

第538回

損保トピックス

企業保険分野の業務提携合意
日本興亜 チューリッヒのネットワーク活用

日本興亜損保は、チューリッヒと2社間で日本の企業保険分野における業務提携について9月4日、合意した。両社は、お客様第一主義の共通理念のもと、両社の強みを融合することにより、企業分野の商品・サービスの提供を通じて、グローバルにビジネスを展開する大企業の顧客に焦点を当てた支援によって保険事業の収益拡大を目指す。

事業提携分野は次のとおり。
▽グローバルソリューション機能の強化
①キャパシティ(引受限度額)の補完
保険金額が高額となる大規模物件等において、共同保険または再保険等により引受額を両社が補完することで、引受能力の向上による事業機会の拡大を図る。

②海外での引受体制の補完
日本興亜損保未進出地域の中で必要な地域で、世界170か国以上に有するチューリッヒのネットワークによる現地フロンティング(日本興亜損保未進出のため直接引受が困難な海外所在物件を、チューリッヒグループが引受(=元受)し、日本興亜損保が再保険として引き受ける契約方式)サービスをチューリッヒの現地引受規則やガイドラインに沿った支援により提供を行う。

③その他グローバルなソリューション拡大に向けた将来の取り組み
前記に加え、今後共同で検討を進め、海外にリスクを有する日系企業を対象に国際保険プログラムなどのグローバルなソリューション拡大に向けた取り組みを順次図る。

▽リスクコンサルティングに関する共同事業
チューリッヒの有するグローバルなリスクエンジニアリング(グローバルで包括的な基準によるリスク評価と改善提案を「リスクエンジニアリング」と称して世界規模で提供している)技術と、日本興亜損保の日本マーケットでの経験に基づくノウハウを融合し、グローバルにビジネス展開する日系企業に特化した、高度で専門的なリスクコンサルティングサービスをチューリッヒと共同で提供、顧客との関係強化を図り、また保険引受機能の補完や事故防止活動等へのシナジーを発揮することによって、両社の保険収益の拡大を目指す。

ある子どもたちに「生の音楽」を届けることを目的とし、同社従業員の手嶋塚しげきさん(伊・ワイルドワンズ)が、同社の社会貢献活動に共感し、手作りで運営しており、今回は北海道北養護学校、門別愛光園等で5公演を行った。1984年の初回公演から昨年までに訪問した学校は103校を数える。

私の退職金話法の中で、社長が役員報酬を取る前の法人の所得2000万円、という話がある。3つのケースで、①はその中から役員報酬600万円とったケース、②は1200万円とったケース、③は1800万円とったケース。法人の所得は、それぞれ1400万円、800万円、2000万円という設例である。

大事なことは、分かりやすさである

直言
FPと生保セールス
井上 得四郎

な質問をいただいた。社長の個人税金を計算する際の所得控除、社会保険料控除、生命保険料控除・基礎控除といった合計金額、いわゆる人的控除と呼ばれる部分である。その所得控除は、3つのケースは共に100万円を計算していた。これは、②のケースの際に個人の課税所得は900万円まで税率が安いことから、それを強調するためにあえて100万円にしていたことでもある。年収600万円でも1200万円でも1800万円でも、所得控除100万円を計算していた。

退職金話法の中で、おっしゃることは正論である。正しいと思う。しかし、大事なことは比較である。そして、なぜ比較をしなければならないのか、である。私の講演を聞いていただいた方々(経営者の方々)に、所得税等・法人税等の仕組みをご理解いただくこと、その中で適正役員報酬をご理解いただくことである。わずか30分間の中での説明では無理である。比較が複雑になり、この体系そのものの理解ができなくなる。大事なことは、分かりやすさであると考えている。

退職金話法の中で

おっしゃることは正論である。正しいと思う。しかし、大事なことは比較である。そして、なぜ比較をしなければならないのか、である。私の講演を聞いていただいた方々(経営者の方々)に、所得税等・法人税等の仕組みをご理解いただくこと、その中で適正役員報酬をご理解いただくことである。わずか30分間の中での説明では無理である。比較が複雑になり、この体系そのものの理解ができなくなる。大事なことは、分かりやすさであると考えている。

同協議会は、代理店が現在抱えている多くの課題について保険代理店同士あるいは保険代理店と士あるいは保険代理店と保険会社が連携して解決に取り組みることにより、最終的に顧客により良いサービスを提供しようとする。平成19年10月に発足した第1部は、「保険流通維新の志士たちの未来戦略」というテーマで、パ

経営戦略開示し討論



大阪でオープンセミナー

本電二氏(㈱アイリックコーポレーション)、小林尚哉氏(㈱FLP)、野村朋永氏(㈱サルベイシヨナクト)、今野則夫氏(㈱フイフアラザHD)の各社代表5氏。同ディスカッションでは、尾籠氏の質問のもと、各氏の質問のもと、各氏が現在のビジネスを始めるようになったか、また、どうやって規模を大きくしてきたかなど話した。

保険代理店協議会(堀井理事長)は、9月9日午後2時からオープンセミナーを大阪市中央区の損保ジャパン大阪ビルで開催した。パネルディスカッションや同協議会の活動報告、推奨システムの紹介があり、生損保代理店、保険会社社員ら113名が参加し、聴講した。

今野氏は、94年12月にソニー生命代理店第1号として独立。現在の展開ブランドは、グループ合計で142店舗。昨年7月には、㈱フイフアラザパートナーズとしてプロの外商組織を発足。来店型ショップと、この業界最大級の外商型事業双方向で、「専門家に相談して保険に入る」という流れをリードしている。前年度実績では、新契約6000億を挙げ、この業界では、人が育つビジネス規模で考えると、生保会社24番目の規模に相当するといふ。その今野氏は、ビジネスを始めるきっかけについて「訪問販売の人が育たない。売れる社員は独立する。そういう中で外資系損保の社員が店舗販売をしており、それを見て来店型ショップを始めた。1〜2年は、集客もできず社員も育たない。しかし、その後、すぐ売上を伸ばす社員が出てきて、人は育つようになった。契約単価も最初

明治安田生命、北海道でふれあいコンサート開く
明治安田生命は、社会貢献活動の一環として、明治安田生命ふれあいコンサートを9月28日から10月2日まで開催した。



2008年コンサートの模様

ただでなく来店型の保険ショップも運営しているが、来店型は「有料・予約制」。「財務・相続コンサルタント」が中心だが、収益の柱は「保険」。野村氏自身も、事業継承・相続に特化した企業財務コンサルタントとして、また保険のトップセールスとして活躍している。

は小さかったが、徐々に大きくなり、お客様を見つけたのが苦手だった社員が契約を挙げる喜びを知ったとき、来店型ショップは、人が育つビジネスモデルだと確信した」と話した。
小林氏もソニー生命の出身。営業職の最高位エグゼクティブライブラリーを経て8年間勤務した後、起業して、来店型保険ビジネスに参入した。現在のショップ運営は9店。「好立地の下に機能的かつ高級感あふれる店舗デザインで展開、業界未経験者の採用、そして地域に根ざしたサービスの徹底を行うことによる連鎖マーケットの開拓に力を入れているのが当社の特徴」と話した。
野村氏は、財務・事業承継コンサルタントからこの業界に参入してこの業界に参入してきてきた」とし、現在の事業について「保険だけでなく、教育研修、システム開発運営事業の3本柱で進めている」と話した。
勝本氏は、アリコジャパンへの入社を経て起業し、平成16年に保険クリ

相手の反応見てさらによい表現を繰り返そう

必要性を伝えるには知識・表現・説明力が不可欠

6W3Hを意識し、相手のレベルに合わせた説明を

15 説明力を高める②
 家計への直接支援を掲げる民主党政権が発足して、月額2万6千円の子供手当に心を寄せられているのは、子育て世代だけではなく、手当金を原資に教育資金作りをお勧めしたいカウンターの方も少なくないでしょう。例えば、中学卒業までに子供手当を原資に300万円をためる方法と、必要性をお客様に伝えるには、いかがでしょうか。知識だけではなく、説得のためには表現力と説明力は不可欠です。

①相手
 前回に続いて、説明力を高めるには、次の3つの点に注意してみましよう。

②説明の要素、
 ③例示や比較

①は、相手は誰なのかを常に意識することです。それは、わが家の子供手当に、子育て世代だけではなく、手当金を原資に教育資金作りをお勧めしたいカウンターの方も少なくないでしょう。例えば、中学卒業までに子供手当を原資に300万円をためる方法と、必要性をお客様に伝えるには、いかがでしょうか。知識だけではなく、説得のためには表現力と説明力は不可欠です。

②の説明の要素に注意
 するとは、6W3Hを意識することです。6Wとは、What(何が)、Who(誰が)、Why(なぜ)、Where(どこ)、When(いつ)、How(どう)です。これらの要素が足りないと伝わりません。ほかに5W1Hなど、これらは話したり書いたりする際には大切である

ch(い)と、誰にでも本音よく知られていることですが、実際に、話す前にこれらの事柄が整理できているでしょうか。例えば、6W3H表を作ってみておいてから説明してみたいと思います。言葉足らずになるのを防ぐことができます。

例示や比較でイメージ 音読、書き写しは表現力高める

表現力、説明力を高めるポイント

- 説明力
 - ①相手のレベルに合わせて話そう。
 - ②専門用語の使用には気をつけよう。
 - 説明の要素
 - ①6W(何が、いつ、どこで、誰が、なぜ、誰に)3H(どのように、いくら、いつ)を意識しよう。
 - ②6W3H表を作って、メモしてから説明すると、言葉足らずを防ぐことができる。
 - 例示や比較
 - ①例示や比較でイメージしやすくしよう。
 - ②音読は、語彙力アップと文章のよいリズムが身につく。(表現力アップに)
 - ③優れた文章の書き写しは、優れた表現者の手法を学んでいるのと同じ。
- 説明しているだけでなく、聞いている相手の反応をよく観察し、さらに良い表現に改めることを繰り返すうちに説明上手になる。



今日の言葉
 表現力、説明力を高めるために音読したり書き写したりするトレーニングをしよう

また、表現力、説明力を高めるためのトレーニングとして、多くの人が実践してきたのは、音読したり書き写したりすることです。音読では、音読した文章を声に出して読むと、語彙(ごい)とともに文章のリズムも身につく(し)みこまます。文章のリズムを繰り返して学ぶことで、結果として自分が話すときの表現力がアップします。

一方、自分が好きな著書の文章や、自分の心に響く文章を書き写すと、間のかかる作業ですが、い

ガンガン身につく 年金力講座

遺族基礎年金とは③

養子縁組が、先妻のお子さん

と生計を同じくしている後妻である相談者の方との間である場合は、お子さんは引き続き遺族基礎年金を受給できません。

お子さんが遺族基礎年金の受給権を失う、つまり、失権するのは妻以外の者の養子となったとき(事実上の養子縁組を含みます)です。

【年金力のアップポイント】

遺族基礎年金額の減額改定事由

または、子のある妻に支給されず、そのために、お子さんが遺族基礎年金の減額改定事由に該当すると、該当するお子さんは失権し、年金額は減額されます。

★子の減額改定事由

- ①婚姻をしたとき
- ②死亡したとき
- ③妻と生計を同じくしなくなったとき
- ④妻以外の者の養子となったとき

⑤離婚により、死亡した

被保険者等の子でなくなったとき

⑥18歳に達した日以後の最初の3月31日が終了したとき(ただし障害等級1級または2級の障害の状態にあるときは除きます)

⑦障害等級1級または2級の障害の状態に陥ったとき

⑧20歳に達した日までの間に、あるときは除きます)

子が前記のいずれかに該当したときは、該当した日の属する月の翌月から年金額は減額改定されます。

そして、すべてのお子さんが遺族基礎年金の減額改定事由に該当すると、妻に支給されていた遺族基礎年金は

遺族基礎年金は子または子のある妻に支給 減額改定・失権事由に該当するか？

Q 主人(45歳)が亡くなり、私と子供2人(15歳と2歳)が残りました。自営業のため、遺族基礎年金が2歳の娘が高校卒業まではもらえるとのこと。実は、上の子が先妻との間の子なので、今回、私と養子縁組をしようと思えます。そうすると、上の子の遺族年金が支給されなくなると聞きましたが、本当ですか？

失権し、支給されなくなると聞きましたが、本当ですか？

●遺族基礎年金の失権事由
 遺族基礎年金は、妻または子が次の①から③の事由に該当したときは、失権します。

- ①婚姻をしたとき
- ②死亡したとき
- ③直系血族または直系婚族以外の子の養子となったとき

④の養子縁組をした場合は、子は失権しますが、再婚した夫との養子縁組は、直系婚族との養子縁組となるので子は失権しません。

また、お子さんが亡くなった主人の両親(お父さんとお母さん)と祖父(おじいちゃん)と祖母(おばあちゃん)の養子となったときは、直系血族(おじいちゃん、おばあちゃん)は、失権しません。

★直系血族・直系婚族との養子縁組
 直系血族とは、血族でありませんが、妻・子ともに失権します。

先妻の子と養子縁組をしよう

子縁組
 ご相談のような、先妻

代理店に保険分析・検索システム提供開始

(株)アイリックコーポレーション 『AS-BOX Light』

4. 検索結果が保険料の安い順に一覧表示されます。



検索結果が一覧表示に

「商品比較」と「共通提案書」機能を限定し、利用可能とした『AS-BOX Light』を別途開発。9月から一般の代理店向けにも提供を開始した。同システムは既存の保険IQシステムの簡易版といえるもので、主要な生保会社の第一、第三分野商品を同一フォーム上で比較できる点が特徴。すでに来店型保険ショップを展開する代理店などが利用しているなど、ショップでのニーズが比較的高いようだ。

生保15社の第一、第三分野商品

比較情報 同一フォームで

アイリック社が開発した既存の『保険IQシステム』は保険証券の分析や複数の保険会社・商品の比較提案に際し、販売員の技量によることなく同一レベルでの対応を可能とするもの。システム機能は大きく「証券分析」「必要保障額の算出」「商品比較」そして提案書による「処方箋」からなり、必要なデータを入力すればほとんどの操作をワンタッチで短時間に進めることができる。

「保険IQシステム」はこれまで、同社ブランドの来店型保険ショップ「保険クリニック」を運営する提携代理店のみレンタル提供されてきた。今年8月末での提携代理店は85代理店。複数店舗を構えるケースもあり、アイリック社の直営店を含めた総店舗数は118店。いずれも生損保乗合の大型代理店が多く、1社あたりの平均代理店手数料は1億円程度。提携代理店同士の競合を避けるため、全国を160エリア以上に分け、1エリア1代理店制を原則としている。

「商品比較」と「共通提案書」機能を限定し、利用可能とした『AS-BOX Light』を別途開発。9月から一般の代理店向けにも提供を開始した。同システムは既存の保険IQシステムの簡易版といえるもので、主要な生保会社の第一、第三分野商品を同一フォーム上で比較できる点が特徴。すでに来店型保険ショップを展開する代理店などが利用しているなど、ショップでのニーズが比較的高いようだ。

検索資料は配布可能

将来は統一帳票打ち出しを

表示される資料は、順次各保険会社から募集文書としての許諾を得ている。見込客への配布もできることも特徴といえる。なお、通増定期保険や法人が加入保険といった法人向け商品については現状では未対応となっている。

比較可能な保険会社および保険商品は、利用代理店が乗り合う保険会社などのみに限って提供される。複数の保険会社と乗り合っている代理店であれば、見込客と一緒の画面にその後の機能があれば、その後の画面での申し込み手続きまで、

「商品比較」と「共通提案書」機能を限定し、利用可能とした『AS-BOX Light』を別途開発。9月から一般の代理店向けにも提供を開始した。同システムは既存の保険IQシステムの簡易版といえるもので、主要な生保会社の第一、第三分野商品を同一フォーム上で比較できる点が特徴。すでに来店型保険ショップを展開する代理店などが利用しているなど、ショップでのニーズが比較的高いようだ。



同一フォームで比較が容易

保険代理店戦略セミナーのご案内

成長する代理店の 独自戦略と共通点。

セミナースピーカーと発表予定テーマ

株式会社アイリックコーポレーション 代表取締役 勝本 竜二

“来店型保険ショップ”はゴールではない!
保険流通変革の本番はこれからだ!

全国118店の保険クリニック展開は、“真の保険流通変革”の始まりに過ぎません。保険業界のスタンダードを目指して、更なる変革への戦略とビジョンを熱く語ります!

株式会社ホロスプランニング 代表取締役 堀井 計

取扱保険会社数や手数料の高さ以外でプランナーを繋ぎとめる魅力と仕組みを大公開!

真の購買代理を貫き、ヒトにスポットライトを当てる保険業界のジャニース事務所。「ホロスプランニング」は異能タレントを発掘し、育て、マネジメントするプロダクション戦略で大変革期の保険業界を勝ち残る!!

●開催日程・会場

2009年10月20日(火)
日時 14:00~17:00(受付開始13:30~)
(定員30名) *お申込み多数の場合は締め切らせていただく場合もございます。

会場 大阪府大阪市中央区平野町3-6-1
あいおい損保御堂筋ビルB2F AB会議室

●対象 …… 保険代理店経営者様もしくはご担当者様
●参加費 …… 無料

セミナーのお申込みはお電話またはEメールで!

TEL **03-5840-9560**
受付時間 9:00~17:00(月~金 土日祝日除く)

✉ **irrc_as@irrc.co.jp**

メールでお申込みの際は、件名を「セミナー参加希望」とし、本文に貴社名、ご住所、電話番号、ご出席予定者のお名前をご記入のうえお申込みください。



第一生命では、平成21年9月24日から、短期間の入院であっても発生する経済的負担を軽減することができる「入院一時給付特約D」を発売している。この特約は、1日以上入院があった際に、一時金として給付金を支払うもの。既に発売している「医のいちばん」(新総合医療特約D※1)等とあわせて契約に付加することで(※2)、入院時の医療費だけでなく、短期間の入院であっても発生する、入院準備にかかる諸費用、家族の交通費や通院のための費用といった経済的負担を総合的に軽減することができる。

(※1) ケガや病気による1日以上入院から支払対象とし、手術については公的医療保険制度に連動した給付とする平成19年4月より発売済の商品。

(※2) この特約は、「医のいちばん」(新総合医療特約D)とあわせて主契約に付加するか、または5年ごと配当付終身医療保険に付加できる。

第一生命

入院一時給付特約D

(平成21年9月24日発売)

特長

- (1) 病気やケガにより、1日以上入院した場合に入院一時給付金を支払う。
※入院一時給付金を支払えない場合がある。たとえば、診療が外来扱いのときなど、災害または疾病入院給付金が支払われる入院に該当しないときには、入院一時給付金も支払わない。
※入院日数や通院の有無に関わらず定額の給付となる。
- (2) 入院一時給付金額は契約時に5万円または3万円のいずれかを選択できる。
- (3) 「医のいちばん」等の入院給付金を請求すれば自動的にこの特約についても請求があったものとして取り扱う。

取扱内容

契約年齢範囲	3歳～70歳
給付金額の制限	5万円または3万円 ※通算30回限度
付加できる主契約	堂堂人生※、順風人生※、主役人生、医療の王道W、悠悠人生※、悠悠保険U※、エスコートU※、TIME・U※、ミリオンU※、養老保険U※、TOP PLANサクセスU※、TOP PLANマジスティU※、Skip・U※ ※「医のいちばん」と要セット付加。 ・養老保険U、TOP PLANサクセスU、TOP PLANマジスティUは満期時年齢が80歳を超える場合は付加できない。 ・医療の王道は、価格充当払いでの加入の場合、付加できない。
更新後の特約の保険期間の限度	更新を取り扱う場合の更新後の特約の保険期間の限度80歳まで
特約保険期間終身への変更	可。 ※ただし、主契約が80歳払済の場合、保険料払込みが免除されているとき、主契約または特約に特別条件が付加されているときなどは、変更を取り扱わない。

保険料例

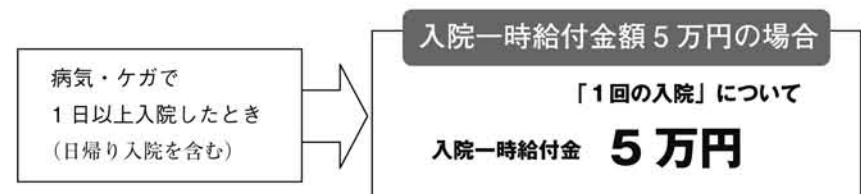
・男性、10年満期、月払(口座振替扱)

契約年齢	入院一時給付金額	
	5万円	3万円
30歳	510円	306円
40歳	540円	324円
50歳	770円	462円

※保険料払込免除特約(H13)が付加された保険料となる。

入院一時給付特約Dの仕組み

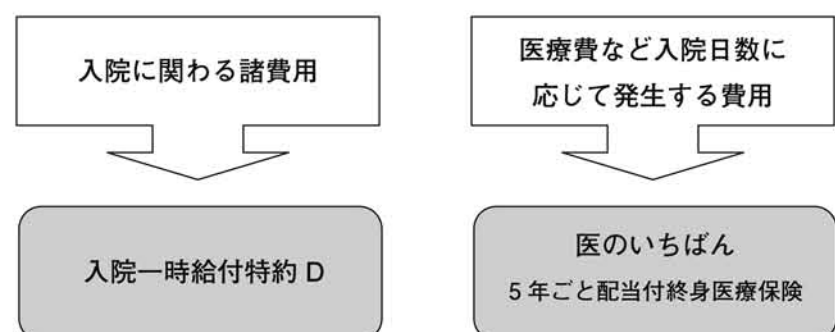
「医のいちばん(新総合医療特約D)」とセットで、または終身医療保険に付加して短期の入院でも必要な諸費用に一時金で備える特約



- ・入院一時給付金は「医のいちばん(新総合医療特約D)」または5年ごと配当付終身医療保険の災害または疾病入院給付金が支払われる入院をしたとき、「1回の入院」について、1回支払う(2回入院しても入院日数を合算して「1回の入院」とみなす場合がある)。
- ・たとえば診療が外来扱いのときなど、災害または疾病入院給付金が支払われる入院に該当しないときは、入院一時給付金も支払わない。
- ・入院一時給付金額は契約時に5万円または3万円のいずれかを選択できる。
- ・この特約からの給付金の支払いは通算30回を限度とする。
- ・「医のいちばん(新総合医療特約D)」とセットで主契約に付加するか、または5年ごと配当付終身医療保険(「主役人生」「医療の王道W」)に付加する。ただし、この特約は「医のいちばん(Mickey用)」を付加したことも学資保険Mickeyに付加することはできない。

保障のイメージ

入院日数に応じて給付額が決まる従来の入院保障に加えて、入院日数にかかわらず発生する諸費用へ備えられる。



給付内容

支払事由	入院一時給付金額	給付限度
被保険者が傷害または疾病の治療を目的として、「医のいちばん」(新総合医療特約D)または5年ごと配当付終身医療保険の災害または疾病入院給付金が支払われる入院をした場合に、入院一時給付金を被保険者に支払う。	この特約の締結時に次のいずれかの金額を指定する。 ・5万円 ・3万円 ※同一の被保険者につき、通算10万円を限度とする。	・1回の入院につき1回まで ・通算30回まで

氾濫する「一流ブランド名」の無断借用

デイズニーを風俗店名にした事件も

1. 著名表示冒用行為
ブランドを守るための法律。不競法は他人の商品等表示として著名なものを、自己の商品・営業の表示として使用する行為を禁止しています。

「自己の商品等表示として他人の著名な商品等表示」と同一もしくは類似のものを使用し、またはその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引渡し、譲渡もしくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、もしくは電気通信回線を通じて提供する行為」(2条1項2号)

本号は他人の著名商品等表示を利用した顧客吸引力の不当な利用やブランドイメージの希釈化(タイリユーション)、ブランドイメージの汚染(ポリューション)を防ぐための規定です。前回の説明した規定と異なる混同を要件としていません。

一流のブランドを構築するために、永年の企業努力と膨大な宣伝広告費や社員教育費がかかっています。これを他人があたかも自社のブランドのように使用したのでは、顧客に誤ったイメージを与え、ブランド構築費用が無駄になってしまいます。

また、ブランドイメージのポリューションと

高級イメージが定着し、高級品として通用している商品等表示が低価格で提供される商品やサービス使用された場合に、その商品等の高級なイメージが毀損されてしまうことをいいます。

現実には、チャンネルの表示をラフホテルに使用し

東京地裁、「J-PIHON」
E「東京地裁」
①商品等表示
単に氏名、商号、商標等

著名商品等表示の保護の目的は、著名となるまでに要したマーケティング費用や、信用や名声を確立するに至るまでの経費を重視し、これら商品の主体又は営業の主体を示す表示をいいます。

また、商標権の登録に必要ですが、不正競争防止法は行為規正法であるため、全くそのような手続が不要です。

著名性を有する商品等表示は混同を生じさせるか否かに関係なく、他の非類似の商品等に対する使用であっても救済を受けることができます。

救済手段としては差止、損害賠償請求など
救済手段としては次のようなものがあります。
差止請求権、営業上の利益を侵害する者または侵害するおそれがある者に対して、その行為の差止めを請求することがあります。

請求権は事業者に限らず、公益法人、学校法人、宗教法人についても事業を反復継続している場合には認められます。

損害賠償請求権…相当因果関係のある損害について賠償を請求できます。

信用回復措置請求権…具体的には、新聞・雑誌への謝罪広告の掲載や、顧客への謝罪文書の送付などが該当します。

このほか、輸入差止申立制度の対象にもなっています。

輸入差止申立制度…不正競争を構成する物品は関税定率法に基づき輸入禁制品となっています。従って、申し立てにより、税関長が侵害品であると判断した場合は、没収

間使用しなかった場合は、不使用取消審判により、取り消されることがあることに留意する必要があります。

また、商標権の登録に必要ですが、不正競争防止法は行為規正法であるため、全くそのような手続が不要です。

著名性を有する商品等表示は混同を生じさせるか否かに関係なく、他の非類似の商品等に対する使用であっても救済を受けることができます。

救済手段としては差止、損害賠償請求など

保険マンのための知的財産権入門

11 弁理士 西本 泰造

混同を要件とせずに保護されるため一定の地理的範囲での周知では足りず、日本全国的に著名であることが必要と考えられています。(「アクセ」)

大阪地裁「天理教」

救済手段としては差止、損害賠償請求など
救済手段としては次のようなものがあります。
差止請求権、営業上の利益を侵害する者または侵害するおそれがある者に対して、その行為の差止めを請求することがあります。

請求権は事業者に限らず、公益法人、学校法人、宗教法人についても事業を反復継続している場合には認められます。

損害賠償請求権…相当因果関係のある損害について賠償を請求できます。

信用回復措置請求権…具体的には、新聞・雑誌への謝罪広告の掲載や、顧客への謝罪文書の送付などが該当します。

このほか、輸入差止申立制度の対象にもなっています。

輸入差止申立制度…不正競争を構成する物品は関税定率法に基づき輸入禁制品となっています。従って、申し立てにより、税関長が侵害品であると判断した場合は、没収



内山 博之 155 (経営コンサルタント)

朝礼は、ミニ教育の場であることを前回述べましたが、簡単な販売技術の教育が基本となります。特に、セールスパーンの場合には、販売技術は「訪問技術」と言っても過言ではありません。

従って、「訪問の準備」に始まり「アプローチ」から「法の展開」「クロージング」「アフターサービス・クレーム処理」に至るまでの訪問技術を指導することが重要ではないでしょうか。

Q: アプローチ訪問の要領を指導したいのですが、どのような点に留意する必要がありますでしょうか?
A: 朝礼の話(二十七)

「顧客の心をつかむアプローチ」
アプローチは顧客との接触によって人間関係を深めることからスタートします。

顧客づくりのための初回訪問は、相互に知らない者同士が面談するのだから、警戒心や不安感を誰もが抱くものです。

従って、アプローチは、このような心の壁を取り除くことから開始することが必要なのです。

セールスパーンは、この心の壁を取り除くための、コミュニケーションの要領を身につけることが重要なのです。コミュニケーションの要

販売の技術は、すなわち「訪問」の技術

素としては…
①言語・言葉
②声の質・大小・イントネーション
③ボディランゲージ(顔の表情・視線・しぐさ・相手との距離)
等があります。

訪問の際には、このような話し方に留意することが基本ですが、人間関係を深めるには、まず「相手を知り」「自分を知ってもらう」必要があります。

このため、一般的な話題の中から、顧客が興味を持っていることを知るとともに、自分を知ってもらう話題の提供が必要となってきます。

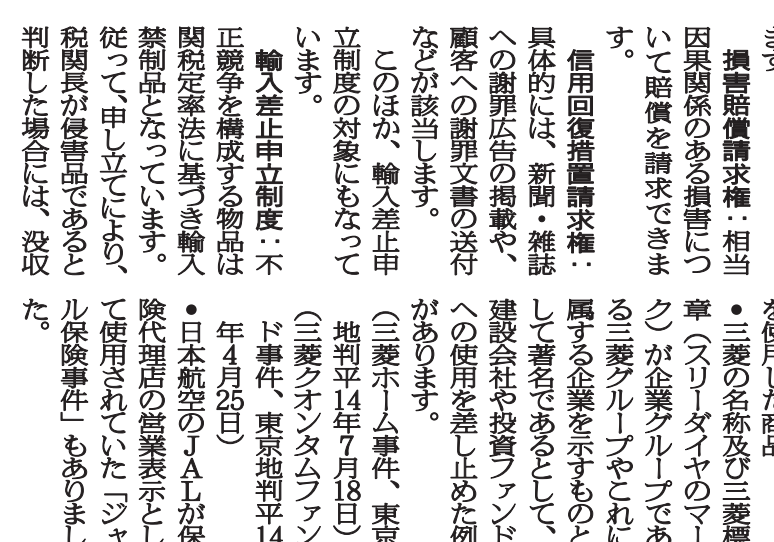
一般的に言われている「話題の糸口」のテーマとしては、「キドニタチカケセン衣食住」として覚え、この話題を思い起こして、訪問の時にピッタリの話題を提供することです。

キ: 気候。ド: 道楽、趣味。ニ: ニュース。タ: 旅。チ: 知人。カ: 家族。ケ: 健康。セ: 戦争。シ: 仕事。衣: 衣装。食: 食物、グルメ。住: 住居。

次に、保険に関するアプローチを開始するには、顧客の「視覚」に訴える資料を準備しておく必要があります。

例えば、話法の展開に合わせた「アプローチブック」を作成することです。

セールスパーン自身が手づくりで、顧客が関心のありそうな新聞記事やパンフレット等をスクラップブックに丁寧に貼り、アプローチブックを作成するのです。



長期平準定期保険を減額した場合の経理処理

■通常の場合

保険金額1億円の長期平準定期保険に加入していますが、これを6,000万円に減額しようと考えています。これまで資産計上された前払保険料は1,000万円、払戻金340万円です。経理処理はどのようになりますか。

- (1) 前払保険料のうち、減額される部分に対応する金額 (取崩額)
1,000万円 × (4,000万円 ÷ 1億円) = 400万円
- (2) 仕訳

当座預金	340万円	前払保険料	400万円
雑損失	60万円		

減額後は、長期平準定期保険の通常の保険料仕訳を行っていきます。

■借入金がある場合

仮に上記の契約に契約者貸付などによる借入金(150万円、支払利息2万円)がある場合、その借入金を精算するので次のような仕訳となります。

- (1) 前払保険料のうち、減額される部分に対応する金額 (取崩額)
1,000万円 × (4,000万円 ÷ 1億円) = 400万円
- (2) 仕訳

当座預金	188万円	前払保険料	400万円
保険借入金	150万円		
支払利息	2万円		
雑損失	60万円		

(注) 当座預金は保険借入金と支払利息が精算された後の金額。

■訂正

【計算例】全相続人が相続放棄する中で生命保険金を取得した場合

父は生前、自らを被保険者とする生命保険契約をしており、その受取額は母が5,000万円、長男が4,000万円、妹が3,000万円です。相続人は母、長男、妹の3人ですが、次順位の相続人を含め全員相続放棄しました。相続税はどうなりますか。

■回答

1. 相続財産額
5,000万円 + 4,000万円 + 3,000万円 = 1億2,000万円
2. 課税価格
1億2,000万円 (全員相続放棄しているため、保険金の非課税の適用なし)
3. 課税される遺産額
1億2,000万円 - (5,000万円 + 1,000万円 × 3人) = 4,000万円
4. 相続税の総額
各人が法定相続分どおり相続したものと計算します。
 - 母 : 4,000万円 × 1/2 × 15% = 300万円
 - 長男 : 4,000万円 × 1/4 × 10% = 100万円
 - 妹 : 長男と同じ = 100万円
 相続税の総額は、母、長男、妹の合計500万円となります。これを実際の取得額で按分します。
5. 各人の相続税の額
 - 母 : 450万円 × (5,000万円 ÷ 1億2,000万円) = 187.5万円
 - 長男 : 450万円 × (4,000万円 ÷ 1億2,000万円) = 150万円
 - 妹 : 450万円 × (3,000万円 ÷ 1億2,000万円) = 112.5万円
 ただし、母は配偶者の税額軽減により納付額はゼロとなります。

法人契約において減額した場合は、減額部分の資産計上額を取り崩す。具体的には、減額時におけるその契約に係る資産計上額のうち、保険料の減額部分に相当する金額を取り崩すというものであり、今回の質問者が尋ねているのは長期平準定期保険の特約貸付金受取人が法人である場合、減額後の支払Pは通常処理を継続し、その減額後の契約については、従来どおり長期平準定期保険の取崩しに準じた保険料処理を行うこととなります。

減額部分は解約処理で

減額部分の資産計上額を取り崩す

定期保険を減額した場合の取扱いです。これについては、先述の養老保険等の取扱いに準じて考えます。ただし、養老保険等でも構わないと思えます。また、養老保険等で資産計上されたものは「保険料積立金」ではなく「前払保険料」となり、長期平準定期保険では「前払保険料」となります。法人契約で、保険料受取人が法人である場合は、この契約の保険料は、減額期間6割相当まで2分の1を支払保険料として損金算入、2分の1を前払保険料として資産計上しているはずですが、したがって、取り崩しの対象となるのは、今まで資産計上されていた前払保険料に準じた保険料処理を行うこととなります。

Q 当社では、役員、保険金受取人を法人とする長期平準定期保険に加入しています。しかし、昨今の経済情勢もあって、社長分の契約の保険金額を1億円から6,000万円に減額したいと考えています。経理処理はどのようになりますか。A 「教示ください。なお、現時点で資産計上している前払保険料は1,000万円、減額に伴う払戻金は340万円です。」

保険税務
そこが知りたい!
Q & A
190

長期平準定期の減額の処理

定期保険を減額した場合の取扱いです。これについては、先述の養老保険等の取扱いに準じて考えます。ただし、養老保険等でも構わないと思えます。また、養老保険等で資産計上されたものは「保険料積立金」ではなく「前払保険料」となり、長期平準定期保険では「前払保険料」となります。法人契約で、保険料受取人が法人である場合は、この契約の保険料は、減額期間6割相当まで2分の1を支払保険料として損金算入、2分の1を前払保険料として資産計上しているはずですが、したがって、取り崩しの対象となるのは、今まで資産計上されていた前払保険料に準じた保険料処理を行うこととなります。

「業績は、そこそこ上げてはいるんですけど、充実感がありません」先日のような相談をいただきました。話を伺うと、バリバリ仕事をしている人という感じがわかりました。この悩みは、きまじい人にも多いんです。私も「充実感がない」と感じることがあります。私がこの悩みを解消することができたのは、生活にメリハリをつけるようになったからです。ここ3年くらいの話ですが、そのきっかけを与えてくれたのが、あるセミナーに参加したとき隣に座っていた人です。その人はとにかく忙しい人。セミナーの休憩時間になると、すぐ会場の外に行って携帯電話。セミナー中も、しきりにかかってくる携帯電話を気にしてばかり。懇親会も最初参加する予定だったのが、急な用事が入ったと言っ

目の前のことだけに集中するには?

気が散った自分を否定せず内容を書き出してみよう!

「うーん、何だかんだいってオレも十分、仕事に振り回されているぞ」。仕事をやっているときは「たまには家族とどこかに出掛けたいなあ」と考え、遊んでいるときは仕事のことを考えていつも頭の中は中途半端。このことに気づいてから、今目の前にあることだけに集中するようになりました。

「うーん、何だかんだいってオレも十分、仕事に振り回されているぞ」。仕事をやっているときは「たまには家族とどこかに出掛けたいなあ」と考え、遊んでいるときは仕事のことを考えていつも頭の中は中途半端。このことに気づいてから、今目の前にあることだけに集中するようになりました。とはいっても、つい集中力が散漫になってしまったり、途中で「あ、あれ、あれ、あれ」と気が散ってしまったりすることがあります。そのとき、あることを実践することができました。その、あることは【付箋に書き出す】ことです。今やっていること以外のことを考え始めたら、それを「タダだタダだ」と打ち消そうとしない。気が散った自分を否定しないで、それを「みとめ」て付箋に書き出すことにしました。そして付箋に書いたことは「今、手がけていることが終わってから」と自分に言っただけです。これを何度も繰り返していくうちに段々と目の前のことに120%集中する効果が出ていったことなんです。

契約率が一気に3倍!
ヘルシー営業トークの秘密 133
モエル株式会社 木戸 一敏
http://www.1-eigy.com/

「え、この日もあの日も仕事が入る可能性があります。これは一生、決められないです。結局、その人といまだに会っていません。思いっきり仕事に振り回されている印象です。ちょうどその後、私は家族とアイスニードに行ったり、実は私も仕事に振り回され

「今日のチェックポイント」
『集中力の散漫の自分を「みとめ」てみる』

まず自分の弱い点を見いだす

活動を段階的に見て分析をする

皆さんこんにちは。こ 人生で出会った人で、思 っける大切な人たち のコーナーでは、これか い出せる人の名前を書い て箱に入れるとしましょ う。これが①の箱。

次に①の箱の中からそ の人にとって良いと思え る保障プランを設計でき る人を次の箱に移しまし ゃう。これが②の箱。

次に②の箱の中から1 人以上契約をいただいた 人を次の箱に移しましよ う。これが③の箱。

次に③の箱の中から2 人以上契約をいただいた 人を次の箱に移しましよ う。これが④の箱。

次に④の箱の中から家 族の契約をいただいた人、知人を紹介して いただいた人を次の箱に移 しましょう。これが⑤の箱 になります。

また、契約をいただけ たら終わりではなく、そ の契約者から追加契約を いただければ実績になりま すし、その契約者の家族 や友人から契約をいただ ければそれも実績になりま す。つまり、契約後のフ ォロー活動も実績に直結 する活動です。

次のように整理をして みますと、わかりやすい かもしれません。

まず、自分の今までの

と良いでしょう。

紹介は顧客満足なくして出ないもの

まず、①の箱の中の人数が少ない場合は、基本的な活動量が不足している、または活動力が弱いのかも知れません。

セールスの仕事で活動の絶対量が不足している人は、基本中の基本ができていないと言えます。一番良くないというパターンは「理屈ばかり言って、動かない人」です。「今はこういう時代(不況)だから」とか、「商品が良くないから」とか、「会社の体制が悪いから」といって、肝心の保険設計に必要な情報を収集していかない人がいます。だから、多くの場合、変に遠慮してしまっ、保険設計に必要ない話ばかりをしていて、肝心の保険設計に必要な情報を収集していかない人がいます。だから、多くの場合、変に遠慮してしまっ、保険設計に必要ない話ばかりをしていて、肝心の保険設計に必要な情報を収集していかない人がいます。

契約後に初めて作れる顧客満足度

いく活動が、すべてセー ルス活動だと言われま す。

今、十分な実績が挙 げられている担当者には、 成績不振で苦しんで いる担当者は、それぞ れの箱をチェックして み

とか、もっともらしい理 由を言っ、動かない人 います。

その理由がどんなに正 しい分析だったとして も、その人が動いてい ないとしたら、それは「言 い訳」しかありません。

「理屈」ばかりありま せん。動いていない人 弁護できる言い訳など ありません。動かないこ とを肯定できる理由など ありません。ですから、理 屈を言うのは、人一倍 多いに、①の箱の中の人数は多いのに②の箱の人数が少ない、そういう担当者、情報収集力が弱いのかも知れません。

「この人にとって良い保障プランはこれだ」と心から言えるプランを設計するために、いろいろ

ら、その人を知って いて、その人に合った保障 プランを設計することができ ない。良いプランを設計 することができなければ、 計ることができなければ、 良い提案もできません。

もちろん①の箱の中の 人が全員②の箱に進まな ければなりません。①の 箱の中からの箱に移せる 人を移していくので す。移せるような人が少 ない場合は、移せるよう な人を①の箱に追加して 増やしていくことです。

次に、②の箱の中の人数は多いのに③の箱の人数が少ない、そういう担当者、提案力(提案スキル)が弱いのかも知れ

りではありません。次の 提案活動の始まりです。 その認識が薄い人が多い と思います。

また、総合的なプラン ニング力が弱いのかも知 れません。

次に、④の箱の中の人数は多いのに⑤の箱の人数が少ない、そういう担当者、情報収集力が弱いのかも知れません。

「この人にとって良い保障プランはこれだ」と心から言えるプランを設計するために、いろいろ

た、その人を知って いて、その人に合った保障 プランを設計することができ ない。良いプランを設計 することができなければ、 計ることができなければ、 良い提案もできません。

もちろん①の箱の中の 人が全員②の箱に進まな ければなりません。①の 箱の中からの箱に移せる 人を移していくので す。移せるような人が少 ない場合は、移せるよう な人を①の箱に追加して 増やしていくことです。

次に、②の箱の中の人数は多いのに③の箱の人数が少ない、そういう担当者、提案力(提案スキル)が弱いのかも知れ

た、その人を知って いて、その人に合った保障 プランを設計することができ ない。良いプランを設計 することができなければ、 計ることができなければ、 良い提案もできません。

もちろん①の箱の中の 人が全員②の箱に進まな ければなりません。①の 箱の中からの箱に移せる 人を移していくので す。移せるような人が少 ない場合は、移せるよう な人を①の箱に追加して 増やしていくことです。

次に、②の箱の中の人数は多いのに③の箱の人数が少ない、そういう担当者、提案力(提案スキル)が弱いのかも知れ

新・セールス

成功方程式

保険ビジネス研究所
稲田 良雄 361
http://www.hobiken.co.jp

新しい時代の成功方程式

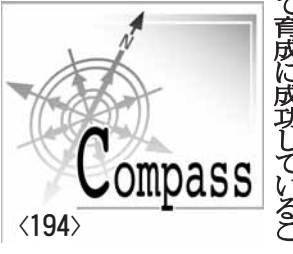
～行動科学の視点から

「この人にとって良い保障プランはこれだ」と心から言えるプランを設計するために、いろいろ

た、その人を知って いて、その人に合った保障 プランを設計することができ ない。良いプランを設計 することができなければ、 計ることができなければ、 良い提案もできません。

もちろん①の箱の中の 人が全員②の箱に進まな ければなりません。①の 箱の中からの箱に移せる 人を移していくので す。移せるような人が少 ない場合は、移せるよう な人を①の箱に追加して 増やしていくことです。

次に、②の箱の中の人数は多いのに③の箱の人数が少ない、そういう担当者、提案力(提案スキル)が弱いのかも知れ



「受け手のイメージと心理」

「昨日は、ご来客中に……」という、先の営業アテは、断り文句をうまく活用した「工夫の電話の一例」と感じます。

研修の場では、電話の本数とアポが取れた件数による「打率」のことが強調されてきた。

断られてモトモト。だから多くの本数が必要だ、という意味だろうが、その打率をもっと上げる工夫。トークのシナリオも大切だが、一回きりの勝負(打率計算)だけではなく、その後付けも含めたお客さまとの「やりとり打率」をもっと重く見ることも大切ではないか。

◆もう一度電話が出来る

「一発で決める」、そんなテレ・フォンの成功率はごく限られたプロ中のプロを除けば、決して高くない。

また、せっかくの電話を(在宅率)の低い、例えば夕食をほさむ時間帯に掛けて、高いうちから切られては、いってしまえば、このゴールデンタイムには不快感を与

前入りのカレンダーも毎 ことを経験している。入 力をし、長い間積み重ね 年忘れず送ってくれる。 社当時はまったく目立 ってきた結果とか、いい協 力の者に恵まれてとどん 節に恐縮するのである。 たセールスパーソンが 契約が成立していった、 というのもあるが、この 人は自分の身内に大企業 のオーナー経営者がいて、そのツテを頼って開 花していった。入社面接 時は、その人脈について は一言も本人の口から語 ることはなかった。人材 採用の仕方にも対極にあ った外資系・国内生保に も、今現実に変化の兆し が見えている。(風車)

「受け手のイメージと心理」

「昨日は、ご来客中に……」という、先の営業アテは、断り文句をうまく活用した「工夫の電話の一例」と感じます。

研修の場では、電話の本数とアポが取れた件数による「打率」のことが強調されてきた。

断られてモトモト。だから多くの本数が必要だ、という意味だろうが、その打率をもっと上げる工夫。トークのシナリオも大切だが、一回きりの勝負(打率計算)だけではなく、その後付けも含めたお客さまとの「やりとり打率」をもっと重く見ることも大切ではないか。

◆もう一度電話が出来る

「一発で決める」、そんなテレ・フォンの成功率はごく限られたプロ中のプロを除けば、決して高くない。

また、せっかくの電話を(在宅率)の低い、例えば夕食をほさむ時間帯に掛けて、高いうちから切られては、いってしまえば、このゴールデンタイムには不快感を与

前入りのカレンダーも毎 ことを経験している。入 力をし、長い間積み重ね 年忘れず送ってくれる。 社当時はまったく目立 ってきた結果とか、いい協 力の者に恵まれてとどん 節に恐縮するのである。 たセールスパーソンが 契約が成立していった、 というのもあるが、この 人は自分の身内に大企業 のオーナー経営者がいて、そのツテを頼って開 花していった。入社面接 時は、その人脈について は一言も本人の口から語 ることはなかった。人材 採用の仕方にも対極にあ った外資系・国内生保に も、今現実に変化の兆し が見えている。(風車)

小さな手帳

研修講師の覚え書き ④

教育企画社 江口 彰彦

電話作戦なのだ。一本の電話で決着をつけるのではなく、二本目、三本目の電話を掛けられる可能性を大きくするた めのキッカケをどう掴むのか。少しずつ お互いのことを分かり合う会話がひたひた ずつ増えている。

「最初の電話」のねらいを、そこに置 いてみる。

◆度々生情は、電話も同じ

お客さまと顔を合わせた面談でも、回数を重ねることで対話の態度や内容も変わってくる。

ましてや、顔の見えない

え、強い拒否を受けるリスクも大きいこ とは確かだろう。

だとすれば、次の電話をかけるキッカ ケづくりと割り切り、さわやかさがしっ かり伝わる短い会話がポイントの一つ。 相手の言葉や語感を、鋭くつかむ感性 と次に必要な「メモ」を。

そして、お客さまは「いまどんな状況 なのか」を読み取る想像力、 と、お客さまの気持ちやホッ プネスを引き出す「質問力」も加 えて。

採用活動も働く人への意識の変化に合わせた

採用と育成の徒然草 51

山崎 甚五郎

一般支社の採用方法についてみると、職域の多い都心型支社も周辺部支社も、現在ではほとんどが営業職員などによる「友呼び」が主流になっています。

営業職員の採用という仕事は、機関長や組織長にとっては、まさに苦勞の多い難しい仕事です。働く人を探し、その人をやる気にさせて育成し、專業職員化する、その対象となる人も含めて働く人の意識も時代の流れとともに変化します。そのことを知って「採用と育成」にあたるのが求められます。以下「労働経済白書」を参照しながら話を進めてみましょう。

◎働くことに関する意識とその変化

働く目的と理想的な仕事についてその推移をみると2000年以降毎年「国民生活に関する世論調査」で大きな変化は見られない

- と云います。では「働く目的は何のためでしょうか」▽働く目的、2007年調査では
- ①お金を得るため：49.0%
 - ②生きがいを見つけたため：22.2%
 - ③社会の一員として勤めを果たすため：14.1%
 - ④自分の才能や能力を發揮するため：9.6%
- ▽理想的な仕事について(複数回答)
- ①収入が安定している仕事：51.0%
 - ②自分にとって楽しい仕事：46.5%
 - ③自分の専門知識や能力が生かせる仕事：32.2%
 - ④健康を損なう心配がない仕事：19.5%
 - ⑤世の中のためになる仕事：14.3%
 - ⑥失業の心配がない仕事：14.0%
 - ⑦高い収入が得られる仕事：7.7%

一方、これらを年齢階級別にみると、大きな違いが見られます。働く目的がお金を得るためである人の割合は20歳代から50歳代にかけて高く、それ以降は急激に低下します。特に30歳代から40歳代前半にかけて高くなっています。これに對

資格アップや給料確保のための必要な活動のあり方を明確化する 職員本人の課題発見と新たな目標設定も必要

働く目的では、お金を得るための最も多く、約半数を占めており、生きがいを見つけておにそれに続いていると、理想的な仕事では、収入が安定している仕事、自分にとって楽しい仕事を、おおよそ半数の人がこれらの項目をあげています。次いで自分の専門知識や能力が生かせる仕事を約3割の人があげています。

理想的な仕事について、収入が安定している仕事、自分にとって楽しい仕事、おおよそ半数の人がこれらの項目をあげています。次いで自分の専門知識や能力が生かせる仕事を約3割の人があげています。

自分にとって楽しい仕事は、20歳代で高い割合は、それ以降の年齢層でほぼ同水準であり、60歳代で最も高くなっています。健康を損なう心配がない仕事は水準は高くないが、50歳代後半から次第に高まっています。国民の仕事観は若年層(20～34歳)、壮年層(35～54歳)にかけてお金を得ることや収入の安定を重視するが、年齢が高まるにつれて仕事観は生きがい重視、健康を損なわないことを心がける傾向が出てきます。

◎働く目的と理想的な仕事を採用と育成の面から考えてみる

働く目的がお金を得るための割合が20歳代から50歳代にかけて高いという現実から考えると、極端な話が20歳から50歳までなら採用対象としてよいことになるが、営業職員募集のパンフレットに書かれている応募資格は原則25歳から45歳未満となっていて、これは退職金や退職年金(勤続年数15年以上で定年退職をした場合)でゆとりのある老後ができる年齢範囲を明示して示しているのではありません。

特に30歳から44歳の年齢層が、働く目的がお金を得るための割合が高いのであるから、この層の新人にはしっかりと稼がせてやる必要があります。

要があります。つまり仕事面では厳しくして「今頑張らなきゃ」と頑張るのだという気持で指導する姿勢が望まれます。45歳を過ぎる頃から生きがいを見つけたためという考え方が高くなるということは、機関長として、職員とともにその人の「夢を語る、人生を語る」ことが管理面で求められることを意味します。

もう一つ、理想的な仕事として、収入が安定している仕事を生保の営業に求められた場合どうするか。入社後2年間は育成期間としてお客様のサービスを通じて安定的に給与が支給されることを説明すると同時に、アップダウンのない給与を確保するためには專業正職員の資格を取ることが必要と、そのための必要な活動のあり方を明確化することが大切です。

また、生保の仕事が自分にとって楽しい仕事になるということは、顧客から信頼され、見込客が増加し、その結果成績がコンスタントに上がる状態づくりをすることです。その職員は基礎開発力、商品と保全の知識教育など、本人の課題発見と新たな目標設定が必要で、

クライアントが加入したくなる営業

気づきの保険セールス アイデア日記

フィナンシャル情報館株式会社 山本 哲也

▶36

皆さんは積極的な営業活動をしていますか？ それともクライアントから進んで商品を求められる受動的な営業活動をしていますか？

営業したときに売れなくなる、先日、ある士業(社会保険労務士)の先生と話をしました。先生はこういう大不況の時代を迎え、顧問先の数や仕事に対しての単価がどんどん減ってきていて、今後の活動方法で悩んでおられました。士業の先生方は皆さんおっしゃるのですが「特別な専門知識があるのでむやみに積極的な営業活動をしたら、もし仕事をもらえなくてもアドバイスする言葉に重みがあるから、なかなか難しい」とのことです。このことは士業の先生方に限るのでしょうか？ 我々保険業にも十分言えることだと私は考えます。

皆さんは他人から積極的な営業をされたらいかがでしょうか？ その商品を買いたいと思っても、「この商品は積極的な営業をしないといけません。」という商品に

営業活動の心構え

ないくらい売れてないのか？ この商品で本当にいいのかな？」と思ってしまうかもしれません。営業をしたときにその商品は売れなくなる」という言葉を聞くことがありますが、まさにこのような状態のことを言うのでしよう。

惜しみない情報提供と言葉の重み

それではどうしたらよいかということなのですが私の場合は営業をするのではなく情報を置いていきます。とにかく報を与え続けます。

例えば人との何気ない会話でも「タバコを吸ってなければ保険料の割引がきくこと知ってた？」や「死に保険の料率改定が数年前にあって、それ以降に見直す保険料が安くなる可能性があるんだよ」などです。そのほか「ニュースレターを出してちょっとしたアイデアを提供したりしてクライアントから問い合わせが来るのを待ちます。

そして常にクライアントとの立場を対等にするために言葉遣いにも気をつけます。

例えば、タバコを吸わない人との会話で「今度、保険の話させていたただきたいので何っというんですか？」という場合「タバコを吸わないのであれば保険料が安くなる方法をお教えしますよ。今度打ち合わせしましょう」という場合はどちらがこの人に保険の相談をしたいと思うのでしょうか？

そのほかには「〇〇様から入

っても入っている保険」というのを「〇〇様が加入されている保険」と表現するのではなく、「入ってもらった」と表現すればするほど保険という優れた金融商品の価値が落ちます。

こうした言葉の表現方法も大事なのですが、一番大事なのはこういう心構えをやるということです。こういう心構えをやるという心構えは自然に出てきます。要するにクライアントに最良のことをしているのですから頼む必要はないということになります。ドンと構えていたほうが信頼度が増します。

うれしい言葉

先日、ある方に保険コンサルティングをしていました。その後日、その方と再度会うことになるのですが私はその方をお願い、その方になったつもりで何時間かけて資料を作りました。

もちろんその方は私が保険代理店をやっている、そこから契約することにより収入が入ることには存じなかったのですが、「ここまでやってくれて本当にありがとうございます。今回、作っていただいた資料作成料やコンサル料を払わせてください。払わないと申し訳なくて気が済みません。お願いします」という言葉をいただきました。本當にうれいのですよ。

この言葉は私が保険契約のお願いをしたり、積極的な営業をしていたら、いただけた言葉に違いないと思います。こういうスタンスでやるとクレームも少なくなります。

ないくらい売れてないのか？ この商品で本当にいいのかな？」と思ってしまうかもしれません。営業をしたときにその商品は売れなくなる」という言葉を聞くことがありますが、まさにこのような状態のことを言うのでしよう。

惜しみない情報提供と言葉の重み

それではどうしたらよいかということなのですが私の場合は営業をするのではなく情報を置いていきます。とにかく報を与え続けます。

例えば人との何気ない会話でも「タバコを吸ってなければ保険料の割引がきくこと知ってた？」や「死に保険の料率改定が数年前にあって、それ以降に見直す保険料が安くなる可能性があるんだよ」などです。そのほか「ニュースレターを出してちょっとしたアイデアを提供したりしてクライアントから問い合わせが来るのを待ちます。

そして常にクライアントとの立場を対等にするために言葉遣いにも気をつけます。

例えば、タバコを吸わない人との会話で「今度、保険の話させていたただきたいので何っというんですか？」という場合「タバコを吸わないのであれば保険料が安くなる方法をお教えしますよ。今度打ち合わせしましょう」という場合はどちらがこの人に保険の相談をしたいと思うのでしょうか？

そのほかには「〇〇様から入

★新日本保険新聞社 新商品のご案内★

商売繁盛DVDシリーズ No.14 / 法人攻略

待望のシリーズ第14弾完成!!



お金持ちを惹きつけるアプローチが満載! お客様の門戸はいつも開いている。こんな資産家攻略法、はじめて聞いた!



定価 **7,430円**
(消費税込み・送料実費)

講師 ㈱ライフプランニング コンサルタンツ 代表取締役
ファイナンシャルプランナーCFP® 杉井 克彦

保険営業マンにとって「資産家マーケット」ほど魅力のあるものはないでしょう。何とかして資産家と呼ばれる人達と縁ができればいいか思いをめぐらす業界人はたくさんいます。しかし、思いとは裏腹に敷居の高さから手をつける前から敬遠する向きが多いのも事実です。

講師の杉井氏は税理士として多くの資産家からの税務相談、相続相談を手がけ、資産家の赤裸々な悩みや思いに日々接しています。そこから得た資産家の生の姿をここではあますことなく披露しています。いかにすれば資産家の心を的確につかみ、スムーズな保険提案に結び付けることができるのか、具体的にポイントをあげて平易に解説しています。

あなたの周囲にも資産家はいくらでもいます。少しの「きっかけ」と「コツ」さえつかめば、資産家攻略は難しくはありません。このDVDにはその「きっかけ」と「コツ」が満載されています。成功への入口はここにあります。

CHAPTER

1. 自己紹介 ～ターゲットはどんな資産家?～
2. 意外と低い高齢者の加入率 ～資産家には4つの特徴がある～
3. 税理士とは必ずタイアップ ～ロングハットをワンパットで沈める必勝法～
4. 家族のキーマンは誰か? ～全員参加で成約率アップ～
5. お客様はどこにいる? ～資産家なら業種は何でもいい!～
6. 基礎データの収集を怠るな! ～名寄せ台帳が固定資産税明細をゲットせよ～
7. 相続対策には生命保険 ～保険タイプはまず終身から～
8. 提案からクローズ時の注意点 ～標準下体でも提案すること～



社長の「困った」を一挙に解決! 生命保険を活用した賃金対策に新手法! 法人で終身がん保険が売れる理由。



定価 **7,430円**
(消費税込み・送料実費)

講師 社会保険労務士/ファイナンシャルプランナー (CFP®) 笹原 悦子

低迷する法人市場に今再び、チャンス到来! 継続雇用制度を活用した生命保険販売とは? 高齢者雇用安定法の改正により、経営者は、65歳までの人件費はどう削減するか、新たな悩みに直面しています。そして団塊の世代の大量定年を迎え、実に企業の8割が、継続雇用制度の導入を実施しています。そこで問題となるのが、会社と従業員にとって最も合理的な賃金の算出方法です。

「何とか従業員のモチベーションを保つまま、人件費の削減はできないものか!」～そんな社長さんの悩みを一挙に解決する、「生命保険を活用した賃金対策の新手法」をご紹介します。

ズバリ、給与がダウンしても手取りが変わらない?!～新日本保険新聞へFP知識を駆使した生保販売」を連載中の社会保険労務士/ファイナンシャルプランナーの笹原悦子氏が、従業員の満足を得られ、かつ会社にとっても人件費負担を大幅に抑制できる全く新しい方式による賃金決定方法を鮮やかに紹介! 継続雇用賃金の決定プロセスのなかで、終身がん保険などの全員加入の福利厚生プランの導入が可能になります!

CHAPTER

1. 継続雇用制度を活用した生命保険販売とは?～企業への新たな提案手法を紹介～
 2. 経営者にとっての新たな悩み…65歳までの人件費はどう削減する?～
 3. 従業員のやる気をなくさず削減?～企業の8割以上が継続雇用制度を導入～
 4. 年金や給付金をとことん活用!～給与ダウンでも手取りが変わらない?!～
 5. 継続雇用時の給与は多くても少なくてもダメ!～給付金・年金・給与の最適な組み合わせ～
 6. 月々の給与はこうやって決めよう～退職金制度の併用でこんなメリットが!～
 7. 税金なしで退職金を受け取る方法～余裕のできた資金で退職金準備を～
 8. 継続雇用給与の見直しで保険料を捻出!～決め手は全員加入の福利厚生プラン～
 9. 生命保険の活用で退職金制度を!～企業が存続する限り直面する課題～
- 付録: パワーポイントスライド「継続雇用制度を活用した生命保険販売」



100年に一度の危機は、100年に一度のチャンス! 急増する通増定期の解約! 法人契約見直しのタイミングはいまだ!



定価 **7,430円**
(消費税込み・送料実費)

講師 有限会社インシュアランスネットサービス 代表取締役 中瀬 敏

今から十数年前、一大保障見直しブームが業界を席巻しました。当時、大手各社の主力商品であった更新型定期特約付き終身保険に対してカタカナ生保を中心に徹底した保障見直しが続り広げられ、すさまじいまでの業績を上げたセールスマン、代理店が全国にあふれました。

現在、そのような保障見直し再び起こりつつあります。昨年来の金融不安、景気後退は消費者の生活にも大きな影響を及ぼしています。生活を切り詰め、節約することで生活防衛に走る人が激増しています。そんな時、真っ先にやり玉に挙がるのが毎月、固定費として支出される生命保険です。テレビや週刊誌では保険見直しに関する記事が目白押しです。見方を変えれば今ほど生命保険に関する関心が高まっている時はありません。

インシュアランスネットサービスの中瀬敏代表の下にはそのようなお客さまからの相談が殺到しています。特に企業経営者からの通増定期保険見直し、解約に関する相談が急増しています。いかにすれば自社(あなた)の契約に切り替えられるか、そのテクニックを公開しています。「100年に一度のチャンス」に乗り遅れないで下さい。

CHAPTER

- 自己紹介～不況時には「保障見直し」の機運が高まる～
- 1-1. 急速に取締る市場にどう対応するか?～今、再び保障見直しの時代へ～
- 1-2. 今、法人市場に起こっていること～通増定期を解約するタイミングを見逃すな!～
- 2-1. 今までとは180度転換した提案を!～なぜ「保障」であるかを再確認してもらおう～
- 2-2. 経営者に個人保険を提案～個人保険の方が高い継続率～
3. 悩みを聞きだせば、突破口は開かれる!～「融資の情報」と「取引先の拡大」～
4. 営業は「マーケティング」と「セールス」～効果的なテラリアイデアを紹介～
5. 時代に合わせた話法、そして提案～トレンドをつかまえないと的外れな営業に～
6. 景気に左右されない顧客開拓～富裕層の門戸はいつも開いている～
7. 個人保険の見直しの動向～ピンチをチャンスに変える営業を!～

●注文書● (平成21年 月 日)

送信先 (株)新日本保険新聞社 (FAX 06-6225-0551)

商売繁盛DVDシリーズ No.14	こんな資産家攻略法、はじめて聞いた!	個
商売繁盛DVDシリーズ No.13	法人で終身がん保険が売れる理由。	個
商売繁盛DVDシリーズ No.12	法人契約見直しのタイミングは いまだ!	個

●会社名
●支社名
●機関名
●担当者名
●送付先 (〒)
●TEL
●FAX

■申し込み方法

下記あて、はがきかFAXでお申し込みください。

お急ぎの場合は左のFAX送信票でどうぞ!

■ホームページからのお申し込みもできます。

<http://www.shinnihon-ins.co.jp/>

■代金払い込み方法

着荷後、同封の振替用紙をご利用のうえ、お払い込みください。

■申し込み先

〒550-0004 大阪市西区鞠本町1-5-15
電話 (06)6225-0550(代表)
FAX (06)6225-0551

新日本保険新聞社