

# 新日本保険新聞

(損保版)

第1~4月曜日発行  
発行所 新日本保険新聞社  
大阪市西区朝本町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。

損保各社は11月19日、2009年9月中間決算を発表した。今中間期の決算は、主要各社(8社)とも対前年同期に比べると、中間純利益は大幅な増益となった。とりわけメガ損保で増益幅が大きかった。ただし、正味収入保険料は、東京海上ホー

## 中間決算 純利益、主要8社で増益 正味収入保険料は7社で減収

東京海上H.Dの経常利益は、ただ1社1000億円で、対前年同期比640.6%増。税引後利益(純利益)も712億円で、294.6%増となっている。同期では、850億円、海上H.Dを

損保主要8社の中間連結決算

会社名	経常利益		純利益(中間)		通期予想(純利益)	
	億円	(%)	億円	(%)	億円	(%)
東京海上H.D	1,046	(640.6)	712	(294.6)	850	(267.3)
三井住友海上G.H.D	822	(-)	568	(358.4)	360	(339.5)
損保ジャパン	318	(Δ14.0)	293	(29.1)	320	(-)
あいおい損保	276	(141.4)	171	(197.9)	160	(-)
日本興亜損保	318	(56.5)	188	(47.2)	130	(30.4)
ニッセイ同和	63	(33.6)	35	(41.5)	45	(-)
富士火災	56	(-)	34	(-)	55	(-)
共栄火災	50	(-)	19	(430.7)	14	(-)

※ニッセイ同和、共栄火災は単体。( )内は前年同期比増減率。

損保主要8社の中間連結業績等

会社名	正味収保		(自動車保険)		①損害率	②事業費率	①+②
	億円	(%)	億円	(%)			
東京海上H.D	11,827	(2.2)	5,005	(Δ1.3)	66.0	33.8	99.8
三井住友海上G.H.D	7,115	(Δ6.3)	3,030	(Δ1.9)	62.5	34.5	97.0
損保ジャパン	6,569	(Δ4.7)	3,277	(Δ1.5)	74.7	34.2	108.8
あいおい損保	4,086	(Δ5.1)	2,417	(Δ1.8)	65.7	35.5	101.1
日本興亜損保	3,257	(Δ5.5)	1,651	(Δ1.4)	66.2	35.4	101.6
ニッセイ同和	1,549	(Δ0.5)	802	(0.4)	66.9	33.2	100.1
富士火災	1,367	(Δ6.4)	761	(Δ3.8)	63.2	36.2	99.4
共栄火災	787	(Δ3.3)	307	(Δ3.0)	63.7	37.7	101.4

※正味収保と自動車保険はニッセイ同和、共栄火災を除き連結、当該2社は単体。三井住友海上G.H.Dはもどりの払戻充当保険料を控除。損害率、事業費率は中核損保単体ベース。( )内は前年同期比増減率。コンパインドレシオ(①+②)の小数点以下が合わない場合がある。

### 災害時もオンライン業務継続

東京海上日動あんしん生命

#### バックアップシステム構築

東京海上日動あんしん生命は、災害時にも各種オンライン業務を速やかに継続することができ、生保業界では先進的なシステム。これにより平常使用しているシステムが稼働不能になっても、契約を正しく管理し、各種の申し出に早急に対応することが可能になった。

同社の平常使用している「東京海上日動多摩システムセンター」が稼働不能となった場合に、「東京海上日動千葉ニューターウン総合センター」で社内オンライン・代理店向けオンラインを稼働させる。従来も、契約内容等重要なデータは、隔週でバックアップを取得することで、災害時の業務継続に備えていたが、今回構築したバックアップシステムでは、多摩システムにあるデータを千葉センターにリアルタイムで送信し、千葉センター側では、取得した情報を毎朝夕反映する。災害時にはこのデータをもとに速やかにオンラインを稼働させ、契約照会、保険金支払、満期保険金支払等の重要業務を速やかに継続することができる。同システムは、システム開発を委託する東京海上日動の各業務を千葉センター側で稼働させることにより、災害時の稼働を拒まず、災害発生時のスムーズなセンターの切り替えを可能とする。

#### ソニー損保

ガン保険SURE(シュア)一部改定  
ソニー損保は、2010年2月1日以降が保険初期となる契約を対象に、ガン重点医療保険SURE(シュア)の一部改定する。

また、申込時に商品内容などを確認する「重要事項説明書」の体裁を、従来のA2判1枚の大判サイズからA4判14ページに引き上げることで、読みやすさの向上を図った。

損保ジャパンは、経常利益は対前年同期比で減収したが、純利益は、293億円で、同29.1%増となった。あいおい損保、日本興亜損保も大幅な増益となった。

一方、売上高にあたる正味収入保険料は、海外子会社の買収効果が出た東京海上H.Dを除き7社で減収した。日本企業の収益は、世界的な景気悪化の影響を受けて低迷、設備投資も大幅に減少するなど厳しい状況が続いている。さらに雇用情勢の悪化や、先行きの不透明感から個人消費には明るさが見えず、景気は依然として停滞しており、こうした諸情勢が損保の収入保険料の伸びを抑えている。

主力の自動車保険は、ニッセイ同和損保の0.4%増を除き各社で減収した。損保を取り巻く市場環境を見ると、人口の減少と少子化が同時に進行する中で、自動車販売の低迷や、住宅着工数等の減少が、自動車保険や火災保険の収入保険料の減収に大きく影響している。マリノ部門は、物流の減少や円高等の影響を受けて各社減収。その他新種では、賠償責任保険等が伸びている会社もある。

一方、コンパインドレシオでは主要8社中5社が収支残率マイナスとなった。三井住友海上G.H.Dなど損害率の改善が見られるが、全体的には高

く推移しており、事業費も全般的に高くなっている。一方、ネット等を主力とするダイレクト系のソニー損保の中間決算の概要を見ると、経常利益は前年同期から30.3%増の約15億円、中間純利益は48.0%増の約10億円となっている。正味収入保険料は、自動車保険の新規契約獲得により保有契約件数が増加した結果、10.8%増の約336億円となった。コンパインドレシオは79.2%と低い水準を維持。

## 春秋

今年の流行語は「政権交代」となった。この言葉が選ばれたのである。個人的には「事業仕分け」のほうが適当であったと考えるのだが、「仕分け」がなされた時期はつい先日のことであり、流行したとみなすには時間が短かったといふことだろうか。

今回の事業仕分けは独立団体が2002年ごろから行っていたものを行政刷新会議が採り入れたものであり、必ずしも新しい取り組みではない。仕分ける行為を公開したこと、特に仕分ける側と仕分けられる側の論点が噛み合わない姿が報道された

ことで、興味や賛否を感じた国民も多かったに違いない。そもそもこの「仕分け」は政権交代であることに間違いはないが、これはある種の方針変更を伴った担当者変更でもある。方針が変われば、既存の政策等について見直しが生じること

において、何事も聖域なく見直すとの指示が出されても、アンタッチャブルな世界があることも否めない。(本人であれ、上司であれ担当者変更がなされたタイミングは、少なからずこれまでの業務が見直されるには好機である。会社の業務や施策を抜本的に変えるためには、的確な仕分けが必要だろう。一方で事業仕分けではないが、関係者との調整、現場の反発、優先順位等さまざまな障害が生じることも予想されるが、高い意識で臨んでほしい。そして大胆な変革が社員の意識変化をも加速させ、お客様からも代理店からも選ばれる会社であることが重要である。(中嶋)

努力と勇気でチャンスをつかむ

競争を生き抜く代理店

代表 那須 顯一

合併し売上アップ見込む

特殊マーケット深耕に人員確保

既に師走。年の瀬です。月頭に東京出張に行きま...

今年も早く感。目的は、東京のコ...

現在弊社は、大阪市の中央区にあり...

しかし東京は人の数だけ見ても、大きなお金が動く...

この現状から、「大阪」の現状から、大阪の現状から、大阪の現状から...

仕掛けの一環として、今年度の資金投資は、市場規模が半分しかない「大

TEL06-6282-6488(代) http://www.j-thinktank.com/

しかし弊社も企業として成長し続けなければならぬ...

資金繰りの相談が増加 長期的な営業戦略が必要に

今年の10月以降、専門代理店からの「資金繰りの相談」が増加して来...

また、その後スケールメリットを享受し続けようと思えば...

この機会に皆さんも企業として、このような状況にないか？

年明けには東京進出を視野に

仕掛けの一環として、今年度の資金投資は、市場規模が半分しかない「大

疾病原因欄に「薬物中毒」

本年5月初旬、Sさんと承諾してもらった。ご契約を預かってから...

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」

おもいやりのある診断書を! 顧客と営業の思いが台無しに

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

「昨日、病院に確認したら非を認めましたよ...

争奪保険マーケット

生保営業第一線(99)

<203>

「おたくの会社は支払3回目の連絡が入った。」



アイブライイト株式会社  
http://www.1eye.co.jp/

## 目安となる契約更新規定

### 賃料改定手法②

賃料減額依頼は、事前にご相談の上、お願いを基本的な姿勢とした書面による依頼から進めることが大切であり、その際のポイントを確認しておきます。書面に記載する賃料減額依頼の改定時期

は、更新のタイミングでしか出来ないわけではなく、いくつかのポイントを把握した上で、あえて更新のタイミングに合わせて記載します。

このように姿勢がオーナー様との永く良好な賃貸借関係につながりますし、また、依頼に応えて頂ける可能性も高まります。



自動更新は通常2年が多い

## 顧客満足度アップのために取り組むこと

更新され、その都度更新料が発生するという契約更新は、ほとんど見受けられない期間として、2年更新が今までの慣例として適当な期間とされてきたようです。そして、自動的に更新

### 事前申し出期間が目安に

更新され、その都度更新料が発生するという契約更新は、ほとんど見受けられない期間として、2年更新が今までの慣例として適当な期間とされてきたようです。そして、自動的に更新

## 生保販売の問題点を克服する!

ファイナンシャルプランナー(CFP®) 宮崎 準二

デフレが進行するなか、株式と為替市場が今、非常に激しい値動きをしています。これに関しては様々な要因が、断定的な説明はとてできません。過去に保険商品の中でも比較的運用リスクを伴う変額保険(年金)や外貨建て保険(年金)といった商品の契約をいただいた方々は少な

くないと思います。最近、その契約者の方々からの問い合わせが増えてきているのではないのでしょうか? 人ごとではなく私も契約者からの対応に追われているのです。正直なところ、連絡があるたびに「キツ」とするのが本音です。「外貨で運用するのが有利だと勧められたのにどうなっているの!」「こんなにリスクが大きいなんて聞いてないよ!」「もう解約した方がいいの。」というよ

うな問い合わせが増えてきました。超低金利下ではリスクを取ってでもリターンを期待することの考え方、目先の値動きに一喜一憂することなく長期投資のスタンスを持つことの意味...等をしっかりと説明され、お客様にお役に立つだろうと紹介されたはずですが、後ろめたい気持ちではないのです。お客様

がメリット・デメリットを把握したうえで自己責任のもとで採用いただいたのです。ただし、予想を上回る変化にしてお客様が不安に駆られることは自然でもあり、丁寧な対応が必要だと思います。ここで、私の対応例をご紹介します。

「確かに最近のマーケットの激変には私も驚いています。運用リスク商品のアフターフォロー。ただ、私も運用リスクを伴う保険商品をいくつも契約してはいますが、すぐに解約しようとは思っていません!」

「確かにそうですね! リスクの説明は理解したうえでリターンを期待して加入したのですから」と冷静にご理解いただいております。ただ、もしも皆様がそのような保険商

### 運用リスク商品のアフターフォロー

品をご自身で加入されているのでしたらお客様への反応も変わってくるかもしれません。顧客にはリスクの高い商品を案内して自分は全く加入していないなんて信じられない!」と言われても文句は言えないはず。だからといって、無理に加入する必要はありません。でも、自分が自信を持っていいな! と思える商品を自ら契約することは自然な行為です。私自身、生命保険には9件加入していますし、自分が加入している商品を顧客に案内した時には、「私もこの商品は気に入っています!」とご紹介しています。本当のことなのでストリートに自分の気持ちをお伝えしています。皆さんはご自身で加入されている保険商品に絶対的な満足感や自信を持っていますか?

回答を差し上げています。これは私の正直な気持ちです。当然、お客様もリスクをご納得されているはず。ただ、一時的な値動きを必要以上に不安に思っている気持ちは誰かに聞いて欲しいのではないかと思えます。「私も変額保険3件、外貨建て保険2件に加入しています。お客様の不安な気持ちは私も

品をご自身で加入されているのでしたらお客様への反応も変わってくるかもしれません。顧客にはリスクの高い商品を案内して自分は全く加入していないなんて信じられない!」と言われても文句は言えないはず。だからといって、無理に加入する必要はありません。でも、自分が自信を持っていいな! と思える商品を自ら契約することは自然な行為です。私自身、生命保険には9件加入していますし、自分が加入している商品を顧客に案内した時には、「私もこの商品は気に入っています!」とご紹介しています。本当のことなのでストリートに自分の気持ちをお伝えしています。皆さんはご自身で加入されている保険商品に絶対的な満足感や自信を持っていますか?

この期間として、2年更新が今までの慣例として適当な期間とされてきたようです。そして、自動的に更新されるためには、特段の申し出がないことが条件となりますが、その申し出更新の一定期間前とする条件が、規定されている場合があります。その期間として3か月前までに申し出ると規定されている場合が多いようです。その際には、この契約更新時の事前申し出期間を目安として、賃料減額依頼の改定時期を決めることとなります。つまり、依頼をする日から3か月を経過する日もしくは、翌月の1日を改定時期として依頼をします。このような姿勢もオーナー様に配慮した依頼となり、応じて頂きやすい依頼となります。しかし、この事前申し出期間が規定されていない場合は、契約期間満了前に申し出なければ自動的に更新するだけ規定されている賃貸借契約の場合があります。その場合は、どのようにしたらいいでしょうか。

## 保険法対応を前提に火災保険の制度改定

弊社がメインで取引している損害保険会社より、火災保険の制度が大きく変わるとの連絡を受け、説明を聞いてきました。

2010年4月施行予定の保険法への対応を前提とするもので、まず平成22年1月に住宅物件と一般物件の料率・構造級別・約款の全面改訂が予定されています。

工場物件と倉庫物件に関しては平成22年1月に約款の一部改定が実施され、料率・構造級別の全面改訂は平成22年4月に予定されています。

ちなみに、住宅物件というのは一戸建住宅やマンションなど住居専用に建築された建物およびそこに収容される動産。工場物件とは、いわゆる工場で規模が一定以上のもの、倉庫物件とは倉庫業者が占有する倉庫建物および収容される動産を言います。そして一般物件は住宅物件・工場物件・倉庫物件以外のもので、規模の小さい工場・店舗や事務所が入ったビルなどが代表選手です。

住宅物件・一般物件向け火災保険としては、自由化前から存在する定番商品として、住宅火災保険・住宅総合保険・普通火災保険・店舗総合保険がありますが、保険会社の方針として自由化以降に開発・発売された新型火災保険(商品名は保険会社によって異なる)

に誘導しようという方針です。実際、私が案内を受けた保険会社では、平成22年1月以降、住宅火災保険および住宅総合保険の販売を新規契約のみならず更新契約についても停止し、新型火災保険に一本化する方針とのことでした。

新型火災保険は、新価実損払ベースによる引き受けを前提とするので、事故が発生したときの保険金支払いにおいてお客様と保険会社との間にトラブルが生じにくい、というメリットがあります。

また火災保険引き受け時の難題であった建物の構造級別についても、全面的に改正され簡素化されることになりました。

従来、住宅物件は(M)・A・B・C・D、一般物件は特・1・2・3・4に分かれておりました。判定にあたっては、柱・屋根・外壁の構造を把握する必要があり、特に古い物件については正確な判定をするのに一苦労という状況もよくありました。

これが、平成22年1月以降は、柱の材質のみによって構造級別の判定を行うように改められるようになります。また、構造級別の区分についても、住宅物件はT構造とH構造の2種類(マンション等共同住宅についてはM・T・Hの3種類)、一般物件は1・2・3級の3段階に簡素化されます。

今回の改定によって、物件によっては従来より掛金が値上がりするものもあり、そういう物件については年内に長期契約で加入しておくことも保険料(掛金)節約のひとつの方法です。

## お客様にお知らせ

話題を追って

小川 秀樹

青年会議所保険部会(塚本徳明部会長)は11月13日、東京・銀座の銀座アネックスビルで第30回臨時総会を開き、2010年度の基本方針や年間事業計画、同会の名称変更などについて審議した。

## 10年度は会員増強重点に

青年会議所保険部会 臨時総会  
 発足30周年、新たな一歩へ



塚本部会長(左:2番目)と松本次期部会長(3番目)

事業計画では「保険業界の未来を創造する事業の開催」「会員拡大の推進」「効率的かつわかりやすい部会運営」などを掲げ、特に会員増強を重点施策と位置づけ、各種広告展開やホームページの充実などに取り組むこととした。

名称変更の件では、母体組織である日本青年会議所が現在、公益法人改革に伴い法人格取得の取り組みを進めていることから、類似商号での部会運営が難しく、従来の「日本青年保険会議所」から「青年会議所保険部会」に名称を変更することを了承した。

松本氏の2010年度部会長所信は次のとおり。「私は平成16年に保険業界を変えたい、保険屋と呼ばれる業界ではない、皆が羨むような魅力ある業界にしていきたいという思いを持って、神戸から東京に出てきました。保険代理店としての理想像やあるべき姿を模索し、紆余曲折を繰り返すなかで最終的に行き着いたのがリスクマネジメント

だし、来年1月以降に日本青年会議所の支援団体として認可されれば従来の名称が使用できるため、変更名称の使用はその間までとなる見通し。臨時総会では部会長の塚本氏が「青年会議所保険部会が発足30周年を迎えたが、メンバーの協力なしにはここまで来られなかった」と会員に謝辞。前部会長の北畠文康氏は「次年度も代理店を引きつける企画を考えてくれるはず」と次期部会長の松本一成氏への期待を示した。

「私は平成16年に保険業界を変えたい、保険屋と呼ばれる業界ではない、皆が羨むような魅力ある業界にしていきたいという思いを持って、神戸から東京に出てきました。保険代理店としての理想像やあるべき姿を模索し、紆余曲折を繰り返すなかで最終的に行き着いたのがリスクマネジメント

「私は平成16年に保険業界を変えたい、保険屋と呼ばれる業界ではない、皆が羨むような魅力ある業界にしていきたいという思いを持って、神戸から東京に出てきました。保険代理店としての理想像やあるべき姿を模索し、紆余曲折を繰り返すなかで最終的に行き着いたのがリスクマネジメント

「私は平成16年に保険業界を変えたい、保険屋と呼ばれる業界ではない、皆が羨むような魅力ある業界にしていきたいという思いを持って、神戸から東京に出てきました。保険代理店としての理想像やあるべき姿を模索し、紆余曲折を繰り返すなかで最終的に行き着いたのがリスクマネジメント

## 安全運転で収益向上へ

物流セミナー開催

富士火災は11月25日、東京・新宿区の東京都トラック協会物流セミナーを開き、日本ユニシス

物流業者が経営効率を高めるには現状業務の可視化と分析が必要だとし、特に「実働率」「実車率」「積載率」を高めることで収益増が見込めると説明。このうちの実働率を

「定期メンテナンス」「運転手不足」などが考えられるとし、同様に実車率の阻害要因としては「届ける時間帯の重複」「時間帯の制約」「待ち時間」「非効率な荷役作業」

「積載率の阻害要因としては「契約形態」「荷物の集中」「片道運行」「配送時間の制約」などを挙



講演する水谷 穰氏

「定期メンテナンス」「運転手不足」などが考えられるとし、同様に実車率の阻害要因としては「届ける時間帯の重複」「時間帯の制約」「待ち時間」「非効率な荷役作業」

「積載率の阻害要因としては「契約形態」「荷物の集中」「片道運行」「配送時間の制約」などを挙



会員26名が参加



「RMFOCUS」

「定期メンテナンス」「運転手不足」などが考えられるとし、同様に実車率の阻害要因としては「届ける時間帯の重複」「時間帯の制約」「待ち時間」「非効率な荷役作業」

「積載率の阻害要因としては「契約形態」「荷物の集中」「片道運行」「配送時間の制約」などを挙

「RMFOCUS」第31号を発行した。同号では、わが社のリスクマネジメントと題してタイプグループ

「定期メンテナンス」「運転手不足」などが考えられるとし、同様に実車率の阻害要因としては「届ける時間帯の重複」「時間帯の制約」「待ち時間」「非効率な荷役作業」

「積載率の阻害要因としては「契約形態」「荷物の集中」「片道運行」「配送時間の制約」などを挙

「RMFOCUS」第31号を発行した。同号では、わが社のリスクマネジメントと題してタイプグループ

「定期メンテナンス」「運転手不足」などが考えられるとし、同様に実車率の阻害要因としては「届ける時間帯の重複」「時間帯の制約」「待ち時間」「非効率な荷役作業」

「積載率の阻害要因としては「契約形態」「荷物の集中」「片道運行」「配送時間の制約」などを挙

「RMFOCUS」第31号を発行した。同号では、わが社のリスクマネジメントと題してタイプグループ

「定期メンテナンス」「運転手不足」などが考えられるとし、同様に実車率の阻害要因としては「届ける時間帯の重複」「時間帯の制約」「待ち時間」「非効率な荷役作業」

「積載率の阻害要因としては「契約形態」「荷物の集中」「片道運行」「配送時間の制約」などを挙

「RMFOCUS」第31号を発行した。同号では、わが社のリスクマネジメントと題してタイプグループ

「定期メンテナンス」「運転手不足」などが考えられるとし、同様に実車率の阻害要因としては「届ける時間帯の重複」「時間帯の制約」「待ち時間」「非効率な荷役作業」

「積載率の阻害要因としては「契約形態」「荷物の集中」「片道運行」「配送時間の制約」などを挙

「RMFOCUS」第31号を発行した。同号では、わが社のリスクマネジメントと題してタイプグループ

ネットでする通信講座

# 学習天国

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!!

講座数は **250種類以上!** すべて学べる!!

企業様でご加入 さらにはプラスで いただければ

- プラス 社員・幹部の仕事力をアップする講座
- プラス 社員の家族・親子で楽しめる講座
- プラス 社員のITスキルをさらに向上させる講座

興味・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。

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 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

お問い合わせ ☎ 0120-888482

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

# 代理店経営情報

シンニチ  
代理店版

政権交代など大きな動きがあった今年も残りわずかとなりました。依然として政局は安定せず、景気上昇の先行き見通しも立っていません。しかし、悲観することばかりではありません。こうした環境のなかでも、それをバネとして生き延び、発展している人たちがいます。

## マンション販売を成功させた秘訣は？

### 希望満たすコミュニティを提供

先日テレビで放映されていた内容をみて、なるほど、新築4000万円台のマンションが次々に売れていくそのカギは何かというものでした。それは、日本の社会の大きなひずみとして浮き彫りにされた「コミュニティ」不足という点に焦点をあて、マンションの建設から運営も、人間としての触れ合いや楽しみ、悩みも共にするというマンション全体を一つの住民コミュニティとして位置づけている点です。



具体的なものとして、若い世代向けのマンションでは小さい子どもさんを抱えている20代、30代の購入希望者向けに託児所、保育所の世話、小・中学生のいる家族に対しては山や川などへ家族ぐるみでのハイキングやバス旅行、それに農業

体験、市場や工場見学体験などの企画も行っています。また、高齢者向けの棟には囲碁や将棋、マージャンなど趣味を通じてマンション仲間と友好を深められる娯楽室も用意され、新聞や雑誌、本が読めるという点もポイントになっていきます。テレビの番組ではマンション管理組合等とタイアップして「住

## 若者の悩み相談、老後の生きがい支援

### 地域代理店にとって最適の仕事

とくに同じ趣味やスポーツ、考えが合えば一度に親しくなれます。しかも、そうは思っていない仲間を知るツテや手立てを知らないため、日々を無為に悶々と過ごしている人がどれだけ多いことか。そこで地域に根をこめて代理店さんの持っている力を発揮して、地域の人が集まるコミュニティ作りを企画、提供するといったときに、この仕事は代理店さんが一番適任者です。各家庭を訪問する中で、育児の問題や子どもの教育、共働き問題、高齢者の生き甲斐、介護などいろいろな相談を受けるはず。そうしたときに、代理店さんがそれまで蓄



コミュニティづくりで地域密着

## 住民コミュニティづくりの期待

民コミュニティづくりを企画提供する専門の業種に焦点が当てられていたが、これこそ代理店が手がけなければならぬ仕事、サービスではないかと感じました。代理店のみならず、地域に密着しているそれぞれの持ち味をいかした「住民コミュニティづくり」をしてみませんか。「俺は一生孤独で生きるのだ」という人は別に、多くの人は仲良く楽しく人生を過ごしていきたいはず。

今の世の中、若い人が相談する人もなく育児ノイローゼになったり、会社での同僚や上司とのコミュニケーションが上手に取れず、また仕事に対する働き甲斐を見出せず、うつ病や引きこもりになるサラリーマンがどれほど多いことか。とくに、定年後の高齢者の場合、生き甲斐を見出せず、悶々としているうちに、気力、体力が急激に衰え、痴呆や寝たきりになる人が増えています。

従ってこうした問題は身近なところに、住民コミュニティがあって、そこにいけばいろいろな相談、話し合いができ、悩みを解決できる、ヒントが得られる、また、コミュニティの各種活動に参加して多くの人たちと触れ合えば、人生の楽しみも増していくはず。代理店の皆さん、地域にこころしたコミュニティ作りを手がけていくことで、2010年が開けていくのではないだろうか。

## 知ってトクする 税務情報



## 電子帳簿保存法Q&A-下 スキャナによる保存の要件は？

- 受取金額3万円未満の領収書等も対象に
- は、規則第3条第3項に規定する書類以外の書類とされています。具体的には①棚卸表、貸借対照表および損益計算書など、計算、整理または決算の計算書類、②契約書および領収書(3万円未満のものを除く)となつてい、③の以外の書類がスキャナ保存の対象となります。
- Q 国税関係書類についてスキャナ保存を行う場合、どのような要件を満たさなければならぬか。
- A 次の要件を満たす必要があります(規則3)。
- ①読み取る装置 スキャナ(デジタルハンディスキャナは対象とならない)
  - ②入力要件(次のいずれかにより入力)
    - ・書類の作成または受領後、速やかに入力
    - ・業務の処理に係る通常の期間を経過した後、速やかに入力(承認済電子帳簿等)
  - ③電子計算機処理システムの要件
    - ・解像度200dpi以上、赤・緑・青それぞれ256階調(1677万色)以上
    - ・電子署名
    - ・タイムスタンプ
    - ・読み取った際の解像度等の情報の保存
    - ・ウエアション管理(訂正または削除の事実および内容の確認)
    - ④スキャニングした書類と帳簿との関連性の確保
    - ⑤可視性の確保(14インチ以上のカラーディスプレイ、4ポイント文字の認識等)
    - ⑥システムの概要書等の備付け
    - ⑦検索機能の確保
- Q スキャナ保存の対象となる書類は。
- A スキャナ保存の対象は、規則第3条第3項に規定する書類以外の書類とされています。具体的には①棚卸表、貸借対照表および損益計算書など、計算、整理または決算の計算書類、②契約書および領収書(3万円未満のものを除く)となつてい、③の以外の書類がスキャナ保存の対象となります。
- Q 有限会社から株式会社への組織変更を行う場合、有限会社が承認を受けていた電磁的記録等による保存等の承認の効力は株式会社へ承継されるか。また、組織変更後に新たな国税関係帳簿について電磁的記録等による保存等の承認申請をしようとする場合には、新設法人の場合の申請期限の特例の規定を適用することができるか。さらには、個人事業者がいわゆる法人成りした場合、個人事業者がいわゆる個人がそれまでに受けていた承認の効力は法人に承継されないのか、改めて承認を受ける必要があります。(おわり)

さあ挑戦しよう

# 中小企業開拓

## ポイントは「ココ」!

金子 智幸 <95>

ある税負担軽減に的を絞ったものです。従来からある会社が負担する支払保険料の税負担軽減とは全く違う考えからなるプランなのです。通増定期保険はさまざまなタイプのものでありますが、

# 法人の資産を社長に移す

## 社長個人の税軽減に的を絞る

この点には、今回も前回に続き最近の保険商品をとりまく税制について例を挙げてお話ししたいと思います。前回は、逆ハーフタックスプランの判例を取り上げました。今回は、通増定期保険の名義変更プラン?なるものについてお話しさせていただきます。

できるというところが存している。通増定期保険は、皆さるもご存じのとおり支払保険料は契約時からずっと一定で、保険年度が進む過程において保険金額が通増していくという絵でみると少し変わった形をした保険商品です。その絵は、商品によってさまざま形になります。一般的に、このような形をしていることにより責任準備金(解約返戻金)が貯まる仕組みになっていきます。法人が契約者として加入した場合以前は一定の要件により支払った保険料が損金算入できるというメリットがありました。単純返戻率も70%台から、中には100%を超えるプランもありました。これほどの優位性のある商品でしたので、過去から2度にわた

# 法人が社長に保険を売却

## 解約返戻金が上がる寸前で

・契約者＝法人  
・被保険者＝社長  
・保険金受取人＝法人

と、このようにシムプルな契約形態で、先に述べた急激に解約返戻金が立ち上がる寸前のタイミングで契約者を法人から個人へ名義変更するという形をとります。この場合、法人は社長個人へ「保険」を売却することとなるため、社長個人はその対価として、当該保険証券にかかると「解約返戻金相当額」を法人へ支払い、法人から保険を「買い取る」

こととなります。その後保険商品が解約返戻金のピークを迎えたときに契約を「解約」し、一時所得として受け取るというスキームなのです。このプランのポイント

法人契約の通増定期保険の保険料の取り扱い (平成20年2月28日以後契約)

●区分別の保険料の前払期間と資産計上額

前払期間は、いずれも保険期間の開始時から当該契約期間の60%に相当する期間。

①支払保険料の2分の1を資産計上するもの  
保険期間満了のときにおける被保険者の年齢が45歳を超えるもの(資産計上割合が3分の2、4分の3となるものを除く)。

②支払保険料の3分の2を資産計上するもの  
保険期間満了のときにおける被保険者の年齢が70歳を超えるもの(4分の3を資産計上するものを除く)。

③支払保険料の4分の3を資産計上するもの  
保険期間満了のときにおける被保険者の年齢が80歳を超えるもの(2倍に相当する数を加えた数が120を超えるもの)。

# 通増定期保険の名義を変更するプラン

り税制の変更を受けるとなりました。平成20年度2度目の見直し(下表)では、全額損金算入できる期間を大幅に短縮し(保険期間満了時における被保険者の年齢が60歳以下という部分が45歳以下となる)、事実上は、損金算入保険料は2分の1までという今までの効果からは、半分となってしまったため、従来からある税軽減効果を活用して含み資産を形成するといった魅力は、大きな打撃を受けることになりました。

ところが、このダメージもなんのそのといった感じの活用方法が、名義変更を利用した新しい税軽減対策なのです。そのプランとは会社の資産を税負担ゼロで社長個人に移すと言ったもので、資産の移動時に社長個人にか

主には保険期間の初期には解約返戻金が少なく、その後一定の期間(3年から5年くらい)で急激に解約返戻金が立ち上がるタイプの保険商品を活用した例が多いと聞きます。

# CS会話力アップに「言葉の福袋」は役立ちます



CS人 <107>

## 「言葉の福袋」って何ですか?

地元のNPOの月例会「フリーターキング」の企画は人気があり、毎回20人の集まりです。その日のタイトルは「言葉の福袋」。皆さんご存じですか? 「言葉の福袋」? 司会者のUさんは、脱サラして教育事業会社を起業。社員一五〇人の企業に育て上げたベンチャーの成功者。なかなかの人物です。そのUさん提案の「言葉の福袋」です。その仕組みは次の通り。

## 遊びながら話力、脳力のトレーニング

スピーチをする時、時間の配分・話題の組み合わせ・オチの工夫、が求められ、皆さんどんどん上手になり、受ける話が増えて来りました。スピーチを楽しみながら話力、脳力が鍛えられる。流石教育事業のプロジェクトは、一人2枚ずつ取る。そしてそのどちらかの言葉に因む話を、即興でスピーチするゲームです。時間は3分間。

初めは皆さん「わあー」と拒否反応。ところが始まったら体験談や、友達の話を絡めて良い話を。会場はだんだん熱く。会場はだんだん熱く。会場はだんだん熱く。会場はだんだん熱く。

「言葉の福袋」は、皆さんがやる時のために、言葉を50個程度示しました。

「大願成就」|| 小さな友達の話を絡めて良い話を。会場はだんだん熱く。会場はだんだん熱く。会場はだんだん熱く。

「言葉の福袋」は、皆さんがやる時のために、言葉を50個程度示しました。

「一心同体」|| 心を一つにして結びつこう。  
・「今日夫婦は、二心二体...」  
・「岡目八目」|| 困難の観戦者は冷静で、対局者より八目先が見えることか。  
・「多士済々(せいせい)」|| 有能な人物、人材が沢山居る、等々。

「言葉の福袋」は、皆さんがやる時のために、言葉を50個程度示しました。

「言葉の福袋」は、皆さんがやる時のために、言葉を50個程度示しました。

「言葉の福袋」は、皆さんがやる時のために、言葉を50個程度示しました。

「言葉の福袋」は、皆さんがやる時のために、言葉を50個程度示しました。

「言葉の福袋」は、皆さんがやる時のために、言葉を50個程度示しました。



# 損保12社の自動車保険ネットで契約完結

(株)エヌ・ティ・ティ・イフ 営業企画部長 吉村 忠義氏

（株）エヌ・ティ・ティ・イフ（NTTイフ、東京・江東区、松村伊知郎代表）は主にインターネットとモバイルで自動車保険を中心とした各種保険商品を販売するNTTグループの乗合代理店。特に自動車保険では同社が取り扱う損保12社の主力商品について、保険各社の協力のもと同社が独自開発したインターネットサイト内

## 保険会社の協力でシステム開発

### カスタマーセンターとも対応連動

同社サイトで自動車保険を契約締結できるのは東京海上日動（トータルアシスト）、損保ジャパ（ONESTEP）、三井住友海上（GK）、あいおい損保（トッププラン）、ソニー損保、チュリーヒ、アクサダイレクト、三井ダイレクト、アメリカンホーム、セゾン自動車、SBI損保、アドリック損保の12社で、基本的に各社の最上位商品をラインナップに揃えている。



東京海上日動や損保ジャパンなどのこれら商品は通常の代理店チャネルで募集しているものと同様に、保険料の領収も終了した時点で各社に計上ファイルとして送るとともに、NTTイフ社では同社名を検索エンジンなどに直接入力して検索するユーザーが増えているなど、認知度の向上

商品比較から契約締結までのすべての過程をユーザー側で完結することができる。ユーザーにとっては代理店介在による対面販売を前提としている商品であっても通販型商品に加入するかのよう手順で契約できるもので、こうした仕組みを有しているのは現在、同社のみ。

を同社でも実感しているという。ユーザーが同社のサイトで契約手続きをする際は基本的にチェック方式で入力項目を埋めていくが、サイト内の記載内容や文言はすべて、各保険会社から募集文書として適切であるという審査・承認を得ている。各社が商品改定などを行うたびにサイトに記載内容を変更する必要があるので、各社とのチェックのやり取りは頻繁に行われている。特に、対面販売を前提としている自動車保険

## 代理店協業が進展

### 共同募集代理店の形態で

NTTイフ社が有するこれらの仕組みを他の代理店などが作ることは当然、理屈のうえでは可能だ。ただ、その専門性やシステム開発に要するコストなどをふまえると現実的ではない。保険販売の源流とする専業プロの代理店ならなおさら。そこで同社と共同募集代理店契約を結ぶことでこの仕組みを他の代理店にも活用してもらおうというのが同社の展開するアウ

「代理店として自動車保険だけでなく生保などの他種目販売が求められるなか、一件あたりの事務手続きが最も煩雑な自

# 増える自動車保険のネット契約

その後同車両に該当する選択項目しか表示されないため、不要な項目を入力して最終確認時にエラー表示されるといったわずらわしさも回避できる。ユーザーによる契約手続きの手順、入力内容、入力時間などは逐一、システム内に履歴として記録される。従って、ユーザーが契約手続きを進めると、NTTイフ社が有するこれらの仕組みを他の代理店などが作ることは当然、理屈のうえでは可能だ。ただ、その専門性やシステム開発に要するコストなどをふまえると現実的ではない。保険販売の源流とする専業プロの代理店ならなおさら。そこで同社と共同募集代理店契約を結ぶことでこの仕組みを他の代理店にも活用してもらおうというのが同社の展開するアウ

「代理店として自動車保険だけでなく生保などの他種目販売が求められるなか、一件あたりの事務手続きが最も煩雑な自

# 代理店登場

「代理店として自動車保険だけでなく生保などの他種目販売が求められるなか、一件あたりの事務手続きが最も煩雑な自

日新火災は、代理店の一層の業務効率化と正確な業務遂行のため、代理店専用ポータルサイトである「日新ねっと」に満期管理、営業からのお知らせ、事故情報一覧などの機能を新たに追加し11月18日から新機能の稼働を開始した。



「日新ねっと」画面

日新火災、ポータルサイトに新機能追加  
同ポータルサイトは、08年12月に情報系代理店システムの「Compass (コンパス)」と業務系代理店システムの「日新Webオフィス」を統合したもので、今回は、契約更新期日の表示と手続きの進捗状況を把握でき、より一層の「お客さまサービス向上」「代理店業務の効率化」を図ることになった。そのほか、帳票デリバリーにかかる時間と個人情報の輸送リスクの削減を目的とした電

### 上級コース09年度終了式

#### ISJ 損保協会と損保総研

損保協会と損保総研が主催する「2009年度日本国際保険学校 (ISJ) 上級コース」が11月9日から20日までの2週間、東京・千代田区の損保会館で開かれた。今こ



ISJ終了式のようす

全行程を終えた11月20日にはISJ修了式が開かれた。損保総研の濱澤治専務理事が挨拶し、「私たちがこれからのいろいろな困難に直面するでしょうが、保険のプロで

ISJには東アジア12地域の損保会社や保険監督官庁などから23名の保険実務家も参加。「損害保険とリスクマネジメント (RM)」をメインテーマに受講し、知識の取得に努めた。



総勢126名が参加

子帳票機能、正確な業務遂行のための重要指標の

進捗状況の表示機能などを追加した。



約70名が参加

損保ジャパン北大阪支店 (栗田正支店長)、整備工場代理店組織のAIRジャパン北大阪支店 (西田長太郎支店長)、専属プロ代理店組織のJ・損保ジャパン北大阪支店 (中村 御堂筋の清掃活動 御堂筋の清掃活動 御堂筋の清掃活動 御堂筋の清掃活動) は、合同で11月7日、職員や支店会

### 新日本保険新聞社・実戦セミナー Vol.3

年間契約件数1,000件超の北尻克人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 北尻克人氏 (南小山企画代表)  
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)

#### 新日本保険新聞社主催 実戦セミナー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って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。

## 平成22年度版 代理店・保険セールスマン必携 保険セールス手帳

- 実用性・機能性を重視した設計  
販売事業年度(平成22年4月~平成23年3月)に合わせたポケットサイズの手帳です。スケジュール管理や販売計画立案、活動内容の把握など、実用性・機能性を重視した使いやすい設計になっています。
- 計画的なセールス活動に  
月間目標や月間活動記録のページに自動車、火災などのほか傷害・医療・年金・介護、生命保険の項目を設け、生損保総合販売に対応した手帳となっています。効率的かつ計画的なセールス活動に役立てることができます。
- 満期更改・事故処理活動をフォロー  
各月の満期更改契約一覧と自動車事故受付台帳(クレーム簿)を掲載。契約管理や事故受付など営業第一線における日々の活動を充実させ、迅速で細かい顧客サービスができるよう工夫しています。
- 表紙は便利なカバータイプ  
手帳本体を差込むカバータイプ(着脱可能)の表紙になっています。メモや名刺、カードなどを収納するポケットとしても活用でき、大変便利です。

【平成22年4月~平成23年3月対応】

使いやすい  
ポケットサイズ

- 長期予定の管理に便利な月間予定表
- 見開きで1週間分の週間予定表
- 各月の満期更改契約一覧
- 月間活動記録
- 自動車事故受付台帳(クレーム簿)
- 新規見込客一覧



定価  
**1,250円**  
(消費税込み、送料実費)  
● 規格 14.5cm×9cm  
● ページ数 310ページ

● FAX・HP注文書  
送信先 榊原正則 新日本保険新聞社  
(FAX 06-6225-0551)  
<http://www.shinnihon-ins.co.jp/>

### 保険セールス手帳

● 会社名 \_\_\_\_\_

● 部支店名 \_\_\_\_\_

● 課支社名 \_\_\_\_\_

● 代理店名 \_\_\_\_\_

● 送付先(〒) \_\_\_\_\_

● 担当者名 \_\_\_\_\_

● TEL \_\_\_\_\_