

その保険、 お客さまにぴったり？

安心・最適なプランはこう提案する

ワイド特集

最適な保険提案を行うために お客さまの状況・ニーズを 把握しよう

編集部

いま、運用提案において「顧客本位」がキーワードになっている。「商品ありき」の提案ではなく、お客さまのニーズやリスク許容度に応じた運用商品の提案が、より一層求められるようになった。

「顧客本位」が求められるのは、何も運用提案だけではない。生命保険の提案でも同様である。

そもそも保険提案の現場においては、すでに改正保険業法で「意向把握」が義務化されている。これは「お客さまの意向を把握し、ニーズに合った保険商品を勧め、それがお客さまの意向に沿った保険商品であることを確認できたら契約を結ぶ」というものだが、これはまさに「顧客本位」の保険提案そのものである。

現状とリスクの差分を 保険でカバーする

では、具体的にどうすれば「顧客本位」の保険提案が実現できるのか。それには「お客さまの状況（リスクへの備え）」と「お客さまの抱えるリスク」を把握し、その差分を保険でどうカバーするかを考えていくことが必須となる。

「お客さまの状況（リスクへの備え）」とは、民間保険の加入状況にとどまらず、家族構成などの属性、公的保険の加入状況など多岐にわたるため、広くお客さまの情報を収集する必要がある。

この点については、本ワイド特集の14～23ページで、5つの切り口を挙げてヒアリングのポイントを解説している。

「お客さまの抱えるリスク」については、「大黒柱が亡くなったら大変ですよ」「働けなくなったら生活に困りますよ」といった漠然としたものではなく、そうしたリスクが顕在化したときにいくら必要になるのかを導き出せるようにしておきたい。ここがおぼつかないようだと、過不足のない保険金・保険期間を設定できないからだ。

「大黒柱／配偶者が亡くなったとき」「入院・通院が必要になったとき」「働けなくなったとき」「介護状態になったとき」の4つのリスクについては、算出方法・目安を24～31ページで解説しているの

リスクは変化していくため 定期的に状況を把握する

参考にしてほしい。

ここまで行った結果、場合によっては、過剰な保険の解約を提案することにもなるだろう。しかし、これもお客さまにぴったりの保険を提案するためには、当然必要なことである。解約で浮いた保険料を活用した積立提案などができれば、将来的に住宅ローンの繰上返済の原資や、老後資金の一部にも

充当できる。保険提案にとどまらず、プラスチックのアドバイスができれば、信頼関係の構築にもつながるだろう。

リスクは変化していくため定期的に状況を把握する

当然のことながら、「お客さまの状況（リスクへの備え）」と「お客さまの抱えるリスク」は、年月とともに変化していくため、その時期を捉えてお客さまに保険の見直しを促すことが必要である。

例えば、「子どもの誕生」は、万一の際の必要額が増えると同時に社会保障からの給付も手厚くなるため、保障を取り巻く環境が大きく変わるライフイベントである。本ワイド特集では、こうした見直しが必要なケースを10個挙げ、それぞれ提案のポイントを