深掘り！保険用語〈9〉

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

実損てん補型商品に適用

被保険者と有責の第三者の利得防止

損保の保険代位について

今回は保険代位について深掘りしていきます。

保険代位とは、『損害保険において保険会社が損害のてん補をした場合に被保険者が保険の目的についてもっていた権利や第三者に対して取得した権利を保険会社が取得すること』と定義されます。

《具体例》Aは建物を目的としてB保険と店舗総合保険を契約。Cの自動車がAの建物に衝突。Cが無保険のためAはB保険から修理費100万円を受領。B保険はAがCに対して取得した100万円の損害賠償請求権を代位取得したので、保険代位の対象になると、被害者（被保険者）が加害者に請求できる損害賠償請求権が保険金の分減額することになります。減額された損害賠償請求権は保険会社に移ります。

当時の所得補償保険約款には保険代位の規定がなく、実務上も保険会社は代位求償をしていませんでした。しかし、最高裁は、所得補償保険は実損てん補型の損害保険であるので保険代位の適用があると判断したのです。

保険代位は思わぬ落とし穴になることがあります。

代位求償の問題で借家人賠償など新設

《事例研究》DはEから見本用の商品を一時借り受けた。Dは不測の事故に備えてEを被保険者としてF保険と火災保険を契約。Dの失火によりEの商品が焼失した。

Eは火災保険金を受取り、Dは責任を果たして一件落着となりそうです。しかし、F保険はEがDに対して取得した損害賠償請求権を代位取得してDに求償する可能性があります。理論上は契約者であっても免責されません。

同様のことが過去に問題となりました。借家人賠償特約の発売以前は、借家人が家主を被保険者として借家建物に火災保険を契約するケースが多かったのですが、契約者である借家人が保険会社から代位求償されるという問題がありました。昭和56年6月の火災保険全面改訂で「代位求償権不行使条項」と「借家人賠償特約」が新設され、この問題は解消しました。

代位求償権不行使条項は家主が借家人に対して取得した権利を保険会社が代位行使しないという内容の特約です。この特約ではDは免責されません。Dのリスク回避の手段としては受託物賠償とということになります。しかし、受託物賠償はDに過失のない事故（自然災害や隣家からの類焼など）では保険金は支払われません。やはり物保険（動産総合や火災保険）で契約したいところです。

《私見》物保険では「他人のためにする保険契約」において契約者には求償権を行使しないという内容に約款を改正すべきだと思います。すでに車両保険では正当な権利により契約自動車を使用・管理する者には求償権を行使しないという内容の約款になっています。読者の皆さんはどう思われますか？

損害保険契約には保険代位が適用されます。動産総合や車両保険、賠償責任保険などです。しかし、同じく損害保険契約であっても定額保険である傷害保険等には保険代位は適用されないとするのが通説です（生命保険も同様）。

この点で興味深い最高裁判例（平成元年1月19日）があります。交通事故が原因となって所得補償保険金が支払われた場合に、保険金分の損害賠償請求権が保険代位の対象となるか否かが争われ

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　－8－
問い合わせ先E-mail:info@mi-rise.com

こんにちは。営業シナリオライターの片岡隆太です。自信を失い営業が大嫌いだった私が、たった2年半で9億円もの保険料を頂戴でき、MDRTのTOTにまでなれたノウハウとは？そこで培ったノウハウをヒントに完成した研修プログラム、「営業は暗記でできる。」をたくさんの代理店さんや募集人の皆様にご提供しています。

先日、プログラム終了後の代理店さんで研修をさせていただきました。作成したシナリオトークを披露する『場』を、いかに作っていくのか？　ノンコネクション・ダイレクトで成果を上げてきたノウハウの下、ともに脳に汗しながらの共同作業です。その研修中、代理店主様がこのようなお話をされていました。

契約を目標にせず小さな行動を工夫

これから伸びるのは、損保系

とを一番に考えなければならないと思うのです」

いかがでしょうか？『少し安心した』と胸をなでおろしている方も多いと思います。目指すべきは、「契約」ではなく、「見込客探し」いわゆる『集客』であると言うわけです。

私は、ノンコネクション・ダイレクトというスタイルで『集客』をすることが得意です。その際、徹底していることが1つあります。それは、契約を目標にするのではなく、行動ベースでの目標に置き換えるということです。具体的な例でお話をしましょう。

新しい見込客を自らの力で創造する局面にあり、電話営業を選んだとします。アクションプランは3段階。最初のアプローチは、概略的な資料の送付許可をいただく電話営業です。この場合の目標は、資料送付の許可をいただくことであって、いきなり電話で契約をいただくことではありません。ですから、行動目標は「どうすれば資料をお送りすることができるのか？」ということになります。そこで、封筒を工夫してみたり、話法を簡素化して知識のない人でも電話ができる仕組みにしてみたり、たくさんの仕掛けを徹底的に行うわけです。あくまでも、資料を送るための行動目標のための仕組み作りです。

次のアプローチは、資料を送る許可をいただけた方に対してのアポイント電話。この場合も同じく、アポイントを取るために徹する行動が目標となり、ここでもたくさんの仕掛けをしていきます。最後に、訪問して趣旨を説明するというアプローチ。相手に「なるほど！」と思わず膝を叩きたくなるような心に響く話ができるか、という行動目標となり、ここでもたくさんの仕組みを作るわけです。

そもそも、契約の意思を営業マンがコントロールすることはできません。このような先行きが見えないことに対して、脳は無意識に嫌がる傾向があります。結果、パフォーマンスが落ちてしまう…。このような状況を回避するためにも、契約を目標とせず、小さな行動を積み重ねることを目標にしましょう。その、さまざまな工夫を、共に汗かき、考えてみませんか？

奮闘！新米支社長

西川　新一　<23>

上期末業績で上位浮上を

日々成長するメンバーに期待

8月は社会全体の経済活動が「一休み」の状態となることと同様、当社当業界でも、通常の営業活動が停滞する「夏休み」に該当する時期である。多くの社員が夏休み名目で強制的に長期休暇を消化する時期である。そして、この時期は、当社のみならず、我々が関わる代理店・お客様の多くが、営業活動を一休みする季節であり、対外的にはゆっくりとできる季節である。

当社も同様に、通常月に実施することが不可能な健康診断の一斉受診や自動車運転適性診断に加え、社員・代理店双方における「法令遵守や商品研修」を行うなど、営業以外の面で組織として実施しておかねばならぬ様々な項目を実行せねばならぬ時期でもある。従い、自身の昨年までもそうであったが、この時期は年度始めに課せられた売上高要請額での上期目標達成への緊張感が、どうしても緩みがちとなる。また、上記夏休みを支社内メンバーが交替で取得する決まりとなっており、上司や支社内種目リーダーの指示伝達事項が、浸透しにくくなり、メンバー間で休暇入替えが重なると意思疎通ができぬまま一気に8月下旬が到来し、研修後の報告事項が滞ることも時折発生する悩ましい時期でもある。

今年度、上司である私自身の休暇は、社外代理店や契約者が休暇を取るお盆の時期と重ねて取得し、男性役職上位社員が支社長不在時の陣頭指揮を執る体制とした。そして、休み明けの出社時、以前であれば支社長として部下へ権限移譲することに慣れていないことから、部下への業務移行の加減が適性でなくバタバタしていたが、過去2年の経験から上司・部下間のコミュニケーション力もUPし、混乱なく休暇後の業務スタートを切ることができた。また、各部下へ指示していた上期末9月戦を見通した営業プロジェクトへの仕掛け活動でも、上司が100%満足いくレベルではないものの、社会経験が20年近く離れる部下のレベルを勘案すれば、概ね及第点と言える活動がしっかり実行されていた。

8月も下旬を迎え、例年にない猛暑が続きはするが、気温以上に熱い上期末の戦いが近づきつつある。当組織では、現時点で不運な事故発生事案によって、組織的順位では要請数値に満たない状況ながら、日々成長する支社内メンバーのさらなる成長をうまくリードし、メンバー各人が好結果の獲得を果たし、支社として上期末の上位浮上を果たそうと誓うのであった。