

お疲れ様です。

全国各地のコロナ禍の勢いが止まりません。毎日のように各地の過去最多感染者数が更新されるというニュースが流れ、不安感が漂っている状況です。これから年末年始を迎え、例年であれば人の動きが活発になりますが、今年はいつもとは違った光景になるのではないのでしょうか。自宅での自粛が続くのは辛いものですが、今は我慢の時でしょう。

さて、今回は監査を実施した際に行う募集人とのヒヤリングに関し、最近気になっている項目をお伝えします。

新たな募集ルールを導入に伴い、重要事項説明は口頭説明およびツールを使用して従来以上に顧客に適正・適切な説明が行われているものと思います。一方で、ヒヤリングで感じるのは、募集人の説明が表面的なレベルにとどまり、その内容の本質のところまでは顧客に理解されていないのではないかとということです。

一つの例として、補償の重複があります。例えば、個人賠償特約の重複について募集人の方はどこまで丁寧な説明を行っているのでしょうか。

自社が取り扱う保険会社以外の他社にまたがる契約に付帯された個人賠償特約について確認していますか？また、同居の家族に同様の保険が付保されていることを確認していますか？個人賠償特約は県民共済、全労済などの商品にも付保されています。さらにはクレジットカードにも自動付帯されています。お客さまにとってはこれらすべてが「保険」ですから、自社商品の単品販売ではなく、お客さまのリスク対応の実態をきっちりと把握した上で、的確な説明を行う必要があります。

募集人の気持ちとして個人賠償特約の保険料は安いから大した問題ではないと思っていたら大間違いです。金額の多い、少ないではなく顧客に無駄な保険料を負担させ

ることが問題です。重要事項として補償重複の本質を理解していれば、募集人として丁寧な説明を行なっているものと思われます。

また、生保で乗換契約（解約・新契約）を行う場合、顧客に対して不利益事項の説明はどのように行なっているのでしょうか？事例としては多くは無いと思われますが、生保の不祥事件や不適切事案の多くは乗換契約時に起こっています。数の多さではなく、リスクの高さという点で、最大限の注意が必要な事例です。

乗換契約は、今後医療保険等で新商品が発売される場合には一時的に増加することが考えられます。乗換契約時の不利益事項は、顧客にとっては馴染みのない内容なので口頭説明のみではほぼ理解できないと思われます。必ず説明用のツール、チラシを顧客に明示しながら丁寧な説明を行うことが重要です。

以上、重要事項説明時の懸念として2つの事例をお伝えしましたが、顧客本位の本質とその重要性が理解できていれば、丁寧な説明を行うことは当然のこととして募集人に定着しているはずです。

もし不安に思われる経営者・責任者の方がいれば、社内ロープレのテーマとして取り上げて実態を把握されることをお勧めいたします。

以上

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：日本代協事務局

年内の配信はこれが最後となります。一年間お目通しいただき有難うございました。来年も皆さまの体制整備の参考になる情報をお届けしてまいる所存です。

コロナで始まり、そのまま終わらなかった一年ですが、デジタルの潮流をコロナが加速し、人々の意識も行動も変わり、コロナ禍前の環境に戻ることはありません。変化にはしなやかに対応したいものです。

くれぐれもご自愛の上、良いお年をお迎えください。

来年もどうぞよろしく願いいたします。♪