

損保トピックス

新火災保険、評価済保険を導入

損保ジャパン 11月から個人向けに発売

損保ジャパンは、個人向けの新しい火災保険「ほ～むジャパン」を開発し、11月から発売する。顧客のニーズに合わせて、補償内容の「わかりやすさ」や「見える化」「サービスの充実」を徹底的に追求している。

- ・保険の対象が建物である場合に「評価済保険」を導入（業界初）…従来では、罹災時の保険の対象の評価に基づいて、保険金を支払うため、契約時からの物価の変動などにより、契約の保険金額が全額補償されないことがあった。このような問題を解決するため、建物について「評価済保険」を導入、これにより、分損時には建物の修復費用を、全損時には建物の保険金額を、そのまま支払保険金としており、超過保険の発生の解消と一部保険による比例払のわかりにくさを解消した。
- ・事故種類を問わず「損害額=自己負担額=損害保険金」に統一…従来では、事故の種類と損害の程度によっては、損害が補償されない、受取保険金が少なくなったりすることがあったが、保険金額を限度に損害額から自己負担額を差し引いた額を支払うこと一本化することで、わかりにくさを解消した。
- ・「保険の取扱説明書一体型のわかりやすい約款」を導入（業界初）…自動車保険「O N E - S t e p」に続き、保険証券を冊子化し、補償内容や事故にあった際の手続き等の保険の取扱説明書を導入することによって、補償内容の見える化を実現、また、顧客に読んでもらえる約款を目指し、用語を平易化・明確化し、判読が困難な記載を改めた。同時に、条文数の削減、契約ごとに適用される特約のみを表示する「オンデマンド約款」とすることによって、約款の分量の大幅削減を行った。これにより、顧客が契約に関する必要かつ十分な情報のみを、確認できるようにした。

- ・「水・かぎ レスキュー隊」を導入
- ・柱、耐火基準による構造級別の大幅簡素化（6区分→3区分）
- ・割増引の削減（17→6）
- ・商品ラインナップの整理（7商品を「個人用火災総合保険」へ一本化）
- ・特約の統廃合（32→12）

立大学名誉教授 慣学者である宮脇昭横浜国は一貫して世界的な植物生の苗を植えた。「ふるさとの森づくり」寄せられていましたが、その駐車場のり面方メートルに約100本の苗を植えた。

- ・アカサ生命がアクサファイナンシャル生命と合併
- ・アカサ生命とアクサフイナンシャル生命は、9月29日付で金融厅より両社の合併に関する認可を得、10月1日付でア

いわゆる「契変プラン」という名称で大衆化されているようである。解約返戻率の低い時期が終わる直前に法人から社長個人に契約者変更する。解約返戻率が上がった年に一ヶ月分個人で保険料を支払い、直ちに解約する。ある例では、個人で契約者変更したときの法人の解約返戻金この価格で個人が契約を「買い取る」わけだが、3年間で法人は3千万円保険料を支払って解約返戻金1千万円ほど、契約者変更後100万円ほど保険料を個人で負担、その後直ちに解約すると、個人で2800万円手にすることができることとなる。

確定申告の際には、収入金額は2800万円、必要経費として控除するには法人が負担した3千円と個人で負担した100万円、合計で3100万円控除し、個人は無税である。これは今年1月、福岡地

なぜ契約者を変更するのか、その理由は？



井上 得四郎

契約者変更プラン

誰が負担しても死亡保険金を相続税でいいなどという大さつ過ぎる規定はない。亡くなった父が保険料を負担した死亡保険金はみなし相続財産であるし、子が負担した子が受け取った父の死亡保険金は一時所得であり、母が負担したものはない。母が負担したものは子が受取人であれば贈与税の課税の対象であるのだ。法人税の世界でも、解約返戻金が激増する商品などを想定していないかったに違いない。だから解約返戻金相手が時価でよかっただけある。解約返戻金が今年は1千万円で来年は2800万円など、想定できるはずはなかった。

次に、契約者変更である。逆ハーフタックスにはこの可能性があるからである。1年後か2年後か、逆ハーフタックスの教訓から改正するのは目に見えている。だから急がねばならないのである。しかしあくまで契約者変更し、解約してしまえば、とりあえず183条が使える。改正にならメリットは小さくなる。

大体、相続税の世界では、

(税理士)



JA兵庫南・JA共済連兵庫

J A 兵庫南
(喜多太見夫代
表理事組合長)、
J A 共済連兵庫
は10月4日兵庫

県加古川市の兵庫県立加古川医療センターでJ A共済「ふるさとの森づくり」植樹祭を行った。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

今回、植樹の場所に選ばれたのは11月初旬に開院予定の加古川医療センターで、同センターは三次救急の中核病院として植樹を行うことになった。

東播磨地域を力バーす

る。地域住民の健康を守るが、その駐車場のり面方メートルに約1000平方メートルに約1100本の苗を植えた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫

JA共済連兵庫

(喜多太見夫代表理事組合長)

JA共済連兵庫

は10月4日兵庫

県加古川市の兵

庫県立加古川医

療センターでJ A共済「ふるさとの森づくり」植樹祭を行った。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

いわゆる「契変プラン」という名称で大衆化されているようである。解約返戻率の低い時期が終わる直前に法人から社長個人に契約者変更する。解約返戻率が上がった年に一ヶ月分個人で保険料を支払い、直ちに解約する。ある例では、個人で契約者変更したときの法人の解約返戻金この価格で個人が契約を「買い取る」わけだが、3年間で法人は3千万円保険料を支払って解約返戻金1千万円ほど、契約者変更後100万円ほど保険料を個人で負担、その後直ちに解約すると、個人で2800万円手にすることができることとなる。

確定申告の際には、収入金額は2800万円、必要経費として控除するには法人が負担した3千円と個人で負担した3千円と個人で負担した100万円、合計で3100万円控除すると、個人で2800万円手にすることができることとなる。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

JA共済連兵庫は、地域住民の健康を守る誓として多くの期待が寄せられていた。

第539回

裁で逆ハーフタックスの判断が出た際の結論、所得税法施行令183条2項2号、他人が負担した保険料まで控除していいという「総額」規定である。こんなスキルで、活潑に売られているようである。

選ばれる保険は、短期間に解約返戻金の低払い期間が終わるものということになる。所得税法施行令18

号、ライフルホールディングスとの間で保険販売に関する業務提携についてこのままのままで続いている。

アドバンスクリエイトとライフルホールディングス

業務提携により協業戦略を展開

アドバンスクリエイトアドバンスクリエイトは、ライフルホールディングスとの間で保険販売に関する業務提携についてこのままのままで続いている。

アドバンスクリエイトアドバンスクリエイトは、ライフルホールディングスとの間で保険販売に関する業務提携についてこのままのままで続いている。

アドバンスクリエイトアドバンスクリエイトは、ライフルホールディングスとの間で保険販売に関する業務提携についてこのままのままで続いている。

アドバンスクリエイトアドバンスクリエイトは、ライフルホールディングスとの間で保険販売に関する業務提携についてこのままのままで続いている。

商品研究

No.1621

住友生命

医療特約シリーズ「救Q隊KING」 医療保険「ドクターKING」

(平成21年9月25日発売)

特長

■分かりやすさの向上

- ・特約体系を簡素化し、特約数を削減。(入院・手術の基本特約を「総合医療特約」に統合)
- ・すべての入院特約が入院1日目(日帰り入院)から入院日数に応じた保障。
- ・手術給付を公的医療保険対象手術に連動。
- ・手術給付倍率を簡明化。(「がん」入院の有無」「開頭・開胸・開腹術の有無」のみで決定)
- 給付魅力の向上
 - ・入院をした場合、入院日数に関わらず一時金を支払う。(最大10万円)
 - ・すべての入院特約ががんでの入院は日数無制限で保障。
 - ・外来手術も含めた1,000種類以上の公的医療保険対象手術を(ごく一部の手術を除き)幅広く保障。(支払対象件数が従来の特約の1.5倍※に拡大)
- ※H19「社会医療診療行為別調査」より推計。
- ・がんでの入院中に受けた手術は、がん以外の入院中に受けた手術の倍額を支払う。
- 保険料の低価格化
 - ・幅広い年齢層で、保険料は従来の特約に比べ割安。
- CSRの更なる推進
 - ・白血病などの血液難病の唯一の根治療法である「骨髄移植」については、移植を受ける患者だけでなくドナーも給付対象となる。

給付の特長

(1)入院給付

- ・入院保障充実特約(09)は、1日以上入院した場合に入院日数によらず一時金を支払う。最大10万円まで付加可能なため、入院前後の通院・検査費用、入院に伴う諸費用さらに日数比例の給付ではなくする場合の費用補填等、様々な場面で活用できる。
 - ・総合医療特約をはじめ、成人病・女性疾患・がんでの入院を上乗せ保障する4つの入院特約すべてが「入院1日目からの保障」となる。さらに「がんでの入院は日数無制限で保障」するため、進行がんなどによる長期入院もしっかりと保障できる。(がん以外の入院も180日まで保障する※)
- ※180日型の場合(360日型の場合は360日目まで保障)

(2)手術給付

- ・総合医療特約では公的医療保険対象の手術を支払対象としているため、病院で発行される領収証を見れば、自分の受けた手術が給付対象かどうかが簡単に分かる。また、外来手術も幅広くカバーすることにより、支払対象件数はこれまでの約1.5倍(※1)に拡大する。
 - ※1. 疾病医療特約(01)と入院治療重点保障特約の給付対象手術に基づき、H19「社会医療診療行為別調査」より推計
 - ・総合医療特約では「(がんでの)入院の有無」「開頭・開胸・開腹術(※2)」に該当するかどうかの2点で手術の給付倍率を決定するため、顧客自身で給付倍率を判断することができる。
- ※2. 頭部・胸部・腹部を開切して行う、脳・肺・心臓・胃・腸・肝臓などの手術

保険料例

◇「救Q隊KING」では、給付魅力の向上とともに保障の合理化などの給付見直しを行っており、幅広い年齢層で従来特約よりも概ね低価格となる。

性別	契約年齢	保険期間 払込期間	【救Q隊KING】 保険料		従来比
			【従来特約】 保険料	従来比	
男性	20歳	年15年	3,340円	3,965円	▲625
	30歳	年10年	3,810円	4,310円	▲500
	40歳	年10年	5,145円	5,555円	▲410
	50歳	年10年	8,975円	8,735円	240
	20歳	年15年	4,570円	5,030円	▲460
女性	30歳	年10年	5,455円	5,825円	▲370
	40歳	年10年	6,040円	6,385円	▲345
	50歳	年10年	8,215円	8,785円	▲570

〈設例〉

救Q隊KING		従来特約	
総合医療特約(180日型)	日額10,000円	入院治療重点保障特約	基本給付金額10,000円
		災害入院特約(01)(180日型)	日額10,000円
		疾病医療特約(01)(180日型)	日額10,000円
入院保障充実特約(09)	金額30,000円	入院保障充実特約	金額30,000円
成人病入院特約(09)(180日型)	日額5,000円	成人病医療特約(01)Ⅱ型(180日型)	日額5,000円
がん入院特約(09)	日額5,000円		
女性疾病入院特約(09)(180日型)*	日額5,000円	女性疾病医療特約(01)(180日型)*	日額5,000円

*女性のみ

※上記は保険料払込免除特約付加時の保険料を掲載。(保険期間は20歳が15年、30・40・50歳が10年)

新日本保険新聞

生保版

(第三種郵便物認可)

住友生命では、平成21年9月25日から医療特約シリーズ「救Q隊KING」および、医療保険「ドクターKING」を発売している。同社は保険金等の適時適切な支払いが保険会社の基本的な最も重要な責務であるという認識のもと、先に金融庁に提出した業務改善計画に則り、各種取組みを進めているが、その1つとして、顧客にとっての分かりやすさ、商品魅力の更なる向上という観点から、医療保障の抜本的な見直しを行う。「救Q隊KING」「ドクターKING」は、近年の医療事情をはじめとする外部環境の変化や、顧客からもらった声を踏まえて開発した商品であり、移植ドナー手術も給付対象とするなど、これまで以上に分かりやすく、かつ役に立てる商品になっている。

給付内容

(1) 総合医療特約^{※1}

給付金	支払事由	支払金額	支払限度
災害入院 給付金	ケガで1日以上入院したとき	入院給付日額 ×入院日数	1入院180日または360日 通算1,000日
疾病入院 給付金	病気で1日以上入院したとき (責任開始日から1年経過後に骨髓移植ドナーとして入院した場合も給付対象)	入院給付日額 ×入院日数	1入院180日または360日 通算1,000日 ただし、がんによる入院は 1入院・通算とも無制限
手術給付金	病気やケガで公的医療保険制度における医科診療報酬点数表において手術料の算定される手術を受けたとき ※ただし、以下の手術は支払対象外 ①創傷処理、②皮膚切開術、③デブリードマン、④抜歯手術、⑤骨・軟骨または関節の非観血的または徒手的な整復術、整復固定術および授動術 (患者として輸血料の算定される骨髓移植を受けた場合および、責任開始日から1年経過後に骨髓移植ドナーとして手術を受けた場合も給付対象)	入院給付日額 ×下表の給付倍率	

入院給付日額×下表の給付倍率

手術種類	給付倍率	
	開頭・開胸・ 左記以外の 手術	開腹術
A. がん入院中に 行った手術	40倍	20倍
I. がん以外の入 院中に行った 手術	20倍	10倍
ウ. 入院外で行っ た手術		5倍

※1. ドクターKING(医療単品)の主契約は総合医療特約と同じ給付内容。

(2) 入院保障充実特約(09)

給付金	支払事由	支払金額	支払限度
入院保障 充実給付金	ケガや病気で1日以上入院したとき (責任開始日から1年経過後に骨髓移植ドナーとして入院した場合も給付対象)	入院保障充実給付金額 ^{※2}	継続した1回の入院につき1回

※2. 同時付加する総合医療特約の入院給付日額の15倍以下かつ10万円以下の範囲内で設定。

(3) 成人病入院特約(09)

給付金	支払事由	支払金額	支払限度
成人病 入院給付金	成人病で1日以上入院したとき	成人病 入院給付日額 ×入院日数	1入院180日または360日 通算1,000日 ただし、がんによる入院は 1入院・通算とも無制限

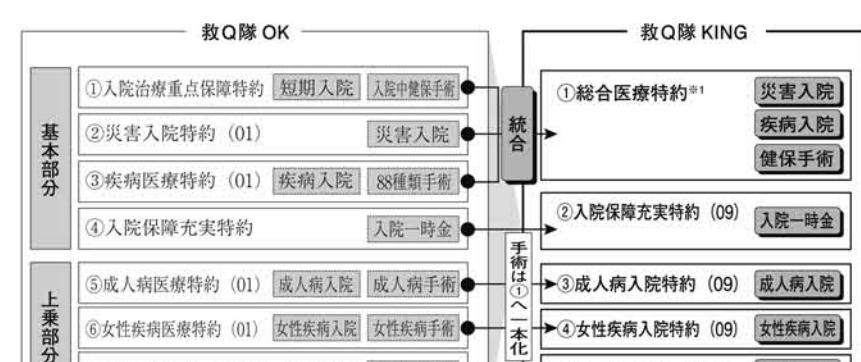
(4) 女性疾患入院特約(09)

給付金	支払事由	支払金額	支払限度
女性疾患 入院給付金	女性疾患で1日以上入院したとき	女性疾患 入院給付日額 ×入院日数	1入院180日または360日 通算1,000日 ただし、がんによる入院は 1入院・通算とも無制限

(5) がん入院特約(09)

給付金	支払事由	支払金額	支払限度
がん入院 給付金	がんで1日以上入院したとき	がん入院 給付日額 ×入院日数	1入院・通算ともに無制限

特約総合のイメージ



救Q隊KINGへの特約変更(既契約者)について

同社に加入している顧客については、既加入の医療特約を「救Q隊KING」へと見直すことができる。同社でこれまで発売しているほぼすべての医療特約が見直し可能であり、「継続20日以上の入院」が支払対象となっている特約でも、同社所定の範囲内であれば、簡単な手続きで最新の医療特約へと見直すことが可能。同社の保有契約のうち、最大約520万件(H21/8月末時点)の契約で「救Q隊KING」への特約変更が可能となる。

*同社所定の範囲を超える場合でも、告知・診査等により引受け可能となる場合がある。



「あさりのふたつ」(33%)と「まつたつ」(36%)を選びました。次に「自分の生活に必要なモノの情報源」について、約6割が「テレビ」(78.8%)、「インターネット」(50.2%)、「店舗の公式ホームページ」(47.2%)、「雑誌」(38.9%)、「友人・知人」(31.4%)、「家族」(27.9%)、「商品情報のポータルサイト」(26.7%)、「店頭表示・ポップなど」(25.2%)、「折り込み広告」(24.5%)、「ブログ・個人のホームページ」(23.7%)、「インターネットの掲示板」(22.2%)、「書籍」(22.1%)、「メールマガジン」(21.2%)、「インターネットの広告」(19.9%)、「フリーペーパー」(17.2%)、「パンフレット」(15.6%)、「店頭の店員」(14.4%)、「ラジオ」(14.0%)、「ダイレクトメール」(11.3%)、「交通広告」(11.1%)、「コミュニティサイト(SNSなど)」(10.7%)、「街頭配布のチラシ・ビラ」(4.1%)、「その他」(2.1%)、「特にない」(2.4%)、「無回答」(0.2%)」。

情報源は「テレビ」「新聞」「メールカードや店舗のHP」

浅く広く多くの知識を知りたい

自分で模索し雑学の知識を広げる

自分の生活に必要なモノの情報源

ニュースなどの情報を敏感な方がどうかについて
『敏感』「非常に敏感(81%)」
「十どもやかといえは敏感」(55.2%)と答えた人は63.3%と過半数を占めました。逆に『敏

感ではない(3.7%)』と答えた人は36.7%でした。

情報に対する態度としては、あてはまると思うもの

うと「いろいろなことを深くてもいいから広く知りたい」が最も多く、60.2%でした。以下「雑学の知識を広げるのが楽しい(45.6%)」「情報は自分で検索しながら手に入れたい(45.3%)」「商品は事前にしっかりと情報を収集してから選ぶ(37.5%)」「わからなくなったら人に聞く(36.7%)」「自分が生活に必要なモノ(衣食住・趣味のもの)について、普段どのよう

なところから情報を得ているかについて、全体の約8割の人が「テレビ」、約半数が「新聞やメーカー」や店舗の公式ホームページからであることが、マイボイスコム株式会社がこのほど「インターネット」ミュニティ「My Voice」の登録メンバー1万3976人を対象に行った「情報Webアンケート調査」からわかりました。

時代の動きを読む キーワード

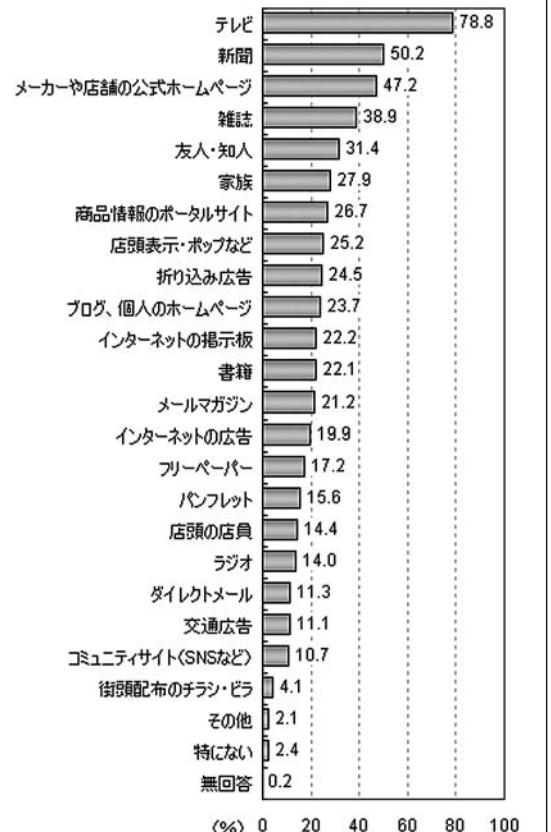
情報に敏感な人は約6割

マイボイスコム調査 情報

うと「いろいろなことを深くてもいいから広く知りたい」が最も多く、60.2%でした。以下「雑学の知識を広げるのが楽しい(45.6%)」「情報は自分で検索しながら手に入れたい(45.3%)」「商品は事前にしっかりと情報を収集してから選ぶ(37.5%)」「わからなくなったら人に聞く(36.7%)」「自分が生活に必要なモノ(衣食住・趣味のもの)について、普段どのよう

なところから情報を得ているか」について、「テレビ」が78.8%、「インターネット」(50.2%)、「店舗の公式ホームページ」(47.2%)、「雑誌」(38.9%)、「友人・知人」(31.4%)、「家族」(27.9%)、「商品情報のポータルサイト」(26.7%)、「店頭表示・ポップなど」(25.2%)、「折り込み広告」(24.5%)、「ブログ・個人のホームページ」(23.7%)、「インターネットの掲示板」(22.2%)、「書籍」(22.1%)、「メールマガジン」(21.2%)、「インターネットの広告」(19.9%)、「フリーペーパー」(17.2%)、「パンフレット」(15.6%)、「店頭の店員」(14.4%)、「ラジオ」(14.0%)、「ダイレクトメール」(11.3%)、「交通広告」(11.1%)、「コミュニティサイト(SNSなど)」(10.7%)、「街頭配布のチラシ・ビラ」(4.1%)、「その他」(2.1%)、「特にない」(2.4%)、「無回答」(0.2%)。

生活に必要なモノの情報源



買い物手に視点を置き、消費行動の法則を知る

機関経営 Q&A

内山 博之 156
(経営コンサルタント)

- ②Interest・インテレスト
- ③Desire・デザイア
- ④Memory・メモリー
- ⑤Action・アクション

朝礼におけるミニ教育の内容として、前回で「アプローチ訪問」の要領を述べました。この段階では、顧客の立場や心の動きを十分に理解し、商談を進めていく必要があるのです。
が、次のステップとしては、「話法の展開」から「クロージング」へと、契約成立における訪問要領が重要となります。この段階では、顧客の立場や心の動きを十分に理解し、商談を進めていく必要があるのです。
「アイドマの原則」とは、顧客心理の動きの基本を指導したいのですが、どのように教育すればよいのでしょうか?
A:朝礼の話題(二十八)
Q:契約成立にいたる「顧客心理の動き」の基本を指導したいのですが、どのように教育すればよいのでしょうか?
顧客の心理状況を理解し、顧客に納得してもらうステップが重要なことです。一般的に、商談を進めるための原則として「アイドマの原則」と言われていますが、これはアメリカのローランド・ホールが提唱した「消費行動のプロセスに関する法則」として広く知られています。この法則は「買いたい手に視点を置いたところが特徴」で次に頭文字を取ったものです。
顧客が商品やサービス内容に注意を引く「認知段階」、次いで興味や関心を抱き、欲求し、記憶する「感情段階」、最終的に契約行動に移る「行動段階」、この三つのプロセスは、顧客とのコミュニケーションづくりのステップなのです。
従って、顧客の心の動きに向ける「利用者のクチコミ」が一番。だから新製品に参考にする情報源(複数回答)では「メーカー」が続きます。
商品購入を決定する際に参考にする情報源(複数回答)では「メーカー」が続きます。
「商品購入を決定する際の店舗の公式ホームページ」(55.3%)、「商品情報のポータルサイト」(38.2%)、「インターネットの掲示板」(24.2%)、「店頭表示」(23.6%)、「友人・知人」(20.5%)。

得して、総合的に判断する」「良い情報と悪い情報の両方を取り扱う」「利用者のクチコミがすぐとびつかない」などの意見があげられています。だから新製品に参考にする情報源(複数回答)では「メーカー」が続きます。
商品購入を決定する際の店舗の公式ホームページ」(55.3%)、「商品情報のポータルサイト」(38.2%)、「インターネットの掲示板」(24.2%)、「店頭表示」(23.6%)、「友人・知人」(20.5%)。

意を引くために、顧客の注意を引く…話のキック-offをつくるために、顧客の注意を引くことです。自分自身の魅力、セールスポイントを

先日、セミナーで講師をしてましたが、聞き手の姿勢に大きく差があります。質問の質が違うのです。自分の営業を深く分析できていない人は、「どうすれば業績でできますか?」という答えようのない漠然とした質問になりますがちです。

一方、日々営業で壁を乗り越え続けている人は、「クロージングの確率が

セミナー参加でスキルアップ図る
まず自らの課題を認識しよう

敏 39

を聞く機会はありますか？ 私の場合、自分でセミナー講師をすることが多いため、聞き手の反応を見て、今求められている情報をつかむためにも参加します。講師としての技術を高めるために

率を高めるには何を改善すればいいですか?」と いうように、具体的な質問を投げかけてきます。せっかく時間を割いて 参加するのですから、自分の課題を認識した上で、何が何でも課題を解 めます。

セミナー参加後は「まことに書いて机の前に貼り、他人に宣言する」という実行せざるを得ない状況を作りましょう。やる気を失うを得ない状況が自分の中に現れることがあります。

なく、営業で使えるアイデアを得るためにもセミナーは有効です。

損保でアプローチも効果的

セミナーから話は変わりますが、損害保険からアプローチをご紹介したいと思います。今では1社専属の人でもほとんど損害保険の取り扱いがあると思います。生命保険のアプローチと違い、損害保険のアプローチでは「リスクが顕在化しているため、生命保険よりも

保険・PL保険です。個々の損害保険の商について、自学自習で頂きたいと思いますが、今事故が起きるかもしれない（確率が高いと思われる）リスクに関しては例外はあるかもませんが、誰しも備が必要と思うに違いありません。

担保でアフローチも効果的

損害保険は、あくまでもアプローチの切り口として利用します。事故処理の体制が整っていないのに、損害保険の保有が増えすぎると、生命保険をすすめる時間が減ってしまうことすらあります。この人は、あえて月に100件の損害保険の訪問による更新をこなしながら、生命保険を契約し、年間保険料4000万以上になるのですから、すごいとしか言いようがありません。

保険契約までに3回の訪問が当たり前?

講師の教え

「これは偶然なのでしょうか…恐い…違うでしょう。前回同様、やはり誰かが…そう教えていたのだと思います。その誰かは分かりません。保険会社なのか、生輩なのか、何かのテキストなのか、同業者なのかな…確かに前職の頃の私なら『…じ質問をされた場合』あいと『3回』…答えていたと思います。理由は簡単です。そう教えられたからです。」

ときのことです。聴講者は保険代理店、某保険会社の社員、その保険会社の直営社員の方々でした。セミナーの途中でさくら 匠がその方々に向かって「皆さん。保険契約をするまでにだいたい何回ぐらいお客様のところに訪問しますか?」と聞きました。するとほとんどすべての皆様が「3回」と答えられました。過去に何回さくら 匠のセミナーと同じ質問をしたことがあるのですが、ほとんど皆様「3回」と答えられます。多い方では「5回」という方もいらっしゃいました。反対に「1回」「2回」という方はほとんどいなかったのです。

しかし「1回」「2回」の訪問でしてはいけないのでしょうか？普 考えたらいけないわけはありませんが、しかし実際には皆さん1～2回で契約しております。やはり3回以上訪問する場合、どうも問題があるのです。

お客様は保険を欲している

師匠く「申込書を持っていづ」

☆新日本保険新聞社 新商品のご案内☆

パワーポイント・スライドによる保障提案ツール

らくちんコンサルティング ＝パワーポイント・スライドCD-ROM＝

第4集
発売！

(販売元:(株)F A P)

修正・追加・編集等、カスタマイズが自由自在！
修正や編集ができるようパワーポイントの標準ファイル形式でお届けします。
使いやすいうように変更ができます。自分で作るより改修の方が早い。時は金なり！

生命保険：医療保険提案の決定打！

第4集 『ライフプラン編』

[収録内容]

スライド① 我が家のライフプラン (スライド枚数60ページ)

勤労者世帯を対象としたライフプランについてのスライドです。家計の収支や教育費、住宅の平均価格など最新の統計データを豊富に取り入れ、ライフプランを語るには必須のツールです。

スライド② 住宅ローンを理解しよう (スライド枚数15ページ)

「元利均等返済と元金均等返済では」「フラット35とは」「住宅購入時の諸費用はどれくらい？」など住宅ローンの基本的な知識や、平成21年度からの住宅ローン減税について解説しています。

スライド③ 遺族年金を理解しよう (スライド枚数24ページ)

万が一のとき、頼りになるのは何といつても遺族年金です。本スライドではこんなときはどんな遺族年金が受け取れるのか、8種類のケーススタディーごとに解説しています。

スライド④ 誰でもできる家計の節約術 (スライド枚数16ページ)

収入が伸び悩む中、家計の節約は庶民の大きな関心事です。本スライドではいくつかの節約方法について解説していますが、ご自分でページを作成してオリジナルスライドを作ってみてはいかが？

4つの販促 パワーポイント・スライドを 1枚のCD-ROMに収録！

《スライドの内容と操作方法》

画面の緑色のボタンをクリックすると該当のページにジャンプして必要なページを見ることができます。

赤色のボタンをクリックすると本編で説明しきれない詳細な内容について別スライドへジャンプすることができます。見終わったらまたこの画面に戻ります。



新発売記念特別価格

9,450円(税込・送料実費)

(定価 12,600円)

パワーポイントをお持ちでない方は、Microsoftのホームページよりビューウェーブをダウンロード(無料)すれば閲覧することができますが、編集・加工にはパワーポイントのソフトウェアが必要です。

●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)

らくちんコンサルティング 第4集 ライフプラン編

■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)
F A X (06)6225-0551

新日本保険新聞社

ネットで学べる通信講座

学天

教育研修・人事・社員福利厚生ご担当者様へ

eラーニング「学習天国」で研修コスト削減!!

趣味・教養から資格取得まで
動画やドリルで学べる！

学びたい放題楽しく学べて

月々980円

(税込価格)
別途、インターネット利用に伴う
費用が必要となります。

親子で学習
ラーニングで
確実に！

家族全員で
楽しめる
講座、教材も
いっぱい。

講座数は 250種類以上!
すべて学べる!!

あらゆるジャンルから豊富に取り揃えた、
充実の教材ラインナップ

幼児用講座 外国語 美容・健康・スポーツ
小学生の学習 資格取得 よろず検定
中学生の学習 ビジネススキル 雑学・脳トレクイズ
高校生の学習 IT・インターネット パズル・ゲーム
専門学習 株式・マナー

企業様でご加入
いたただければ
さらにプラスで

社員・幹部の仕事力を
アップする講座

社員の家族・親子で
楽しめる講座

社員のITスキルをさらに
向上させる講座

今すぐアクセス! <http://www.gakuten.com/>

学天(がくてん)サポートセンター

お問い合わせ

0120-888482

受付時間
平日10:00~17:00(土日祝除く)
Eメールの場合 info@gakuten.com



KOSAIDO 株式会社 廣済堂

<http://www.kosaido.co.jp/> 〒108-8378 東京都港区芝4-6-12