

民間の医療保険に加入している場合も…

すでに民間の医療保険や傷害保険に加入しているお客様もいることだろう。この場合には、何の保険に毎月いくら支払っているのか、どのようなときにどの程度の保障が得られるのか確認したい。

これは現在の保障の見直しとなるわけだが、「面倒だ」「保障の中身はよくわからないから結構」と言うお客様も少なくないだろう。このようなときは、例えば有料動画配信サービスを引き合いに説明を行ってみよう。

有料の動画配信サービスに加入している人は多いが、皆がサービスの内容やコンテンツなどを随時チェックしているはずだ。毎月の利用料金も勘案しながら、面白いコンテンツがなければ、他の動画配信サービスに切り替えること

PART

2

代表的な保険ニーズの引き出し方と商品の提案ノウハウ

次に、代表的な保険ニーズごとに、お客様の関心をどう高めるか、そして保険商品の上手な提案話法などを見ていく。



▼このように説明を行おう



も多い。

保険も同じだ。むしろ動画配信サービスよりも重要でコストもかかる医療保険や傷害保険について、その中身やコストに無頓着でよいはずがない——お客様にはこのように伝えて、見直しが大切であることを認識してもらおう。

そのうえで現在加入している医療保険や傷害保険が、お

お客様のニーズにフィットしているかを確認する。具体的な確認ポイントとしては「保険料」が挙げられるが、それ以外にも⑦入院給付日額、⑧入院あたりの支給限度日数、⑨保障を手厚くする特約、⑩保障期間、⑪保険料払込期間などを比較したい。

同様に傷害保険であれば、⑫誰が対象か、⑬何が対象

か、⑭特約の対象は何かを比較してもらおう。

お客様には安価な保険を安易に提案するのではなく、まずお客様が必要とする保障ありきで、その次に保障と保険料のバランスを考慮することが重要であると伝えて、前向きに考えてもらおう。

(上村武雄/ノット・アドバイザー代表)

ニーズ① 病気やケガへの保障ニーズ
予期せぬ支出に備えることが資産形成に有効だと伝える



療保険や傷害保険は、自分自身のために加入する保険なので、ニーズが顕在化していることが多い。しかし、現在は健康な状態であるために、保険料を支払ってまで加入しようと考えないお客様もいるのが実情だ。

資産運用を引き合いに関心を高める

また、公的な医療保険（国民健康保険や健康保険）が病気やケガにも対応しているということもあり、ニーズはあっても民間の医療保険にまで加入しようとは思わないのだ。

このようなケースでお客様の関心をどう高め、医療保険や傷害保険の提案につなげるか考えてみたい。

そもそもお客様は自分の資産には興味があるはずだ。収入を増やしたり、資産運用を行ったり、節約したりして、資産を増やす努力をしている。病気やケガへの保障ニーズを喚起する場合、ここに着目したい。

お客様は資産を増やすため、収入を増やすだけでなく支出も減らしたいと考える。この支出には実は2種類ある。予定されている支出と、予期せぬ支出だ。

車の購入や、子どもの教育費などは予定されている支出

であり、備えることができる。問題なのは予期せぬ支出だ。あらかじめ予想していないので、せっかく貯めた資産を大きく減らしてしまうこともある。

その予期せぬ支出の代表が病気やケガによる出費だということをお客様に伝えよう。

もちろん公的な医療保険でもカバーされるが、十分ではないし、(差額ベッド代など)公的保険ではカバーできない費用もある。

そして、その予期せぬ多額の出費に備えることができるのが医療保険や傷害保険であると案内し、ニーズ喚起につなげよう。