

教宣 せぶん

募集人への責任転嫁

3月の業務連絡会に出席しました。メインテーマは「09年度代理店手数料体系について」でした。満期日前証券未着率、自動車キャッシュレス比率など多くの新設項目があり、またプラス評価しかなかった早期更新比率のテーブルが変更されマイナス評価もされるなど、大きな改定となっています。この代理店手数料体系の改定は、抜本改革が始まる新年度を迎え、代理店に対し、会社施策への「忠実度」を色濃く反映させたものに他なりません。

その数ある新設項目のひとつに「お客さまアンケート」というものがありました。現在は抽出で行っている「お客さまアンケート」を自動車・火災のすべての契約者に実施。戻ってきたアンケートのうち、「Q14：ご契約手続き全般にご満足いただける内容でしたか？」「Q15：次回も現在の代理店・取扱者でご契約いただけますか？」の2項目の質問の回答が、「4：ややそう思う」をボーダーラインに80%以上が「満足している」「契約する」と答えた場合に限り、代理店にポイントをあげるという説明でした。5000万以上の挙績がある代理店が対象だということですが、驚きました。

例えば、「契約の際に現金で保険料を支払いたかったにもかかわらず、受け取ってもらえなかった」と思うお客さんが契約手続きに不満を持ったとします。例えば、満期日の2カ月前に更新した手続きに、「早すぎる」と不満を持ったお客さんがいたとします。一言「モノ」を言いたいお客さんはアンケートを返送します。当然Q14・15の設問は「3：あまりそう思わない」以下になるでしょう。しかし、これは募集人に対する不満なのでしょうか？会社施策に対する不満なのでしょうか？会社施策そのものに不満がある場合でも、アンケートに答える契約者は、決して手続き全般に「満足する」とは書かないでしょう。

そういう会社施策に対する不満もなにもイッサイガッサイひっくるめて、募集人の手数料体系に連動させていく、すなわち契約者の不満はすべて募集人の責任だといわんばかりの仕組みはきわめて問題です。いうまでもなく、私たち募集人は、契約者が手続き自体や商品性、価格、アフターサービスなどに不満をもてば、契約してもらえず、収入が入らないという厳しい世界に身をおいています。アンケート結果に手数料体系を連動させていくことは二重の評価をされるようなものです。

今回の改定では、このアンケート結果が「0」か「+1」のプラスのポイント評価にしか反映していませんが、いずれアンケート結果がマイナス評価や、もっと大きな

ポイントに結びつくかもしれませんが、全代理店を対象に実施されるかもしれませんが。アンケート結果が、会社施策を作る側の、そして募集人の指導・教育に責任がある経営者の報酬に連動するような仕組みなら納得感もありますが、すべての責任を募集人に転嫁するような仕組みが導入されることに、大きな不合理感と閉塞感を覚えずにはられません。