

お疲れ様です。今回は顧客対応について解説いたします。

保険代理店として、満期管理、契約保全、苦情管理等の顧客対応を適切に行うことは基本中の基本であり、代理店の業務としてはお客様からの信頼獲得以前の問題と言えます。

しかしながら、代理店賠償の事故例などを見ていると、依然としてこの種基本的な対応に関するトラブルが発生している現実があります。「出来ているだろう」で済まらずに、実務の中で確実に実行できる態勢を整え、管理・改善することが重要です。

(1) 満期管理・契約保全

観点

お客さまに適切な時期に満期案内を行い、継続状況について適切に管理しているか。

特に不継続の場合は、「継続しないこと」を確認した時期、相手、その理由等について把握のうえ記録しているか。

また、契約内容変更・解約手続き等の依頼を受けた場合は、放置・失念することなく、迅速・適切に対応しているか。

体制整備全般に共通することですが、「出来ている」、「管理している」という場合、口頭説明は不可です。何故そう言えるか、その根拠はどこにあるのか、という点を明示できることが必要です。

実務面からの注意点

顧客対応を適正に行ううえで、満期管理、契約保全は代理店の基本的かつ重要な業務です。監査でヒヤリングすると、代理店の管理手法は、大きく分けて事務管理者による一元管理と、担当者任せの2種類がありますが、万が一の対応漏れを防止するには、組織としての一元管理が必要なことは言うまでもありません。

会員の皆さまでは、継続契約の管理を週一ミーティングなどで確認して消し込みを行なっているところも多いと思いますが、最近は代理店業務の効率化と確実なタスクの実践のため、満期管理についてもサイボウズなどによるクラウドサービスを活用している代理店が主流になってきています。(保険会社のシステムでも管理機能が提供されています)

クラウドであれば外出先やテレワーク時に進捗状況を即時に確認することが可能となりますし、大規模災害時やパンデミック対応上もメリットが多いと思います。取り組みが進んだところでは、クラウドサー

ピスを活用して満期前の一定期日が来ると担当者に注意メールが届くようなシステムを取り入れている代理店もあります。

契約保全関係では、お客さまと電話や面談時の口頭のやりとりのまま対応を失念し、トラブルになるケースが増えています。車両入替ミス、条件変更ミスなど、今どきこんなこと・・・と思うかもしれませんが、実際に賠償事故が起きていることは事実です。契約条件に関わるお客様とのやり取りは全て記録し、フォローすることが極めて重要です。

今金融庁は代理店に顧客本位の業務運営に関する創意工夫の発揮と競争を求めています。基本がないものに工夫はありません。まずは代理店の規模や業務特性に応じて、ミニマムスタンダードをしっかりと行う体制（ルールと人の配置、システム基盤構築など）を組み、確実に実行し、その状況を管理し、改善できる態勢構築が重要です。

皆さまの代理店の実態はいかがでしょうか。

（２） お客さまの声の管理

観点

「お客さまの声」に対する対応ルールを理解し、実施しているか

募集人が受け付けた「お客様の声」を社内ルールに従い、記録・入力しているか（問題点・改善策、反省点・再発防止策を含む）

また、保険会社への報告が必要な場合は報告しているか（共有漏れはないか）

お客さまの声の報告がない場合、募集人に確認しているか

募集人による報告のばらつきがないか

実務面からの注意点

以前は「苦情管理」という狭義の枠内で対応していたものですが、現在は経営改善のため、意見や要望、お褒めの言葉を含めた「お客さまの声」として管理・対応することが重要です。

大事なことは、「声」をしっかりと拾い上げること、そして、苦情対応などの個別事案の処理に留まらず、何故そういう声が寄せられたのか、その原因は何か、組織として行うべき改善策はあるか、といった「お客さまの声」の裏側にある真因分析と改善策の策定、実行と組織内での共有です。

「お客さまの声」の集約が少ない代理店は要注意です。声を拾いきれていないだけかもしれませんが、品質改善のためにはまずは「お客様の声」を集めることを「経営方針」として掲げ、社内で「運動」として取り組むくらいの位置づけが必要です。お客様の声が集まれば集まるほど、様々な課題が浮き彫りになり、実効性ある経営改善につながることで苦情自体も減少するという相乗効果を生み出すことができます。皆さまの代理店の実態はいかがでしょうか この機会に検証してみてください

作成 日本創倫株式会社 専務取締役（SEO）オフィサー事業部長 風間利也
配信 日本代協