

第三分野商品への取り組み姿勢などを発表

あんしん生命が新商品勉強会を開催



東京海上日動あんしん生命は10月28日、東京・銀座の同社本社で業界専門紙記者を対象にした新商品勉強会を開催した。これは、10月20日に発売された同社の新商品「あんしん医療アドバンスパック60」「がん治療支援保険がんアドバンスパック」「メディカルライト」の3商品についての勉強会で、出席した同社の北沢利文専務取締役が、同社の第三分野商品に対する基本姿勢や開発背景、「お客さまががんからお守りする運動」など社員や代理店の取り組みについて説明を行った。(写真は北沢専務)

がん治療の進化にあわせ商品開発を行う

冒頭、挨拶した北沢専務は、今回の新特約開発の背景、および東京海上日動あんしん生命(以下、あんしん生命)の第三分野商品に対する考え方について次のとおり述べた。

「当社は会社創立以来、お客さまのために商品を開発することを価値観の中心におき、一人ひとりに見合った商品を開発・提案してきた。一年前に「がん治療支援保険」を発売した際、

「単に保険を販売するだけでなく、「お客さまががんからお守りする運動」を始め、がんについて私たち社員や代理店さんも勉強して、その学んだ知識をお客さまにお伝えして、病気ががんにならないようにしたい。ただ、もし、がんになった場合は、少しでも早く発見し、治療していただき、できるだけ早く社会復帰していただくためのサポートをさせていただいている」

「がん治療支援保険」は、医療現場で働く人たちが、代理店が集めたお客さまの声を基に作られた商品。北沢専務は「医師、看護師、臨床技師など医療現場で働く人々の声を聞く」と、これか

らのがん治療では、抗がん剤治療が主流になる」との見方が多い。また、抗がん剤治療は長期にわたるため「治療費負担が多額で重い」との声がお客さまから代理店さんにも多く寄せられていた。当社の第三分野商品は、業界トップクラスの水準にあると自負しているが、がん治療方法の進化の実情に合わせたより進んだ保障が必要だと考えた。今回開発された新商品では、「抗がん剤治療特約」と「先進医療特約」が柱となる。

新特約の狙いとして北沢専務は「これらの特約



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2100円
(消費税、送料込み)

©新日本保険新聞社 2009

シンニチ保険Web

www.shinnihon-ins.co.jp

購読者専用サイトのパスワード

yourmind

(2009年12月31日まで)

※「1月」と「7月」に変更します。

がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝える

がん予防の大切さを伝えることが使命

全国で代理店対象に講演会などを開催

会見終了後に記者団との質疑応答が行われた。まず、代理店が実施している勉強会の取り組みについての問いには「当社ではがん治療支援保険

を発売した一昨年より『お客さまががんからお守りする運動』を展開しており、全国の代理店さんへがんの実情や治療方法、がん患者がどういった感情を抱いているかなどについて講演会を開催したり、勉強会を開催してきた。そのステップは、①商品で先進医療特約、抗がん剤特約を発売するにあたり、お客さまに説明

を発売した一昨年より『お客さまががんからお守りする運動』を展開しており、全国の代理店さんへがんの実情や治療方法、がん患者がどういった感情を抱いているかなどについて講演会を開催したり、勉強会を開催してきた。そのステップは、①商品で先進医療特約、抗がん剤特約を発売するにあたり、お客さまに説明

により、最新医療による治療を受け、お客さまに少しでも経済的にお役に立つことができるだろう。また、従来から実施している電話相談、お悩み訪問相談も併せて提供することで「まずがんにならぬ」が使命

「がんにならぬ」が使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

また、先般開催された全国代表代理店会議については「各県から代表代理店1店に参加していただき、患者さんの体験報告を聞いていただいた。参加された代理店さんには、地元に戻ってその内容を発表していただくこととしている。当社の基本姿勢としては、単に保険を販売するのではなく、がん予防の大切さ、検査の重要性をお客さまに

「お客さまががんからお守りする運動」を掲げ、がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝えることが使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

「お客さまががんからお守りする運動」を掲げ、がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝えることが使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

「お客さまががんからお守りする運動」を掲げ、がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝えることが使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

目標額達成の喜びを味わせる

「お客さまががんからお守りする運動」を掲げ、がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝えることが使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

「お客さまががんからお守りする運動」を掲げ、がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝えることが使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

「お客さまががんからお守りする運動」を掲げ、がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝えることが使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

「お客さまががんからお守りする運動」を掲げ、がんに関する最新知識を全社挙げて顧客に伝えることが使命。がんにならぬという段階で構成されている。今回、新商品を発売するにあたり、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。また、全国で社員、代理店が勉強会を開催し、お客さまに新商品を案内する取り組みもスタートしている。

第542回

社会福祉法人向けに生保販売をしたいのですが、という相談をいただいた。当社顧問先には1件だけあるが、社会福祉法人についてあまり詳しくない。そこで、社会福祉法人専門に監査業務を展開している埼玉の税理士さんに聞いてみた。なかなか社会福祉法人に詳しい税理士さんは少ない。今回は質問形式で。

「社会福祉法人とは？」 「高齢者・障害者・子供が対象の仕事です。まず、子供を対象とした保育園ですが、原則、公金(税金)で運営されます。公的資金で運営されますから、その資金使途は非常に制限されます。退職金等の制度は、理事長(代表者)およびスタッフとも、国の制度として共济で手当が済んでおり、民間の生命保険で準備する必要はありませんし、民間の生保に加入していません」と、県の監査で解約させられるケースがあります。つまり、加入するできないのが現状です。

損保トピックス

じぶん銀行で保険窓販

ソニー損保 受信Eメールに返信サービス

ソニー損保は、10月13日から、(株)じぶん銀行を通じて自動車保険の販売を開始した。顧客は、じぶん銀行が提供する金融サービスの1つとして、じぶん銀行の携帯電話のウェブサイト上でソニー損保の自動車保険の商品概要の確認や資料請求ができるようになる。また、じぶん銀行に口座を持っている場合、氏名・住所などの情報を携帯電話で入力することなく、より簡単・便利に資料請求をすることができる。

契約にあたっては、手元に届いた資料を確認後、PCのウェブサイトや電話・ファックスなど、顧客の都合のよい方法で保険料を見積もりでき、商品内容や保険料に納得した場合、PCのウェブサイト、あるいは郵送で契約申込手続きをすることになる。

同社は、これまでに培ったマーケティングノウハウやダイレクト損保としての特性を活かせるような、ダイレクトビジネスモデルと親和性のある販売経路の拡大に取り組んでおり、銀行窓販も重要な販売経路のひとつとして、今後も積極的に拡大していく予定。

また10月1日からは、平日午前9時~午後5時に受信した契約手続きに関するEメールでの問い合わせに、3時間以内に返信することを約束するサービスを開始した。電話やインターネットなど様々な顧客との接点において、高品質で迅速な対応ができるよう、社員教育や体制構築を進めているが、Eメールによる問い合わせの場合、電話と異なり返信までにタイムラグがあるため、できるだけ迅速に返信することにした。今回の「お約束サービス」とは、同社の各種サービスについて、サービスの内容やサービス提供までの時間を、広告やウェブサイトなどを通じて事前に顧客に約束するもので、06年10月から提供を開始したサービス。現在実施しているお約束サービスは次のとおり。

- 事故受付後3時間以内の専任担当者からの連絡の約束
● 「即日安心365」サービス(事故受付当日中の初期対応の実施とその報告の約束)

数に901件と多かった。受賞者には厚生労働大臣賞として表彰状、第一生命賞として感謝状と賞金(団体200万円、個人100万円)、朝日新聞厚生文化事業団とNHK厚生文化事業団からそれぞれ記念品が

ピンクリボン運動支援でチャリティー配布
東京海上日動あんしん生命
東京海上日動あんしん生命は10月28日、ピンクリボン運動支援活動の一環として、乳がんの早期発見・検診の重要性を訴えるチラシとフエルティの配布を東京・銀座の本社で行った。写真。当日は同社の岩下智親社長、北沢利文専務のほ



「知ろう、伝えよう、お守りしよう」を3つの柱におき、保険金・給付金の支払いによる経済的支援のほか、今年10月2日以降、契約者・被保険者がかんて診断された場合、本人とその家族が利用できる「がんお悩み訪問相談サービス」の対象商品に、既契約を含む全商品に拡大するなど緊急時対応や精神面でのサポートにも力を入れている。

原則、公金(税金)で運営される



井上 得四郎

「節税の必要性は？」 「社会福祉事業は法人税等が非課税です、必要ありません。毎年、キャッシュフローで1500万円ほどはチャージできます。非課税ですから、無理に使う必要ありませんし、公金を使って命の保障(生保加入)は問題外という考え方で、中小零細企業が、自宅を担保に入れて借金しているのは、まったく異なるわけだ。自宅が担保に入っているから、中小企業の場合には、法人でキチンと保障を確保しなければならぬ。」

「税務署の調査などは？」 「ありません。ただし県の調査が毎年あります。税務署の調査が4年から6年くらいに1回と比較すると、

社会福祉法人...①

「いい点です」 「県の監査はあくまで、法律通り運用されているかどうかの監査である。課税上の問題ではないから、税務調査よりは楽だろう。しかし、公金を扱って事業を行っていることから、限りなく公務員に近い仕事である。理事長先生も公務員のようにだ。」 (税理士)

「先生みたいに社会福祉法人ばかり担当されていると、監査日程が重複しませんか？」 「しないですね、調整してくれます。収益事業をしていなければ、監査というも指導のためですから、追徴税金があるわけでも、修正申告を出すわけでもありません。例えば、自動販売機が収益事業に該当します。この収入に対しては法人税等がかかりますが、高が知れています。毎年、監査立会料が請求できます」 「安定収入としての立会料ですね」

秋の研修会を開催

JAFIFA大阪ソニー分会

JAFIFA大阪ソニー分会は10月19日午後1時から、大阪市北区のホテルモントレ大阪で、「Be Ready!」覚悟はできたら! PART2」をテーマにした秋の研修会を開催した。写真。研修会に先立ち、野々垣浩規会長が「来年はいよいよ近畿ブロックがホストを務めることになった。とくに秋は兵庫、大阪、京都合同の大研修会を開催する予定である。大阪の元気を全国のライフランナーに伝えたい。今や保険先進国アメリカでは死亡保障は3割を切っている。そういった中で安藤会長は、ソニー生命は死亡保障(デス・プロテクトカンパニー)の世界一を目指すと言っている。今日は、アメリカの中でも死亡保障を中心に取り組んでいるニューヨークライフの中原由賀さんからいろいろお話が聞



引き続いて行われた本社セッションでは、ソニー生命本社・共創戦略部の長谷川部長が、近未来のライフランナー像などを紹介した。外部セミナーでは、ニューヨークライフのキャリアエリントン氏による「リニアエリントン氏が、同社に入社したエピソードから中小企業マーケティングの絞った営業活動のポイントを披露した。同氏は、この世界に飛び込んでから3年間、毎日3人のお客様に会うことを自分に課し活動したことが今の活動基盤になっている」と、思い浮かべ、そのために細やかにその工程を決めて行動していくことの重要性を強調。最後に「生命保険販売は、お客様と人生を共に歩んでいくお手伝いをするのであり、このことが自分の成長につながる」と締めくくった。

その後、フィナンソロピセセッション、ライフランナーセッションなどがお客様に連絡するなどが行われ、参加者は大いに研鑽を図った。

10団体、個人5名が受賞

第61回保健文化賞贈呈式を開催

第一生命は、10月27日、東京・港区のホテルオークラ東京で第61回保健文化賞贈呈式を開催した。写真。

同賞は、保健衛生の分野で優れた業績をあげた団体あるいは個人に贈られるもので、この分野で最も権威ある賞となっている。今回は10団体、個人5名が受賞し、これまでの61年間で受賞者総数は901件と

- 野田学区コミュニティ「さわやかな野田をつくる会」(茨城県)
● 社団法人群馬県助産師会(群馬県)
● 特定非営利活動法人埼玉子ども虐待から守る会(埼玉県)
● 野田学区コミュニティ「さわやかな野田をつくる会」(茨城県)
● 社団法人群馬県助産師会(群馬県)
● 特定非営利活動法人埼玉子ども虐待から守る会(埼玉県)

- 野田学区コミュニティ「さわやかな野田をつくる会」(茨城県)
● 社団法人群馬県助産師会(群馬県)
● 特定非営利活動法人埼玉子ども虐待から守る会(埼玉県)
● 福田眼科病院離島診療所(東京都)

- 特定非営利活動法人ホームレス自立支援市川カンパの会(千葉県)
● 岐阜県食生活改善推進員協議会(岐阜県)
● 社団法人乙訓医師会(京都府)
● 社会福祉法人徳島県自殺予防協会
● 社団法人香川県看護協会健全母性育成事業推進委員会(香川県)
● 福田眼科病院離島診療所(東京都)
● レンジャー・カレット氏(静岡県)
● 岡本榮二氏(大阪府)
● なお受賞者は、贈呈式の翌日、皇居に参内し、天皇皇后両陛下への拝謁を賜った。

贈呈式

贈呈式は、10月27日、東京・港区のホテルオークラ東京で第61回保健文化賞贈呈式を開催した。写真。

贈呈式は、10月27日、東京・港区のホテルオークラ東京で第61回保健文化賞贈呈式を開催した。写真。

贈呈式は、10月27日、東京・港区のホテルオークラ東京で第61回保健文化賞贈呈式を開催した。写真。

販売チャネルの多様化進む

「顧客満足度」が勝負のかなめ

社会経済環境の変化のなかで、生命保険商品は人びとのさまざまなニーズを追って多様化してきた。遺族の生活保障(死亡保障)から年金、医療、介護など、自分自身が生きるための保障、その開発、普及によって生命保険に対するイメージも変わってきていると思われる。

「保障の内容」と「保険料の安さ」

価格・c.o.mリサーチの「生命保険調査」(20年度)による「生命保険選定の重要なポイント」(複数回答)上位3位までをみると1位は「保障内容」(57・4%)、2位「保険会社の信用」(44・7%)、3位「保険料の安さ」(39・2%)の順となっている。つまり自分が求めているニーズに最も合った「保障内容」とその「保険料がどれだけ安いか」である。一般の人々は、数多い各社の類似商品のなかからそれを確かめる、納得することは容易なことではない。

営業職員のよき強み発揮へ努力

生命保険の販売チャネルの多様化によって生命保険会社の営業職員による販売占率は、ひところいへば減少はしている。平成21年度の調査では前回の18年度調査に比べ、微増だが増加している。

保険商品の選択意識も高まる

その一方で、加入条件や保険の仕組みと保険料のことなど内容がよくわかる「くわ」といったイメージも持っている。

そうしたことから、多様化された生命保険(年金商品)に対する人びとの選択意識が高まっている。

「保障の内容」と「保険料の安さ」

価格・c.o.mリサーチの「生命保険調査」(20年度)による「生命保険選定の重要なポイント」(複数回答)上位3位までをみると1位は「保障内容」(57・4%)、2位「保険会社の信用」(44・7%)、3位「保険料の安さ」(39・2%)の順となっている。



窓口販売などがある。それぞれ徹底した顧客志向で事業の発展・拡充をめざしている。

生命保険文化センターが去る9月に発表した「生命保険に関する全国実態調査」(平成21年度)によると、

生命保険直近加入契約(民保)の加入チャネル

加入チャネル	調査(加入)年次																						
	平成21年 (16-21年に加入)	平成18年 (13-18年に加入)	平成15年 (10-15年に加入)	平成12年 (7-12年に加入)	平成9年 (4-9年に加入)	不明	その他	勤め先や労働組合等を通じて	保険代理店の窓口や営業職員	証券会社の窓口や営業職員	信託銀行の窓口や銀行員	地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	銀行を通じて	銀行・証券会社を通じて	郵便局の窓口や営業職員	生命保険会社の窓口	テレビ・新聞・雑誌などを通じて	インターネットを通じて	通信販売	職場に来自営職員	家庭に来自営職員	生命保険会社の営業職員
加入チャネル	68.1	66.3	71.8	77.6	88.5	1.3	4.9	3.0	6.4	0.0	0.4	1.1	1.1	2.6	2.6	2.9	1.9	5.7	2.9	8.7	15.7	52.5	68.1
不明	1.3	0.9	0.7	0.8	0.6	4.9	3.0	6.4	0.0	0.4	1.1	1.1	2.6	2.6	2.9	1.9	5.7	2.9	8.7	15.7	52.5	68.1	
その他	4.9	6.1	6.4	4.9	3.3	4.9	3.0	6.4	0.0	0.4	1.1	1.1	2.6	2.6	2.9	1.9	5.7	2.9	8.7	15.7	52.5	68.1	
勤め先や労働組合等を通じて	3.0	5.2	6.4	4.9	3.3	4.9	3.0	6.4	0.0	0.4	1.1	1.1	2.6	2.6	2.9	1.9	5.7	2.9	8.7	15.7	52.5	68.1	
保険代理店の窓口や営業職員	6.4	7.0	6.7	8.8	4.0	6.4	3.0	6.4	0.0	0.4	1.1	1.1	2.6	2.6	2.9	1.9	5.7	2.9	8.7	15.7	52.5	68.1	
証券会社の窓口や営業職員	0.0	0.2	0.1	—	—	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
信託銀行の窓口や銀行員	0.4	0.2	—	—	—	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	1.1	1.7	—	—	—	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	1.1	1.2	—	—	—	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
銀行を通じて	2.6	3.1	—	—	—	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
銀行・証券会社を通じて	2.6	3.3	—	—	—	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
郵便局の窓口や営業職員	2.9	—	—	—	—	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
生命保険会社の窓口	1.9	2.1	2.7	2.9	1.6	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
テレビ・新聞・雑誌などを通じて	5.7	7.3	4.9	3.1	—	5.7	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネットを通じて	2.9	1.8	0.8	0.2	—	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
通信販売	8.7	9.1	5.7	3.3	0.6	8.7	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職場に来自営職員	15.7	15.3	20.4	23.6	28.9	15.7	15.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家庭に来自営職員	52.5	51.0	51.3	49.7	54.2	52.5	52.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
生命保険会社の営業職員	68.1	66.3	71.8	77.6	88.5	68.1	68.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

資料・生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」平成21年度

これを12年前の平成9年の調査に比べると「保険会社の営業職員」が20・4ポイント減少、「通信販売」と「保険代理店」はそれぞれ8・1、2・4ポイント増えている。

去る7月、生命保険協会会長に就任した住友生命の佐藤義雄社長は記者会見で、営業職員チャネルのあり方にふれ、「調査に比べると「保険会社の営業職員」が増え、「通信販売」と「保険代理店」が減少。「通信販売」で「インターネット部門」が増加傾向を示している。

「8%の減少となっている(生命保険協会)。しかし、この間の同業職員の資質は格段に向上している」とみられる。また、20年度は、前年比29・0%の増加で、下ばりしている。

「8%の減少となっている(生命保険協会)。しかし、この間の同業職員の資質は格段に向上している」とみられる。また、20年度は、前年比29・0%の増加で、下ばりしている。

ガンガン身につく 年金力講座

遺族厚生年金... ③

遺族年金を受... また、死亡当時、前年

あなたの場合、ご主人がなくなった時点で、あなたの前年の年収が年額850万円未満(所得の場合は655・5万円未満。以下同様)です。生計維持関係が認められる理由による退職(例:自己都合)は、認められません。

亡くなった夫との生計維持関係とは? 遺産から家賃収入があるが...

生計維持関係の有無は、ご主人が死亡されたときの前年の年収(または所得)で決まります。前年の年収で決定されますので、ご主人が死亡された後に、奥様が受け取ることとなった家賃収入35万円は、合算されず、奥様の年収は240万円となります。そのため、生計維持関係があるものと判断されます。

ねんきん定期便「老齢年金の見込額」で分かる 遺族厚生年金の額

年金の種類と年金額(見込額)	年金を受けられる年齢		
	60歳	65歳	70歳
基礎年金	792,100円	792,100円	792,100円
厚生年金	特別支給の老齢厚生年金(報酬比例部分)	特別支給の老齢厚生年金(報酬比例部分)	特別支給の老齢厚生年金(報酬比例部分)
	1,320,000円	1,320,000円	1,320,000円
年金額(見込額)	2,112,400円	2,112,400円	2,112,400円

この金額の3/4が遺族厚生年金、

「子のある妻または「子」が遺族基礎年金を受給できる遺族となります。相対する方は「子のある妻」となり、妻が受給権者となり、遺族基礎年金は消滅します。

Q 私たち夫婦は不動産業(株式会社)を経営していましたが、主人(昭和24年7月生まれ)が先月亡くなりました。子供がまだ、17歳と13歳です。

私は、会社からの給与が月に20万円あり、厚生年金の保険料を納めています。これからは、主人の遺産としての家賃収入が毎月35万円ある予定で、私に収入があっても遺族の年金はもらえるのでしょうか。

A 年金加入期間、遺族となる年金が支給されます。年金の年齢等で中高齢寡婦加算、または経過的寡婦加算が加算されます。十子の加算22万7900円×2人、上のお子さんが18歳年度末を迎えられた時から102万円(基本額79万2100円+22万7900円)、そして下のお子さんが18歳年度末を迎えられた時に、遺族基礎年金の受給権は消滅します。

生命保険は数理のマジック

クローズアップ

有限会社 アイ・プラザ 岩根 和加子さん



「儲けるための代理店であってはいけない。加入させてそれで終わりはなく、お客様のために後々のフォローをするのが代理店の仕事だと思えます。」という語るのは有限会社アイ・プラザ岩根和加子代表取締役。旧日産生命勤務後、同社の業務停止により個人代理店として日本生命に移籍後、乗合代理店として(有)アイ・プラザを設立。現在、60余名のビジネスパートナーを要する大型代理店に成長させた。保険業界歴は42年、MDRTには25年連続入賞し、日本会副会長も務めている。

厳しい時代でも保険の仕事が尽きない理由とは？

「儲けるための代理店であってはいけない。加入させてそれで終わりはなく、お客様のために後々のフォローをするのが代理店の仕事だと思えます。」という語るのは有限会社アイ・プラザ岩根和加子代表取締役。旧日産生命勤務後、同社の業務停止により個人代理店として日本生命に移籍後、乗合代理店として(有)アイ・プラザを設立。現在、60余名のビジネスパートナーを要する大型代理店に成長させた。保険業界歴は42年、MDRTには25年連続入賞し、日本会副会長も務めている。

旧日産の破綻に伴い移籍 その後、同志が集い法人化

昭和43年の4月に旧日産生命に入社。25年連続で優秀成績者に入賞するなど輝かしい成績をあげていたが、平成9年同社が業務停止。折しも旧日産生命から別の保険会社で働いていた元同僚たちも、同じ想いを抱えていたこともあり、岩根さんの下に集ま

法人の規定見直しに欠かせないパートナー 社労士との「分業」で企業に適正な提案

これまでは税理士との提携なども行ってきたが、ここ最近では社会保険労務士との提携の機会も増えてきた。「数年前、お客様から兵庫県の畑中社労士事務所の中村先生を紹介いただいたから、社労士の方々とのお付き合いも始まりました。ご紹介をいただいた会社は当時、急成長していた時期で、従業員の給与や社内規定

代理店の共通目的を再確認 徐々に組織に浸透

「各保険会社のプロ中のプロが仲間だから、MDRTは大きな原動力です。世の中の動きを読み取り先取りしていく考え方はそこで養われたものです。」

お客様の「これから」をフォローし続ける

「今、適格年金の見直しで相談するケースが増えています。これは中小企業の場合、規定の見直しなどを依頼し、代替手段を考えていかなければならない。ここでも社労士さんとの提携が重要で、保険商品の選択は専門外となる。事が生まれます。また、MDRTには25年連続入賞した。」

「保険会社も大変ですが、そこで置き去りにするのはお客様。代理店は販売部門のひとつではありません。加入させてそれで終わりではなく、お客様のために後々のフォローをするのが代理店の仕事なのに、儲けるための代理店であってはいけなかったと思います。幸いアイ・プラザには現在60余名のビジネスパートナーが所属、派手な優待者でなくとも、長年お客様を大事にし、お客様から頼りにされている方が集まっています。こんな厳しい時代になっても、法人・個人のお客様のフォローをしっかり続けていけば、保険の仕事は尽きません。これからも『お客様の面倒は最後まで見る』という基本的な考え方を受け継ぐパートナーをしっかりと育てていきたいです。」



ソニー生命では、平成21年11月2日から「優良体・非喫煙者割引特則」を発売している。同社では、平成10年から喫煙習慣などで保険料を区分する「喫煙リスク区分型」商品の取扱いを開始しているが、今回、家族収入保険等の「一般の保険料率」「非喫煙者保険料率」にそれぞれ優良体料率区分を追加し、「優良体・非喫煙者割引特則」として発売することになった。これにより、従来の家族収入保険（喫煙リスク区分型）と家族収入特約（喫煙リスク区分型）は優良体・非喫煙者割引特則の取扱開始に伴い販売停止となる。

また、同社では同日付で、顧客利便性の観点から、被保険者の告知書扱の引受限度額をこれまでの最大1,500万円から最大3,000万円まで拡大した。

ソニー生命

優良体・非喫煙者割引特則
告知書扱による引き受け限度額の拡大

(平成21年11月2日発売)

特長

■優良体・非喫煙者割引特則

- 家族収入保険（特約、生活保障特則も含む）に付加することにより、被保険者の今までの健康状態および喫煙状況等に応じて、非喫煙者優良体保険料率、非喫煙者標準体保険料率、喫煙者優良体保険料率のいずれかの保険料率を適用し、保険料が割安になる。
- 被保険者の健康状態その他が会社の定める基準に適合するときには付加することができる。

■告知書扱による引き受け限度額の拡大

- 告知書扱は、従来、一被保険者につき最大1,500万円までと制限を設けていたが、これを最大3,000万円までとした。

保険料例

- 契約年齢35歳男性、年金額20万円、保険期間・保険料払込期間25年、個別別月払保険料の場合の例

■家族収入保険に付加した場合

		最低支払保証期間 2年	最低支払保証期間 5年
優良体・非喫煙者割引特則を付加した場合	非喫煙者優良体保険料率	5,060円 (71.0%)	5,360円 (70.8%)
	非喫煙者標準体保険料率	5,660円 (79.4%)	6,020円 (79.6%)
	喫煙者優良体保険料率	6,300円 (88.4%)	6,660円 (88.0%)
優良体・非喫煙者割引特則を付加しない場合		7,120円 (100%)	7,560円 (100%)

※（ ）内は、優良体・非喫煙者割引特則を付加しない場合を100%とした場合の割合

■家族収入特約<定額型>に付加した場合

		最低支払保証期間 2年	最低支払保証期間 5年
優良体・非喫煙者割引特則を付加した場合	非喫煙者優良体保険料率	4,700円 (69.5%)	5,000円 (69.2%)
	非喫煙者標準体保険料率	5,320円 (78.6%)	5,660円 (78.3%)
	喫煙者優良体保険料率	5,940円 (87.8%)	6,320円 (87.5%)
優良体・非喫煙者割引特則を付加しない場合		6,760円 (100%)	7,220円 (100%)

※（ ）内は、優良体・非喫煙者割引特則を付加しない場合を100%とした場合の割合

* 保険料は年齢、性別により異なる。

* 同じ条件であれば非喫煙者優良体保険料率が最も割安な保険料だが、非喫煙者標準体保険料率と喫煙者優良体保険料率は申込時の条件によりどちらが割安であるか異なる。

取扱内容（家族収入保険に付加した場合）

契約年齢の範囲	20歳～80歳 ※主契約の保険期間により異なる
保険金額の制限	・告知書扱…最大3,000万円まで
特則を付加できる保険種類	家族収入保険、生活保障特則付家族収入保険、家族収入特約、生活保障特則付家族収入特約

優良体・非喫煙者割引特則の仕組みおよび特徴

優良体・非喫煙者割引特則は、被保険者の健康状態その他が会社の定める基準に適合するときには付加することができ、喫煙歴および健康状態により、「非喫煙者優良体保険料率」「非喫煙者標準体保険料率」「喫煙者優良体保険料率」のいずれかの料率が適用される。

料率区分	会社基準	
	喫煙歴*1	健康状態*2
非喫煙者優良体保険料率	無	該当
非喫煙者標準体保険料率	無	非該当
喫煙者優良体保険料率	有	該当

*1 喫煙歴に関する基準については、以下の2つの基準両方に適合していることが必要になる。

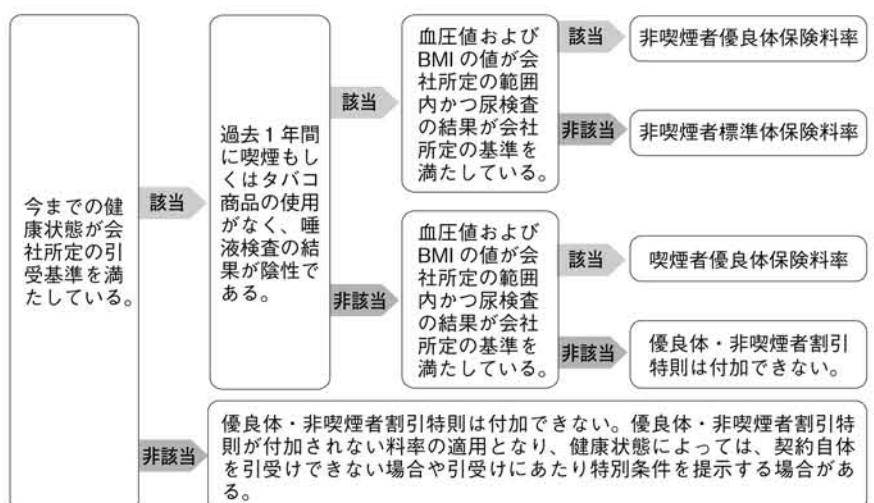
- ①過去1年以内に、喫煙もしくはタバコ商品の使用がないこと。
- ②唾液検査の結果が陰性であること。

*2 健康状態に関する基準については、以下の4つの基準すべてに適合していることが必要になる。

- ①今までの健康状態が会社所定の引受基準を満たしていること。
- ②血圧値が会社所定の範囲内であること。
- ③ボディ・マス・インデックス（BMI）の値（実測値）が会社所定の範囲内であること。

BMI=体重(kg) ÷ {身長(m)}²

④尿検査の結果が会社所定の基準を満たしていること。



中瀬敏の マーケット開拓の ヒント

中瀬敏 40

カレンダー配りを活用する

この機会を活かしお客様と親密になる

今年もあと2か月で、そろそろ年末の挨拶の準備をする時期になってきました。弊社では、毎年カレンダーを配っています。

このカレンダーは少々値段が高いのですが、特注加工されたカレンダーですので、お客様からとても人気があります。もちろん、弊社の名前入りですので、カレンダーを見るたびに弊社のことを思い出していただけることになっていきます。

弊社の名前入りでも、毎年このカレンダーを欲しいと言われるお客様がたくさんいますので、宣伝のつもりで配っています。

顧客数が多くなると、お客様を満遍なく訪問できる回数が減ってしまいますが、この年末のカレンダー配りは、欠かすことのできない訪問チャンスとなります。訪問理由も年末の挨拶というだけでポイントが取れますので、みなさんぜひ活用ください。

ポイントの取り方は、簡単です。「年末の挨拶で」

「年末の挨拶で」

「年末の挨拶で」

個人的な話を年賀状に入れる

個人的な話を年賀状に入れる

年末の挨拶をしました。11月から年末の挨拶も兼ね、カレンダーを配る際に、既契約数が多い場合は、早めに訪問し始めないと全軒訪問できないのです。あくまでも、お客様に合った情報を聞き出すことが重要です。ポイントをはきかき「時間ばかりませんで」と言っている。「すべ帰れ」と言っている。おかげで、お客様は少ないと思えます。

私の場合、ポイントを取らずに訪問することもある。ほぼ常時在宅していると思われるお客様や、商店のお客さまなどは、ポイントを取らなくても問題なく訪問できます。

「内容は、どんなもので」

「内容は、どんなもので」

「内容は、どんなもので」

「内容は、どんなもので」

「内容は、どんなもので」

師の教え

瑞穂 10

「師の教え」

「師の教え」

「師の教え」

「師の教え」

「師の教え」

「師の教え」

「師の教え」

自分の設計した提案がどれも似通った内容に

自分の設計した提案がどれも似通った内容に

「自分の設計した提案がどれも似通った内容に」

「自分の設計した提案がどれも似通った内容に」

「自分の設計した提案がどれも似通った内容に」

「自分の設計した提案がどれも似通った内容に」

「自分の設計した提案がどれも似通った内容に」

「自分の設計した提案がどれも似通った内容に」

「自分の設計した提案がどれも似通った内容に」

集中力が切れる1時間

集中力が切れる1時間

「集中力が切れる1時間」

「集中力が切れる1時間」

「集中力が切れる1時間」

「集中力が切れる1時間」

「集中力が切れる1時間」

「集中力が切れる1時間」

「集中力が切れる1時間」

師曰く「1時間以上話せ！」

師曰く「1時間以上話せ！」

「師曰く「1時間以上話せ！」」

「師曰く「1時間以上話せ！」」

「師曰く「1時間以上話せ！」」

「師曰く「1時間以上話せ！」」

「師曰く「1時間以上話せ！」」

「師曰く「1時間以上話せ！」」

「師曰く「1時間以上話せ！」」

夫婦でも本音は違う所に

夫婦でも本音は違う所に

「夫婦でも本音は違う所に」

「夫婦でも本音は違う所に」

「夫婦でも本音は違う所に」

「夫婦でも本音は違う所に」

「夫婦でも本音は違う所に」

「夫婦でも本音は違う所に」

「夫婦でも本音は違う所に」

年末は絶好の訪問チャンスです

保険代理店協議会主催 生損保険代理店経営者はじめ、保険業に携わる皆様へ!

特別オープンセミナー

○保険流通維新の志士たちの未来戦略○

日程
2009年**11月17日** 火 14:00~
会場
あいおい損害保険 東京中央支店 **日本橋**
東京都中央区日本橋3-1-6 「日本橋」駅 B3出口より徒歩3分

勝ち残るのはやはり来店型保険ショップの多店舗展開か、それとも保険代理業をベースに多角化しながら差別化を図るビジネスモデルか?
21世紀を代表する代理店経営者たちの公開討論が実現!

「混沌とする保険業界」

メーカーは生残りを賭けて大型合併を模索し、収縮する国内市場から海外市場に活路を見出し始めています。では、その煽りを受けたエージェンツたちはどうすればいいのか? 不況下でも成長を続ける国内を代表する代理店経営者たちを集め、個々の経営戦略を惜しげもなく開示し、互いの価値観や戦略をぶつけ合う公開討論が実現しました。

この度、成長著しい代理店経営者たちに協力いただき、代理店として勝ち残る為の未来戦略や保険代理店協議会として皆様に提供出来る情報をわかりやすくお伝えします。是非ふるってご参加ください。

保険代理店協議会 理事長 堀井 計

主催: 保険代理店協議会



◇参加費 **第1部のみ 3,000円** 懇親会込 **5,000円**
※参加費は当日お支払ください。

◆お申し込み方法 下記ホームページからお申し込み書をダウンロードの上、FAXにてお送りください。
先着順で定員に達した場合はその時点で締め切りとさせていただきます。

Program

第1部 オープンセミナー 14:00~17:30 (予定)

1. パネルディスカッション

1	パネラー	海上商事 代表取締役	野村 晋作 野村 朋永 伊藤 清 堀井 計
	多角化を展開する代理店経営者 (前半)	サルベーションアクト 代表取締役 ブロードマインド 代表取締役社長 ホロスプランニング 代表取締役	
	コーディネーター	業務プロセス研究所 代表取締役	尾籠 裕之

2	パネラー	アイリックコーポレーション 代表取締役	勝本 竜二 小林 尚哉 今野 則夫 猪又 徳夫
	来店型を展開する代理店経営者 (後半)	F.L.P 代表取締役 ライフプラザホールディングス 代表取締役 ワールドフィナンシャル 代表取締役	
	コーディネーター	富士生命保険 代表取締役社長	星野 喜宏

※敬称略 なおパネラー、コーディネーターは変更になる場合がありますのでご了承ください。

2. 保険代理店協議会 活動内容紹介

第2部 懇親会

軽食・飲み物をご用意し、保険代理店相互の情報交換会を行います。
*セミナー内容は予告なく変更することがあります。あらかじめご了承ください。

申込受付中

お申し込みは <http://www.hodaikyo.org/> 保代協 検索

学天ぽすと

教育研修・人事・社員福利厚生ご担当者様へ

社内教育のコスト削減に!!



「学天ぽすと」とはお客様がお持ちの知識や情報を、オリジナルクイズやユニーク検定として作成し、投稿できるサービスです。作ったクイズはブログパーツとして、ホームページやブログに貼ることができるので、社内研修の問題を作成し会社ホームページに掲載するような使い方も可能です。

企業様で社内導入すれば
**オリジナル検定が
作成・利用・共有できます。**



今すぐアクセス! <http://kenten.jp/>
学天(がくてん)サポートセンター 受付時間 平日10:00~17:00(土日祝除く)
お問い合わせ ☎ 0120-888482 Eメールの場合 info@gakuten.com

KOSAIDO 株式会社 廣濟堂
<http://www.kosaido.co.jp/> 〒108-8378 東京都港区芝4-6-12

平成21年度版 基礎から応用まで、最新の知識を満載!! 実務者必携

保険税務のすべて



顧客の信頼を高め、活動効率を高める
生命保険活用の税務情報

●規格 B5判
●ページ数 1,348ページ
定価 **4,950円**
(消費税込み、送料実費)

●FAX・HP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)
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/>

平成21年度版 保険税務のすべて	冊
●会社名	●支社名
●機関名	●担当者名
●送付先 (〒)	
●TEL	●FAX
〒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	