保険会社の送付物
お客様がどれだけ理解

先月から年末にかけて、保険会社のお客様宛直送物が多くなる時期です。お客様も慣れてきているようで、中身もほどほどに目を通すお客様、一つ一つを熟読するお客様など様々でしょう。

「ご契約内容のご案内」（控除証明書含む）など定期的な送付物もあれば、「自動継続の停止」や「解除の通知」など、予期しない突然の送付物もあります。私は契約者でもありますから、保険会社からの書類には目を通しますが、「何を伝えたいのだろう?」と悩ませる文面や、一、二行読むとうんざりする様式などもあります。なかには「失礼な」と気分を害してしまいそうなものもありますから、一方通行の直送物に不安を感じます。

多少の表現は気にならないお客様はまだしも、ご立腹で当社に連絡をしてくるお客様の対応もしばしばです。お客様の苦情を聞いてみると、確かにお客様に理解していただくには無理がある表現の羅列であると思います。この業界に携わる私たちの理解と、お客様の解釈とは大きく違いがあるものです。情報とは、相手に理解されなくては意味を成さないものと、つくづく痛感します。

保険業界では唯一、ユーザーの立場に立った評価機関UCDA（ユニバーサル コミュニケーション デザイン協会）をご存じの方も多いのではないでしょうか。

UCDAでは、保険会社が提供する情報書類（契約内容のご案内や保険証券、しおりなど）に順位付けするアワード（賞）を毎年開催しています。産業界、学術界の専門者の知見とユーザーも交えて、まさに第三者の立場で、「見やすく、わかりやすく、伝わりやすい保険会社の書類」を客観的に評価します。ユーザーへの情報提供は、保険会社にとっても重要な位置づけと考えます。

ちなみに、2011年度アワードの総合第一位は、生命保険会社・アフラック（アメリカンファミリー生命保険）、損害保険会社・損保ジャパンでした。私もUCDAアワードに参加させていただいたのですが、「なるほど、確かに他社に比べて秀でている」と感じました。

保険会社には様々な制約もあり、誤解を招かない表現に気を配らざるを得ない状況下ではありますが、この2社はお客様を意識したコンテンツだったと思います。（上位の評価には漏れましたが、代理店の立場として（私個人的には）、日本興亜損保の自動車保険の保険証券はお気に入りでした。スッキリ感が良いです）

独自の満期案内 長年続け効果が
【ほんとうに伝わっているの?】

大手保険会社は、「満期のご案内」を保険会社から直送するシステムを強化しています。代理店にとっても「郵送コストの節約になる」と言った意見もありますし、コンプライアンスの面からも良いシステムだと思います。しかし、そこに冒頭に述べたように一抹の不安も残ります。

直送される書類は、商品改定の内容や重要事項、機械的に算出した保険料など、「これでもか」とばかりに同封されているからです。お客様には、正確に伝わっているのだろうか?迷わせる事はないのだろうか?…この一点が心配で、当社では独自の「満期案内」を送付しています。

根拠の無い代理店の義務感なのかもしれませんが、長年継続してご案内していると、これが意外に効果はあるものです。当社からの案内を優先していただくようになり、何よりも当社の勝手な都合にも快く協力して下さいます。言い換えれば、当社の更新の方法（やり方）に、お客様が慣れて下さったのでしょう。お客様も慣れた事を実行する方がストレスは少ないのではないでしょうか。

更新案内レターのポイントはお客様にしていただくアクションを明確に伝える事が重要です。「満期が来ました」だけの情報では意味を成しません。一方通行の案内レターでは、お客様は何をして良いのか迷います。読むだけ読ませて、「…で、何をすればよいの?」では、余計な負担を与えてしまいます。そこで当社では「書類をご返送下さい」とか「ご連絡を下さい」「場合によっては「何もしなくて良いです」など、必ずお客様に実行していただくアクションを合わせてご案内しています。

契約の方法や必要書類が複雑化しつつある昨今、お客様には保険会社の都合を押し付ける事はしたくない。こう考える代理店さんも多いのではないでしょうか。と思いつつも、契約書類の多さにはうんざりしている毎日です。せめて、代理店にもわかりやすい契約書類を、保険会社は提供してほしいものです。

・・・ん。

≪11≫

「ほけん」「あんしん」「50音締了の“ん”」

株式会社一期(いちご)保険事務所
代表取締役　石井 裕二
HP▶http://homepage2.nifty.com/ichigo/

夢 2

株式会社ドリームパートナーズ
代表取締役　藤本 准一
【HP】http://www.dream-p.jp

みなさんこんにちは。ドリームパートナーズの藤本です。弊社は私を含め現在、営業7名、事務2名の体制で営業をしております。代理店の大型化、複数名の営業をかかえるのが当たり前の時代になって一番の悩みは個々の能力差ではないでしょうか?

この営業マンは、きちんと説明してくれるけど、この営業マンの説明はわかりにくいとか。こういったクレームが起こるとひいては自社の品質を下げてしまう事にもなりかねませんし、また複数でやっているメリットを最大限発揮できていると感じています。

サービスの均一化を目指して

個々の能力差に悩み マニュアル化に取り組む

メーカー側のシステム（保険手続きナビなど）もまさにその考えに基づくものではないでしょうか。弊社では「ドリームパートナーズスタンダード」の考えのもと、種目ごとにこれとこれは必ず説明すること、その説明の仕方などをマニュアル化したいと取り組んでおります。まだまだ未完成で偉そうな事は言えませんが、個人ではなく組織でお客様をお守りする、感性ではなく正しいマニュアルでお客様をお守りする。そういう代理店を目指して、サービスの均一化を目指していきたいと思います。

アスベスト浮遊はこれからが本番

現代人のカルテ
知っておきたい「病」の話
社会医学環境衛生研究所所長
谷 康平
226

2006年春の医療系国家試験（医師、看護師、柔道整復師など20種類以上あります）で「アスベスト（石綿）－中皮腫」という選択肢が出題されました。以前にはほとんど見られなかった問題が出たのは、もちろん理由があります。2005年6月29日、クボタが以下のように発表しました。

「クボタ元尼崎工場の従業員や工場周辺住民がアスベストが原因で発生する胸膜中皮腫や肺がんで死亡していた」

6月28日に死亡したので、翌日発表したのではありません。以前から死亡が確認されていたのに何故、6月29日だったのでしょう。それは7月1日からアスベストに関係する法律が強化されることが決定していたからなのです。

そのギリギリわずか2日前にクボタは自首したともいえます。その後のアスベスト騒動はまだ記憶に新しいのではないでしょうか。そしてアスベストは2006年全面禁止になりました。即ちまだたった5年しか経っていないのです。

アスベストは非常に細い繊維で吸い込むと器官から肺に入り、15年以上を経て、肺がんや中皮腫を発生させることが知られています。また、アスベストが使用されているスレートの釘1本を抜くだけで、1000の繊維が空気中に浮遊するのです。

さて、今なぜアスベストかというとあの東日本大震災で発生した膨大ながれき処理問題なのです。1995年1月17日午前5時46分に発生した阪神・淡路大震災でがれき処理に従事した人達にもうすでに症状が見られ、3名が労災認定を受けています。今後ますますその数が増えることが考えられます。

かつては「夢の難燃性建材」といわれたアスベストが今、放射性物質で苦しむ福島を含む被災地に新たな難題として浮上してきたのです。まさに第二の被曝が現在進行形で起こっているのです。多くを知らされずに現地でボランティア活動をしている人達、故郷を離れずにがんばっている人達にとって、放射性被曝だけでも解決の目処がたっていないなかでのアスベスト被曝です。まさに前門の虎、後門の狼ではないでしょうか。

20年、30年後に発病した時「2011年3月の大震災時に吸わされたアスベストが原因だ」と訴えても労災認定されることがほぼありえないだろうことは想像に難くありません。

がれき処理にあたる作業員やボランティアの人達の映像がテレビの画面で流されていますが、その装備は非常に簡易なものです。大半の人が市販のマスク、軍手を付けている程度です。到底、アスベストを防ぐようなものではありません。

本来、アスベスト処理に際しては完璧な防塵装備を装着して作業に当たらなければアスベストから身体を守ることは出来ません。事前にアスベストの危険性の説明を受けている人があの映像に移る人たちのなかにはたしてどの程度おられるのでしょうか。

新聞やテレビもがれきの量の多さは報道しますがアスベストのことは全くといっていいほど触れようとはしません。加えて、空気の乾燥する冬場に向けてアスベストの浮遊はこれからが本番とも言えます。

今後、がれきが全国に移動されることを考えるとアスベスト被曝は決して東北地方だけの問題ではなく、日本全土に拡散する可能性が非常に大であることを忘れてはならないでしょう。皆さん自身の健康が将来、阻害される危険もあるのです。

放射能汚染のことを心配される方は多いのですがアスベストのことまで考えておられる方はほとんどおりません。皆さん、くれぐれもご注意ください。

アスベスト汚染全国に拡散する危険も
被災地から移されるがれきの行方

どうする膨大ながれきに含まれるアスベスト