

新日本保険新聞

生保版

第1～4月曜日発行
発行所 新日本保険新聞社
大阪市西区堀本町1丁目5-15
(郵便番号550-0004)
電話 (06) 6225-0550 (代表)
FAX (06) 6225-0551 (専用)
購読料 1か月2420円
(消費税、送料込み)
©新日本保険新聞社 2025

78th Anniversary since 1947

創業昭和22年
保険・共済業界と
共に歩んで78年

明治安田生命、生成AIで顧客体験と業務効率化を追求

「FIN/SUM2025」パネルディスカッションより

■営業現場で得た情報の整理をAIがサポート
明治安田生命の寺崎亮／IT・デジタル戦略部 デジタル戦略推進グループマネージャーは、同社における生成AI活用の現状と今後の展望について語った。

同社は、「人とデジタルの効果的な融合」を目指し、お客様体験と従業員体験の双方を向上させるためDX戦略に取り組んでおり、その一環として生成AIの活用を推進している。例えば「コミュニケーションセンターで電話を受けた対応内容のデータを要約し、オペレーターの作業負担軽減のために対応メモを作成するといった試みを進めてきた。AI活用全般について、2023年以前は個別業務におけるPOC（概念実証）が中心であったが、2024年以降は中核ビジネスへの本格

保険分野における最新テクノロジー活用の可能性を議論

3月上旬に開かれた官民共同イベント「FIN/SUM2025」では、保険分野における最新テクノロジー活用の可能性に焦点が当てられた。「保険業界における生成AI活用の現状とAI Agentによる今後の展望」と題するパネルディスカッションでは、明治安田生命保険、MS&ADインシュアランスグループホールディングスの各担当者が、AIを使った業務高度化について、取組みと今後の展望を語った。

■具体的な取組みとして、全従業員向けに、各業務の効率化・高度化をAIの力でサポートする「デジタル秘書」の開発を進めている。デジタル秘書の基盤として、多様な生成AIモデルを利用できる「AIプラットフォーム」の構築にも取り組む。また、テクノロジーの活用を前提として既存の業務プロセスを抜本的に見直しいくBPR（ビジネスプロセス・リエンジニアリング）にも注力している。

このうちデジタル秘書については、すでに営業職員向けの「デジタル秘書MYパレット」から順次展開している。営業職員による対面の対応情報のデータを音声入力で簡単に登録できる。寺崎氏は「今後はその情報を活用した情報提供やパーソナライズ体験に繋げていきたい」と説明。「営業職員がお客様と肩を並べてパーソナリティの高い営業していくために、デジタルを活用していく」と述べた。また、生成AI導入における課題として、ビジネス人材の不足とハルシネーションへの懸念を指摘し、コンサルティング会社との連携による人材育成、段階的な導入による利用促進、データ活用による精度向上などの対策を検討していることを説明した。

■MS&ADも生成AIで業務効率化とイノベーションを加速
MS&ADインシュアランスグループホールディングスの近田伸矢（デジタルイノベーション部 主席スペシャリスト）は、同社における生成AIの具体的な活用事例として、マイクログソフト社が提供するAI機能を利用した「AIリボン」を紹介した。AIリボンは、表計算ソフトにおける数式入力やデータ分析の効率化、プレゼン資料作成におけるスライドの自動生成、文書作成ソフトにおける翻訳機能の向上な

ナライズ体験に繋げていきたい」と説明。「営業職員がお客様と肩を並べてパーソナリティの高い営業していくために、デジタルを活用していく」と述べた。また、生成AI導入における課題として、ビジネス人材の不足とハルシネーションへの懸念を指摘し、コンサルティング会社との連携による人材育成、段階的な導入による利用促進、データ活用による精度向上などの対策を検討していることを説明した。



日本生命

日本生命は、このほど、Nakano Gross（未来医療国際拠点）「中之島クロス」内に、イノベーションキャンパス（仮称）Life Science Inno

中之島クロスにイノベーションキャンパス設立

ライフサイエンス分野に関わる関係者の交流拠点に

日本生命は、このほど、Nakano Gross（未来医療国際拠点）「中之島クロス」内に、イノベーションキャンパス（仮称）Life Science Inno Campus operated by Nippon Life and CIC）を設立する（2026年春開業予定）。また、その運営において、世界的なイノベーション拠点を手がけるCIC Japan



先日、看護師をしている友人と食事に向かう途中で、新入社員さんたちのグループを見かけた時に、自身の新人の頃を思い出しながら、先輩看護師から厳しく指導を受けた思い出を語ってくれました。

患者さんの中には、フレンドリーな方もいるけれど、自分の体調の悪さや今後の病状への不安を抱えており、ちょっとした言葉で病気に対する不安が大きくなることもあるので、言葉に気を付けなければならぬというのでした。

例えば「大丈夫でしょうか？」

話し方一つで信頼感も変わる

年頃のコロナ禍では、医療従事者のほとんどが時間的に余裕もなく、心身共に疲れ果てていた。ですが、彼女はどうもに苦しくて疲れている状況であって、患者さんやそのご家族と接する際には、決して素っ気ない対応だけはしてはいけないという。近田氏は「多くのツールを構築する中で、『この課題のときはこの』という活用をさらに根付かせる必要がある」と話している。

「AIツールを開発するだけでなく、社員のAI活用を促進している」とい

完成イメージ：コンシェルジュスペース



せる動きをしていきたい」と力をこめた。

■AIは保険業界でさらに身近な存在に
モテレーターを務めた日本マイクログソフトの保険・地域金融本部長、長町浩史氏は、生成AIの近年の急速な進化について解説した。

長町氏は、2022年後半に登場した生成AI「ChatGPT」に代表される大規模言語モデル（LLM）によって、2023年にテキスト生成AIが急速に普及したと説明。これにより、AIが人間と自然な対話を行うことが可能になり、ビジネスや日常生活におけるAIの活用が一気に加速したと指摘した。25年以降には、一人一人のニーズに対応し、自律的に作業を肩代わりしてくれる「AIエージェント」が一般化し、誰もが当たり前のようにAIを活用する世界が到来するとの見通しを示した。

長町氏は、生成AIの進化が保険業界にも大きな影響を与えると予測。クロールにみると、保険金請求、保険引受、コンタクトセンター／カスタマーサービス、不正検出／保険数理計算といった領域での活用が増えていると説明。将来的には国内においても、AIエージェントが保険商品の開発や提供、カスタマイズまで行うようになる可能性を示唆した。

差額ベッドⅡ個室ではありません

4月1日、新年度予算が参議院で再修正されたうえ、衆議院に戻されて本会議で同意を得て成立しました。ここですったもんだしたのも「高額療養費」制度を巡り、政府の対応が一転、二転、結局、現行通りのまま、見直し(負担増)はないという形に落ち着いたからです。

昨年末から3か月以上にわたり、様々な立場の人がこの問題に言及、新聞やテレビでも大きく取り上げられました。「高額療養費」制度について知らなかった人も、この3か月でそれなりに知識、情報を得たのではないのでしょうか。入院した際にいくらかの医療費がかかるのか、これを機に関心を持った人も多いと思われる。

入院に際し患者さんにとって大きな負担になるもののひとつに「差額ベッド料」があります。「差額ベッドⅡ個室」と誤解している人がけっこう多いのですが、ここに大きな誤りがあります。病室数が4床以下、病室の面積が一人当たり6.4㎡以上、ベッドごとにプライバシーを確保し小机、いす

などを設置、このような条件をクリアしていれば、3人部屋、4人部屋でも差額ベッド料を徴収してもよいことになっています。そしてその料金は医療機関が自由に設定できるのです。

差額ベッドの設置限度については厚労省の通知によって定められています。民間病院では全病床数の50%、国立病院は20%、地方公共団体の病院は30%となっています。300床の民間病院では150床までは差額ベッドを設けることができるわけです。診療報酬は厚労省が細かく定めており医療機関の自由裁量でどうすることもできません。病院経営は厳しい状況下にあります。自由に価格が設定できる差額ベッド収入は医療機関にとって病院経営の一つの柱になっているのです。

大部屋は満室だが差額ベッドは空いている、という状況がよく見られますがこのような事情があるからです。「とりあえず差額ベッドに入り、空きが出たら大部屋に移る」、現実によく見られる運用方法となっています。(一)

都道府県民共済

「死亡保障1型特約」の提供を開始
月々1000円で一律400万円の
死亡保障を上乗せ確保

全国生協連では、4月1日から都道府県民共済グループとして初となる死亡保障を手厚とする「死亡保障1型特約」の提供を開始した。近年の物価高騰などで家計の負担が増す中、死亡時の経済的リスクの備えは後回しになりがちであり、万が一の際に残された家族の負担も深刻

の事態に直面した際、残された家族の生活継続に手厚い支えを提供できない場合があった。貯蓄はある程度の金額をためるには相当な時間を要するが、保障は加入していれば万一のときは約束された金額が即座に支払われる。3. 基本コースと自由な組合せが可能
この死亡保障特約は一人ひとりのライフステージや家族構成に合わせた柔軟な保障設計を可能とするものである。3. 基本コースと自由な組合せが可能
この死亡保障特約は一人ひとりのライフステージや家族構成に合わせた柔軟な保障設計を可能とするものである。

保険販売ビジネスにおける 協業に向け業務提携

ソニー生命&三井住友カード

ソニー生命、三井住友カードは、このほど保険代理店を通じた保険販売ビジネスにおける協業に向け、業務提携するとともに、両社は乗合保険代理店Nexsolへ出資することになった。近年、顧客志向の変化により、生命保険業界に求められる販売チャネルの多様化が進んでおり、生命

ベストモチベーション カンパニアアワード開催

企業のモチベーションを高めるイベントで、マネジメント事業などを展開する株式会社リンクアンドモチベーション(東京都中央区、小笹芳史会長)は3月12日、ベストモチベーションカンパニアアワード2025を都内で開催した。同アワードは企業と従業員の相互理解・相恵相愛度合いを偏重価値化したエンゲイ

リンクアンドモチベーション
ベストモチベーションカンパニアアワード開催
企業のモチベーションを高めるイベントで、マネジメント事業などを展開する株式会社リンクアンドモチベーション(東京都中央区、小笹芳史会長)は3月12日、ベストモチベーションカンパニアアワード2025を都内で開催した。同アワードは企業と従業員の相互理解・相恵相愛度合いを偏重価値化したエンゲイ

損保トピックス

三井住友海上とあいおいニッセイ同和損保の 合併に向けた対応を発表

MS&ADホールディングス

2027年4月をめどに合併

MS&ADホールディングスは、2025年3月28日開催の取締役会において、同社グループにおける中核的な損害保険会社である三井住友海上とあいおいニッセイ同和損保について、2027年4月をめどに合併するため、今後、具体的な検討・対応準備を進めることを決定した。

同社グループは「世界トップ水準の保険・金融グループの創造」をビジョンとして掲げている。

これを実現し、レジリエントでサステナブルな経済・社会の発展を支えるため、三井住友海上とあいおいニッセイ同和損保を合併させ、より強固な国内損害保険事業体制を構築すべく検討・対応準備を進めていく。また、保険料調整行為や情報漏洩等の諸問題を受け、法令等順守態勢を強化する。

同社は株主総会における承認を条件として監査等委員会設置会社へ移行し、あわせて取締役の過半数を社外取締役とすることを予定しており、取締役会の監督・牽制機能を一層強化して事業会社の内部統制システムを適切にモニタリングする。(持続的成長と企業価値向上を追い続ける世界トップ水準の保険・金融グループを創造する)

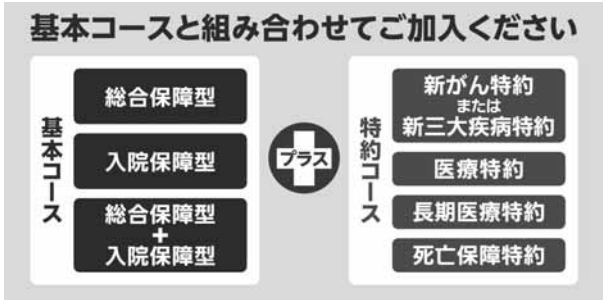
この合併によって、国内損害保険事業における市場シェアNo.1のポジションを有する損害保険会社が誕生する。

同社グループは、国内損害保険事業において、三井住友海上とあいおいニッセイ同和損保の持つ強みを融合させることで、顧客への提供価値を一層高め、顧客からの信頼と期待に応えていくための取組みを強化し、トップラインの規模に見合った利益を安定的に確保していく。蓄積した資本を海外事業、国内生命保険事業、デジタル・リスク関連サービス事業等の成長領域に投入して、顧客にベストの商品・サービスを提供できる体制を構築することを目指す。

合併にあたって、三井住友海上とあいおいニッセイ同和損保のそれぞれの強みを維持・結集し、さらに拡大するために強力に取組みを進めるとともに、システム統合を含めた経営効率の改善を図り、人財・拠点ネットワークといった経営資源の全体最適を実現させ、世界トップ水準の保険・金融グループを目指す取組みにまい進したいと考えている。

合併方式、合併後の商号、代表者等の詳細については、決定後に改めて公表する。

組み合わせ例：基本コース+特約コース



金を上乗せできる特約コースである。申し込める年齢は満18歳から満49歳であり、月掛金と保障額は18歳から60歳まで一律で提供される。病気の発生にかかわらず一律での共済金を受け取ることができ、基本コースの死亡保障をさ

この死亡保障特約は一人ひとりのライフステージや家族構成に合わせた柔軟な保障設計を可能とするものである。3. 基本コースと自由な組合せが可能
この死亡保障特約は一人ひとりのライフステージや家族構成に合わせた柔軟な保障設計を可能とするものである。

ソニー生命、三井住友カードは、このほど保険代理店を通じた保険販売ビジネスにおける協業に向け、業務提携するとともに、両社は乗合保険代理店Nexsolへ出資することになった。近年、顧客志向の変化により、生命保険業界に求められる販売チャネルの多様化が進んでおり、生命

ソニー生命、三井住友カードは、このほど保険代理店を通じた保険販売ビジネスにおける協業に向け、業務提携するとともに、両社は乗合保険代理店Nexsolへ出資することになった。近年、顧客志向の変化により、生命保険業界に求められる販売チャネルの多様化が進んでおり、生命

ソニー生命、三井住友カードは、このほど保険代理店を通じた保険販売ビジネスにおける協業に向け、業務提携するとともに、両社は乗合保険代理店Nexsolへ出資することになった。近年、顧客志向の変化により、生命保険業界に求められる販売チャネルの多様化が進んでおり、生命

高校等授業料の無償化がスタートするが…

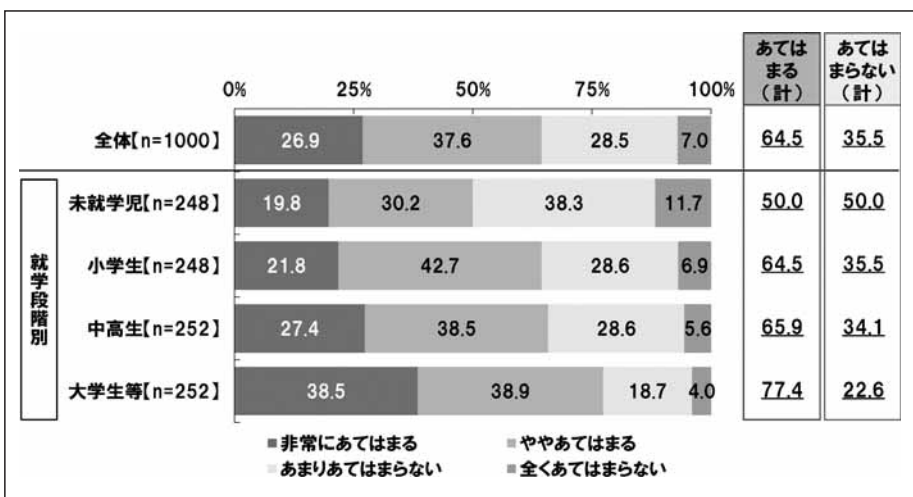
私立大学4年間の学費は約469万円

自分の老後より子どもの教育資金を優先

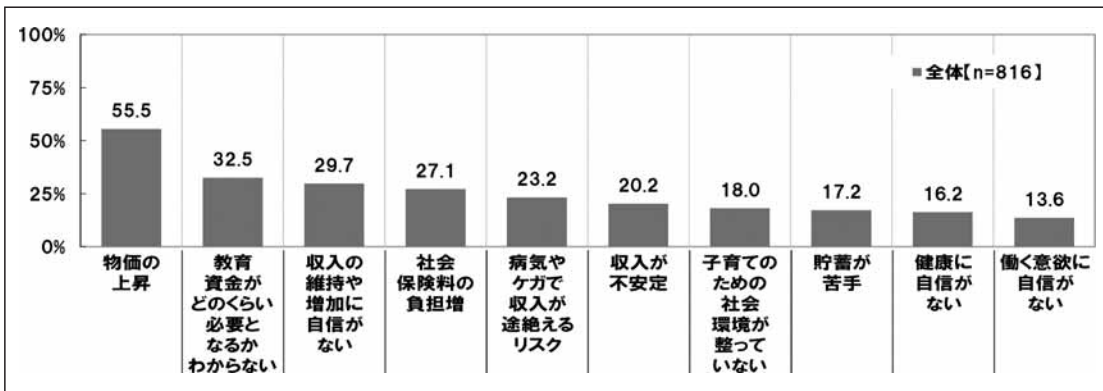
新年度がスタートしました。ここ数年、温暖化の影響で桜の開花が早まってきたと言われますが、今年は入学式のタイミングで満開を迎えた地域も多いのではないのでしょうか。そのような中、今春高校授業料の無償化が注目を集めました。大阪では以前から親の収入金額に応じた授業料負担となっていました。今春は全国レベルで収入金額に関係なく完全無償化されることになりました。また多子世帯の大学授業料の無償化も国会で可決されました。これには賛否両論があるとはいえ、子どもを抱える親にとってはありがたいことに間違いありません。

とはいえ、大学まで進学するとなるとまだまだ教育費負担は重くのしかかっています。4年間通して「非常にあてはまる」(13.9%)、「ややあてはまる」(47.2%)が計61.1%もあり、自分の老後資金準備より子どもの教育費に重きを置いている点です。その背景には巷でよく言われる「子どもの学力や学歴は教育費にいくらかけるかによって決まると感じる」(63.9%)、「早期の知育や英才教育は子

図表1. 自身の考えや状況にどの程度あてはまるか(子どもの教育費の負担を重いと感じる) 単一回答



図表2. 子どもの教育資金に不安を感じる理由(対象: 子どもの教育資金に不安を感じる親) 複数回答



ソニー生命: 「子どもの教育資金に関する調査2025」より

日本生命

誇りと使命感持ち入社式に臨む

749名の新入社員が入社式に参加

日本生命の入社式が4月1日、東京・千代田区の日生劇場において開催され、今年度の新入社員(総合基幹職311名、営業総合職119名、法人職域ファイナンス・コーポレート・タレント319名)総勢749名が参加した。

冒頭、起立して挨拶を交わした後、会場に流れる社歌に耳を傾けた。その後、朝日智司新社長が次のとおり挨拶した。

「皆さんは今日から日本生命グループの一員となる。ただ加わるのではなく、大きな挑戦、変革の原動力となっていく。私を含め、先輩社員も挑戦を続けていください。その積み重ねが、ぜひ皆さん一人ひとりが日本生命グループの未来に、新しい発想を十分に発揮したいと切に願っています。」

本日からは私と一緒に、『信念・誠実・努力』の日本生命の三信条を胸に、まっすぐお客様に、もっとお客様に、もっと地域・社会のために、日本生命グループの素晴らしい未来をつくり出していきたいと思います。

続いて全員が起立し、登壇した新入社員代表が答辞を述べた後、日本生命

と所属契約を結んだ体操競技の橋本大輝選手が登壇し、新入社員へ激励の言葉を送り、式典は終了した。

式典終了後に新入社員(総合基幹職)と人材開発部の松本 多彩な事業領域で活躍するリクルーターの充実を心がけている。現在、第一線で活躍している約4000名のメンバーに採用活動に懸命に取り組んでもらっている。学生さんが、いろんな所属で活躍するさまざまな考えを持つ多様な人物に会っていただくためにリクルーター制度を非常に重視している。

2026年度以降の採用計画について。松本 採用計画については、今年度と同水準(800名程度)を計画している。本年度、人事制度改正を行い、職種統合を行い、総合基幹職、創設したエリア業務職、転勤の制限がある職種の方も次に新しいキャリアを積んでいていただきたい思いで総合基幹職体系に一本化している。いろいろな職種の方が自身のキャリアを実現していくことができる多彩なフィールドが日本生命グループにあると強くアピールしていきたい。

—— どうもありがとうございました。



「信念・誠実・努力」の日本生命の三信条を胸に、まっすぐお客様に、もっとお客様に、もっと地域・社会のために、日本生命グループの素晴らしい未来をつくり出していきたいと思います。

続いて全員が起立し、登壇した新入社員代表が答辞を述べた後、日本生命



生損保一体型保険 「総合生活支援保険」を発売

Tokio Marine X 少額短期保険 ビジネスデザイン部 横倉 秀一氏

クロース アップ

昨年6月に保険史上、歴史的な変革が起った。Tokio Marine X 少額短期保険が長年、不可能と思われてきた生損保一体型保険「総合生活支援保険」を世に送り出したのだ。第一弾となる「カーローン返済支援保険」は、契約も好調に推移し、販路も堅調に拡大している。これに弾みを付け、同社はこれまでに6商品をリリースしている。商品企画から約款作成、関東財務局との交渉までを手掛けた横倉秀一氏に現状や今後を聞いた。(敬称略 聞き手：鬼塚真子)

第一弾は「カーローン返済支援保険」 昨年6月発売、販路も堅調に拡大

「総合生活支援保険」は業界史上初となる生損保一体型保険として業界でも話題を呼んでいます。横倉 当社はビジネスパートナー(一クライアン)のニーズに応えた商品やサービスの開発・提供を行っています。このため、従来の保険商品との販売実績を単純比較することはできませんが、おかげさまで予想を超えるスタートが切れたと思っています。また、新規の提携についても、日々新たな問い合わせをいただいている状況です。

—— 第一弾のカーローン返済支援保険の商品概要を教えてくださいませんか？
横倉 補償(保障)内容は、死亡時は最大300万円、がんや脳卒中などの8大疾病(特定8疾病)は最大で一時金の60万円を補償、会社の倒産やリストラ、希望退職制度の時に年収の最大7割まで(上限300万円)までお支払いします。月々の保険料は610円からになります。

—— 昨年の6月に第一弾が発売されたのに、すでに6商品のラインアップが揃っているんですね。昨年、熱中症保険は非常に話題でしたが、他の反響はいかがですか？
横倉 おかげさまで、どれも好評です。これはニーズに応じて開発した保険であること、保険料も非常に安価という理由のようです。私ごとになりますが、開発も約款の作成から当局の交渉も手掛けたので、全

大きく変化し、ニーズもこれまで以上に多様化しています。企業様も既存の保険商品と組み合わせる努力もされています。様々な業種から解決できないケースが出てきた話も聞かれるようになりました。切実な企業様の問題解決に少しでもお役に立てるような保険商品やサービスの必要性を痛感し、誕生したのが当社です。第一弾となった「カーローン返済支援保険」は、カーローン債務支援補償を検討する中で、第一分野(第三分野)にまたがるニーズが確認できたことがきっかけとなったのです。

横倉 従来のカーローンは住宅ローンと同じ「モノ」の価値に対する保険です。しかし、住宅ローンは「家」というモノに加えて、所有者様の「命」や、最近では「就業不能の補償(保障)」をサポートするローンも発売されています。一方、従来のカーローンは所有者様の死亡、重大疾病、リストラなどのリスクが予想されながらも、それらをサポートする保険は見当たりません。実際、予期せぬ事でカーローンを支払えず、愛車を手放すことの不安を想定される方もいらっしゃると思います。こうした声に応えたいと考えたのです。

横倉 改めて言うまでもありませんが、一般的に死亡や疾病などを補償する生命保険と、ケガや事故、所得の減少などを補償する損害保険は別々の約款となります。当社はお客様本位に力点を置き、「お客様ポータルサイト」をWebで立ち上げました。お客様の知りたい時に、どの補償(保障)に加入しているのかも、一元で確認いただけるためです。また、事故受付も行うようにしています。

横倉 請求漏れを防げるのはうれしいですね。ところで、総合生活支援保険の認可ですが、関東財務局はすんなりOKを出したのですか？
横倉 結果的に当局とは複数回にわたってやりとりをさせていただき、業務関係者はご存じですが、生保と損保とは、それぞれが独自のルールがあり、それぞれに約款で様々な規定があり、慣習の違いがあります。たとえば、保険金支払までの履行期一つを取っても損保では30日、生保では5日と異なります。反映しています。

総合生活支援保険一覧

2025年3月末現在		
保険名	補償(保障)概要	ビジネスパートナー
カーローン返済支援保険 *保険料は毎月610円～	死亡時は最大300万円まで 8大疾病(特定8疾病)は最大で一時金の60万円を補償、会社の倒産やリストラ、希望退職制度の時に年収の最大7割(上限300万円)までお支払い	フォルクスワーゲン・ファイナ ンシャル・サービス・ジャパン、 GLION GROUP
熱中症保険 *保険料は一日80円～	救急搬送見舞金(5,000円)、入院保険金(30,000円)、 治療保険金(10,000円) ※基本プランの場合	ドコモ
ミニ医療ガン保険 *保険料が月額260円～	入院一時金(1万、5万、10万) がん診断一時金(20万円、50万円)	ローソン
みんな安心葬儀保険 *保険料は月額150円～	死亡保険金(30万円、100万円、200万円、300万円) ※特定8疾病、特定5疾病、特定3疾病に関する保障 特約あり	ローソン
所得減少に備える保険 *保険料は月額600円～	所得を失った時に固定費をサポートし、当面の生活再建を支える 病気やケガによる就業不能時 日額1万円まで補償、 会社の倒産やリストラ(非自発的失業)は失業期間に 応じて年収の最大7割(上限300万円)まで支払	ローソン、アイ・エフクリエ イト、関西電力、スマートHR
働くドライバー支援保険 *保険料は月額680円～	病気やケガによる就業不能時は日額1万円まで支払 入院時の一時金(1万、5万、10万) 約款に定める特定状態(運転禁止状態)と診断され、 1泊2日以上入院した時に、一時金(5万、10万、15 万円)	物流会社と連携し、個人事業主 のギグドライバー(インターネ ットで単発の仕事を受注し収 入を得ている)向けに提供

手軽な保険料で保険に加入できる 一般の代理店からの問い合わせも

—— 生損保一体型保険に加入するメリットは何ですか？
横倉 改めて言うまでもありませんが、一般的に死亡や疾病などを補償する生命保険と、ケガや事故、所得の減少などを補償する損害保険は別々の約款となります。当社はお客様本位に力点を置き、「お客様ポータルサイト」をWebで立ち上げました。お客様の知りたい時に、どの補償(保障)に加入しているのかも、一元で確認いただけるためです。また、事故受付も行うようにしています。

横倉 請求漏れを防げるのはうれしいですね。ところで、総合生活支援保険の認可ですが、関東財務局はすんなりOKを出したのですか？
横倉 結果的に当局とは複数回にわたってやりとりをさせていただき、業務関係者はご存じですが、生保と損保とは、それぞれが独自のルールがあり、それぞれに約款で様々な規定があり、慣習の違いがあります。たとえば、保険金支払までの履行期一つを取っても損保では30日、生保では5日と異なります。反映しています。

横倉 はい。複数の特約を脱着して補償を組み合わせて、様々な商品に変化します。ビジネスパートナーの商品やサービスの購入・利用に組み込むことで、お客様が必要とされるタイミングで提供できるようにしています。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 他にはどんなメリットがあるのか、要がありました。他にも規定が違ふことは多々あり、購入・利用に組み込むことで、お客様が必要とされるタイミングで提供できるようにしています。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

ひとつの契約で生損保の補償(保障)を同時に提供

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。

横倉 調査を結果的に、特約ごとに規定している中で請うることにしました。



朝日生命は4月2日から、「がん自由診療特約」を発売した。近年では医療技術の進歩によって、がんに対する治療の選択肢が広がっており、抗がん剤についても各国で開発が進められている。しかし、日本国内で未承認・適応外の医薬品を用いる治療の場合には、治療費は公的医療保険の適用外となり、経済的な理由から治療の幅を狭めざるを得ないケースもある。この商品は、希望するがん治療を諦めることがないよう、所定の「自由診療による抗がん剤治療」にかかる費用を月額給付にて保障する。この商品を、同社の既存商品と組み合わせることで、多種多様ながんの治療法に対する幅広い保障を準備することが可能となる。

朝日生命

がん自由診療特約

2025年4月2日発売

〈「がん自由診療特約」のポイント〉

- 日本では未承認・適応外の医薬品を用いた「自由診療による抗がん剤治療」を、最大100万円の月額で保障！
- 最長30か月を保障するため、治療が長期化した場合も安心！

* 所定の「自由診療による抗がん剤治療」

公的医療保険の給付対象および先進医療のいずれにも該当しない抗がん剤治療のうち、次のいずれかを満たす医薬品を使用した治療をいう。

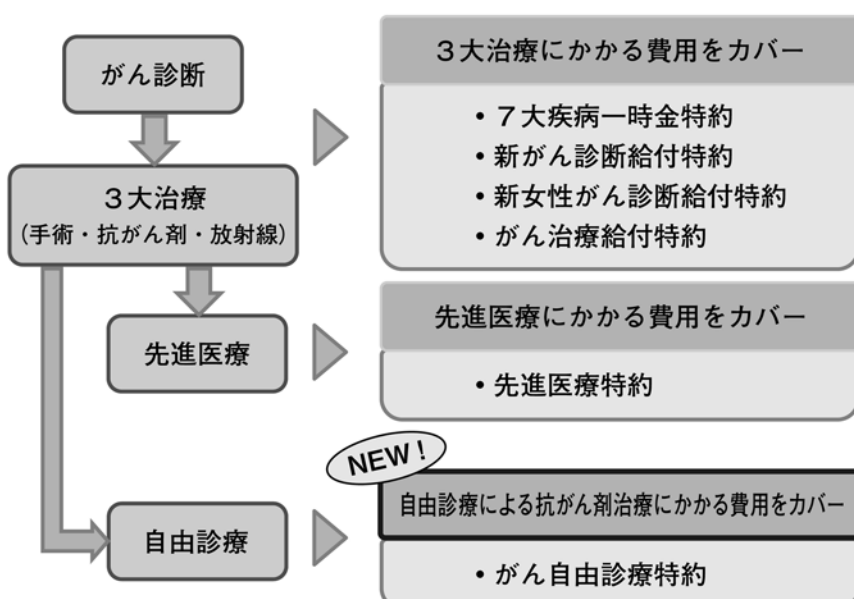
① 欧米で承認された医薬品

(当該承認において、被保険者が診断確定された「がん」に対する効能または効果が認められた医薬品)

② 患者申出療養による療養として使用された医薬品

* 「がん自由診療特約」の正式名称は「無配当がん自由診療特約（医療保険）（返戻金なし型）」

〈がん治療のフローと同社商品の保障ラインナップ〉

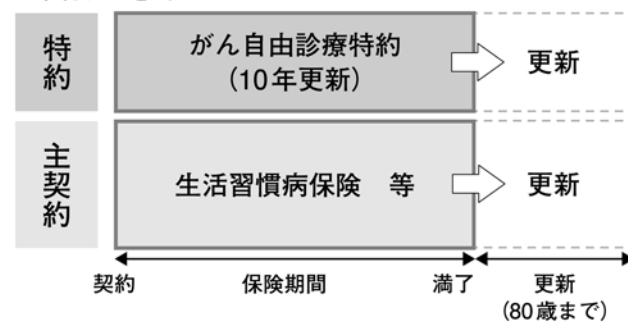


「がん自由診療特約」の商品概要

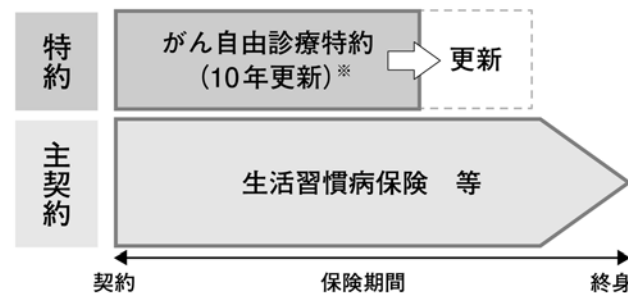
「がん自由診療特約」は、「生活習慣病保険」「医療保険（2010）」「がん保険（2015）」に付加できる特約。がんの治療を目的として、所定の「自由診療による抗がん剤治療」を受けた月ごとに給付金月額を支払う。

1. 仕組み図

主契約が定期タイプ



主契約が終身タイプ



※ 契約年齢70歳以上の場合には、保険期間が終身となる

2. 支払事由

給付金名	支払事由	支払金額	支払限度
がん自由診療給付金	がんの治療を目的として、日本国内の病院または診療所において、所定の「自由診療による抗がん剤治療」を受けたとき	がん自由診療給付金月額	月1回 通算30か月

3. 契約年齢範囲・取扱金額

契約年齢範囲	15～85歳
取扱金額	50万円または100万円

4. 保険料例

がん自由診療給付金月額100万円、月払口座・クレジットカード料率
保険期間・保険料払込期間：10年

	男性	女性
20歳	77円	87円
30歳	86円	139円
40歳	131円	303円
50歳	226円	410円
60歳	480円	534円
70歳	1,006円	762円

事例 保険税務

そこが 701 知りたい！

Q & A

Q 販売されています。為替リスクはあるものの、私自身、思い切って外貨建ての商品に加入しようと考えています。ただ、これまでのように円で保険料を支払ったり保険金を受け取ったりするわけではないので、例えば、保険金受取時の課税計算をどのようにしてよいのか分かりません。外貨建て商品において、保険金や解約返戻金等を受け取った場合の課税はどのようなのでしょうか。ご教示ください。

外貨は邦貨換算して課税
受取保険金に応じTTMやTTBで

A

金利が上昇傾向にあることから国内商品の予定利率が引き上げられ始めたとはいえ、外貨建て商品は利率変更の影響を受けないことから、一般の国内商品より予定利率が高くなっています。そうしたこともあり、ご質問者は、為替リスク等の不安はあるものの外貨建て商品に魅力を感じ加入しようと考えています。ただ、保険金利が上昇傾向にあることから国内商品の予定利率が引き上げられ始めたとはいえず、外貨建て商品は利率変更の影響を受けないことから、一般の国内商品より予定利率が高くなっています。

そうした場合、ご質問者は、為替リスク等の不安はありますが、そのままだと元本に課税計算を行うことになるためです。

月為替レート	TTM
(徴収)の場合 :	TTB
(所得)の場合 :	TTM
与税の場合 :	TTB

換算払込特約等により保険料を円で支払ったり、また円換算特約支払特約等により円により死亡保険金や解約返戻金を受け取ったりする商品があります。このような商品では、ご質問者がこれまで加入してきた円支払い・受取りの保険契約と同様、そのまま円での支払保険料金額、受取金額を元に課税計算を行うことになります。

(邦貨)換算により行うことになっているからです。ただし、円換算により課税計算を行うにあたり、例えば受け取った手持ちの外貨の保険金等を

料の支払いや保険金の受取りを外貨で行う商品もあり、保険料、保険金等の課税時の取扱いをどのようにすればいいのか戸惑っています。

外貨建て保険では、円が国での課税はすべて円

一方、外貨で支払う商品については、支払保険料、受取保険金等は所定の円相場で円に換算して課税計算を行うこととなります。というのは、わ

（邦貨）換算により行うことになっているからです。ただし、円換算により課税計算を行うにあたり、例えば受け取った手持ちの外貨の保険金等を

実際に田に替える必要はありません。あくまで課税計算のために行うものです。

る際の基準レートを利用するときには、顧客とときはTTBを、一時所
します。これにはTTMは金融機関からTTMに得であるときはTTMを
(仲値)、TTB(対顧客替コストが加わったTT利用します。その円換算
客電信買相場)、TSで購入し、ま基準日はともに解約日

保険料は払込日のTTMで
非課税の保険金は換算不要

は、円換算に銀行間取引をもとにしては金融機関それぞれに、各金融機関それぞれの基準にしたがって決めたが変わってきます。すなわち、源泉徴収である外貨を売買する例。

た。金融機関に対しT T Mから為替コスト（各金融機関により異なる）が差し引かれたT T Bで売却することになります。

まず、保険料をきばT T B、所得税（一・贈与税の対象となるとす。死亡保険金の円換算基準日は死亡日（支払事由発生日）です。これも課税関係によって異なり、その保険金が相続税・贈与税の対象となるとす。死亡保険金の円換算基準日は死亡日（支払事由発生日）です。これも課税関係によって異なり、その保険金が相続税・贈与税の対象となるとす。

外貨建て保険の保険金等

集客をうまくいかせるために、こんなことを私はクライアントに言います。

「大手のマネは絶対にやめよう」
大手のマネをしようということが、
相見積もりを引き寄せる原因にもな
り自分の首を締めることとなるからで
す。予算も、人数も、知名度も、違
う。それなのに大手の土俵に乗って
しまったら、勝てるはずがないんで

す。だからその土俵から降りる。むしろ大手が、絶対にやらないことをやる。それが、中小企業が生き残る唯一の道です。

「じゃあ、大手がやらないことって何?」

はい、それを考える前に大

わふれる世界…

手が「何をやっているか」を知ることが先で、敵を知らずして勝利なしです。

大手がやっていること。それは例えば、デジタルマーケティングの総攻撃です。

ある大手ホームセンターは月間500万PVのオウンド

無機質な情報がある

メディアを運営。Web広告をバンバン投下しLINEやメールでの一斉配信。ライブ配信でのPR合戦。

そしてその内容はギフキラした事例の写真テンプレのように整ったお客様の声。見た

が書いたような

気に3倍！ —
業界トークの
 一敏 **秘密** **364**
 目には完壁
 で、まる
 で雑誌の
 ような仕
 上がりです。
 改めて大手が
 やっていることを
機械

— 契約率が —
ヘルシー
モエル株式会社 木戸
<https://moeljyuku.jp/>
細部にわたる見
ると人員も、時
間も、お金も投
資の桁が違うの
がわかります。
逆立ちしても到
底かなわない戦

いのです。なのでマネをしても、うまくいかないのは当然です。

私のクライアントの中に、この時勢で相見積もりほぼゼロで、半年先まで予約が埋まっているリフォーム会社のYさんがいます。

そんなYさんも、かつては大手のマネをし、反応ゼロのチラシと空振りのホームページに苦しんでいました。

人間らしさ”が
では、Yさんは何をしてそ
んな大繁盛会社になったの
か？ ここで視点をちょっと
変えて、この世には表があれ
ば裏があります。右があれば
左があり、上があれば下もあ
る。そして大手が持ってい
ないものがあります。

それが、「人間味」です。大手の発信は整ってはいけるけれど、誰の言葉なのか、が感じられませんか。まるで、機械が書いたような無機質な情報、がほとんどです。ここにこそ、中小企業が勝てる余地があるのだんです。

時代に中小企業

機械が書いたような無機質な情報があふれる世界…

A I時代に中小企業が生き残るには“人間らしき”が

な表現。そんな世界に人は飽き飽きしていると思うんです。

だからこそ必要なのは、「温度のある言葉」「顔が見える発信」。そして、あなたらしさです。

相田みつお氏の名言に「だつて人間だもの」という言葉がありますが、これを忘れてはいけませんよね。

▼今日のチェックポイント

【中小企業は人間味でやっつけろ】

業界歴30年目に突入、大切にしているポリシーを紹介

あなたにとって良い「お客さん」とは
自分にとってふさわしい客を定義する

4月1日で保険業界30年目に突入しました。30年前に損害保険会社の新卒代理店研修生として保険営業をスタートした時には、まさか30年もの仕事を続けているとは思いませんでした(笑)。

営業パーソンとしては大した実績も残していませんが、最近、生意気にも業界歴が浅い人に対して、いろいろなことを伝えることが増えてきました。知識やテクニカルな情報はいくらでも伝えることはできるのですが、受け止める側の土台がしっかりしていないと全く意味がないような感じがしています。

そこで自分自身の整理

も含めて、私が保険営業をしている中で大切にしているポリシーをまとめてみました。

○客から選ばれる努力よりも客を選ぶ努力をすべき

まずは自分にとってふさわしい客を決めて、その人たちに客にするために自分は何が足りていないかを認識し、努力することが重要なのではないのでしょうか？

○「見込客」とは自分が客にしたい人

前述の「客を選ぶ」の延長線上に「見込客」の定義があると私は思っています。保険営業における「見込客」とは契約する可能性がわずかでもある人と定義している人が多くいます。私が考える「見込客」とは、普通に対応ができるようになるまで、自分にとって顧客としてふさわしい人で顧客にしたい人が「見込客」です。顧客にしたい人(法人)が決まれば、その人(法人)を契約者にするための段取りを逆算してアプローチを考えればよいので、ある意味ではラクな作業です。

商品で取った契約は商品で取り返される 目先の商品性だけにフォーカスしない

商品選びの基準が商品内容だけに偏っているため、表面的な顧客ニーズしか満たせていない証拠だと思っています。

本来、保険商品は問題解決の手段ですから、保険契約をすることで解決できる不安や問題があるはずですが、その不安や問題にリーチすることができず、先の商品性だけをフォーカスした保険提案だと、提案した商品を上回るスペックの商品が現れることになり、出れば乗り換えられることになり、特に損害保険については、基本は1年更新ですから簡単に乗り換えられることになり、ますますの競争が激しくなるでしょう。

○商品の勉強は金になる

子供の頃は親から「勉強しなさい」と言われていました。それはテストでよい点を取っていい学校へ行きなさいという目的があったと思います。ですが、大人になってからの勉強は成果に直結します。これは私自身が痛感しています。勉強して知識武装をすると、顧客が



してその商品の設計内容は果たして本当に顧客に合っているのか？我々は、プロとして正しい倫理観を持って保険商品の提案を行う必要があります。

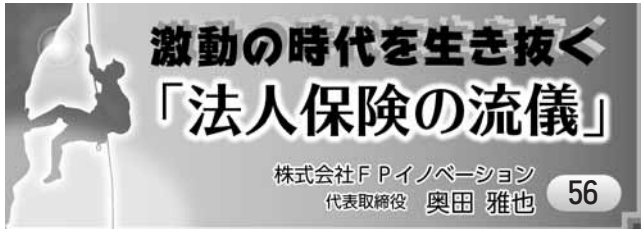
「本当にこの提案がベストなのか？」

私は設計書を提示するまで、常に自問自答を繰り返しています。お天道様は見ているので自分にも他人にもウソをつかず正直な仕事をし続けたいですね。

○己の欲せざる所人に施すこと勿れ

論語の有名な一文ですが、簡単に言えば「自分がしてほしいくないことは他人にするな」という意味です。前述の「この提案がベストか？」にも通じる部分がありますが、保険商品も「自分ならこの契約をするか？」という観点で考えるべきだと私は思っています。

自分が提案する相手の立場だったとき、「自分ならこの契約を本当にするの？」は必要な観点です。「自分なら契約しないものは提案しない」という考えは保険営業として最低限必要な倫理観と言えるのではないのでしょうか？



■奥田 雅也プロフィール
株式会社F.P.イノベーション 代表取締役
NPO法人日本リスクマネジャー&コンサルタント協会理事
1972年大阪府生まれ。大学卒業後、損害保険会社に就職するも2年半で挫折。その後、会計事務所へ転職し、約7年間勤務した後大手保険代理店へ転職。企業保険のスペシャリストとして、生命保険・損害保険を問わず提案をしてきた法人数は2,500社以上。著書『ここから始めるドクターマーケット入門』DVD『開業医マーケット開拓のススメ』『明日から使える法人提案ABC』(新日本保険新聞社)などがある。

その人(法人)が抱えているであろう問題を徹底的に検討し、その問題解決へのお役立ち方法を決め、その上でアプローチをする。セールスプロセス

度目痛む目にあって腹落ちしたことですが、保険料の高い安いや返戻率・保障内容などの商品スペックで取った契約はさらに良いスペックの商品が出たら簡単に取り返されます。これは顧客側の商

生命保険営業一筋30年

提案力

ブラッシュアップ

夢追人 (443)

提案を求められる。社長は、個人がおろそかになっている。高齢の社長に難しい提案をしても、煙たがれるだけである。誰でも知っていることを提案しても紙に書かれたり、難しい提案だと次につながらないの、塩梅が難しく面白くない。これらは、生成AIが追い付くまでに時をかせげる領域だ。安くて簡単な世間の風潮に逆らって、目標を上げて取り組んでいる。

顧客も現状を把握できていない

題もなかったのに、相続人全員の説明会時、その後にクレームがたふくさん出てくる。まだ親が健在なのにでなんと収まるが、これが相続後の分割協議ならどうする。

過去の親族関係状況を一生懸命説明してから相談する人がいる。本当に悩んでいる内容を自分でもわからない人もある。証拠(測量後、登記後)を基準に判断するか、気持ち(昔の記憶)そのままに決断するか、正解はない。

僕は個別相談された内容にそのまま答えるのをやめた。聞かれたことだけに答えていると、親族間の全容が明らかになった後に、それがネックとなって修正が困難になる。個別相談者は、自分の都合で回答を理解するからである。もう一つのポイントは、やっとなりの気になってきた事業承継である。節税メインから内容重視になってきた。こちらも常識の過渡期になっており、世襲ができず、M&A、従業員の仕事承継提案等と多様な提案を求められる。社長の相続の相談は、個人がおろそかになっている。高齢の社長に難しい提案をしても、煙たがれるだけである。誰でも知っていることを提案しても紙に書かれたり、難しい提案だと次につながらないの、塩梅が難しく面白くない。これらは、生成AIが追い付くまでに時をかせげる領域だ。安くて簡単な世間の風潮に逆らって、目標を上げて取り組んでいる。

絶望から希望へ 起死回生の保険セールス

平野コンサルティングオフィス 代表 平野 雄一



目標設定はなぜ必要なのか

「目標」と「目的」の違いとは

自分自身の言葉で言語化しよう

みなさまいつも大変お世話になっております。あなたの平野です。紙面が発行される頃には4月になっていくと思います。今、今コラムを書いていくのは3月の後半くらいです。長い冬が終わり、春を通り越して夏みたい暑い日も時々ありますが、みなさまいかがお過ごしでしょうか？

わたたくしですが、このたび拠点を東京から仙台へ移しました。オンライン主体の活動をしているので全国の方とやり取りさせていただいていますが、せっかくなので仙台周辺の保険会社や代理店などでリアル研修なども増やしていこうかなと考えています。(相談お待ちしています！)

さて、前回でマーケティングの基礎的なお話をしたひと区切りにして、前回から目標設定と活動管理の話を書き始めました。前回ほど重要かという全体方向性や目標設定の必要性の話などがメインでしたが、今回からは部分部分の細かい話を少し書いていこうと思います。

目標設定はなぜ必要か？という話と、目標設定の全体像の話と、目標設定の全体像の話を途中まで書いていこうと思います。こちらもシリーズ物で数回続くとはいえます。みなさまお付き合いください。よろしくお願いします。必要なのか？について考えていきます。この話は

目標設定がないと不都合が起きる？

今やっていることの

意味が分からなくなる

次に目標の話です。目標とは、目的を達成するために設けた手段。目的を達成するためにどうしていくのか？その具体的な過程を表します。つまりビジネスにおける目標は目指すべき理想の状態、目標はその状態を実現させるための具体的な設計図や工程表のようなものだと考えてみて下さい。

ではまたみなさまに質問です。目標設定はなぜ必要か？と思いますか？また、目標設定が無いとみなさまのビジネスにどのような不都合が起るのか？ということについて、この3つこそ目標設定が

のKPI(重要業績評価指標)成果を出すために鍵を握っているアクションの設定。③スケジュールの設定。④実行計画の設定と実行(修正)。と全体的にざっくり大きく4つのフェーズに分かれます。

まずは次回から①の通年目標の設定と戦略ごとの内訳の設定について詳しく書いていこうと思います。おそろ通年目標はみなさましっかり立てていく必要があります。戦略ごとの目標を細かく考えている人はあまり多くない印象があります。前回のコラムで保険募集人のビジネスに必要な動きを大きく3つに分けて考えると、

①「目先の数字を作る動き」②「成約率や単価を高めるために専門知識や技術を磨く動き(セールススキルやコンサルティング力向上の自己研鑽)」③「マーケット開拓のための動き(見込み客発見)」に分けて考えることができます。この中の①の目先の数字を作るための動きに係る部分になります。次回コラムを楽しみにしてください。

季節の変わり目、寒暖差が激しい日々が続きます。みなさま体調管理に気を付けてながらお仕事頑張ってください。それでは今回はこのあたりで失礼いたします。コッカフスー！！

概念的部分が多くなってしまうのですが、これが理解できていないとその先の具体的な数字の話をして入ってこなくなるので、最初に少しお話ししておきますね。

目標の話をする前に質問です。少しだけ考えてみてください。目的と目標の違いを自分の言葉で言えますか？いつも目標設定の研修でこの質問をするのですが、目的と目標の区別がついていない方が意外と多いので、このコラムでも質問してみました。目的とは「成し遂げよう」と目指す事柄、経営戦略やビジョンのことで、自分自身のビジネスをどうしていきたいのか？そしてなぜそれ

を行いなのか？という内容になる場合が多いです。よく「For me」と「For You」のバランスがうまく取れているほうが真つすぐに早く進める」と表現されることも多いです。どちらも大事なので、うまく言語化できない方はぜひ言語化してみてください。

順番としては、まず市場や顧客に対する貢献度を高めていくことが先で、その結果として自分自身に報酬という形で返ってくる物を使ってビジネスにおける設備投資や広告宣伝を行ったり、自分や自分の周りを満たしたりします。

順番としては、まず市場や顧客に対する貢献度を高めていくことが先で、その結果として自分自身に報酬という形で返ってくる物を使ってビジネスにおける設備投資や広告宣伝を行ったり、自分や自分の周りを満たしたりします。

お客さんの期待に応える～他界した義父を偲んで

つくりも必要ですが、一番はお客さんにおいしいものを提供することだと思っています。おそらくあの店にオシャレな雰囲気やゆつくりお寿司を食べたいという人は来ておらず、私と同じくおいしいお寿司を食べたい人が来ていたんだと思います。

生前、義父は「うちに来るお客さんは俺が握る寿司を食べに来るんだ。だからその期待に応えたいし、これからもっと期待に応えられるように寿司ネタを考えていくよ。そこだけは妥協したくないんだ。技術を提供するのは前にもその言葉を聞いてとても感動したのを覚えています。私たちの仕事も同じで、お客さんが期待してくれているからにはその期待以上のサービス(情報)を提供するために日々勉強をしていく必要があります。その時から私も同じ技術を提供することとして心構えを一新して今があります。

コロナ禍でも

5年前、新型コロナウイルス感染症流行時の飲食店の壊滅的状況は知ってのとおりです。当然、寿司店も大きなダメージを受けました。一日お店を開けることに赤字を垂れ流している状況が数か月も続きました。我々の業種とは異なり、お店を開けるとなると食材の仕入れをする必要があります。特に生ものを扱う寿司店の食材は日持ちせず、他の飲食店と比べてもさらに高い営業状態が続いていました。そんな中こんなことも言っていました。

「不要不急の外出を控えて、という世間体の中でおそろく今日もほとんどお客さんが来ないだろうけど、逆に言えばそんな中でもどうしてものうちの寿司が食べたくなってきたら？！だからそういうお客さんの期待に応えたいと思うんだよね。経営者として失格と言われるかもしれないが、昔からの考え方です。やってきているし、だからこれまで長い間お店を続けてこれたんだと思う。だから、おそろく同じことをするんだと思う。不器用だよ(笑)」と。

新型コロナウイルスが次第に落ち着くとともに義父のお店はなんとか危機を乗り切り営業を継続していましたが、その義父も一昨年に以前から闘病している病気が悪化し、お店を閉める決断をしました。約60年続いたお店ですから無念だったことでしょう。

闘病しながら

病気が見つかりお店を閉めるまでの約3年間、治療しながら寿司を握り続けました。普通の人はデスクワークでさえもきつというのに長時間立ちっぱなしの仕事をやっているんですから並大抵の精神力ではありませぬ。それも先ほど記したお客さんが待っているのに休めないというのに繋がるのでしよう。

私の義父にあたる息子がいるのですが後継者を作らない理由を以前尋ねたことがあります。「寿司店といえど水商売、なかなか安定しない業種だから息子にそのリスクを負わせたくなかった。よっぽど俺くらいに寿司を握ってお客さんの笑顔を見るのが好きなら考えなくはないけど」と言っていました。

今回は義父を偲ぶ回になってしまいましたが、技術者としてとても参考になると思い記しました。

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
▶ 202 ◀

★新日本保険新聞社 新刊図書のご案内★



2025年3月版

こんなににかかる医療費

お待たせしました!!

監修者略歴

谷 康平

スタンフォード大学医学校公衆衛生学教室
リサーチ・フェロー
(米国シンクタンク) The Academy of
Political Science 正会員
A A A S (ワシントンD Cに本部を置く、
世界有数・最大の学術団体) 専門職会員
社会医学環境衛生研究所 所長

医薬品の開発、医療技術の進歩は目を見張るものがあります。従来は治すことのできなかった病が克服できるのは素晴らしいことですが、そこには大きな経済的な負担がつきまといます。だれがどういう形でその負担をするのか。「医療」と「コスト」という従来はタブー視されてきた問題が大きくクローズアップされつつあります。超高齢社会が進むなか、「医療」と「コスト」はますます大きな問題になります。

本書では様々ながんをはじめとする生活習慣病を中心に主な病気ごとにかかる医療費を紹介しております。また、関心の高い「先進医療」やがんの再発率、差額ベッド料などについても掲載しています。特に今年度版では通院による医療費も記載しています。48ページというコンパクトななか、保険業界関係者としてぜひ知っておきたい情報を満載しております。

point 1 様々ながんをはじめとする主な病気の医療費を紹介

point 2 先進医療、差額ベッドなどにかかる費用を紹介

point 3 それぞれのがんの再発率、5年生存率を解説

point 4 公的医療保険制度の仕組みについて分かりやすく解説

- 規格 B5判 変型
- ページ数 48ページ

定価 **1,430円**
(消費税込、送料実費)

掲載内容

<Ⅰ>公的医療保険制度の仕組みと内容

- 医療保険制度と自己負担
- 自己負担の仕組み
- 保険でカバーできる診療範囲
- 重くのしかかる自己負担
- 主な先進医療
- 医療費が高額になった時
- DPC(入院費包括払い制度)
- 公的医療保険が使えない診療行為
- 病気やケガで仕事を休んだとき
- 出産・死亡等には一定額の支給も
- 医療費控除

<Ⅱ>がんの再発率と5年生存率

- がんの再発率
- 早期のがんは治る時代です

- 肺がんの5年生存率
- 胃がんの5年生存率
- 大腸がんの5年生存率
- 子宮頸がん／子宮体がんの5年生存率
- 乳がんの5年生存率
- 肝がんの5年生存率
- 膵臓がんの5年生存率
- 食道がんの5年生存率

<Ⅲ>主な傷病別医療費

- 肺がん
- 胃がん
- 大腸がん
- 肝がん
- 乳がん
- 子宮がん
- 膵臓がん
- 心疾患
- 脳血管疾患
- 糖尿病(2型)
- 腎臓がん(通院治療)
- 妊娠中絶
- 気になる差額ベッド料

内容見本



※お客様のお名前・ご住所などの情報は、商品のお届けや各種ご案内に限って使用させていただきます。 ご本人様の承諾を得た場合を除き、第三者への提供、開示等は致しません。

(年 月 日)

FAX専用申込書

※送料実費

送信先 **株新日本保険新聞社 FAX 06-6225-0551**

2025年3月版 **こんなににかかる医療費**

●会社名

●支社名

●機関名

●担当者名

●送付先

●TEL

●FAX

(自宅送付) どちらかに○をつけてください。
(会社送付)

■申し込み方法

ホームページからお申し込みいただけます。

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

シンニチ保険web

検索



右記QRコードでもアクセスできます。

FAXでのお申し込みは左のFAX送信票をご利用ください。

■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 大阪市西区靱本町1-5-15
電話 (06)6225-0550(代表)
FAX (06)6225-0551

新日本保険新聞社