

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。

「アフラックペアレンツハウス大阪」が完成

西日本初の難病と闘う子どもと家族のための総合支援センター



アフラックは日本の創業35周年記念事業として財団法人がんの子供を守る会(垣水孝一理事長)と共同で建設を進めていた「アフラックペアレンツハウス大阪」(大阪市中央区北久宝寺町)が11月16日に竣工した。同施設は難病と闘う子どもたちとその家族の経済的、精神的負担を軽減することを目的とした西日本では初めての総合支援センターで、来年1月12日に正式にオープンする予定になっている。

創業35周年記念事業として実施

小児がんをはじめとする難病治療が可能な最新の医療技術を提供する医療機関は東京や大阪などの大都市圏に大半が集中している。そのため、長期にわたる入院や通院が必要な治療は、地方、遠隔地に住む病者と闘う子どもたちとその家族に大きな精神的・経済的な犠牲を強いる結果になっている。

「アフラックペアレンツハウス大阪」は、そうした子どもたちや家族に対する宿泊施設の提供やカウンセリングなどを行うことで総合的にサポートしていくという目的を持った施設である。この施設は大阪市営地下鉄御堂筋線本町駅など4つの地下鉄の駅から徒歩5～10分程度の徒歩圏にあり、大阪府内の主要な専門病院への良好なアクセスを確保している。宿泊料は家族は1泊1000円、病室と闘う子どもは無料で、利用日数に制限はない。建物は地上10階建て、



ダイニングルーム

和洋あわせて12の客室のほか、自炊可能なダイニングキッチンやランドリールーム、小児がんなどに関する専門書籍を揃えた図書情報コーナー、研修などに使えるセミナールームなどを完備している。

加えて、ソーシャルワーカーやハウスマネージャーが常駐し、病室に関する相談だけでなく、生活全般についての相談にも応じるなど、精神的ケアに対するサポート体制も整えている。

東京都内ではすでに2001年に日本で初めての総合支援センターとしてアフラックペアレンツハウスを、2004年には同浅草橋を開設し

ており、この8年間の累計利用者数は海外からの利用も含め約6万8000名(5000家族)にのぼっている。

大阪は高度小児医療を提供する特定機能病院が6か所あり、関西地域にも同様の施設の建設を希望する声が多く、同施設はアフラックの寄付金によって、財団法人がんの子供を守る会が建設し、運営も同財団が行う。

なお、同施設はアフラックの寄付金によって、財団法人がんの子供を守る会が建設し、運営も同財団が行う。

アイエヌジー アジアの子どもたちに 絵本を届ける運動に参加

大阪の営業部で絵本作成会を開く

アイエヌジー生命は2007年より社団法人シヤンティ国際ボランティア会(若林恭英会長)の主幹する「絵本を届ける運動」に参画しているが、今年も東京本社はじめ全国の営業部などで全社を挙げて絵本作りに取り組んでいる。

出版物のある日本では想像できないことだが、世界の中には子どもたちのための絵本が全くわすかしくない国々も珍しくはない。同会では絵本や図書館を通じて、子どもたちに対する教育支援を行っており、この「絵本を届ける運動」も

生命保険文化センターではこのほど小冊子「イラストでわかる生命保険 ほけんのキホン」を新編に作成した(A5判、カラー20ページ)。

この小冊子は、好評の「イラストでわかる生命保険 ほけんのキホン」を基に、これから「保障」や「生命保険」を考慮する若年層がぜひ理解しておきたい内容を凝縮したものとされている。

文化センター 「ほけんのキホン」を発行

若者向けに内容をアレンジ、成人式等での配布にも力

クラー「ほけんのキホン」にへ案内を始めていよる案内と豊富なイラストでやさしく解説している。今月下旬から大学・高等学校の授業等

【冊子の内容】

- 生命保険について知っておきたい事柄を解説している…生命保険の役割やしくみ、契約時や受取時のポイント、主な生命保険種類の特徴などを、キャラクター「ほけんのキホン」が成人式や成人式等での配布にも力

今年4月に任命された新任機関長諸氏も機関長に携わってはや7か月が過ぎた。機関経営の何かは実体験で、おおよそのことを習得し、まだ多くのことを学んだであろう。特に人間関係の難しさを感じたに違いない。

相性の悪い職員への対応

は、コミュニケーションの質と量が格段に落ちてしまうことだ。まして優越者である。相性がいいと話が弾み、機関発展のために施策のことについても話せるが、相性が悪いために、それではどうするといったのか。機関長が、相性の悪い優越者に心を開かせようと、趣味やスポーツを話題にして歩み寄るなど、わざわざしくもよい。また相性の悪い所長と親しくなろうことが共感を導くよう努めることもしくはない。

その代わり、仕事は確実・迅速にやるように。またやっつけたいことや注意すべきことは、はっきり伝える。その人が成果をあげると、高く評価し、それ相応に報いる、という当然のことは行えばいい。要するに機関長は、業務中心に行動する。つまり機関長の職務として当然、所長に的確に指示・命令することも教育・訓練・指導に徹するのである。(木)

お知らせ

次週11月30日は第五月曜日となりますので、本紙の発行はありません。



アイエヌジー生命の「絵本を届ける運動」に参加したスタッフたち。



お客様編

新規住宅着工件数の減少など、厳しいといわれる建築業界にあっても、頑張っている中小企業がある。今回ご紹介する株式会社コトブキ設備もそうした企業の1つだ。信用を積み重ねながら業務を拡大し、人材の新規採用も視野に入っている。そこで、同社の高橋信秀社長を訪ね、信用獲得や取引先拡大のために大切なことや、人材採用のポイントなど、会社の現状と課題、保険会社や担当者に望むことなどを聞いた。

から約4年前に先代で創業者でもある父より、社長を引き継ぎました。

——それ以前はどんなお仕事をされていたのですか。

高橋社長 この仕事は技術と知識がないとやっていけません。いずれ家業を引き継ぐことがわかっていたので、一人前になるまで、親受け企業も含めて8年間、修行として外で一先懸命勉強してきました。

——取引先企業の数は何社くらいあるのですか。

高橋社長 大きなどころは4社です。おかげさまで、現在取引先は少しずつ増えてきています。昼夜を問わずに仕事が入っていたこともあり、

前期は売上ベースで1億円以上の実績がありました。今期は不況の影響で少し落ちてきていますが、それでも他社と比べると当社は多いほうですね。

——現在、社員数は何名いらっしゃいますか。

高橋社長 そうですね。ただ直受の仕事は、単発の仕事が多く、継続的に受注できるかわからないところが難しいです。数多く受注するために、やはり、取引先を拡大し、

人脈を広げていく必要があります。

——取引先から信頼されるためには、どんなことが必要だと考えていますか。

高橋社長 完成品の評価は、正直この業者が担当してもあまり差はないですね。差がつくのは、取引先とのやりとりや対応の部分だと考えています。仕事をしていく上では、コミュニケーションが最重要だと考えています。

——現場に出ておられる社員さんはどういった人たちですか。

高橋社長 2人とまだまだ若く、今は仕事を覚えてもらっている状況ですが、対人折衝能力はあります。お客さまのニーズに的確にこたえていくためには、もっと経験を積んでもらう必要はありますが、要所が私にアドバイスしながら、話し合っ

て仕事を進めています。

——現場に出られて一番苦労されている点は何ですか。

高橋社長 仕事内容が厳しく評価されることは、当然のことなので大変ではありませんが、1日の仕事を効率よく進めるための準備や、スケジュール管理が大変ですね。

(企業紹介)

株式会社コトブキ設備

東京三鷹市に本社をおき、給排水衛生設備工事、空調設備工事、貯水槽保守点検工事などを主要業務とする。業務エリアは千葉、埼玉、神奈川、東京など南関東地区を中心に事業を展開。昭和42年5月設立。社員数6名。

多件数受注で多忙な日々

■コトブキ設備社の経営課題

- 大型物件が減少していることもあり、売上を確保するために多件数受注を少人数でこなしている。そのため業務多忙で1人あたりの負荷が高くなっている。
- 新規取引先開拓のために、法人会などの経営者交流も検討しているが、忙しくて参加する余裕がない。
- 現場から戻ってきて、翌日のスケジュールの確認、準備に時間がとられている。
- 新規採用の意欲は高いが、対人折衝能力のある人物の見極めが難しい。試用期間制度で会社に合う人材なのか、確認する必要がある。

■生命保険会社、担当者に望むこと

- 忙しい経営者、従業員の実情を理解し、スケジュール調整をした上で訪問してほしい。
- 保障については全く知らないのでも、まずは会社の話をよく聞いてもらって、会社にあったプランを提案してほしい。
- 信用力のある保険会社からの紹介で取引先が拡大するのはいいこと。会社情報や企業概要などの情報をいただけるのであれば、飛び込み開拓に比べ安心して取引できる。

信用積み重ね、着実に成長する中小企業

——今の市場環境はいかがですか。

高橋社長 厳しいですね。新規住宅着工は減っているし、改修工事にしても設備投資にそんなにコストをかけなくなっています。仕事量は全体でも減少していますね。新たに取引先を拡大していくことが大きな経営課題です。

——地域の法人会や青年会に加入して、交流を広げる試みはいかがですか。

高橋社長 知人からお誘いをいただいているのですが、仕事の関係で定期的な集まりに参加できない時間の余裕がないので、躊躇しています。

——参加して交友関係を広げることも必要だとおっしゃっています。

高橋社長 1人で現場に行ってもらってもいいのですが、「会社を代表しているんだ」という意識で取り組んでもらえる人物が一番です。今のスタッフにも「仕事はいいねいにする」と、その成果が君たちの営業なのだから」とよく話しています。

——ところで、生命保険会社さんとの関係はいかがですか。

高橋社長 実は、本業に追われていて、ほとんど事務担当者にかまかきりなんです。本当は、経営者でない判断できないこともあるので、考えないといけないと思っ

ているのですが、なかなか余裕がないので、

——困り事が起きる前に、信頼できる担当者として、信頼できる担当者として、信頼できる担当者として、信頼できる担当者として、

高橋社長 いきなり難しい話をするのではなく、まずは会社の話を中心と聞いていただいた上で、当社に合わせたプランを提案していただきたいです。私

もなかなか会社の席にいないので、あらかじめ来るときに電話でも本をかけてもらえればありがたいです

ね。

——社員の生活も預かる立場ですし、保険の必要性について関心はあるのですか。

高橋社長 そうですね。ただ私も従業員も本当に忙しいので、そのあたりも考慮していただきたいですね。

——保険会社は、お客さまと人、会社をつなぐことも得意ですが、そういった面でのサポートは期待されますか。

高橋社長 お客さまを紹介してもらって仕事が広がることはいいいことだと思います。当社が飛び込みで新規開拓したお客さまには、やはり信用リスクの可能性もあるので、

保険会社さんで情報を持ってもらえる会社を紹介したいだけなのであれば、安心して取引もしやすいのかなと思っ

ます。

——今日はどうもありが

とうございました。

新たな取引先拡大が急務

新規採用にも高い意欲

——新規顧客の開拓にも悩みが多そうですね。

高橋社長 業務量が多いので新しく人を増やそうかとも思うのですが、仕事量と人のバランスを図るのが難しいです。ですから一人ひとりの負荷を高めにして仕事を回しているのが現状です。

——ではかなりお忙しいのですか。

高橋社長 不況と言われている割に忙しんでいるほう

だと思えます。社員にも余裕を楽しむ余裕を作ったあげた

いのですが、今は給料で報いるほかありません。なるべくコミュニケーションを取るようには心がけているので

が。

——中小企業の場合、人材の採用はとも難しいと聞きますが、一番大事だと考え

ておられることは何ですか。

高橋社長 やはり人物の見極めは難しいですね。一度面接したくらいだと仕事に合う人物かわからないです。ですから、業務概要を説明した後

は、試用期間を設けて、実際にやってみるか本人にも判断してもらおうようにしています。その際、こちらで重視するのはコミュニケーション能力ですね。

●保険営業プロならではの世界をつくる●

顧客をぐつと引き寄せる話

(株)エフ・ビー・サイブ研究所 森 克宣 (-8-)

◆船長のような経営者？

順風満帆で航海が快適なときは、船長は優雅で楽しい仕事なのだろう。しかし、嵐の日や海難事故では、船と運命を共にする船長も多いようだ。もちろん、船とともに沈む必要があるのではなく、“船長には他の乗組員の脱出を見届ける義務”があるため、沈没に“巻き込まれる”ケースが多いのだと言われる。

ただ、今、そんな“船長の心配”をすべき経営者が本当に多い。“船”にたとえられる“会社”が、決して長寿ではなくなったからだ。

◆若いうちなら…

経営者が若い頃の倒産なら、まだ救いは多い。筆者の知人も、30歳代前半で数億円の負債を抱えて倒産したが、その後はそれ以前よりも“元気”に見える。自己破産はしたものの、妻の名義にしてあったマンションで、暮らしぶりもそれほど変わらない。

それどころか、何が何でも一國一城の主でなければ気が済まなかった頃と違い、勤め人として“他者と協調”することも覚えたそう。当時の債権者や顧客は“許せない”だろうが、彼には破産が“良い転機”だったようにも見える。

ただ、もし、その知人が50歳代や60歳代だったらどうだろう。

◆経営者の関心先が変化

10年、否20年前なら、50歳や60歳の経営者の最大の関心事は“事業承継”だったかもしれない。しかし今、“承継してくれる”人はそうそういない。それは、後継者が育たないからではない。“後継者が魅力を感じる”状態を、なかなか維持できないからだ。品格のない表現だが、『沈みかけのボロ船を引き継ぐ“新”船長はいない』のだ。

以前“企業の寿命は30年”という言葉があった。それは“企業たるもの、30年程度で経営者を一新しなければ、世の変動について行けない”という戒めだったのだろう。今の経営者に30年は、あまりにも短か過ぎる。

◆代われない？ 経営者

もちろん、大企業は数年で経営者が代わるケースが多い。だから、変化にも強く継続力がある。ところが中堅中小企業では、“在職30年をはるかに超える”勢いの経営者が多いのだ。

しかも、事業承継を“した”といっても、会長職などで目を光らせる。“まだ目が黒い先代”が70歳なら、後継者はもはや40歳代だ。“自分の人生”を生きたいだろう。だから“父親の船”を降りる。

◆経営者が1人残る

こうして、高齢化した船長が、1人船に残ることになる。もちろん、それは義務でも責任でもなかったはずだが、残された船長は“船”と運命を共にせざるを得ない。高齢になってからは、船の修復は容易ではない。どんなに船長の“気持ち”が若くても、金融機関が支援しないからだ。

今、そんな“漠然とした不安”が、中堅中小企業の“船長”の間に広がっている。『いや、漠然とではなく、はっきり不安を持つ人も多い』と言われるかもしれないが、はっきり不安を持つ年齢になってからは“遅い”。気が付きが遅い人は、生命保険の客にもなりにくい。

◆これからの経営者は…

人である経営者は、簡単には死なない時代になった。男性でも80歳まで生きるのは、ごく普通のことだからだ。90歳も視野に入る。女性ならなおさらだろう。逆に、1つの事業を30年と持たせるのは非常に難しい。後継者が来て、新たな息吹を吹き込んでくれるならまだしも、10年や20年の継続さえ、困難が伴うのが昨今の事情だ。

だから、たとえ30歳代でも、40歳代ならなおさら、企業経営者に次のような話を

前回、経営者の退職金や遺族補償を、法人契約ではなく個人契約で行う話をしたが、もう1つ、これに類する“微妙”なテーマがある。“微妙”というのは、まだ明確には“認知”されていないけれども、心の底には“不安”として流れているという意味だ。

してみたい。聞いてみたいのだ。

◆企業の終わりを考える！

それは“企業の寿命は30年。今、その終わりを考えながら経営する時代になった”ということだ。最後まで船に残る船長が、どう船を脱出するか、それが今、多くの経営者にとって、最も重要な“人生リスク対策”なのだ。

その対策の1つとして、“経営者が個人で契約する長期の保険を増やす”話を、前回行ったわけだ。会社に資産を積むのではなく、個人に資産を移さなければ、いざというとき、迅速な脱出は難しい。

◆21世紀的長期戦略？

極論すれば、今は経営者が自分の報酬を下げて、企業の延命を図るべきときではなく、報酬を上げてでも、自ら将来の準備をすべきときだと申し上げたいわけだ。

“船を早めに沈めることになっても、従業員を脱出させて、自分も陸に上がる”と、その重要性に気付かない経営者の末路は非常に悲しい。それが21世紀の現実であり、これからの経営者が視野に入れるべき“長期視点”なのだ。

では“従業員”はどうなる

だろう。詳細は別の機会に譲るが、総論的には、元気な従業員を“先に逃がす”ことで、経営者の責任は果たせよう。高齢になった従業員は、再雇用制度や在職老齢年金の活用(仕事をしながら、給与を下げて年金を受け取る)で、“コストを下げて身軽にする”ことも可能だ。身軽になれば、その分、船の延命も可能だろう。船長自身が脱出するまでの“時間”を稼げる。

◆短期資産運用ではなく…

利益が出たときの“含み資産”形成の話ではなく、こうした“長期”を語らなければ、もはやリスク・マネージャーとしての、あるいはファイナンシャル・プランナーとしての体裁を保つことは、今後ますます難しくなる。

そして“リスク”や“ファイナンス”を問題にするのでなければ、生命保険につながる“話”を、切り出すのさえ難しい。保険営業者は、その意味で“経営者”にとって重要な“警告者”になって来ているといえるのかもしれない。

◆啓蒙より探索が先

ただ“賢明ではない経営者”を啓蒙しようとする必要はない。まず“船と船長のたとえ”を聞く耳のある人を探すことだ。教えるのではなく“探す”のだ。そして、1人でも見付けたら、そこで“自分の将来のための長期保険”を提案し、それを事例に、今度は、意識の低い経営者を啓蒙するのが妥当だろう。

うまく事例を作って、それを活用すれば、事例が“啓蒙”を進めてくれる。“事例”を作らずに啓蒙しようとする、多分、真っ先に強烈な“反感”に出合ってしまう。

今“含み資産形成”のような話題が持てない…？
否、経営者に話して聞かせるべきテーマがある！



株式会社エフ・ビー・サイブ研究所

代表取締役 森 克宣

URL : <http://www.fbcibe.co.jp>

保険営業に役立つ【いいヒントサイト】

URL : <http://www.e-hint.jp/hoken/>

～新境地を切り開く小冊子プレゼント中～

保険営業 ヒント 検索



あなたの年金、もっと増えます!

～知って得するミニ知識 第2弾!～

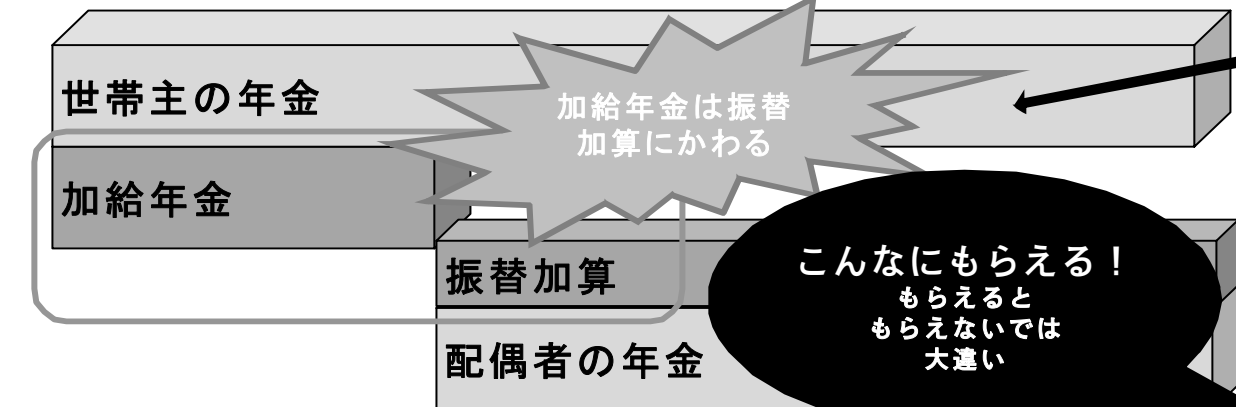
今回は『公的年金のアップ術』と題して、①国民年金の任意加入、②国民年金の付加年金、③国民年金の繰り下げ受給について取り上げました。手持ちの資産を運用することはもちろん大事なことです。公的年金の受給額を増やすことも資産運用のひとつとして、これらの年金アップ術をお伝えしたのですが、今回はその第2弾として、④加給年金と振替加算、⑤国民年金保険料免除制度についてお伝えします。

《加給年金と振替加算》

加給年金を受給できるのは、厚生年金保険の被保険者期間が20年(240月)以上あるか、または中高齢の特例(生年月日により20年より短い期間で受給権を得られる場合があります)に該当する人が、65歳以上で老齢厚生年金の受給権または65歳未満で特別支給の老齢厚生年金の定額部分の受給権を取得したときに、その人に生計維持されている配偶者や子がいる場合で、その人の年金に加給年金額が加算されます。加給年金の対象となる配偶者や子には条件があるのでご注意ください。配偶者は65歳未満で受給権者に生計を維持されていることが必要で、性別は問いません。子とは18歳に達する日以降の最初の3月31日まで(今年の6月に18歳の誕生日を迎えたお子さんの場合、翌年の3月31日まで)が加給年金の対象者です。および20歳未満で国民年金の障害等級1級または2級に該当する障害の状態にあり、受給権者に生計維持されている子をいいます。生計維持されているかどうかは、原則として受給権者と生計が同じで、将来にわたって年収で850万円以上の収入を得る見込み

公的年金のアップ術④【加給年金と振替加算】

☆加給年金と振替加算の受給額は大きい



加給年金や振替加算も受給総額でみると大きな金額になりますね。妻が退職間際で20年働いたことになる、といった場合などは要注意ですね。年金はご夫婦の加入している年金の種類、ご夫婦の年齢差、生年月日などでさまざまなケースがあり、一概に損得を考えることはできません。また、逆にご主人が自営業と会社員の両方の期間がある場合で厚生年金期間が20年未満の場合などは継続雇用で被保険者期間を延ばして加給年金を受取るようにすることも考えられます。

☆加給年金額と振替加算額のモデル例(一部の年齢を抜粋)

加給年金(3年分)	配偶者(妻)の生年月日	振替加算額×23年	受給総額
369,000円×3年(配偶者特別加算額を含む。妻は3歳年下)	S24/4/2～S25/4/1	88,200円(年額)×23年	3,216,600円
	S27/4/2～S28/4/1	70,000円(年額)×23年	2,798,000円
	S30/4/2～S31/4/1	51,700円(年額)×23年	2,377,100円
	S33/4/2～S34/4/1	33,500円(年額)×23年	1,958,500円

(注)振替加算は妻が平均余命まで生存した場合の受給額で計算(65歳の女性の平均余命…23年)。年金額は平成21年度価額。

☆加給年金は定額部分の支給開始年齢からもらえる

厚生年金保険の被保険者期間が20年以上ある場合、その人に生計を維持されている65歳未満の配偶者または18歳未満の子がいれば、その人の年金に加給年金が加算されます。また、配偶者の加給年金には、受給権者の生年月日により特別加算額が加算されます。

配偶者	227,900円
1人目・2人目の子	227,900円
3人目以降の子	75,900円

受給権者の生年月日	配偶者特別加算額	加給年金合計額
昭和9年4月2日～昭和15年4月1日	33,600円	261,500円
昭和15年4月2日～昭和16年4月1日	67,300円	295,200円
昭和16年4月2日～昭和17年4月1日	101,000円	328,900円
昭和17年4月2日～昭和18年4月1日	134,600円	362,500円
昭和18年4月2日以降	168,100円	396,000円

知識を駆使して 生保販売 (83)

FPネットワークFAP ファイナンシャルプランナーCFP。 笹原 悦子

がないことが要件で、生計同一要件に関しては住民票などで、収入に関しては課税証明書や健康保険の被扶養者である場合は健康保険証などを提出して認定を受けます。加給年金の対象者であるかどうかを判断する認定時期は、加給年金の受給権が発生したときです。

また、加給年金の対象になっていた配偶者が65歳になって自分の老齢基礎年金をもらい始めると、配偶者自身の老齢基礎年金に振替加算が加算されます。対象となる配偶者は大正15年4月2日から昭和41年4月1日までに生まれた人です。会社員や公務員に扶養されている妻は、昭和61年4月4日から国民年金への加入が義務付けられました(3号被保険者)。それまでは任意加入だったため、未加入の人も多く、また加入期間が短いため年金額が少ない場合もあるため、振替加算が加算されます。昭和41年4月2日以降生まれの人は20歳のときから強制加入であるため、振替加算はありません。また、生年月日によって振替加算の額も違い、若い人ほど少なくなります。

《妻が20年以上働くか損? 加給年金がもらえなくなるときのもある》

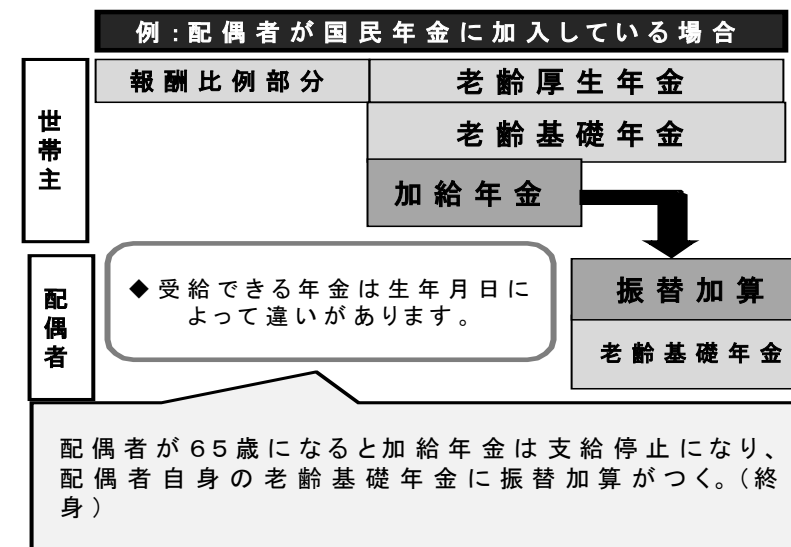
A子さんは昭和29年5月生まれで今年54歳です。パートで働いていますが、正社員と同じように厚生年金に加入しています。給与は20万円。独身時代も含めると厚生年金の加入期間は14年間ですが、将来受取る年金額が増えたいというのでもう少し頑張って働くつもりです。夫はサラリーマンで現在60歳です。厚生年金には37年間加入しています。今から5年後、夫が65歳になり老齢厚生年金を受給できるようになったとき、A子さんの厚

生年金の加入期間は19年ですから加給年金の対象者になり、年間396,000円支給されます。

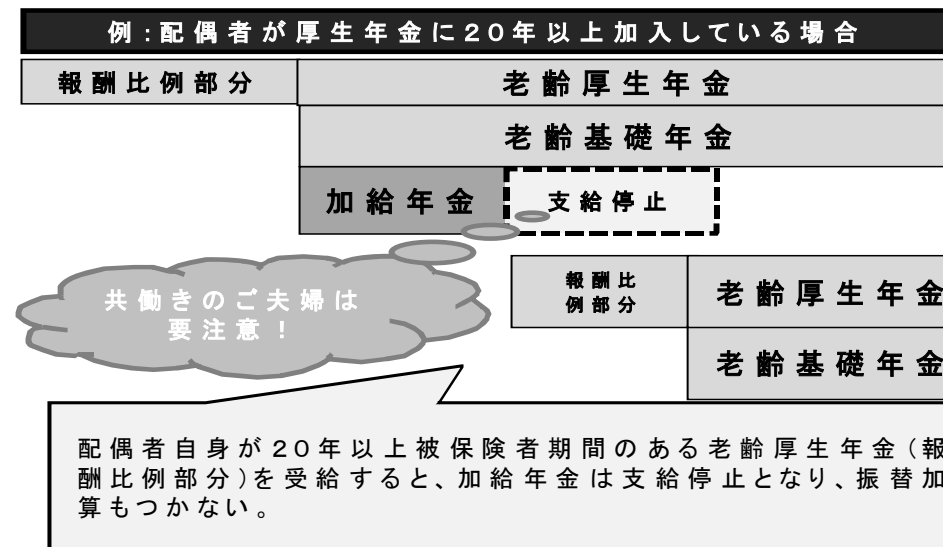
ところがA子さんが60歳になり自身の特別支給の老齢厚生年金(報酬比例部分)を受給し始めたとき、もし働き続けていてA子さん自身の厚生年金の加入期間が20年を超えると、夫に加算されていた加給年金は支給停止になります(下図参照)。加給年金は対象者である配偶者自身が20年以上被保険者期間のある老齢厚生年金を受給している場合はどちらも支給停止されず、「振替加算」も同じ理由で加算されなくなります。たとえば、65歳になって振替加算がついている老齢基礎年金の受給権者が、その後も働き続けることによって厚生年金の加入期間が20年を超える老齢厚生年金を受給することになった場合、振替加算は加算されなくなります。

A子さんがもし厚生年金の加入期間19年目で退職していたとしたら、世帯での年金額は加給年金額として夫の年金に加算される額が5年間で198万円、振替加算額としてA子さんの年金に加算される額が平均余命まで生きるとして23年間で約113万円(57,700円×23年=1,137,100円)をあわせて約331万円受給できたこととなります。実際には生年月日や夫婦の年齢、あるいは働いた収入がこれを上回ったり、退職金が支給される場合などさまざまなケースがあり、一概に損得は判断できないのですが、退職間際で20年に達する場合などは参考になさってください。

☆加給年金がもらえなくなるケースも・・・



配偶者が65歳になると加給年金は支給停止になり、配偶者自身の老齢基礎年金に振替加算がつく。(終身)



配偶者自身が20年以上被保険者期間のある老齢厚生年金(報酬比例部分)を受給すると、加給年金は支給停止となり、振替加算もつかない。

☆振替加算がつくのは昭和41年4月1日生まれの配偶者まで

配偶者の生年月日	加算額	配偶者の生年月日	加算額
昭和19年4月2日～昭和20年4月1日	130,600円	昭和28年4月2日～昭和29年4月1日	63,800円
昭和20年4月2日～昭和21年4月1日	124,700円	昭和29年4月2日～昭和30年4月1日	57,700円
昭和21年4月2日～昭和22年4月1日	118,500円	昭和30年4月2日～昭和31年4月1日	51,700円
昭和22年4月2日～昭和23年4月1日	112,400円	昭和31年4月2日～昭和32年4月1日	45,600円
昭和23年4月2日～昭和24年4月1日	106,400円	昭和32年4月2日～昭和33年4月1日	39,400円
昭和24年4月2日～昭和25年4月1日	100,300円	昭和33年4月2日～昭和34年4月1日	33,500円
昭和25年4月2日～昭和26年4月1日	94,100円	昭和34年4月2日～昭和35年4月1日	27,300円
昭和26年4月2日～昭和27年4月1日	88,200円	昭和35年4月2日～昭和36年4月1日	21,200円
昭和27年4月2日～昭和28年4月1日	82,000円	昭和36年4月2日～昭和41年4月1日	15,300円

- 注意事項!**
- 加給年金は中高齢の特例により、厚生年金の加入期間が20年未満でも受取れる場合があります。
 - 夫婦共働きでどちらも加給年金を受けられる場合は、両方とも支給停止になります。
 - 加給年金の受給資格があっても、配偶者が年上の場合加給年金はつかず、配偶者に振替加算がつかず。

公的年金のアップ術⑤【国民年金保険料の免除制度】

☆収入が少ないときは国民年金の免除制度を活用しましょう(平成21年4月改正)

◆保険料が未納の状態ですと、障害基礎年金や遺族基礎年金が受けられない場合があります。

	全額免除	1/4納付(3/4免除)	1/2納付(1/2免除)	3/4納付(1/4免除)	◆平成21年度の保険料は・・・ 14,660円
保険料	0円	3,670円	7,330円	11,000円	
年金額	2分の1	8分の5	8分の6	8分の7	

○一部納付(一部免除)の世帯構成別の所得基準のめやす

世帯構成	全額免除	一部納付		
		1/4納付	1/2納付	3/4納付
夫婦+子ども2人	162万円	230万円	282万円	335万円
夫婦2人	92万円	142万円	195万円	247万円
単身者	57万円	93万円	141万円	189万円

☆この他にも免除制度があります

- 若年者(30歳未満)納付猶予制度**
*本人と配偶者のみで所得を審査、年金額には反映されません。
- 学生納付特例制度**
*受給資格期間には反映されますが年金額には反映されません。
- 退職(失業)による特例免除**
*失業者本人の所得を除外して審査します。

FAPはどの金融機関にも属さず、公平・中立な立場からコンサルティングを行う独立系F Pの集団です。

資料請求先 事務局 TEL: (06)6648-7657
ホームページ http://ThatsLife.jp

FAP FPネットワークFAP
Financial Planners' Associate Products

確実に紹介発生させる、ノベルティグッズの選び方

保全と紹介発生への役割が果たす

10年はもつ珍しくて高価でない物

生命保険のセールスで、販促ツールをいっさいを否定するものではない。使っていないという人、アップさせてより効果的は珍しいだろう。「いや、私はそんなことしないで売っている」という人は例外中の例外のはずだ。秋になると保険会社で販売されるようなカレンダーや喜中見舞い、年賀状、パスポートカードといったものも立派な販促ツールといえる。また、人によっては、契約後には当然中の当然として、面談していただいた後に手書きのお礼ハガキを出している人もみることだろう。そう考えてみると、販促ツールというのは誰でも使っているものである。

その10年もつツールが非常に大切であり、お菓子などの食べてなくなってしまうものはお勧めしない。儲かりすぎて仕方がないというのなら別として、お菓子は食べてしまったらそれでおしまいである。つまり、顧客の頭の中において感謝の記憶力に持続性がなくなってしまう、費用対効果がよくなくない。お菓子はどてはなないとしても、1か月とか半年、あるいは、1年もつというものであっても何回も訪問して交換しなくてはならないから、こちらにも訪問して効果を生み出したもの、つまり、10年もちつて、一度既存顧客に配布するものであり、それによって既存顧客は継続して保険に加入してくる上に、紹介を発生させてくれるもの

その10年もちつて、非常に大切であり、お菓子などの食べてなくなってしまうものはお勧めしない。儲かりすぎて仕方がないというのなら別として、お菓子は食べてしまったらそれでおしまいである。つまり、顧客の頭の中において感謝の記憶力に持続性がなくなってしまう、費用対効果がよくなくない。お菓子はどてはなないとしても、1か月とか半年、あるいは、1年もつというものであっても何回も訪問して交換しなくてはならないから、こちらにも訪問して効果を生み出したもの、つまり、10年もちつて、一度既存顧客に配布するものであり、それによって既存顧客は継続して保険に加入してくる上に、紹介を発生させてくれるもの

保険の話題に発展することも

販促ツールは可能性を秘めている

1. 最低10年もちつて、珍しくてついつい我慢したくなるもの

2. かといつて高すぎないもの(せいぜい数百円)

3. 1. に関して、最低10年もちつて、珍しくてついつい我慢したくなるもの

注目度高く実用的なグッズ

顧客がすぐに連絡できるよう工夫

1. ゴールドマグネット
2. ステンレスソープ
3. レターオープナー
1. のゴールドマグネットというの、名刺大くらいの黄色色のプラスチック製で作られたものである。そこには、代理店名といつでも連絡が取れる連絡先、メールアドレスやモットー(約束事)など必要な事項が盛り込まれている。別に名刺大よりやや大きくなって構わないだろう。通常の

「おかげさまで、こうして回り切れないほど多くのお客様に、契約をいただけたばかりになりました。つきましては、頻りに顔を押し出されませんが、万が一の際には飛んできますから、こちらのツールをどうか私と一緒にお持ちください。連絡先もここに掲載してあります」

“最初で最後”

生保 セールス テクニク 公開 03

次代創造館 代表
イノベーション・クリエイター
千田 琢哉 (せんだ・たくや)
～タブーへの挑戦で、次代を創る～

【筆者プロフィール】
東北大学教育学部教育学科卒。日系保険会社本部と経営コンサルティング会社に約10年間勤務した後、2009年1月に独立。コンサルティング会社では、多くの業種業界における大型プロジェクトのマネージングディレクターとして様々な経営戦略策定とそれらの実行支援で陣頭指揮を執る。現在までに延べ3300人を超えるエグゼクティブを中心としたビジネスパーソンの対話を通じて培った知恵と事実を活かし、「タブーへの挑戦で、次代を創る」を自らのミッションとして活動展開する。週刊ダイヤモンド、保険業界紙等にインタビュー、連載記事が掲載される他、著書に『ITとEサバイバル! 勝ち保険代理店は、ここが違う!』(新日本保険新聞社)、『継続的に売れるセールスパーソンの行動特性88』(マネジメント社)、『尊敬される保険代理店へ「家業」から「企業」への脱皮〜(同)等がある。
HP : <http://www.senda-takuya.com/>
E-mail : info@senda-takuya.com

私が今回取り上げる販促ツールは、既存顧客に感謝の印として配布するものであり、それが今回復り上げる販促ツールといえる。その販促ツールは、既存顧客に感謝の印として配布するものであり、それが今回復り上げる販促ツールといえる。その販促ツールは、既存顧客に感謝の印として配布するものであり、それが今回復り上げる販促ツールといえる。

リピート

紹介



海外からもゲスト

目標と夢を持って「継続」

MDRTプルデンシャル会(中須賀太郎会長)は10月6、7日、『継続〜Enduring Spirit, Enduring Dreams〜』をテーマに、千葉市美浜区のアパホテル&リゾート東京ベイ幕張で恒例の秋の研修会を開催した。この研修会には会員約400名が参加し、1日目は支社長・所長約200名も加わった。当日は、海外からのゲストによる講演など4つの基調講演と2つの分科会で研鑽を行った。なお、昨年は研修会後に全国3か所で全国エリア分科会を実施したが、今年は全国18か所において支部長中心に運営される分科会が開催されており、近隣の支社との交流やそのエリアでできない営業ノウハウなどの情報交換が図られている。

率も下がり、年間保険料も落ちている。こういふ中で、まさに我々の使命が求められる時代かと思う。それはみなさんの協力が絶対必要で、一緒にやらないと長期的な成長は望めない。この研修会を通じて、同じ「継続」をテーマに、最初の基調講演

の歴史の中でわずか2人しかおらず、またMDRTの成績資格終身会員であり、COT会員資格を3回取得している。講演者、キャリ

アコート、コンサルタントとして世界中で活躍しており、アニマル・ミーティングでも大好評のスピーチだ。音楽に乗って会場から登壇し、大きな拍手で迎えられたヒックス氏の講演は、前半は自らがおこなってきた歩みと社会情勢などにも触れ、現在に至るまでの道の



ソロモン・ヒックス氏

ートとして活躍し、シドニー・アネネのパランピック8000mで2大会連続でメダリストとなった。純粋に「これ以上頑張れない」で、平気で言う。そのテーマで講演した。同じ高校1年の時にバイク事故による脊髄損傷で車いす生活となったが、退院後、車いすレースの世界へ飛び込み、世界各国のレースに参戦。04年からプロアスリートとして活動する一方、選手育成や車いすレース普及のため大会運営にも積極的に取り組む、健常者ピオンに弟子入りし、多く

マフソンと車いすレースの融合できる大会を目指し活動している。バイク事故で車いす生活になっても、「死んでいたい」ではなく、「生きていきたい」で人生はやり直せる。上半身が残っただけでも車いす生活になった人、車いす生活になった人、こんな生活もあるのかと分かるように活躍したいと話した。「さらに高い目標を設定し、精進し、全力で頑張る」と上を目指して続けている。「ロンドンを目指す決意を締めくくった。午後6時から、三森社長をはじめ本社役員も参加した懇話会が開かれ、ヒックス夫妻も加わり、参加者の親睦とさらなる情報交換を図られた。

「ネットワーキングについては、地域ブランドではなく個人ブランドを築いていくことに価値を高める。ストーリーは、なんで美味しいのかという商品を見つめたいというところ、自分たちの思いをどうやって伝えるのか?、どんなにいいものであっても相手に伝わらなければ理解してもらえない。それを伝える方法として考えたのが「バーベキュー」だった。物ではなく物語を伝える。体験してもらい、五感に訴える。」

評判が口コミで広がり、2年で神奈川県トップのランダムとなった。順調に推移するが、規模の拡大を目指すのではなく、日本の農業の現状に強い危機意識をもち、「都心の農家の息子が実家に戻る「農家のこせがれネットワーク」を設立し、最速最速で日本の農業を変革することを目指す思いを熱く語った。

その後、「最近急速で日本の農業を変革することを目指す思いを熱く語った。また、企業から資金が出て行くボーナス月なども避け、ゆとりと話を聞いてもらえる余裕のある時期に話す」など、随所に多くの示唆があった。

新日本保険新聞

1日目は午後1時から始まり、挨拶に立った中須賀会長は2日間の参加者が約600名に及ぶこと、本社の協力の感謝のソロモン・ヒックス氏の報告が実現したことなどを報告した後、テーマである『継続』に触れ、「今まで行ってきたという継続ではなく、これからもうひとつ長い歴史をプルデンシャル生命が刻んでいくという気持ちでテーマを『継続』に決めた。ただ単にやり続けるだけではなくて、目標を持って自分の夢を持って、やり続けるというテーマをテーマにする。厳しい経済状況もあり、みなさん本当に苦勞されていると思う。だが、当り前のことを当たり前にやっていると、この継続をせむじ風で吹飛ばす。この研修会もみなさんのお役に立てばと思っています。元氣よく、行きたいと思う」と述べた。

引き続き挨拶に立った三森裕社長は、19回目を迎えた研修会の大成功の第一回目を交えながら、「坂口さんと2人でMDRTを育てていくと誓った」エピソードを紹介し、「その

第19回 MDRTプルデンシャル会 秋の研修会



会員400名が参加

MDRTプルデンシャル会 秋の研修会

継続 ~Enduring Spirit, Enduring Dreams~

休憩をはさみ、3時半からは車いすアスリートとして活躍して



大盛況だった分科会A

分科会・講演で相互研鑽

2日目は、午前9時15分から90分間、次の2つの分科会が行われ、自らの体験やアイデアが惜しみなく披露された。

- ・分科会A「大先輩に聞く、保険の入り口と出口!」
- ・分科会B「ドライブイン!」

「生産農家の名前が消えて流通する。うちの親父の生産する豚はうまいんだ」と気づいたが、友人の「この豚、どこに行けば買えるの?」という当たり前の質問に答えられなかった。この仕組みが変わらないと養豚業は変わらない。生産から出荷が終わっていない、お客さんからの喜びが届かない産業だった。そこで、生産からお客さんの口にするまで、農家が一言してプロデュースする新しい一次産業を目指している。その結果、しっかりとのお客様付き、現在のような厳しい状況下でも販売が落ちない。「みやじ豚」ブランド化の要諦として、

「高校時代の友人など、エネルギーに仕事に頑張っている人たち、業種は違っても同年代で研鑽し合える人が集まって、互いにエネルギーをもらっている。頑張っている友達同士だから紹介できる。紹介依頼のストレスがない。」また、「過去の契約に至るまでを振り返って資料にまとめられた。こういうステップを踏めば契約になる、自分は今どこにいるのか、自分は、なんで美味いのかという商品を見つめたいというところ、自分たちの思いをどうやって伝えるのか?、どんなにいいものであっても相手に伝わらなければ理解してもらえない。それを伝える方法として考えたのが「バーベキュー」だった。物ではなく物語を伝える。体験してもらい、五感に訴える。」

「最近急速で日本の農業を変革することを目指す思いを熱く語った。また、企業から資金が出て行くボーナス月なども避け、ゆとりと話を聞いてもらえる余裕のある時期に話す」など、随所に多くの示唆があった。最後に、山口副会長が2日間を振り返り、「高い目標を持って、その目標を現状のギャップを埋めていく努力をし続けることが成功につながる唯一の方法ではないか」と述べた後、研修プログラムやオンラインDVDの作成、会場運営など運営に当たった理事と、全国18地区で手作りの分科会を開催していく支部長が紹介され、午後3時半過ぎに2日間の研修会の全日程を終了した。

情報提供型営業実践セミナーを開催

保険と保険営業の社会的価値研究会が主催



保険と保険営業の社会的価値研究会が主催する「保険代理店が顧客に選ばれるための『情報提供型営業』の実践セミナー」が11月5日、東京・千代田区の東京倶楽部ビルディング6階・ベクトルセミナールームで開催された。当日は約20社の保険代理店が参加、経営レポートや小冊子、個人向けニュースレター、無料相談会DMなど各種の情報提供ツールを活用した営業手法を取り入れている代理店の取組み事例研究など、具体的に実践的な取組みについて発表された。

お客さまに喜んでもらう仕掛けづくり

3つの発想の転換が必要

セミナーの冒頭、講師 部分を豊富な事例を紹介し、このまま9年間で約300回のマーケティングセミナーを開催してきた。情報提供型営業や、土業との提携ビジネスの成功例、失敗例など熟知している。今日は自社の経営課題解決のヒントを探している保険代理店の人が参加しているが、情報提供型営業の土台の

「当社は01年に設立し、これまで9年間で約300回のマーケティングセミナーを開催してきた。情報提供型営業や、土業との提携ビジネスの成功例、失敗例など熟知している。今日は自社の経営課題解決のヒントを探している保険代理店の人が参加しているが、情報提供型営業の土台の」

「クロージング直前、他社に取られた」「顔を出さずの売り込みのときだけと言われた」「ブレインマークス社へ寄せられた相談事例を紹介された。一方、同社が経営者の声をヒアリングした結果では「軽い気持ちで資料請求しただけなのに、しつこく勧誘された」「会社の業績には全く関心を持たず保険の話しかしない」「契約時は毎日電話してきて、契約したとたん連絡しなくなる」などの厳しい意見が寄せられている。

時代の変化をみると、インターネットの普及により、消費者が購入情報を得る手段はインターネットが最も重視されている。販売プロセスが「売り手がお客を探す」状態から「お客さまが専門家を集めて探す」時代になった。

「まず顧客の変化では、積極的にアプローチしてもらえない」

クローズアップ

ト創造をすること、の3点を指摘した。

第2部「発想転換を実現する3つの視点とは？」では、まず具体的な行動として「なぜあの人から保険に入ったのか?」「なぜあなたに保険を勧められたのか?」「なぜあなたに保険を勧められたのか?」

「現状、顧客管理をマーケティングに活用して、いますか?」といった問いについて、参加者一人ひとりが質問を投げ、自社の課題を考察する時間が設けられた。

その後、顧客との関係性を、①一般市場(活動エリア内の個人・法人)、②潜在顧客(リスト・名簿はあるが未接触)、③見込客(興味ありや面識ありの顧客候補)、④提案先(リスト)あてに案内を送付した場合の参加率は11%、全く関わりのない地元企業あてに送付した場合の参加率は0.2%となった。

代理店経営者は「この見込み先リストが自社にとって発展の宝である」と認識できた。②から④の顧客にしっかりと情報提供していくことが大切だ」と説いた。

さらに、リスクマネジメント(以下、RM)全般をテーマに顧客向けセミナーを展開しているある保険代理店の事例を紹介した。

この代理店が既契約法人に対し、セミナー案内をしたところ、参加率は24%だった。これに対し、顔見知りの経営者(見込み先リスト)あてに案内を送付したところ、参加率は11%、全く関わりのない地元企業あてに送付した場合の参加率は0.2%となった。

代理店経営者は「この見込み先リストが自社にとって発展の宝である」と認識できた。②から④の顧客にしっかりと情報提供していくことが大切だ」と説いた。

さらに、リスクマネジメント(以下、RM)全般をテーマに顧客向けセミナーを展開しているある保険代理店の事例を紹介した。

この代理店が既契約法人に対し、セミナー案内をしたところ、参加率は24%だった。これに対し、顔見知りの経営者(見込み先リスト)あてに案内を送付したところ、参加率は11%、全く関わりのない地元企業あてに送付した場合の参加率は0.2%となった。

代理店経営者は「この見込み先リストが自社にとって発展の宝である」と認識できた。②から④の顧客にしっかりと情報提供していくことが大切だ」と説いた。

「お客さまが専門家を集めて探す」時代になった。

「まず顧客の変化では、積極的にアプローチしてもらえない」

「クロージング直前、他社に取られた」「顔を出さずの売り込みのときだけと言われた」「ブレインマークス社へ寄せられた相談事例を紹介された。一方、同社が経営者の声をヒアリングした結果では「軽い気持ちで資料請求しただけなのに、しつこく勧誘された」「会社の業績には全く関心を持たず保険の話しかしない」「契約時は毎日電話してきて、契約したとたん連絡しなくなる」などの厳しい意見が寄せられている。

時代の変化をみると、インターネットの普及により、消費者が購入情報を得る手段はインターネットが最も重視されている。販売プロセスが「売り手がお客を探す」状態から「お客さまが専門家を集めて探す」時代になった。

「まず顧客の変化では、積極的にアプローチしてもらえない」

無料プレゼンツールで見込みを自動的に発見

定期・継続的に配布し信頼高める

第3部「情報提供型営業の実践事例」では、実際に取り組んでいる4つの代理店の事例が紹介された。

まずRMレポートを定期的に配布している代理店のケースでは、「既契約先だけでなく、相談や異業種交流会で知り合った経営者にも定期的に配布を続けることで、お客さまの反応が変わって

「お客さまが専門家を集めて探す」時代になった。

「まず顧客の変化では、積極的にアプローチしてもらえない」

「クロージング直前、他社に取られた」「顔を出さずの売り込みのときだけと言われた」「ブレインマークス社へ寄せられた相談事例を紹介された。一方、同社が経営者の声をヒアリングした結果では「軽い気持ちで資料請求しただけなのに、しつこく勧誘された」「会社の業績には全く関心を持たず保険の話しかしない」「契約時は毎日電話してきて、契約したとたん連絡しなくなる」などの厳しい意見が寄せられている。

時代の変化をみると、インターネットの普及により、消費者が購入情報を得る手段はインターネットが最も重視されている。販売プロセスが「売り手がお客を探す」状態から「お客さまが専門家を集めて探す」時代になった。

「まず顧客の変化では、積極的にアプローチしてもらえない」

4つの取組み事例を詳細に研究

「お客さまが専門家を集めて探す」時代になった。

「まず顧客の変化では、積極的にアプローチしてもらえない」

「お客さまが専門家を集めて探す」時代になった。

「まず顧客の変化では、積極的にアプローチしてもらえない」

★★マンスリー★★

保険税務

年度途中の定期同額給与の改定

改定後も損金算入が認められるためには…

やむを得ない事情があるケースなら

損金算入が認められる定期同額給与

1. 当該事業年度の各支給時期における支給額が同額であるもの
2. 次に掲げる改定された場合における当該事業年度開始の日または給与改定前の最後の支給時期の翌日から給与改定後の最初の支給時期の前日または当該事業年度終了の日までの間の各支給時期における支給額が同額であるもの
 - ①当該事業年度開始の日の属する会計期間開始の日から3か月を経過する日(保険会社にあっては4か月を経過する日をいい、以下「3か月経過日等」という)までにされた定期給与の額の改定

(注) 定期給与の額の改定(継続して毎年所定の時期にされるものに限る)が3か月経過日等後にされることにつき特別の事情があると認められる場合に、その所定の時期に行われる定期給与の額の改定を含む。
 - ②当該事業年度において法人の役員職制上の地位の変更、その役員職務の内容の重大な変更その他これらに類するやむを得ない事情(以下「臨時改定事由」という)によりされたこれらの役員に係る定期給与の額の改定(①の改定を除く)
 - ③当該事業年度において法人の経営の状況が著しく悪化したことその他これに類する理由(「業績悪化改定事由」という)によりされた定期給与の額の改定(その定期給与の額を減額した改定に限り、①および②に掲げる改定を除く)

通常、定期同額給与や事前確定届出給与が一般的です。損金算入が認められる役員に対する定期同額給与は、その支給時期が1か月以下の一定期間ごとであり、かつ、その事業年度の各支給時期における支給額が同額またはこれに準ずる給与等を行います。ただし、期首から3か月(保険会社は4か月)以内に増減額が議決される場合や事情によって毎年その後の一定の時期に改定される場合は、それぞれ期間の期間内の報酬額が同額である定期同額給与として認められることになっていません。

また、非常勤役員に対して年数回程度の給与を支払う場合があります。こうした非常勤役員に対するケースで年1回または2回支払う給与は、定期同額給与に該当しません。同族会社の場合、損金算入するためには事前確定届出給与の手続きが必要です。

事情がある場合に限り、臨時改定事由は、例えば人気中途での社長交代や合併・分割などによる役員職務内容の大幅な変更、役員病気の発生による入院などの場合が考えられます(取締役会等の所定の議決機関の決議が必要)。また、業績悪化改定事由は、経営の著しい悪化などのため、株主との関係上、役員としての経営上の責任から、取引銀行との間の借入金返済の協定において、取引先等の信用維持・確保の必要性から改善計画の策定上、やむを得ず役員給与を減額せざるを得ない場合をいいます。法人の一定期間、一時的に給与を減額した場合も認められることになっています。

臨時や業績悪化ならOK 社長死亡による 後継者の給与改定も

ところで、現在の経済状況下においては、事業年度途中で給与の改定を余儀なくされるケースも出てきます。ただし、改定後も損金算入が認められるのは、①臨時改定事由や②業績悪化改定事由といったやむを得ない事情がある場合に限られます。具体的には、臨時改定事由は、例えば人気中途での社長交代や合併・分割などによる役員職務内容の大幅な変更、役員病気の発生による入院などの場合が考えられます(取締役会等の所定の議決機関の決議が必要)。また、業績悪化改定事由は、経営の著しい悪化などのため、株主との関係上、役員としての経営上の責任から、取引銀行との間の借入金返済の協定において、取引先等の信用維持・確保の必要性から改善計画の策定上、やむを得ず役員給与を減額せざるを得ない場合をいいます。法人の一定期間、一時的に給与を減額した場合も認められることになっています。

従前は役員報酬、役員給与として区分されていた役員に対する給与は、現在は役員給与に括られ損金算入できるものの範囲として定期同額給与、事前確定届出給与、利益運動給与が掲げられています。通常毎月支払われる定期同額給与は、一定の要件の下損金算入でき、支給額の変更に関しては厳しく規制されています。しかし、生保セールの急激な変化に伴って、不測の事態に陥るケースもあり、新社長となった場合の昇給はどう取り扱われるのかといった相談を受けることもあります。そこで、今回は、役員給与の定期同額給与の改定について触れてみます。

通常改定は期首から3か月以内に 支給時期が1か月以下の一定期間ごと

新会社法の施行により「事前確定届出給与」「定期的に支払われる役員報酬は損金算入、臨時に支払われる役員給与は損金算入されないものは、「定期」と同時に、税務取扱も、金不算入から、概要、定期的に支払われる役員給与でも金額を増減したときは損金不算入(一定の要件を満たすものは除く)とされ、一方、臨時的なもので事前届出しておけば損金算入できるといった内容になりました。中小企業では、

通常、定期同額給与や事前確定届出給与が一般的です。損金算入が認められる役員に対する定期同額給与は、その支給時期が1か月以下の一定期間ごとであり、かつ、その事業年度の各支給時期における支給額が同額またはこれに準ずる給与等を行います。ただし、期首から3か月(保険会社は4か月)以内に増減額が議決される場合や事情によって毎年その後の一定の時期に改定される場合は、それぞれ期間の期間内の報酬額が同額である定期同額給与として認められることになっていません。

また、非常勤役員に対して年数回程度の給与を支払う場合があります。こうした非常勤役員に対するケースで年1回または2回支払う給与は、定期同額給与に該当しません。同族会社の場合、損金算入するためには事前確定届出給与の手続きが必要です。

事情がある場合に限り、臨時改定事由は、例えば人気中途での社長交代や合併・分割などによる役員職務内容の大幅な変更、役員病気の発生による入院などの場合が考えられます(取締役会等の所定の議決機関の決議が必要)。また、業績悪化改定事由は、経営の著しい悪化などのため、株主との関係上、役員としての経営上の責任から、取引銀行との間の借入金返済の協定において、取引先等の信用維持・確保の必要性から改善計画の策定上、やむを得ず役員給与を減額せざるを得ない場合をいいます。法人の一定期間、一時的に給与を減額した場合も認められることになっています。

新日本保険新聞社・実践セミナー Vol.3

年間契約件数1,000件超の北尻克久氏がノウハウを伝授!

第1部 誰でもできる!見込客が尽きない生保販売!!

第2部 2010年度税制改正(案)と保険税務の最新動向

■第1部 北尻克久氏(楠小山企画代表)
成功する見込客発見の手法、効果的なアプローチ、プレゼンテーションとインタビュー、クロージング・紹介法など

■第2部 榊原正則(新日本保険新聞社)
2010年度税制改正(案)と保険税務の最新動向

・ニーズ喚起ができない…
・見込客がつかれない… etc.
こんなセールスパーソンはぜひご参加を!!

開催会場・日時等

- 【東京会場】
- 1月16日(土曜日)12時30分～16時30分
 - フォーラムミカサ(神田)
- 【名古屋会場】
- 1月23日(土曜日)13時～17時
 - 宝第一栄伏見中央店(地下鉄栄駅・伏見駅)
- 【大阪会場】
- 1月30日(土曜日)13時～17時
 - 大阪科学技術センター(本町)

- ◆参加費(お1人様、消費税込) 10,000円
- ※(5名以上での団体お申込みの場合はお1人様9,100円の特別価格)
- ◆お申込方法 右の申込書に必要事項をご記入のうえ、FAXにてお申込みください。
- ◆定員 各会場80名(定員になり次第、締め切らせていただきます)

【お問い合わせ先】
新日本保険新聞社
FAX 06-6225-0551
TEL 06-6225-0550
E-MAIL 06-6225-0551

新日本保険新聞社主催 実践セミナーVol.3 申込書

【必要事項をご記入のうえ、FAXにてお送りください】

新日本保険新聞社 セミナー係 (06-6225-0551) 行き

参加者名	名
会社名	
所属部署	
ご住所	(〒)
電話	
FAX	
メールアドレス	
参加会場	<input type="checkbox"/> 東京会場 [1月16日(土)] <input type="checkbox"/> 名古屋会場 [1月23日(土)] <input type="checkbox"/> 大阪会場 [1月30日(土)]

※お名前・ご住所などの情報は、セミナーのご連絡やDMなど弊社の営業活動に限り使用させていただきます。情報の訂正、またはDMが不要な場合は、弊社までご連絡ください。

※参加費は先払いとなります。

※お申し込みいただいた方に、別途、会場へのアクセス、送金方法等のご案内を差し上げます。

(注) セミナーの録音・撮影はできません。あらかじめご了承ください。

参加者大募集!!

DATA FILE

特に男性で増加

喫煙率が減少

厚生労働省ではこのほど、平成20年度国民健康・栄養調査結果の概要についてとりまとめた。この調査は、健康増進法（平成14年法律第103号）に基づき、国民の身体の状況、栄養素等摂取量および生活習慣の状況を明らかにし、国民の健康増進の総合的な推進を図るための基礎資料を得ることを目的としたもの。それによると、平成12年以降、男性では、肥満者の割合の増加傾向が鈍化、女性では、肥満者の割合が減少。たばこについては平成15年と比べ、男女とも喫煙率が減少している。

肥満者の男性のうち約3割は体重を減らそうとしない

女性で肥満者の割合が減少

男性は肥満者増加傾向が鈍化へ

■肥満及びやせの状況
肥満者（BMI≧25）の割合は、男性28.6%、女性20.6%であり、男性では40歳代（35.9%）が最も多く、次いで50歳代（32.4%）の順である。平成12年以降の年次推移をみると、男性の20～60歳代では、肥満者の割合の増加傾向がそれ以前の5年間に比べ鈍化している。また、女性の40～60歳代では、肥満者の割合が減少している。

一方、やせの者（BMI<18.5）の割合は、男性4.3%、女性10.8%であり、女性では、20歳代（22.5%）および30歳代（16.8%）でその割合が高い。年次推移をみると、20歳代の女性では、横ばいの状況にある。

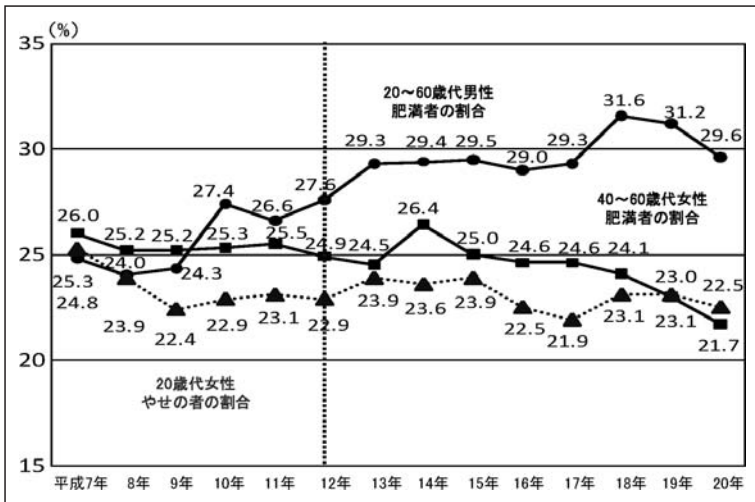
体型の自己評価として「太っている」「少し太っている」と思う者の割合は、男性47.0%、女性52.6%である。また「太っている」「少し太っている」と思う理由として、男女とも「過去の自分と比べて」が最も多く、次いで「身長や体重、体脂肪などから判断」の順であるが、女性の20歳

代では「他人と比べて」が最も多い。本人が理想と思っている体型（理想のBMI）では、平成10年に比べ、男性では、70歳以上で実測によるBMIと理想のBMIがともに増加しており、一方、女性では、40～60歳代で実測によるBMIと理想のBMIがともに減少している。また、実測によるBMIで最も低いのが20歳代女性（20.7%）、次いで30歳代女性（21.3%）の順で、同様に理想のBMI「食事の量を調整している者で、1日に21本以上、現在習慣的に喫煙している者で、20歳未満で喫煙を開始した者の割合は、男性29.1%、女性

■「たばこに関する状況」
現在習慣的に喫煙している者の割合は、男性36.8%、女性9.1%であり、平成15年以降男女とも減少している。現在習慣的に喫煙している者で、20歳未満で喫煙を開始した者の割合は、男性29.1%、女性

■「たばこを吸うと病気になる」
「たばこを吸うと病気になる」と回答した者の割合は、平成15年に比べ心臓病、妊娠への影響、肺がんが増加している。現在習慣的に喫煙している者の割合は、男性28.5%、女性37.4%であり、平成15年に比べ男性では増加している。

肥満者およびやせの者の割合（平成7年～20年の年次推移）
「健康日本21」における肥満およびやせに関する目標値の状況について



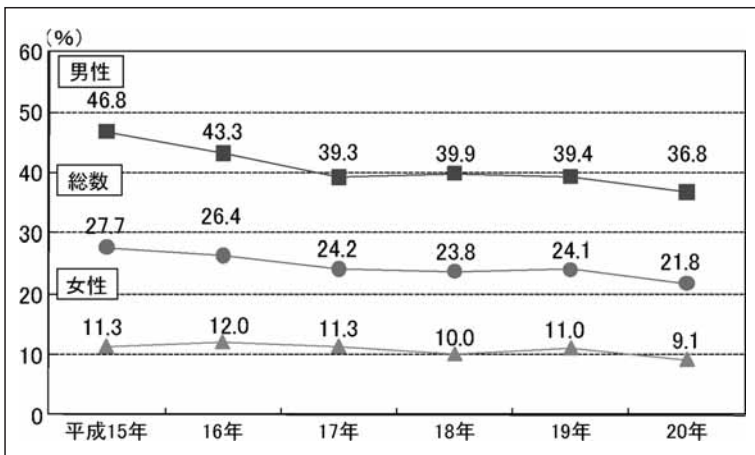
体重を減らすために食事面で行っていること(20歳以上) (複数回答)

	男性(1,515人)		女性(2,286人)	
	人	%	人	%
食事の量を調整している	747	49.3	1,055	46.2
お菓子や甘い飲み物の量を調整している	514	33.9	1,085	47.5
バランスのとれた食生活を心がける	459	30.3	927	40.6
夜遅い時間の食事を控えている	477	31.5	1,133	49.6
飲酒量を調整している	335	22.1	153	6.7
健康に関する効果や食品の機能等を表示して販売されている食品を使っている	107	7.1	256	11.2
食事面では何もしていない	205	13.5	176	7.7

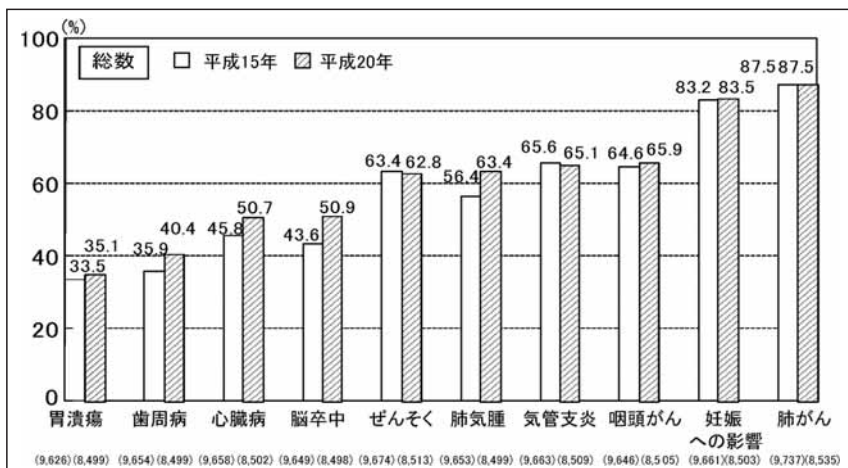
体重を減らすために運動面で行っていること(20歳以上) (複数回答)

	男性(1,515人)		女性(2,288人)	
	人	%	人	%
日常生活で体を動かすようにしている	720	47.5	1,271	55.6
運動を行っている	586	38.7	657	28.7
運動面では何もしていない	429	28.3	633	27.7

現在習慣的に喫煙している者の割合 (20歳以上) (平成15年～20年の年次推移)



喫煙の健康影響に関する知識について
「たばこを吸うと病気にかかりやすくなる」と回答した者の割合 (15歳以上) (平成15年と20年との比較)



DATA FILE

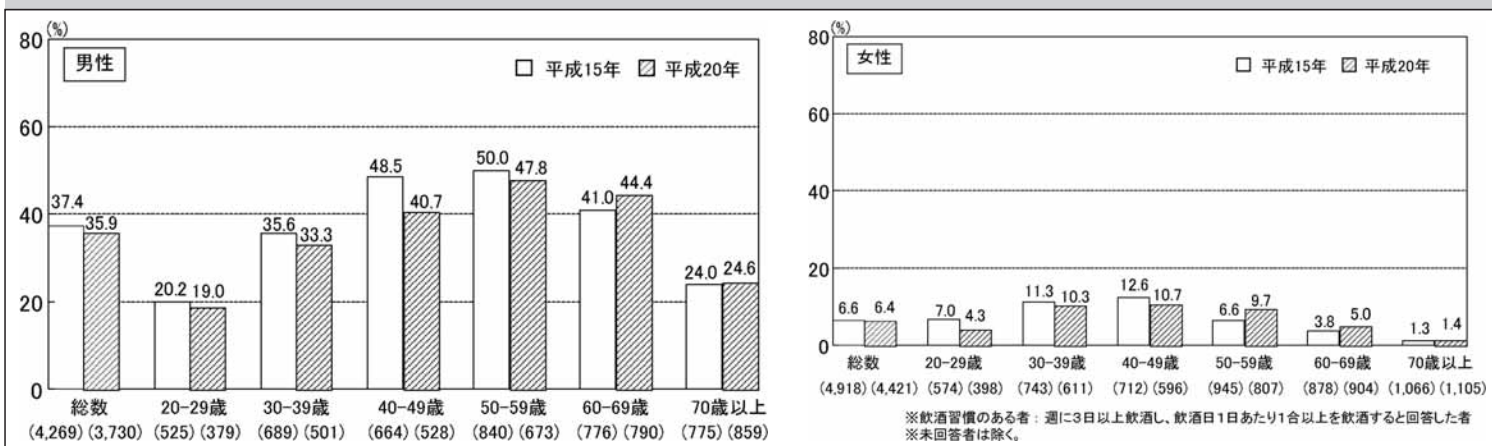
たばこを「やめたい」

男女ともに

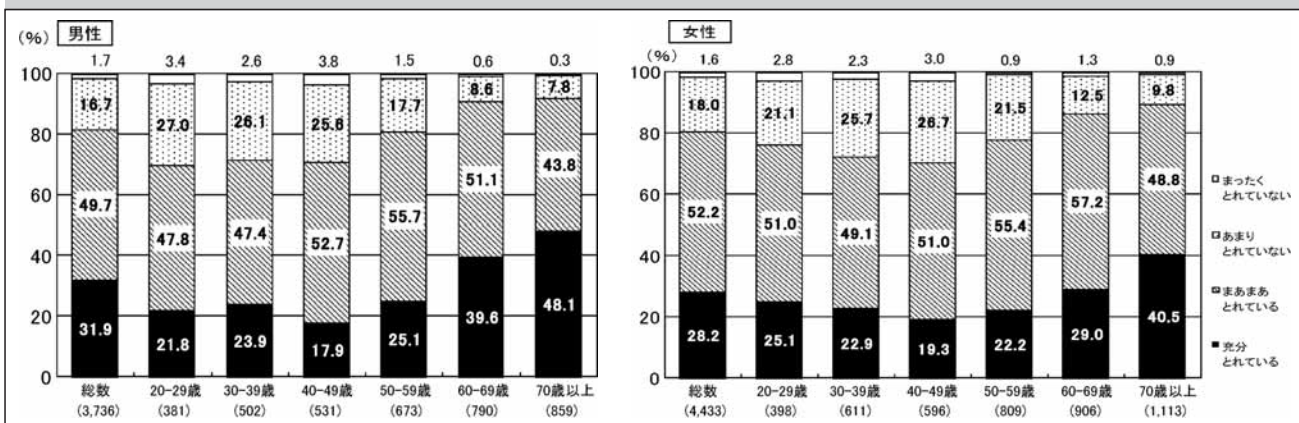
厚生労働省調べ

平成20年度 国民健康・栄養調査結果の概要から

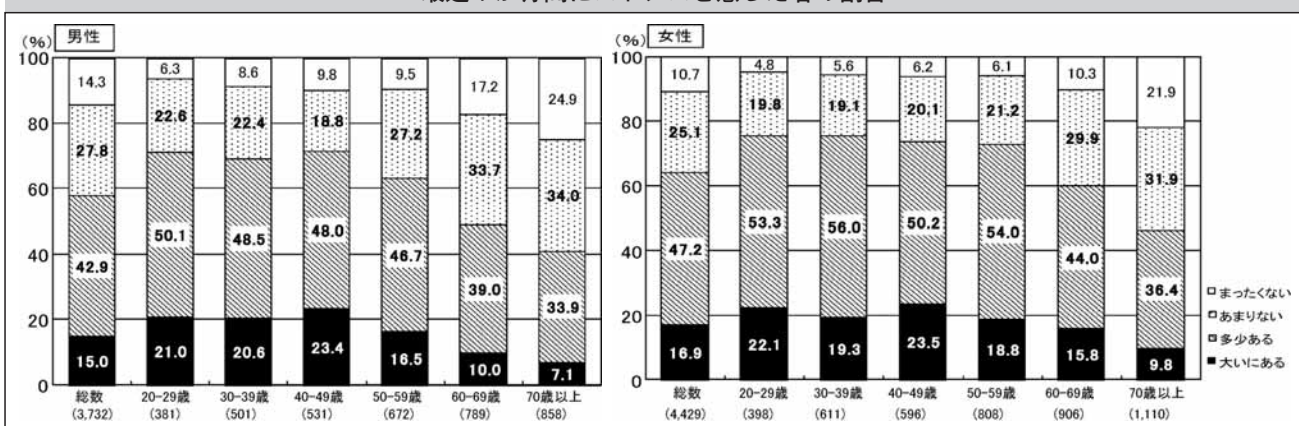
飲酒習慣のある者の割合 (平成15年と20年との比較)



睡眠で十分休養がとれている者の割合



最近1か月間にストレスを感じた者の割合



で、禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

禁煙指導を受けた割合は、男性9・2%、女性で4・1%であり、そのうち、禁煙指導を受けた場所は、医療機関が7割を超えている。

教育研修・人事・社員福利厚生ご担当者様へ



社員研修改革! eラーニングでコスト削減

学天 http://www.gakuten.com/



社員みんなで検定・クイズを作って 社内教育の活性化を!

学天 http://kenten.jp/



オリジナル検定プログラムで 社内検定が実施できます。

ケンテI! TV http://kentei-tv.jp/

学習天国・学天ぼすとのお問い合わせは 学天(がくてん)サポートセンター 0120-888482

ケンテI!TVのお問い合わせは 「ケンテI!TV」お客様サービスデスク 0120-510950

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

★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.15 / 法人攻略

待望のシリーズ第15弾完成!!



会社を元気にする助成金あれこれ 法人顧客への情報提供に困っていませんか? 「助成金」は最強の営業ツール!

講師 ㈱ブレインコンサルティングオフィス 代表 社会保険労務士 北村 庄吾



企業経営は「ヒト」「モノ」「カネ」といわれています。その中でも、最も重要な「ヒト」に関する助成金・給付金が厚生労働省から数多く出されています。そのほとんどは業種を問わず活用できるものばかり。しかし「よくわからない」「手続きが面倒」などの理由で、より多くの事業主に活用されていないのが現状です。そこで活動や発言がマスコミからも注目され、年金問題にも積極的に発言し「年金博士」としてもテレビ・雑誌で活躍する㈱ブレインコンサルティングオフィスの北村庄吾氏が、「元気」を求める会社経営者に最適の「使える助成金」の最新的话题を紹介いたします。法人顧客への情報提供に欠かせないのは何といても継続性のある営業! 不況に強い助成金の最新情報を営業ツールにすれば、新たな保険契約の財源確保にもつながります!

CHAPTER

1. はじめに ~自己紹介~
2. 助成金は会社の負担の保険料で成り立っている ~利用しないと損! 助成金を取り巻く環境~
3. 従業員によって受けられる制度もこれだけ違う! ~「雇用促進」に役立つ助成金~
4. お客様の作れる人・作れない人 ~社労士との提携販売で顧客をつかもう~
5. 中小企業は知っておくと得! ~こんなにもある、不況に強い助成金活用術~
6. 情報提供は継続的に行うことが大事! ~「人材確保」に役立つ助成金~
7. 労務リスクや退職金問題は保険で解決! ~社労士が生保営業職員と提携する理由~
8. 助成金活用を営業ツールに ~より使いやすくなった子育て支援の助成金~
9. 社員のレベルアップを図るために知っておく ~「社員のキャリアアップ」に役立つ助成金~
10. 中小企業の社長さんに「元気」を提案! ~「雇用維持」に取り組むともらえる助成金~

DVD 60 min

定価

7,430円

(消費税込み・送料実費)

※2009年9月30日に開催されたシンニチ実戦セミナーVol.2の内容を収録しております。パワーポイント・スライドを使用したセミナーであったため、画面がやや暗めになっております。

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! こんな資産家攻略法、お客様の門戸はいつも はじめて聞いた!

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と思いませんか? 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。

DVD 78 min



定価

7,430円

(消費税込み・送料実費)

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 ~ロングバットをワンバ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 ~保険タイプは必ず終身から~
8. 提案からクロス時の注意点 ~標準下体でも提案すること~

商売繁盛DVDシリーズ No.13 / 法人攻略

待望のシリーズ第13弾完成!!

社長の「困った」を一挙に解決! 法人で終身がん保険が 売れる理由。

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か削減するか、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賞金の算出方法です。「何とか従業員のモチベーションを保つため、人件費の削減はできないものか!」そんな社長の悩みを一挙に解決する、「生命保険を活用した賞金対策の手法」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?! 新日本保険新聞に「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賞金決定方法を鮮やかに紹介! 継続雇用賞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!

DVD 50 min



定価

7,430円

(消費税込み・送料実費)

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か削減する?~
 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」

● 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.15 「助成金」は最強の営業ツール!	個
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

●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