深掘り！保険用語 〈92〉

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

ビジネスリスクは免責だった?!
保険自由化で補償するリスクも

前回に続き、「生産物賠償責任保険」について深掘りしたいと思います。

【事例研究】

①製造したスマホ用バッテリーから発火したが、幸いバッテリー以外に損害が無かった。

②発火したバッテリーと同じロットのバッテリーは欠陥があり危険であるため回収した。

③製造した工作機械に不具合があった。当該工作機械を購入した工場で不良品が多数発生した。

④原料として納品した砂糖に異物が混入していた。納品先が製造したパンを販売できなくなった。

⑤製造した農薬が表記された効能を発揮しなかったため、農作物に損害が発生した。

【回答】

生産物賠償では基本的には全て免責となります。（対応の異なる損保会社もあります）

変わりつつある生産物賠責保険の免責

［免責事由］①生産物自体損害。②リコール損害。③不良製造品損害。④不良完成品損害。⑤効能不揮発損害。

これらのリスクは契約者のニーズが高く、かつ、生産物賠償で補償されているという勘違いも多いので注意が必要です。日本の賠償責任保険が範とした米国の総合賠償責任保険標準約款でも免責とされており、ビジネスリスク（以下、BR）と呼ばれています。

【BRを免責とする理由】

○BRは事業活動の中で不可避かつ予測可能であり、保険転嫁ではなくリスク・コントロールになじむ

○BRを保険転嫁すると、保険料が高額になる

○BRは企業姿勢に大きく依存しており、均質なリスク集団を前提とした保険制度になじみにくい

○技術力向上や業務品質改善といった企業努力を阻害する原因になる（モラール・ハザード）

かつてBRを補償する保険商品は無いか、あっても引受スタンスは極めて消極的でした。その状況が大きく変わったのは保険の自由化以降です。

2007年に中小企業PL保険制度にリコール特約が導入され、現在多くの損保会社は②のリスクを積極的に引受けています。

①については対人・対物事故発生を要件として補償する「生産物自体特約」が簡単に付帯可能になりました。

③については「不良製造品特約」で復活補償が可能です。

④については「不良完成品特約」付帯で小麦粉など砂糖以外の損害が補償できます。生産物自体特約を付帯すれば砂糖自体の損害も補償できます。自由化以前には考えられないことでした。

最近、この傾向はさらに加速しています。損保ジャパンが今年3月に発売した「リペア＋」は、①③④のリスクを補償する商品です。加入時に細かなヒアリングもなく、保険料算出も極めて簡単です。①については対人・対物事故発生の要件はなく「生産物自体の単独損害」まで補償します。

（リペア＋は生産物賠償ではなく製造業者E&Oの簡易版）

ここまで補償を拡大すると『品質保証を保険で肩代わりさせる』ことと同じと言えます。保険の本来的な機能を逸脱しており、企業のモラール・ハザードを誘引するのではないかとの危惧さえ感じます。

《トリビア》賠償責任保険がモラール・ハザードを引き起こすとの批判は古くて新しい。1844年にフランスの商事裁判所は「賠償責任保険は不注意を助長し、不法行為を増加させるため無効」という判決を出した。今から見ると杞憂であった。BRを免責とする伝統的な考えも歴史の遺物となる時代が来るかもしれない。

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 −92−
問い合わせ先E-mail:info@mi-rise.com

マイナーチェンジでは、うまくいかない

営業シナリオライターの片岡隆太です。最近は、生保社、損保社の垣根なく、シナリオを用いた「営業の仕組み化プロジェクト」で代理店さん支援のお手伝いをしています。

各社からのリクエストは多岐にわたりますが、一例をあげますと、「恥ずかしながら、代理店が何を望んでいるかの理解が乏しい。ついては、代理店支援で成果をあげている手法を教えてほしい」とか、「法人開拓で、MDRTのTOTという輝かしい実績を持つあなたのノウハウを、AIシステムの中に取り入れたい」というものがあります。メーカー各社で苦戦している、『法人開拓』と『生保クロスセル』ですが、どちらも、爆発的な成果をあげる「仕組み」を持っているので、はりきって片岡隆太100%を出し、頑張りたいところです。

とはいえ、それぞれの保険会社で、今まで蓄積してきた独自のノウハウが存在するケースもあり、信用には至らず、全面的な採用には至らないケースもあります。また、「片岡さんの活躍の場は営業推進部の範疇です。私たちの部署で研修企画はできないので、営業推進部へのプレゼンが必要です」と、大企業特有の縦割り体制の壁にぶち当たることもあります。そして、毎年毎年、代理店の評価基準がコロコロ変わるのに、5か年計画を立てろという矛盾を突き付けられ、代理店さんと失笑することもあるわけです。

そんな時に思うのが、「独自のノウハウでダメだからリクエストしてくれたのでは?」「今までの形やノウハウの中に、入れ込もうとするから、分かりにくくなるのでは?」「一貫性をなぜ持てない?」ということ。少し愚痴っぽくなりましたが、強く思うのは、『ちょっとだけ変えてみるというマイナーチェンジでは、うまくいかないケースが多い』ということなのです。

もちろん、一度変えてしまうと元に戻せないような大変革をしてほしいというわけではありません。ここで私が言いたいのは、「ちょっとだけ変えてみる」では、「変化が良いのか悪いのか」、「変えたから良かったのか、元のままのほうが良かったのか」などの検証ができない。つまり、『中途半端に変えても、あまり意味がない』ということです。

コロナ下の今、「戦力の逐次投入」というコトバをよく耳にします。「戦力の逐次投入」とは、もともと軍事戦略の用語ですが、最近はビジネスシーンでも用いられるようになってきました。「戦力を小出しにしていった結果、小さな敗北が積み重なって大敗に至る」というものです。例えば、自軍に1000の戦力があり、相手が500の戦力を持っていたとします。そこで、一気に1000の戦力で攻めれば勝てるにも関わらず、一度に300ずつの戦力で攻め込むと、相手は500なので結局、連敗してしまうというものです。コロナ下で、行政が小出しに政策を出していることに対し、皆さんはどうお考えでしょうか?

「今はコロナなので」このコトバ、今は強いです。今まで、変えたかったのに変えることができなかったこと。忖度やルール縛りでできなかったこと。長年の課題であるにも関わらず中途半端だったこと。全面リニューアルで変えるには、『今』しかない。僕は思うのです。

これから伸びるのは、損保系

奮闘！支社長

西川 新一 ＜109＞

過去にない増収割合が提示される
困難を乗り越えることがさらなる成長に

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、実に久々に要請額が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にまで組織力が向上してきた。

一方、他社でもコロナ禍での事故減少による支払保険金の減少で当社同様の好成績が予想される。その意味においては、当支社成績が優良というよりは、業界全体が増益傾向にあるとの感があり、相対評価は「並」との評価と言えるレベルとなった。

そのような中、あっという間に4月中旬を迎えた。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るが、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「営業とは即ち、まるで波乱万丈の人生」であると痛感するのがこの時期である。

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、その成長度合いと比べ、私自身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で、10年後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、コロナ不況を跳ね除けるという会社意向が反映され、前年比6％増の売上達成がミッションとして課せられた。

過去にない増収割合の提示であり、半月前の疲れも癒えぬ中での数字の提示で、目まいが起きそうな気分となった。思わず、支社長成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か? と思ってしまう額でもあるが、むしろ挑戦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繋がることを確信し、今年もまた新たな決意が芽生えた4月末となった。