

教宣 せぶん

アンバランス

～ 社会的責任・使命を考えよ ～

いま、募集網である私たちは、すすめられている『抜本改革』のなかで自己完結型への仕事を目標にされ、所属課所へ極力負担を及ばせないような仕組みをつくりあげられています。端的な例としては、課所への問い合わせ・報告などは基本的にメールで行うよう指導されています。電話なら1分で伝えられることでも、メールで送信するとなると、時間も手間もかかります。回答も電話対応よりもはるかに時間がかかります。「面倒くさいが会社が決めたことに逆らえない」「メールをリアルタイムで見てもらえているのかわからないから不安だ」「文書では微妙なニュアンスを伝えるのがむずかしい」という代理店さんの声をよく聞きます。また、メールを発信できない代理店さんからは「もうついていけない」「廃業を考えている」という深刻な声もあがっています。総じてこういった課所の対応に「血が通っていない冷たさを感じる」というのが代理店の皆さんの偽らざる気持ち、本音だと思います。

一方で、お客さんとの対応では、『安心品質』の中で、契約内容確認書の取り付けを義務付けられ、契約完了後には契約者に満足度を問うアンケート調査のハガキを送付され、「お客さんに内容をわかりやすく説明しているか?」「契約者に納得してご加入していただいているか?」を会社から鋭く問われています。まさに「血が通ったあたたかい手続き」をするように、会社から求められています。

私たち募集網が接するのはお客さんと会社です。お客さんとは「血が通った対応をして来い」と言われ、言われた会社からは「血が通っていない」対応をさせられている現実に、理不尽さ、アンバランスさを感じて仕方がありません。

保険金不払いという前代未聞の不祥事を起した保険業界が、契約者目線という原点に立ち返り、入口である私たちの仕事の段階で、契約者にわかりやすい説明や、安心感が得られる対応を求められることは当然のことかもしれません

が、だとすればそういう使命を担っている私たちに対しても「あたたかい会社だ」と感じられるような施策を数多く講じるべきだと思います。募集人からの問いかけに、課所の従業員やスタッフが電話で丁寧に応対することに、どうして会社は投資できないのでしょうか。

『安心品質』は募集人がいくら「手間」「労力」「費用」をかけようがおかまいなしに進めるが、『抜本改革』によって会社はトコトン経費削減・人件費削減を追及する、というのではあまりにムシが良すぎます。

いまアメリカを手本とした日本経済は、アメリカ発のカジノ経済の破綻によって、大不況に陥っています。体力のある企業が、その社会的責任・使命において、「雇用」を創出させていくことが社会全体から求められています。こんな情勢下で、当社経営は、低業績やIT化についてこられない代理店を選別し、手を差しのべるどころか、廃業に追い込んでいます。巧妙に、強引に、廃業の道しか進めないような施策をおし進めています。また『抜本改革』完了の暁にはさらなる人件費削減を狙っていることでしょう。数字の多寡や能力を問わず代理店の事業にも責任を持っていくこと、従業員やスタッフの方の雇用を守っていくことこそが、CSRを謳う大企業のとるべき施策だと思いますが、いま会社がやっていること、やろうとしていることは、自社の企業利益をいかに確保するか、いかに効率よく業務を回せるかであり、時代の要請や求められている社会的使命に逆行していると言わざるを得ません。

規模の大きい会社、たくさん稼いでいる会社、業界のトップカンパニーほど、その社会的責任・使命が大きいことを、当社経営者はもっと真摯に考えるべきです。