

# 教宣 せぶん

## お客様本位？

8月から傷害保険が劇的に変わります。3つあった職業級別が見直され、A・B2種類に統合されます。従来1級だった大工さんや屋根ふき工、左官、畳工、内装仕上げ工などの建設作業者は、すべてB級（高い料率）での引受けになります。他の職場はどうか分かりませんが、私の職場ではこの傷害保険の改定にあたって、言葉での「説明」はなく、「レター」が送信され、「傷害保険ハンドブック（07・08改定）」が送付されてきた、というだけのものでした。当然、代理店さんへの対応も同じだったはずですが。

早期計上の指導や初回口振の関係で、8月始期以降の継続手続の仕事は7月に行うのが当たり前の流れになっています。大幅な商品改定、特約の廃止など、今回の傷害保険の大幅改定は、本来であれば6月の業連で、ていねいに募集網に説明されるべき「一大事」ではなかったかと思いますが、6月の業連は「第三分野の販売資格試験」で埋められ、傷害保険の「しょ」の字もありませんでした。こんなことで本当に良いのでしょうか？

すべての「価値観」を見直して、お客様本位のものにしていこうというのが、いまの経営方針の最優先事項のはずですが。顧客と対面する「募集網」の知識不足は、最終的には顧客に迷惑がかかることとなります。お客様本意という価値観を掲げる会社の、私たち募集網に対するスタンスとして、今回の傷害保険の改定が「TNHに掲載しました」「ハンドブックを送りました」という、そんな脆弱で、冷たいものでよいのでしょうか？こんなところにも「お客様本位」と言いながら、会社は「何も変えていない」「変えようとしていない」姿勢が浮かび上がってきます。

いま、募集網のレベルアップと称して、募集資格の更新制度を導入していくことが取り上げられていますが、この目的は更新制度を導入することによって販売網の淘汰をしていくことに他なりません。私たち募集網は好むと好まざるとにかかわらず、会社施策によって、生活の糧を奪われるかもしれない「変革」を求められます。もし今回の傷害保険改定の「対応」の背景に、募集網の淘汰の先取りの意味があるとしたら、会社はお客様本位のためになにを「変革」したのでしょうか？お客様本位の変革とは、従業員や募集網にだけ強いて、施策を出す側は何も変えなくて良いというものではないはずですが。

お客様本位に立って今回の傷害保険の改定を考えれば、当然募集網も改定を勉強しなければなりません。しかし同時に、会社も募集網がお客様と接する前に「理解」が徹底されているかどうかを当然確認しなければならなかったと思います。

「お客様本位という言葉は、実は金融庁に向けられたものだった」。こんなことではないことを祈ります。