

# サイバー保険を ドアノックツールに SOMPOビジネスソリューションズ 経営者の心を掴む



セミナーのようす

SOMPOビジネスソリューションズは6月19日、大阪市中央区の損保ジャパン大阪ビルで、法人開拓スキル研修「チャレンジ倶楽部」の認定メンバーである保険募集人限定のセミナーを開き、R・I・M・X株式会社の今徳良代表が「サイバー保険を武器に、法人新規開拓を加速させる」経営者の心を掴むアプローチと実践セールスアプローチ」をテーマに講演した。当日の講演では、サイバー保険をドアノックツールとして活用して新規法人顧客を獲得するための実践的なノウハウを共有した。

## 質の良いリストを作成 専門用語使わず

分かりやすく

サイバー攻撃の現状について今徳氏は、日本は米国に次ぐ世界第2位のサイバー攻撃対象国であり、1日あたり約19億回の攻撃を受けていると述べて、従来の入り口対策（アンチウイルスソフトやUTM）だけでは、毎日120万個生成される新種マルウェアには対応しきれず、攻撃全体の55%は防御できないと指摘。ハッカーはセキュリティ

ティレベルの低い中小企業を「踏み台」として狙い、サブライチエーションを通じて大企業に攻撃を仕掛けるため、中小企業も無関係ではいられないと警鐘を鳴らした。こうした状況を踏まえ、企業の経営者にとって自身には関係ないと思われがちだったサイバー保険が、コロナ禍でのITの進化やAIの普及、そしてアスクルやアサヒビルへのサイバー攻撃といった実例もあり、経営者の関心事になってきていると指摘。国内企業におけるサイバー保険の加入率が依然として低いにもかかわらず、サイバーリスクへの関心度が高まる状況について「サイ

## 今徳氏招き、サイバー保険セミナー開催

バー保険の特性を活かすことで、法人新規開拓が大きく加速する」と強調した。

今徳氏の営業戦略は、「質の良いリスト作成」と「専門用語を使わない」分かりやすい説明」だと

して、経営者に対しては「パソコンは風邪をひくもの」と例え、サイバー保険をパソコンの保険としてクラウド発生の恐れや高額な調査・復旧費用を伝えつつ、サイバーセキュリティの必要性を呼びかけることとしていると述べた。



ロープレを披露する今徳氏(左)

開に繋げることが可能になるとした上で、今年9月に商品改定した損保ジャパンのサイバー保険の商品特性などについても触れた。

講演の最後には、「勉強や努力なくして売れる保険商品はない。サイバー保険は、す

のロールプレイングも披露。サイバー保険は、代理店と企業経営者との新たな接点を生み出すと、差異化を図るための戦略的なブランディングを行うことが、他の保険商品（賠償責任、業務災害、生命保険など）への多種目展