時流を見る 時代を造る

経営リスクの“ツボ”チェック!!

◇57◇

自ら考え理解する

保険流通改革に挑戦（その3）

信頼できる医師は、患者が頭痛と言っただけで、頭痛薬を出すでしょうか？

腕のいい美容院は、何も聞かずに髪をカットするでしょうか？

保険も同じです。

お客様の環境や立場など知らずに、きちんとした保障をお持ちいただけているか判断することはできません。

せっかくご準備されている保障を、生活環境の変化も知らずに売りっぱなしにすることはできません。

「相談窓口」は保険会社の都合で販売してきた今までの悪い風習から脱皮したお客様本位の保険のあり方を考える保険ショップのネットワークです。

今までの保険販売文化は、「売りたい人が、売りたいときに、売りたい場所で、売りたいものを売る」こんなイメージがありませんか？

「売る」ために、「新商品のご案内です…」「●●保険会社は、保険金をすぐに支払わない…」「●●保険会社の保険商品は、□□だから…」など「売り手主体の生命保険の販売文化」が、いまだ根強く残っています。

生命保険に「良い」「悪い」はないのです。生命保険の仕組みは、理解すれば難しくありません。仕組みや商品内容より、大切なことがあります。

それは、「ご自身に合った保障を考えること」と、イメージすること」

生命保険を一言でいうと、何かあった時のお一人お一人、ご自身のおひとり、年収や、ご家族構成、ご職業など違います。ですから、保障期間、保障額は、違っていて当たり前だとおもいませんか？

それは、ご自身のため、配偶者のため、子どものため、両親のため…入院することになった場合、困るのはご自身だけですか？ 働きざかりの時、介護状態になってしまったら、誰に迷惑がかかりますか？ 何事も起こんと考えることです。

「経済的負担」を減らす保障がご自身に合っているかどうかが、いちばん大切なのです。

「経済的負担」を減らすためのものです。準備してあげたい方がいるから、保険を準備しらないから…

そんなときでも、老後の生活資金の準備が不足していたら、ご自身や配偶者、お子様たちが困りませんか？

ご家族構成や生活環境により、不安は、一人ひとり違います。保険料が、「高い」「安い」ではありません。その保険が、「保障額」や「保険期間」、「保障内容」あなたや大切な方にあっていますか？ 「保険料」は、あなたにとって適正ですか？ いちばん大切なことは、ご自身の保険をきちんと理解することです。その保険には、あなたの「想い」がたくさんつまっているはずです。

「保険を売る」のではなく、「どのように保障をもてば安心なのか」を一緒に、真剣に考える良き「アドバイザー」が、これから保険を考える上で、必ず必要になります。

「相談窓口」は、ご自身の保障を真剣に考えるお客様と、そのお客様のことを真剣に考えるアドバイザーが本気になって向き合う、問題解決の場です。

【マイコミュニケーション代表取締役 山田ゆかり】

△プロフィル▽山田 ゆかり氏（やまだ・ゆかり） 日本で初めて保険の来店型ショップを愛知県安城市で13年前に開業。この間、相談実績30万件以上。現在、東名阪に20ショップを展開中。従業員70人。会社の中核業務として「保険ショップ大学」を運営し、多くの保険ショップ経営者を輩出している。

お客様本位で商品提案 品質支える「相談窓口」

窓口はアドバイザーと向き合い問題を解決する場所