

## 保険新時代

家族に対して、また経営者として自分に万が一のことがあった時の責任を考えれば、入っておくことが義務であり、当たり前と考えがちな「生命保険」。損失が少なく最良の保険を選ぶには、どのような知識や考え方を身につけるべきなのか。本コラムでは顧客本位の保険のあり方について提言します。

### 来店型保険ショップの利用方法、賢い向き合い方④

—ランキングの真実、保険に関する情報が多い時代に正しい情報を見極める—

この10年で来店型保険ショップは増え続けており、その数を見ると少々過熱気味なのではないかとも思えるほどです。その一方、来店型に加えて銀行の窓口やインターネットからも簡単に保険加入が出来るようになったことは、一般的に保険に対するイメージが身近な存在になったのではないかと感じ嬉しくも思っています。

保険ショップの増加と共に分かりやすく解説された保険に関する情報も増えていて、専門家から話を聞かなくても書籍や雑誌インターネットなどの口コミサイトなどで簡単に必要な情報を入手することが出来るようになりました。

この流れを受けて最近では、ご自身で事前に調べた情報を携えて相談に来られる方も増えていきますし、CMで知

った新商品の内容を詳しく知りたいという理由で保険ショップを訪れる方もいらっしやるようです。

保険は金融商品ですから、情報を武器に自分にとって本当に必要な保険選びをして頂けることは大変良いことだと思いますが、問題なのは「その情報が広い意味で正しい情報か」ということです。勿論、消費者の声として限りなく事実に近い情報もありますが、そうでない場合も当然あります。特に消費者が保険選びで迷走してしまいがちなのが、「最新保険商品ランキング」や「口コミによるおすすめ」の文字によるものです。

インターネットで取り寄せた新商品のパンフレットを片手に「この保険に加入したい」と強い意志を持って来店されたお客様に、詳しく現在のご家庭

の状況について伺ってみると、そのお客様にとって家計の収支のバランスや既に加入している保険との兼ね合い、さらには将来のライフプランから見ても相応しいものではないことが分かりました。

そこで「なぜ、この保険の加入を考えられたのですか？」と尋ねたところ、「最新の保険商品ランキングや口コミでこの商品が一押しだったから」という理由だったのです。

確かに保険商品は時代にあわせて開発を重ね、改良が行われています。生活スタイルや医療現場の変化によって、かかりやすい病気やお金がかかる病気も移り変わっており、以前は耳にすることがなかった「生活習慣病」や「女性特有の病気」なども、今では一般的に目にしたり耳にしたりする病気



高津 嘉邦

1979年生まれ。ETERNAL代表取締役。大手保険会社勤務を経験後、保険商品が持つ利点と欠点を正直に顧客に伝えることを信念とした来店型保険ショップ「保険テラス」を設立。

になりました。その病気に対する保障が欲しいと考えるのは自然なのですが、その中で自分にとって最適な保険を選ぶには、個々の事情が違うだけに「人気ランキング」だけを参考にするのは危険なことだと思うのです。

(つづく)