

教宣 せぶん

別格「超保険」

「保険金不払い・保険料取り過ぎ」問題の反省や「お客さま本位」「安心品質」などの観点から、契約者にわかりやすい商品体系をめざして、わかりづらいとされる商品や特約が廃止されています。廃止されようとしている商品のほとんどが、旧日動社の主力商品だったと感じるのは私だけではないはずです。先日の地位確認訴訟控訴審で、本間照光青山学院大学教授に書いていただいた鑑定意見書の結論として「RA制度の廃止は『経営上の高度の必要性』ではなく、存続会社の施策選択である」とあるように、商品政策にも旧日動色の排除というテーマが隠されているような気がしてなりません。

そもそも、当社が扱う保険商品のなかで、一番わかりづらい保険商品は何でしょう？莫大な資本を投じて旧東海社が開発した「超保険」ではないでしょうか？超保険の複雑さに比べたら、団地保険も、傷害特約も、マル交も、共通団体も、月掛も、きわめて単純な商品、特約、払込方法です。顧客にとって「わかりやすい商品体系をつくっていく」というなら、真っ先に淘汰されなければならない商品は「超保険」のはずです。

また、「安心品質」では、継続後の保険証券が始期日前に届かないという「お客様の声」が断然多かったとして、継続契約について、4週間前の早期継続が扱者に指導されていますが、超保険の証券（継続証）は保険始期日（応答日）に発送され、決して始期日前に契約者の手元に届くことはありません。超保険の契約者で「保険始期日前に証券が届かない」というクレームを言うお客さんがどれだけいるのか、聞いてみたいものです。ここにも、4週間前の早期継続が「お客さま本位」「安心品質」という大儀で行われようとはしているものの、実態はスムーズな「抜本改革」への移行という「自社の都合」を顧客に押し付ける本質が見えてきます。

押しすすめようとする施策を前に、したたかな経営者は、不祥事も、クレームも逆手にとって、さらなる推進力に変えようとしています。廃止される商品や特約は声をあげることにはできませんが、私たちは「間違っている」と声を上げ、法廷の場で、制度廃止の本質、会社施策の欺瞞性を暴きました。声を上げ、地道に、果敢にたたかうことで、どちらの主張が正しいのか、ハッキリさせましょう。たたかいはいよいよ佳境を迎えますが、ぬかりなく、力強く、歩みをすすめていきましょう。