努力と勇気でチャンスをつかむ

競争を生き抜く代理店

㈱日本シンクタンク 代表取締役 那須顯一

◀ 27 ▶

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

昨今の「消費者保護」の風潮

消費者＝善・弱者に これほど強い武器はない

新型インフルエンザが猛威を振るい、あちこちで学級閉鎖、一部では学校閉鎖。また、企業でもインフルエンザの感染には非常に敏感で、同居の家族が感染した場合でも出社停止の措置をとられていますので、今回の新型インフルエンザ騒動、日本経済にとってかなりのマイナスになっていると思われます。

先週、私も子供（小学校2年生）が新型インフルエンザに感染し、土日を挟んで3日出社を控えておりました。大きな案件の対応を控えた時期に出社できず、かなりの痛手…この原稿を書きながら未だに案件処理に追われています。

先月、金融庁から日本興亜損保に対し、保険金支払遅延問題で、業務改善命令が発動されました。業務停止命令よりは処分は軽いものの、日本興亜の取扱いをしていない私でも、考えさせられる出来事でした。

最近の契約者の動向を見ていると、加害者になった時は、

「できるだけ支払いたくない」

被害者になった時は、

「1円でも多くもらいたい」

という傾向が顕著になって来て、

・軽微な損害でも過失割合の折り合いがつかない

・思うように行かないと、契約自体がおかしいとクレームをつける

など、是が非でも、自分の要求を通したい旨のクレームが増加。

一昔前なら、

「困った時はお互い様」

「相手の方はまだ若い方だから」

などと、他人や相手を思いやる気持ちがあり、事故解決・クレーム処理も早く済んでいましたが、今は「自分が一番よければ」と、他人や相手が泣くことさえ辞さずの構えで、それにより解決が長期化したり、企業が監督官庁からの行政処分を受ける引き金になったりしています。

「消費者保護」自体は素晴らしいことで、企業側が難解な消費契約をもっと分かりやすくするようになり、消費者にとってより良い世の中になって来ました。

しかし昨今の「消費者保護」という風潮は、

■消費者＝善・弱者

■企業＝悪・強者

という、行き過ぎたイメージもあり、企業は泣かしても良い。儲けている企業は悪い！（大儲けしている企業は羨望の眼差しなのに…）と言わんばかり。

しかしよく考えると、世の中で物品を購入・消費しない人間は存在しませんから、「消費者」＝「国民」ということですし、消費者が物品を購入するためのお金はどこから得ているのか？　というと、勤務先もしくは企業活動の中からなので、今晩消費者の方も、明朝には企業側の人間。結局、国民全員が、ある時は強者になり、またある時は弱者になることができるのです。

このように「消費者」という言葉は、非常に曖昧な概念で、断固とした弱者を表わす意味を含みます。

従ってこの意味をわかって使う場合には、これほど強い「武器」はありません。

クレームモンスターの増加 落ち度なくても主張が通る

契約者という「消費者」と、保険契約の締結・媒介を生業とする「保険代理店」の我々もコンプライアンス違反だけではなく、消費者からの予期せぬクレームも有り得ることを想定し、事前・事後の対応能力が必要で、昨今の行政・保険会社は、消費者の我儘、言い掛かり的クレームでも、キチンと受付・処理するようになって来ましたから、販社である我々代理店も監督官庁・メーカー（保険会社）と同様の対応をしなくてはなりません。

私自身、これまでのコンプランスが厳しくなっていく中で、例えば…、確実に契約者が内容を理解した上で、契約者自身が署名・捺印した契約なのにも係わらず、「捺印した覚えがない」とか、「契約していない」などと、契約者が主張した場合、こちらに落ち度がなくても、契約者の主張が通ってしまうケースもあるのじゃないか？　と、漠然と考えたことがありましたが、世の中の流れを見ると、それが現実になる日は近付いているのかも…。

「消費者」という言葉がさらに独り歩きすれば、弱者（消費者）の仮面を被った、「クレームモンスター」が増加して行きます。

また、消費者（弱者）の仮面が武器だと理解している方は、確信犯で弱者を演じることも可能で、このような方が契約者の中にいるとしたら？の可能性も考えると今後、保険代理業が契約者から損害賠償請求されたり、提訴されるケースが増加することは間違いありません。従って保険代理業もそこまでのことを想定しての、経営センスが必要な時代なのです。

この不況下で、大手企業でも新規獲得は容易ではなく、新規案件も枯渇しているようで、今までは見向きもしなかった小さな（売上・利益が）案件でも、積極的に営業をかけ、価格勝負にも挑戦して来ています。

このような大手企業の動向は、今後確実に我々零細・中小企業の売上を圧迫する要因となり、さらに、「クレームモンスター」の対応まで増加し、保険会社からの手数料の改定、コストアップの要求と、保険代理店への外的要因はマイナス要素ばかりが目立ちます。

この状況を打破し、売上・利益共にアップさせ、企業として永続するためにも、内的要因、営業施策だけはプラス面要素を増やしましょう。

争奪 保険マーケット
生保営業第一線㊽
<201>

「おっちゃんから入ってね！……約束だよ」

来春から警察官に 君の人生設計をバックアップ

彼との初めての出会いは今から11年前の師走だった。

「お母さん、このおっちゃん誰なん？」

リビングに通された私への彼の第一声だった。

「この人はお母さんの友達で…生命保険の営業の人だよ」

「生命保険？？？…ひょっとして…まさかのための生命保険♪♪♪」

当時小学4年生だった勇毅君に、「大人になったら、おっちゃんから生命保険に入ってね！…約束だよ！…指きりゲンマン」

平成18年春、勇毅君は京都市内の大学に入学した。法学部だった。

その冬、彼の自宅を訪問した。

「法学部だってね～…将来は司法の道に進むのかい？」

彼から、「僕は警察官になりたいんです。親父と同じ仕事がしたいから…」

平成21年春、4回生になった彼は、すっかり見違える程凛々しく変身していた。

「どうだい？　就職活動のほうは？…」

「今は主に金融機関をまわってて…内定は一つもらってるよ…」

「じゃあ少し安心だね。お母さんと同じ銀行員になるんだ…」

後から聞いた話では、彼は就職活動とアルバイトを継続しながら、時間をみつけては公務員試験の勉強も継続していたようだった。

10月26日、彼のお父さんの54回目の誕生日、いつものように電話でお祝いの言葉を…。

彼のお母さんから、「…まだ言ってなかったかな～…勇毅は銀行の内定を断って…警察官として来春から…」

翌日、彼のお母さんから保障内容の見直しの依頼を受け自宅を訪問した。

偶然居合わせた彼に、「おめでとう！　警察官になるんだね。…今からお母さんとお話しさせてもらうけど…その後で少し勇毅君と保険の話をしたいんだけど良いかな～…」

「僕も社会人になるんだからちゃんと聞かせてもらいますよ」

真っ白なライフプラン表を広げた私に、「それ何ですか？」と彼が尋ねてきた。

「今から君の人生設計を聞いてみたいんだ…将来の夢とか…家族構成とか…希望を語ってくれないかな～…」

「付き合ってる方はいるの？…結婚はいつ頃？…子供は何人くらい…」

私の質問に彼は笑顔で、時には真剣な眼差しで一つ一つ丁寧に答えてくれた。

「出来れば、50歳くらいまでには子供は大学を卒業させといた方が…、おっちゃんは何歳の時に結婚したの？…」

1時間ほど過ぎた頃、「勇毅君、楽しいお話を聞かせてもらってありがとうね。今のお話を保険という商品に形を変えて次回は君に提案させてもらいたいんだけど…」

「お母さん、おっちゃんから保険に入ってもかまへんか？」

「あなたも社会人になるんだから、ちゃんとした保険に入っとかないと…」

その時、一人の御婦人が部屋に入ってきた。

「あら、お客さんかえ？…邪魔しちゃあかんから私は帰ろうか」

「叔母さん、大丈夫だよ。この人は保険の人だから…今、勇毅に保険の話をしてもらってたところだから…」

「勇毅君も来年から就職だからねぇ、しっかりした保険に入っておかないとね。私なんか…もうすぐ保険が切れちゃうし…この歳だと掛け金も高いし…そうでしょう？…」

「瀬戸内さん、今度来てもらう時に…入るかどうかわからないけど、見積もりしてきて欲しいんだけど…この叔母さんと主人の母の入院保障なんだけど…」

「わかりました。じゃあ勇毅君、次のスケジュール決めておこうか？…君もアルバイトや卒論の準備で忙しいだろうから…」

2日後の夜遅く彼から連絡が入った。

「こんばんは、11月2日、夕方以外なら空いてます。また都合のいい日を連絡して下さい」

（CLP®瀬戸内 青空）