

喜 怒
哀 楽

加藤 浩之

生命保険には、いくつかの販売チャネルがありますが、その中でも「代理店チャネル」は、ひとつの代理店で生損保多くの会社の多くの商品を取り扱い、その中から、お客さまのニーズに最適なものを選択してご提案するチャネルとして、年々販売量を増加させています。

お客さまからすれば、分かりにくい保険商品と比較して自分自身で選択するのは、難しいので、この代理店という存在は、とても助かります。ですが、保険商品を提供する保険会社からすると、これはなかなかの難しい存在であり、商品やサービスの良さを独善的に説明しても、全く通用せず、他社と比較してどの程度良いのか、劣後している点は何かを丁寧に説明し理解していただければ、お客さまへの提案の粗上に載りません。

また、プロの目は厳しく、単に保障が充実しているとか、保険料が安い、というだけではお客さまに提案していただくはず、長期の契約をお客さまにいただくための、会社の経営的な信頼度であったり、請求時のスムーズさであったり、契約期間中のフォロー体制であったり、総

「プロの期待に応える商品とサービスを目指す」

合的な満足度が求められます。

このご要望に応え続けるのは、とても困難ではありますが、保険会社としてはとても重要なチャレンジでもあり、日々変化するお客さまのニーズにどの程度応えられているのかを知る良い基準にもなります。

そこで、当社では2017年より四半期ごとに、「代理店サードパーティ」という調査を行っており、競合社との比較の中で、商品、保険料、サービスなど24項目において、どの会社が評価を受けているかを調査し、自社の立ち位置を常に確認することになりました。

当初は100人程度の回答しか得られませんでした。が、継続は力なりで、現在ではおよそ1500人の方からご回答をいただけるまでになりました。この調査では、同時に当社の改善すべき点へのご助言などもいただいていますので、われわれの成長のための投資の優先順位を考慮する上で、最も重要な調査となっています。

おかげ様で、いくつかの分野では年々、評価を上げることができ、これは販売量の向上にもつながっています。

「敵を知り、己を知れば、これ百戦危うからず」今後も自社の姿をプロの目にさらし、期待に応えられる商品やサービスの充実に向けて参りたいと思います。

(かとう・ひろゆきIIアクサ生命執行役員パートナービジネス推進本部長)