲得への挑戦

ＧｏＴｏトラベルの下、結果的に新型コロナウイルス感染者がじわじわと増加した7月から8月において、政府推奨による「新しい生活様式」というものは、保険業界の営業スタイルにも大きな変革を生み出しつつあった。

対面による営業活動の原則回避による、リモート営業は、対面でこそお客様に伝わるであろう「保険の良さ・必要性」を理解して頂くというスタイルとは真逆の流れであり、そもそも進展中であった「保険業界のＡＩ化・ＩＴ化」が5〜10年かけて進むものが、一気に進んでしまったことを意味していた。

あわせて、働き方改革の下である、「8月連続休暇取得」も本時期に重なってしまい、通常における営業活動の停滞や社内・代理店とのコミュニケーション不足の発生や、代理店向け集中研修実施による業務増もあり、今夏は、例年以上に多忙な日々が続いていた。

特に、社員の労務時間については、過去のような猛烈社員はＮＧとされ、売上高に対し、要した時間の指標も登場し始めた。

管理職と若手社員との業務におけるスタンダードが大きく異なる中での組織運営は、メンバーの心理を読み取る術が、マネージャーに課せられる点は、過去では想像もできない変化と言えよう。

今年度も上司である私自身の休暇は、部下全員が取得完了となる8月中旬から後半に取ることと決めたが、8月前半には例年の、「平和な8月」にはない、細かな営業仕掛け活動の指示を部下達へ行うとともに、リモートワークの間でも、テレビ会議を使用した代理店との意思疎通を8月前半で実施し、9月対策を仕掛ける作戦を展開した。

ところが、私が休暇明けに出社した8月下旬、上述の詳細指示を出したにもかかわらず、10日ほど対面しなかった半数のメンバーにおいて、支社長と対面しない気の緩みが発生し、営業の仕掛けがほぼ実行されていない事実が判明した。

この惨状は8月成績にも即座に反映し、当月の大幅な減収が確定した8月末を迎えたのであった。

そして、かつてなきコロナ禍で、中間管理職として一年で最大の山場となる上期末到来の中、非対面での営業成績獲得という「だれもが経験したことのないピンチ」に向けた挑戦が始まったのであった。