

ふたのワンポイントレッスン

Vol.5 保険募集管理体制

今月は「保険募集管理体制」をテーマにご説明いたします。

昨年来の損保業界不祥事により金融庁は我が国保険市場の健全な発展に向けて、今年3月に「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」を設置したことはご承知のことと思います。同会議は6月25日に報告書を公表しました。その後、金融庁では金融審議会に「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」を設置して業界の正常化に向けた監督指針の改定、保険業法の改正に動き始めました。

一連の不祥事を契機として損保協会では保険会社ならびに保険代理店の業務品質の向上に向けた動きが加速しています。業務品質という幅広い概念になりますが保険募集人の立場で考えると「募集品質」の向上になるのではないのでしょうか。そのように紐解いていくと「保険募集管理体制」とは体制整備で重要な項目になってきます。振り返ると2016年5月に改正保険業法が施行されて新たな募集ルールが法令化されました。その翌年2017年3月には顧客本位の業務運営の原則が公表されて「顧客保護」がさらに強化されています。

今年に入り、2月に改定金融サービス提供法が施行されて「顧客等の最善の利益を勘案しつつ、顧客等に対して誠実かつ公正に、その業務を遂行しなければならない」と規定されました。目的は顧客本位の業務運営の取組みの一層の定着・底上げを図ることにあります。同様の規定は顧客本位の業務運営の原則2にありますが、今回の金融サービス提供法の改定により法令化されたこととなります。

それでは営業現場で日々顧客と接している募集人としてはどうすれば良いのかといった疑問や悩みが湧き出ると思います。しかし、難しく考えることはありません。顧客のニーズ（意向）を的確に把握して自社で扱う商品の中から最適な商品を設計して提案することです。2016年の保険業法改正により意向把握・確認、重要事項説明は法令化されました。募集人の皆さまは十分に理解頂いていると思います。しかし、皆さまが取り扱う保険商品の説明について顧客と募集人は非対称の関係にあると言われます。つまり、保険知識に乏しい顧客は子供で、保険に詳しい募集人は大人の関係にあるということです。顧客に保険の提案をする際に募集人は気付かないうちに「保険専門用語」「業界用語」を多用していることがありませんか？顧客は分からないこ

とをいちいち質問せずにスルーしていることはありませんか？代理店経営者の皆さまに保険募集管理体制でご注意いただきたい点は自社の募集人がこの顧客との「非対称性」に気付いているかです。

もう1点注意があります。顧客へのプレゼン（提案）手順、使用するツールが社内で統一されていますかということです。保険代理店という組織で活動している従業者として顧客に対するプレゼンにバラつきが出てはいけません。もちろん、個性を消せとは言いませんが基本的な手順、使用ツールは統一する必要があります。現在は多くの保険代理店で募集人が共通で使用する募集バインダーを作成しています。バインダーの中身は同じ順番でツールが綴じられているので手順は統一されます。

募集人がバラつきの無いプレゼン、専門用語を多用していないかを検証する最もリーズナブルな方法は「ロープレ」です。多くの保険代理店では社内研修でロープレを導入していますが、どちらかと言うと営業話法の研修として活用していると感じます。すでにロープレが定着しているのであれば、是非とも「募集話法」の検証をテーマに研修を行うことをご提案します。このテーマではベテランも新人も関係なく結果が見えてきます。ベテランの方こそ自己流のプレゼンから抜け出せていないことも見受けられます。代理店経営者の皆さまは自社の募集の実態を把握して課題、問題点を見つけ出し、もし是正が必要であれば研修等を通して改善指導を行なってください。冒頭で「募集品質」という言葉を出しましたが、まさに顧客に分かりやすい募集を行うことが募集品質の向上につながると考えます。

最後になりますが、ロープレ等を充実させて募集品質を向上出来たとしても結果として記録を残す必要があります。多くの保険代理店では社内ルールとして顧客対応記録を作成していますが、法令で定められた意向把握や重要事項説明について顧客に説明して理解を得られたという証跡、エビデンスを対応記録に残してください。保険募集管理体制を整備することは保険募集人の身を守ることにもつながります。顧客と契約内容についてトラブル、苦情になった際には顧客対応記録に詳細が残されていれば適正な募集を行ったという証拠にもなります。次回は保険募集管理体制の各論についてご説明いたします。

作成：日本代協アドバイザー 日本創倫株式会社
専務執行役員 事業推進室長(SEO) 風間 利也
配信：日本代協事務局