深掘り！保険用語〈36〉

株式会社ウインライフ
小野　力
≪E-mail≫
tsutom_ono@maia.eonet.ne.jp

昭和56年6月以降新築に建築年割引

古くても新耐震基準満たせば耐震診断割引

今回は、地震保険の割引について深掘りしたいと思います。

《建築年割引》昭和56年6月1日以降に新築された建物に対する割引です。割引率10%。平成13年に導入。

この割引は昭和56年の建築基準法の改正に関連した割引です。建築基準法は建築物に関する最低限の性能を定めた法律です（昭和25年制定）。昭和56年に建築物の構造に関する規定が大幅に改正されました。「新耐震基準」が導入され地震に対する安全基準が強化されました。

「新耐震基準」で求められる耐震性能は、『①数百年に一度程度発生する地震による力（震度6と、東京で発生したと推定される地震の揺れに相当します。

「新耐震基準」の実効性は、阪神・淡路大震災の際に顕著になりました。被害状況を比較すると、昭和56年5月以前の建物は、「倒壊・大破」が29%、「中・小破」が37%、「軽微・無被害」が34%でした。一方、昭和56年6月以降の「新耐震基準」の建物では、「倒壊・大破」が9%、「中・小破」が17%、「軽微・無被害」が75%でした。阪神・淡路大震災では、死者の9割近くが建物等の倒壊が原因で死亡したとされています。建物の耐震化が進んでいれば人的被害はもっと少なかったと思われます。

《耐震診断割引》昭和56年よりも古い築年の建物であっても耐震診断や耐震補強を行った結果、「新耐震基準」を満たすことが確認できた場合に適用される割引です。割引率10%。平成19年に導入。

昭和56年5月以前に建設された建物は、「新耐震基準」に適合していないものが多いと考えられています。そのような建物も違法ではありませんが、「既存不適格建築物」と呼ばれ地震に対する安全性が低いままです。平成25年時点で昭和56年以前の建物は全国で約15００万戸あり、その内、約９００万戸が「既存不適格建築物」だと推定されています。

阪神・淡路大震災の教訓を受けて、「既存不適格建築物」の耐震改修・補強を目的として「耐震改修促進法」が制定され、国や自治体は耐震改修・補強を行うことが義務となりました。一般の住宅では義務ではありませんが、住宅耐震改修を行った場合には所得税や固定資産税の減税が受けられます。多くの自治体では補助金の制度があります。また、住宅金融支援機構でも耐震リフォームに対する融資を行っています。

しかし、耐震改修・補強には百万円単位の費用が必要となるケースが多く、耐震化が進まない原因となっています。国は、平成32年までに住宅の耐震化率95%を目標としていますが、平成25年時点で耐震化率は82%に止まっています。

【トリビア】
公営住宅の場合、建築年割引の資料として自治体のホームページなどに記載されている「公営住宅一覧」などの情報が利用できます。国交省からの要請もあり、自治体のホームページを見ると『地震保険の建築年割引のための証明書になります』と記載されているところが増えています。

地震保険の割引制度について①

営業素人からTOTへ！
真似して伸びる暗記営業のススメ

有限会社ミライズ　片岡隆太　−35−
問い合わせ先E-mail:info@mi-rise.com

自分の心に嘘をついていると気づいたら

「いつでも相談してください！」「保険のことならどんなことでもお任せを！」こんな言葉を名刺やHPでよく見かけます。一見すると、「お客様のことを最優先に！」という意気込みを感じつつも、同時に少し違和感もあるのです。

お客様が一番、という感覚はたしかに大切なことです。しかし、その言葉、本心で言えているでしょうか？　実は、自分の感情を押し殺してないでしょうか？　お客様がどう感じるか？ばかりを考えすぎて、自分自身の「楽しい」「面白い」を忘れていないでしょうか。本当は、相手のことを大切にするのと同じぐらい、伝える側の「心」も尊いものなのです。

今日は、成果をあげ続ける営業マンにとって「最も大切」といっても過言ではない、自身の「動機」についてお話しします。

「相手が『聞きたい』と思う話を、『なるほど〜、ふむふむ』という感情の元で進めていき、『ポン！』と相手の背中をおしてあげる営業」それが、いま私が伝えている『シナリオ営業』です。私自身がこれに触れ、少しずつシナリオのコトバの一言一言に心が込もり始め、腹に落ちたとき、『シナリオ営業』といううものを納得した…。そして叫びだしたいような気持ちになったのです。『なんて面白いんだろう！』と。

心から湧きあがってくる感情でした。

就職してから一貫して「苦手で嫌い」と感じていた営業が、はじめて『面白い！』と感じました。

もちろん、営業で成果をあげられたらうれしい。しかし、面白いことだとは決して感じられませんでした。

けれど、私はそのシナリオのみでわかったとき「面白い営業」というものがあるんだということを学びました。そして、今まで学んだどんなものよりも価値があると思えたのです。

同時に、少しショックでもありました。『営業が面白くてもいい』だなんて。僕の経験していた大手保険会社のスタイルは、「お客様は神様だ」、「若い頃の苦労は買ってでもしろ」なんていう時代で（今でもそうか？）、『営業が面白い』、『仕事を楽しんでいたら、売上があがった』なんて考えを抱くことは、苦労して頑張っている人を前に、そしてクタクタになって時間に追われている人を前にしては、背徳的なNGワードであったのです。

でも、シナリオ営業は面白かった。叫びたくなるほどに…。初めて自己啓発本を読んだときの感覚に似ていたかもしれません。漫画は面白く、読書はまじめなもの。こんな思い込みが、心地よく打ち砕かれていく感覚とでも言いましょうか。

『もっと、もっと営業に行きたい！』気がつけば心にこんな想いが灯されていたのです。

もしあなたが、相手のことを思いやるばかりに、自分の心に少しばかりの嘘をついていると、気づいたら、ぜひ、他人のことはひとまず置いて、自分の気持ちを感じてみてほしいのです。もし「面白い」「楽しい」を発見できたとすれば…。まじめでお客様思いのあなたです。間違いなく、これから先は、足を止めることはなくなることでしょう。

これから伸びるのは、損保系

奮闘！新米支社長

西川　新一　＜49＞

総合職転勤者なしで新年度を

次年度年俸会議で評価の厳しさ知る

例年同様、2月末日に全社員向けの転出転入の人事異動が発令された。なんと、男性総合職で、異動がほぼ確定と見ていた6年目社員が動かず、他2名も不動と珍しい「総合職転勤者0名」にて新年度を迎えることとなった。一方、女性事務職は、予想通り1名が動き、他支店から中堅女性事務職が加わる結果となり、戦力が向上した状態で、早期に次年度活動をスタートできることとなった。

転入転出者発生で、例年バタバタする3月ながら、今年は、これまで以上に年度末決算の総仕上げである売上獲得に邁進できることとなった。

また、かつてないほど、この3月はこれまで苦しんだ各月の営業戦況がうそのように、男性総合職が仕掛ける各種案件でも、面白いように成約が続いた。3月に入っても、その勢いは衰えを見せず、これまで精力的な活動が停滞していた筆頭男性社員も、続々と成約を呼び込んでいった。このような中、中間管理職として最も重要かつ神経を使う「次年度年俸会議」が行われた。本会議は、中間管理職未満の全社員を複数層に分け、各層を相対評価に分布させ、翌年度給料が決定される。いわば、年に1度その年の成績が5段階（AからE）で付され、その結果を永遠に背負いながら、出世するしないが仕分けされ、同時に年収も上位者と下位者で最大30%の差が付けられるというものである。特に男性総合職では、例年のごとく各課の中間管理職同士が、自課支社の部下を1ランクでも上位の評価にしようと、互いに火花を散らす会議なのである。

当支社3名の男性は、過去10か月にわたり安定した成績を残していた若手2名は、支社長間の事前査定においても、申し分ない評価を獲得できた。この2名は、精神的にもタフで、20代半ば以下の若者であるが、頼もしい限りの迫力も有しており、自らが支社長昇格時、この2名と同行指導した案件も、本評価に寄与し、改めて上司となった際に部下が評価される喜びを感じたのであった。

一方、3月になり、元気を出し始めた筆頭社員の評価は惨憺たるもので、競争社会の厳しさを目の当たりにする結果となる。もう少し、本人のやる気を引き出す手立てはなかっただろうかと、上司としての自分を反省する結果となった。激動の会議が終わり、3月も中旬に向かう。いよいよ過去5年以上の間、不可能となっていた営業要請額達成の瞬間が近づきつつあったが、再度、気を引き締めながら、年度末3月に取り組む。