

はじめに コロナ禍でも法人保険が売れるわけ

今、世界中が新型コロナウイルスに翻弄されています。

生命保険業界においては、2019年2月のバレンタインショックから立ち直る間もなく、ウィズコロナ時代に突入しました。

お客さまと会えないことを理由に、動きが止まってしまっている保険営業パーソンもいることでしょう。オンラインでセミナーや相談会をするにしても、お客さまのベネフィットに訴えかけるキーワードが入っていないとインターネットの情報に埋もれ、お客さまはそこにたどり着けません。

そのキーワードとは、いったい何でしょう？

日本経済は中小企業によって支えられています（第1章21ページ参照）。コロナ禍であらうとなかろうと、中小企業のオーナー社長が抱えている潜在的な悩みや痛みは、昔から少しも変わっていません。

社長の責任は、事業継続。

社長の関心事は、お金。

お金がなければ、黒字でも倒産します。

事業継続が不可能だと、会社は倒産、従業員は解雇、取引先にも迷惑がかかるし、社長個人は家屋敷を失うかもしれない。どんな経営環境であっても、会社や社長個人にお金があれば、事業を継続することができます。

オーナー社長には社内に味方はいません。社長がお金のプロだと思っている顧問税理士や銀行マンは、会社の決算書は見ても、社長個人のライフプランに興味はありません。

私はそんなオーナー社長に寄り添い、会社と社長が一体であるという視点からアプローチし、社長の手取りを増やすことに貢献して信頼を勝ち得てきました。コロナ禍においても、法人と社長個人の保険をダブルでご契約いただいています。ウィズコロナ時代だからといって私はやり方を変えていませんし、社長の悩みも変わっていません。

昔から「可処分所得を増やす」セミナーを行うと、かなりの集客がありました。今は単に節税だけでなく、手元資金の確保、お金を残しておきたいというニーズが優先順位の上位なので、より話を聞いてもらえる環境となっています。

生命保険は圧倒的な問題解決のツールです。

社会情勢が変わったとしても、適正な生命保険を必要としているオーナー社長は必ずいます。生命保険こそ、会社と社長と社長ファミリーを守る最強の金融商品だと、私は確信しています。

この本を手にとってくださった保険営業パーソンのあなたに、私は言いたい。

「法人マーケットから去るな！」

今、法人保険マーケットはチャンスです。
あなたを待っているオーナー社長がいます。

節税保険が売れないから法人保険は終わった……そんなことは、絶対ありません。

本書では、オーナー社長とはどのような存在なのかを詳しく解説し、社長に寄り添う考え方や、私が考案した「会社と社長の手取りを増やす手法55連発」の中から、すぐにも活用できる「有事平時に役立つ大田式6連発」をご紹介します。

中小企業のオーナー社長の元氣（*）は、日本の元氣です。

ぜひ、生命保険活用でオーナー社長の悩みを解決し、日本の元氣に一役買っていたいただきたい。

あなたの法人保険販売が、社長や社長ファミリー、従業員、取引先、そしてあなた自身……すべての人に幸せをもたらすことを、切に願っています。

2020年9月 大田 勉

*元氣……八方にエネルギーが広がるという意味で氣を使用。

もくじ

はじめに	2
コロナ禍でも法人保険が売れるわけ	2

第1章 法人保険に真のチャンス到来！	13
--------------------	----

1 有事平時に強い法人保険	14
---------------	----

■有事にこそ、行動を！	14
-------------	----

■全国のオーナー社長とZoom面談	17
-------------------	----

■法人保険一つでMDRTに	20
---------------	----

2 オーナー社長は会社と一体	24
----------------	----

■オーナー社長は超ハイリスク請負業	24
-------------------	----

■社長の悩みは今も昔も変わらない	26
------------------	----

■自慢する社長にひと言	28
-------------	----

■社長は孤独	31
--------	----

■ 社長は短気	32
3 社長が前のめりになるアプローチ法	36
■ 見込み客の開拓.....と、その前に	36
■ 法人保険の顧客開拓	39
■ オーナー社長の関心事	42
■ 経営コンサルタントとして振舞う	44
■ まずは社長の可処分所得を増やす提案	48
第2章 オーナー社長のマネーブレインになろう	51
1 オーナー社長に寄り添うスタンス	52
■ 日本はお金を貯めにくい国	52
■ 事業継続のための4つの財布	56
■ 社長の連帯保証債務	57
■ 役員借入金は相続税の対象	59

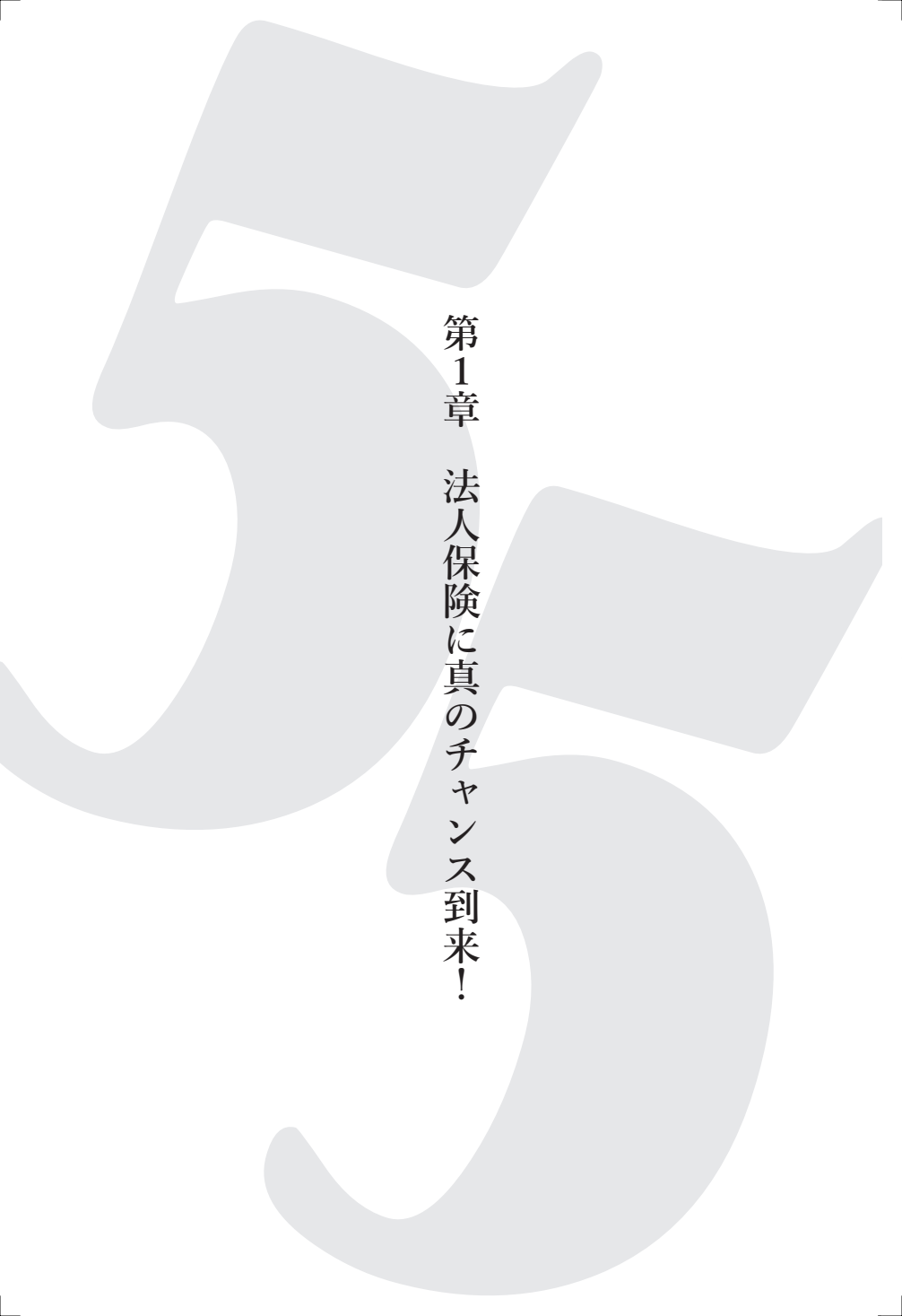
2	■社長のニーズ・・・・・・・・・・・・・・・・・・	62
	■社長のライフプラン上での7大資金・・・・・・・・	64
2	オーナー社長の悩み解決を導く考え方・・・・・・・・	67
	■今後、増える税と減る税・・・・・・・・	67
	■売上・経費・利益・税金の関係・・・・・・・・	70
	■節税保険から現金と利益を生み出す・・・・・・・・	72
	■節税保険解体後の保障・・・・・・・・	77
	■大田式「13の黄金律」・・・・・・・・	80
	■社長の資産3分法・・・・・・・・	85
	■生命保険の特長・・・・・・・・	89
3	会社と社長個人の保険すべての最適化・・・・・・・・	94
	■全体最適と部分最適・・・・・・・・	94
	■全体最適において社長が行うこと・・・・・・・・	98
	■決算書・保険証券を見せてもらう・・・・・・・・	100

■会社と社長が一体の保険提案	102
■有事だからこそリスクマネジメント	104
■餅は餅屋に（プロを味方につける）	106
第3章 有事平時に役立つ大田式6連発	109
1 役員報酬を調整して手取り収入を増やす方法とは？	114
■低い税と控除	114
■決算が終わった期首に対策	115
■役員報酬を下げて退職金でもらう	119
■社内規程を整える	122
■経費算入でき、限界税率の低いものを使う	124
2 全額損金化して同額（100%）会社に残す方法とは？	127
■取引先の倒産に備えながら含み資産を作る経営セーフティ共済	127
■経営セーフティ共済から生命保険へのアプローチ	130

■ 生命保険活用との共通点	132
3 社長が自己破産しても取られない資金を確保する方法とは？	135
■ 守る財布、小規模企業共済	135
4 非課税メリットを最大限享受する方法とは？	138
■ それぞれの非課税枠	139
■ 税金のかからない財産を作ろう	140
■ 相続税を生命保険で準備	141
5 社長50歳が1億円の終身保険に個人加入するのと比べ、 資金効率が1億円以上違ってくる方法とは？	144
■ 生命保険は会社で払って社長にプレゼント	145
■ 低い評価額で名義変更（保険証券の現物支給）	146
■ 資金効率の比較	148
6 会社のお金で一生涯のがん保険を準備する方法とは？	152
■ 評価額0円で名義変更	152

第4章	55連発誕生秘話	155
1	生命保険との出会い	156
	■「人が好き」が原動力	156
	■コントリビューションⅡコミッション	159
	■最後のラブレター「保険」に感動	162
2	恐怖のメンタルブロック	164
	■思いつきり勘違いの営業スタイル	164
	■落ちていく紹介のスパイラル	166
	■通帳の残高は5千円に！	170
	■タイムマネージメントの力	172
3	保険をNGワードにして活動	174
	■経営コンサルタントとタググを組む	174
	■生命保険という言葉を使わない訓練	176

■いきなりMDRT入りを獲得！	180
■時間との勝負	182
■セミナー営業	184
■生命保険の枠にとらわれない	188
4 55連発で日本を元氣に！	192
■ハイリスク請負業の社長に寄り添う	192
■親父のような存在、井上得四郎先生との出会い	195
■再現性があるとは、誰にでもできるということ	198
■保険営業パーソンの先にいるオーナー社長に届け！	200
■オーナー社長の元氣こそ、日本の活力	203
あとがき 生命保険を愛するところ	206



第1章 法人保険に真のチャンス到来！

1 有事平時に強い法人保険

法人マーケットには、必要となれば高額な保険料を払い続けられるお客さまがいます。それは日本経済を支えている中小企業のオーナー社長です。

有事でも平時でも、オーナー社長の悩みを解決できる法人保険は、多くの社長に必要とされています。

■有事にこそ、行動を！

これまで私は、数多くのオーナー社長に出会ってきました。自ら会社を所有し、社長として経営に携わっている人たちです。

オーナー社長とひと口に言っても、個人事業主と大差ない社長から売上が数百億円という企業の社長まで、業種も規模もさまざまですが、社長の多くが自分と会社を一体と

みなしています。

会社を発展させ続けるために、考え、行動する。

大きく成長させることができれば資産家となり、逆に事業に失敗すると社長個人のお金を持ち出しても会社を立て直さなければいけないのが、オーナー社長です。

私は、そんなドラマチックな人生を生きるオーナー社長に魅力を感じています。オーナー社長に寄り添い、法人保険を活用して、会社の財務体質を強化し、社長の手取りを増やし、ひいては会社の売上アップや成長に寄与することをモットーに活動してきました。

今、オーナー社長にとって有事です。

予想予測のつかない時代の幕開けです。

いったい、誰がこのような事態を想像したでしょう。

2019年12月、中国の武漢市で最初の症例が確認されて以降、新型コロナウイルス

の世界的な感染拡大が続き、日本国内でも2020年4月に史上初の緊急事態宣言が発令されました。

不要不急の外出は自粛、学校も休み、仕事は在宅ワーク……国内の生産や消費の低迷で、経済が大打撃を受けています。

日本政府は事業規模約117兆円の大規模経済対策を打ち出しましたが、新たな借金をしても返済できる見込みがなければ、事業継続はできません。

今後、廃業や倒産に追い込まれる会社の増加が懸念されます。

日本だけではありません。

世界は今、未曾有の危機に立たされています。

新型コロナウイルスのまん延によって経済活動が凍り付き、1929年に始まった世界大恐慌以来、最悪な「コロナ大恐慌」が起こる可能性があります。一時ウイルスを封じ込め収束に向かったとしても、第二波、第三波にも備えなければなりません。

社会の大部分が停滞しました。しかし人が生きていくうえで、これを長期に持続させることは不可能です。

コロナが収束したら……アフター・コロナでは遅すぎます。
ウィズ・コロナ……コロナ禍において対策を講じなければなりません。
この緊急時に、オーナー社長にどう寄り添えるのか。
今、私たち保険営業パーソンが行動を起こすときなのです。

■全国のオーナー社長とZoom面談

有事の取組みとして、みなさんは何をされていますか？

もう取り入れた人も多いと思いますが、Zoomはいいですよ。

Zoomはパソコンやスマートフォンを使い、オンラインでセミナーや会議を行うために開発されたアプリで、世界中どこからでも参加でき、非接触で情報提供、情報交換ができます。

私は、新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言が発令されたとき、いち早くZoomを取り入れました。

Zoomでオンラインセミナーを開催し、個別相談もZoomで行います。午前中は札幌の社長、午後は鹿児島県の社長、夕方は兵庫県の社長……どんなに離れていても、Zoomなら顔を見ながら話せます。互いに自宅でというケースもあるので、時間も朝7時や夜10時とまちまちで、社長の奥さま（専務）が飛び入り参加されることも。

オンライン面談で大切なことは、自分がどのようなフィナンシャルプランナーなのかを明確に示すことです。

何が得意分野なのか。

どんな問題解決ができるのか。

これを明確化しなければ、面談相手は何をあなたに相談すればいいのかが、わかりません。

面談目的はただ一つ。

相手に保険契約をしてもらうことです。

保険を売るために、保険で問題解決ができることをアピールします。このとき保険という言葉を使つてはいけません。問題解決する手段が、たまたま生命保険であるというスタンスで行うといいでしょう。

私のテーマは『会社と社長にお金を残す55連発』です。

会社と社長にお金を残す55の手法があるので、その中から面談相手の問題解決にあつた手法を提案します。

もちろん、その手法は生命保険活用であることは言うまでもありません。

オーナー社長はお金の相談相手を探しています。

ファイナンシャルプランナーとは、お金のプロです。どの分野でどんな問題解決ができるのが明確になれば、面談件数も増えてきます。

あなたのファイナンシャルプランナー個性を、しっかりと確立しておきましょう。

今、世界中が混乱しています。

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、政府がさまざまな緊急経済施策を打ち出しています。

いろいろな情報やニュースが流れていますが、一喜一憂しないでください。決まった事実があれば、それをすばやくキャッチして情報発信していく。

それが、私たちファイナンシャルプランナーの役目だと思います。

■法人保険一つでMDRTに

私の法人保険販売のきっかけは、経営コンサルタントとタッグを組んだことです。

経営コンサルタントと一緒に顧客へ行き、オーナー社長の問題解決に役立つ提案をすると、いきなり4千万円の保険契約が取れました。

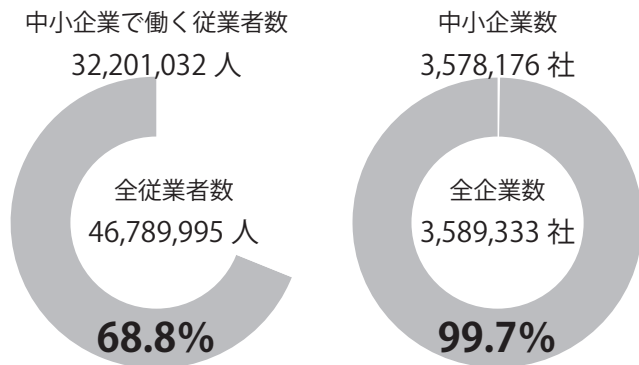
1件で、MDRTですよ。

これが、法人保険の醍醐味です。

日本経済は、中小零細企業が支えていると言っても過言ではありません。中小企業は、日本の全企業数のうち99・7パーセントを占め、雇用の約7割を占めています。(図①参照)

中小企業には、私たちの生活に密着したサービス提供を行う会社もあれば、高い技術力を持ち世界で活躍する会社や、地域の伝統や特性を活用し文化の担い手となっている会社などが存在します。

日本を、地域を、より元氣にする。その原動力となるのは、日本経済を支える中小企業に他なりません。その中小企業の多くは、オー



図① 日本における中小企業の割合 (2016年6月時点)
「平成28年 経済センサスー活動調査」(総務省・経済産業省)より

ナー社長が経営しています。

会社と社長が一体であるオーナー社長は、自分の生き方を会社で体现しています。事業を継続し会社を発展させることに、全力を尽くしているのです。

そのオーナー社長の悩みを、あなたが解決できるのなら、社長のひと言で保険契約は決定します。

「こんなこと誰も教えてくれなかったよ、ありがとう」

法人保険契約が取れて、感謝までされる。

コントリビューションコミッション

お客さまへの貢献度が高いと、高い報酬が得られる。

保険業界ではよく耳にする言葉ですが、私は実感しています。

法人マーケットには、高い保険料を払い続けられるお客さまがいます。それは経営者やドクターや資産家たちです。

ビジネスは価値と価値の交換です。

問題解決Ⅱ高額保険料

問題解決できるのなら、納得して高額な法人保険に加入する。

オーナー社長の悩みは、有事でも平時でも変わりません（26ページ参照）。社長に寄り添い、痛みを共有し、問題を解決する手段として保険を活用する。法人保険は、それができるツールです。

オーナー社長は、納得しさえすれば高額な保険料を支払ってくれる顧客です。ここに法人保険販売の魅力があります。

そしてオーナー社長がいるかぎり、有事にも平時にも必要とされるのが法人保険なのです。

2 オーナー社長は会社と一体

法人保険販売の成功の秘訣は、オーナー社長との心理戦に強くなることです。そのためには相手が知ることが重要です。社長とは、世間の荒波にもまれ会社を存続させてきた人物で、ひと筋縄ではいきません。

会社と一体であるオーナー社長は、どのような存在なのかをみていきましょう。

■オーナー社長は超ハイリスク請負業

法人保険は誰が買うのでしょうか。

会社ですね。会社が保険料を支払い、法人保険に加入します。

しかし会社には意思はありませんから、契約をするかしないかの決定は、経営者であるオーナー社長にゆだねられています。中小企業においてオーナー社長とは、会社におけ

る意思決定を行う人物だと言えるでしょう。

では、社員と社長はどのような違いがあるのでしょうか。

社員は、給料を受け取り働く人。

社長は、会社組織の頂点にいる人。

このようなイメージでしょうか。

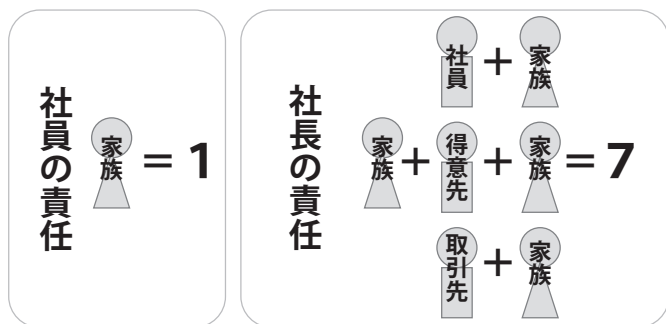
社員は働いて給料を受け取る権利があり、給料支払いは会社の義務だと労働基準法第24条で定められています。どんなに経営不振であろうとも、会社は社員に給料を払わなければなりません。

一方、経営悪化で会社にお金がないと、社長は給料をもらえないばかりか、家屋敷を売却してまで会社を立て直さなければなりません。

社長は会社経営に、自分の資産や人生を賭けています。

社員は月末に給料が入ることを疑いません。

社員と社長では、責任の重さが違います。



図② オーナー社長は社員の7倍、責任が重い！

社員の責任を1とすると、社員1に対し社長は7倍以上の責任があることになります。

社員が増えれば増えるほど、得意先や取引先が増えれば増えるほど、責任は重くのしかかってきます。

社長は、超ハイリスク請負業だと言えるでしょう。

■社長の悩みは今も昔も変わらない

オーナー社長の責任は「事業を継続すること」です。事業継続ができないと、会社は倒産、社員は解雇、得意先にも取引先にも迷惑をかけてしまいます。特に外部に支払うための現金がなければ、会社は倒産します。黒字でも倒産するケースがあります。

事業継続に必要なものは、お金です。

お金があれば事業が続けられ、社員や得意先、取引先を守ることができるのです。

お金は社会貢献のツールであり、オーナー社長が戦うため、そして守るための鎧です。

会社を大きくすることに尽力し、会社が大きくなった。しかし、そのために悩むこともあります。

相続、事業承継です。

自分が創業した会社でも、親から受け継いだ会社でも、代々続いてきた会社でも、後継者に引き継いでもらいたいと願うのは、経営者としては当然のことだと思えます。自分の子どもが後継者になってくれれば、これ以上の喜びはないでしょう。

しかし後継者へ承継するときに、自社の株式や不動産に対して多額の税金が課せられると、会社の運営がスムーズに進まなくなります。

会社を大きくしたがゆえの、悩みです。

社長の高齢化が進んでいます。