

保険の前に「リスク」の視点共有

100以上ある経営リスク

優先順位と対策は後回し

リーマンショック後の不況を脱することができません。いま、大規模な災害による影響を受け、日本の産業界は大きな苦境に立たされていると言っています。

このような環境の中で順調に業績を伸ばし、節税対策まで考える中小企業の割合はどのくらいあるでしょうか。

多くの企業は、この状況を生き抜くために経営体制を改善しながらV字回復を狙って、新たな戦略を練っていることと思います。

しかし、法人市場における生命保険営業のアプローチ法と言え「節税」や「利益の平準化」といった手法が取り上げられるケースが多く見られるのが現状です。

こうした従来からのセールス手法で、本当に経営者から信頼を得ることができているでしょうか。

このような経営環境

で今後求められるのは、中小企業におけるリスクを整理し、優先順位付けを明確にして対応すべき方向性を、経営者の視点でわかりやすく伝えることが大切なのではないのでしょうか。

そして、そのなかで保険が果たすべき役割を訴え、その企業のリスクをマネジメントする手段として、保険契約を結んでいただくことが大切なのではないかと私たちは考え

ます。

いま、皆さんは多くの中小企業経営者が認識するリスクについて、どれくらい理解されているでしょうか。

災害対策はもちろん、資金繰り、取引先の経営不振、労務問題、情報漏洩、社員の不正事故による企業の使用者責任、売上不振、設備老朽化、歩留まり悪化、過剰在庫、債権焦げ付き、感染症、クレーム、企業全体のリスクを把握

らるのリスクをある程度は認識しているもの、明確に優先順位をつけて合理的に対策を打っていない、というのが現実です。

大企業であれば、リスク問題を所管する部署が企業全体のリスクを把握

経営者の死亡リスクは特に重要

経営者と面談する機会を得たとしても、すぐに保険の話をするのは聞いてもらいやすくありません。

例えば、食品会社の経営者が次のような3つのリスクに関心があるとしたら、

「商品に異物が混入するリスク」

「労務事故が発生するリスク」

「商品の納期が遅れるリスク」

これらのリスクの中で「最も優先順位の高いリスクはどれでしょうか」と経営者に尋ねると、考え

した上で、効果的に対策を打つことも可能ですが、限られた経営資源を有効に活用しなくてはならぬ中小企業では、優先順位をつけて重要なリスクに焦点をあてて対策を打つ必要があります。

もし保険営業に携わる方々が、中小企業におけるリスクを明確に分類し、対策を打つための準備を提案することができれば、経営者からの信頼は得られやすくなるでしょう。

中小企業のリスクに強い保険営業という存在は、経営者にとって頼もしいパートナーになり得ます。

もちろん、皆さんは保険の営業が本業ですから、リスクについて具体的にコンサルティンクをする必要はありません。

中小企業経営者の相談相手として、経営のリスクをアセスメントするお手伝いができればよいのです。

保険のプロとして、保険以外のリスクについても経営者が相談に乗れる存在になることが、セールスの成功につながる重要なステップと考えます。

このように、保険を営業者のためのトークばかりで経営者と面談するのはなく、経営者が認識するリスクからアプローチすることによって、経営者とリスクの視点を共有することができるように話に移行しやすくなります。当然のことながら、保険セールの成功率は高くなるでしょう。

（第4週号掲載）

政府系機関、地方自治体、商工会議所、金融機関、通信、建設業、製造業、医療機関、福祉分野など年間300件以上のコンサルティンクや研修活動を行う。

生命保険は、経営におけるリスクをコントロールする手段として、大変有効な手段であるはずですが、生命保険という手段がどのような経営リスクに役立つものなのかを経営者が理解することが重要なことです。

リスクを認識しない経営者はいません。特に現在の経営を取り巻く環境には、リスクが多く存在するため、多くの経営者が経営リスクに関心を持つているはずなのです。

だからこそ、真面目からその会社のリスクを真剣に考えることができる保険の営業担当者が求められるのではないのでしょうか。

（第4週号掲載）

例) ある食品会社の場合

すでに経営者が認識しているリスク

- ・異物混入リスク
- ・労務事故リスク
- ・納期遅延リスク

経営者がいままでの経験や勘によって優先順位をつける...

1位? 労務事故リスク
2位? 納期遅延リスク
3位? 異物混入リスク

合理的な手法によって分析していないため、本当に重要かどうか不安要素が残る

経営者が、多くのリスクの中で自分自身の死亡リスクの重要性を位置づけ、経営に与える影響を認識できるようになる

リスクマネジメントの手法を使ってリスクを整理すれば、以下のように分析できたとします。

1位 異物混入リスク
2位 納期遅延リスク
3位 労務事故リスク

さらに、認識すべき重要なリスクとして

- ・使用者責任リスク
- ・賠償責任リスク
- ・経営者死亡リスク

などを喚起

経営者と面談する機会を得たとしても、すぐに保険の話をするのは聞いてもらいやすくありません。

例えば、食品会社の経営者が次のような3つのリスクに関心があるとしたら、

「商品に異物が混入するリスク」

「労務事故が発生するリスク」

「商品の納期が遅れるリスク」

これらのリスクの中で「最も優先順位の高いリスクはどれでしょうか」と経営者に尋ねると、考え

リスクマネジメント手法を活用した 法人保険営業セミナー

～中小企業のリスクに強い保険営業～

(主催 株式会社フォーサイトコンサルティング)

主な内容

- ・中小企業リスクマネジメントの基本手法
- ・具体的なセールスプロセスの解説
- ・基本トークと必要ツールの活用術

対象者

- ・保険会社営業職員
- ・保険代理店営業担当者

日時

2011年5月30日 14:00～17:00 (3時間)

会場

ちよだプラットフォームスクエア (東京都千代田区神田錦町3-21)

定員

50名 (先着順)

参加費

10,500円 (税込)

お申込み方法

弊社HP(<http://www.4sights.co.jp>)から申込書をダウンロード・印刷し、必要事項を記入の上、下記へファクスまたはメールにて送信してください。

Fax: 03-3221-3952
Mail: jimukyoku@4sights.co.jp

*講座受講者に限り、弊社主催の各種リスクマネジメントセミナーを特別料金で受講できます。
*講座受講者の顧客(見込客)企業様に限り、リスクアセスメントを割引料金で行います

中小企業 攻 略 リスクマネジメント活用術②

フォーサイト コンサルティンク