



2020～2021年度

国際ロータリー第2790地区

君津ロータリークラブ週報

例会日 毎週月曜日
12:30PM～13:30PM
例会場 ホテル千成
Tel:0439-52-8511

事務局
〒299-1144君津市東坂田1-3-3-304
Tel:0439-52-8882
Fax:0439-20-8880

Vol. 10 No.2129 2020.10.19

令和2年10月 第3例会 曇

開始点鐘 荒井潤一郎会長
Rソング それでこそロータリー
四つのテスト 川村 優子会員

【出席報告】 免除者3名 休会0名

例会数	会員数	対象者	出席	欠席	出席率
2129	58	55	37	18	67.27%
2128	58	55	42	13	76.36%
前々回の修正	メイクアップ	0名			74.54%

(敬称略)

会長挨拶及び報告

荒井潤一郎会長

奉仕への転換

シカゴロータリーの初期の綱領(目的)に多くの変更が行われた第一の理由は、「自己」から「奉仕」への姿勢の大転換だったそうです。

ロータリーは互いの交流を楽しみとした男性会員のみで始まったため、初期のシカゴロータリークラブの職業分類表の中言には「会員仲間同士の交際を深め、会員仲間から取引を得ようとせよ。彼等も同様にするだろう。ロータリーでは互惠精神が強靱である。」と書かれていました。シカゴロータリークラブ結成の目的は、クラブ会員間の親睦と互惠取引のスタートでしたが、間もなく一部の会員にクラブの仲間だけと取引するという、仲間重視の圧力に対する抵抗感が出始め、1911年にはロータリーの閉鎖性を批判する新聞記事が相次いだことから、その後、全米連合会が組織全体として地域社会の貧しい人々への支援を行う、奉仕への方向転換を打ち出しシカゴで始まった小さな活動は大きく成長し、何百というクラブが、何千ものプロジェクトを実施し、ロータリーは社会奉仕活動と倫理的事業行為という2つの目標を掲げるようになっていました。穏やかに定義されていた初期の運動は後に、統一された定款、細則、綱領(目的)、倫理規定、そして今日の五大奉仕部門の3つにあたる、クラブ奉仕、職業奉仕、社会奉仕という骨組みができていました。現

在でも、ロータリークラブの運営、活動等、色々に変更がなされ、より良い変化を行おうとしています。

今までも良かったと思いますが、これからもみんな、良い進化をするための「機会の扉を開いて」大切な奉仕活動を頑張りましょう。

報告

1. 先週は駅前花壇の草取り作業、お疲れ様でした。草がなくなりスッキリ綺麗な花壇になりました。
2. 10月17日(土)、地区三委員会合同セミナーが開催されました。当クラブからは、公共イメージ向上委員会の大浦委員長が出席されました。お疲れ様でした。後程、報告をお願いします。
3. 10月18日(日)、RYLA実行委員会が開催されました。当クラブからは、地区RYLA委員長の内藤会員、実行委員の黒岩会員、佐々木会員が出席しました。お疲れ様でした。

幹事報告

福田 順也幹事

〈配布物〉

1. クオカード

〈報告〉

1. 例会変更のお知らせ
〈木更津RC〉
①日時:11月5日(木)休会
理由:定款第7条第1節d項3に基づく
②日時:11月26日(木)休会
理由:定款第7条第1節d項3に基づく
〈木更津東RC〉
①日時:11月20日(金)10時30分～15時10分
場所:オークラアカデミアパークホテル
内容:ガバナー公式訪問合同例会(富津シティRC)
11月18日(水)の振替例会とする
②日時:11月29日(日)10時～11時20分

国際ロータリー会長 ホルガー・クナーク
ガバナー 漆原 摂子
ガバナー補佐 窪田 謙

会長 荒井潤一郎
会長エレクト 岡野 祐
副会長 谷口弘志

幹事 福田 順也
編集 大浦 芳弘

場所：太田山公園
内容：さくら植樹&太田山清掃活動
11月11日(水)の振替例会とする

2. 10月22日(木)50周年記念実行委員会を開催します。
時間：18時～
出席：実行委員会メンバー
宜しくお願いします。
3. 10月24日(土)第5グループ情報研修会が開催されます。
時間：登録14時 点鐘14時30分 閉会16時30分
予定
場所：ロイヤルヒルズ 木更津ビューホテル
出席：荒井会長、福田幹事、廣田研修リーダー、
高橋会員、平野会員、大森会員
発表者：大森会員
宜しくお願いします。
4. 10月26日(月)例会前11時30分より、第5回定例理事会が開催されます。理事・役員の方はご出席下さいますようお願い致します。また、例会終了後、13時30分より指名委員会が開催されます。指名委員の方はご出席下さいますようお願い致します。

〈回 覧〉

1. 君津RC週報
2. 第5グループ週報
3. ハイライトよねやまVol.247
4. 風の便りVol.6
5. コーディネーターNEWS(11月号)
6. 地区三委員会合同セミナー資料

公共イメージ向上委員会

「地区三委員会合同セミナー」の報告
大浦 芳弘会員

10月17日に開催されました「国際ロータリー第2790地区管理運営統括委員会三委員会合同セミナー」に参加して参りましたのでその概要を報告致します。

今回のセミナーですが、コロナ禍により様々な行事が中止あるいは延期となる中、本来ならば地区大会の第一日目が開催される予定となっていた日に、管理運営統括委員会のクラブ奉仕・会員基盤向上委員会、フェロシップ・親睦活動委員会、広報・公共イメージ向上委員会の三委員会合同という形で開催されたものです。ソーシャルディスタンスを考慮し、広い会場を貸し切り、各クラブからの出席者を1名に限定、さらにリモート参加も認める形式で開

催されました。約130名の参加で、過半数がリモート参加しているとの報告がありました。

主な内容はクラブ間の会員親睦、更にはクラブにおける会員の脱会防止、新規会員増強にもつながっている地区内親睦グループの活動内容の紹介というものでした。親睦野球リーグ、二輪の会、スリランカクラブ、女性交流会の4つのグループの活動内容について報告されました。野球リーグ及び二輪の会は、野球及びバイクが何よりも好きという方々の集まりで、二輪の会の報告において、バイクが好きということから、二輪の会に入るためにロータリーに入会した会員もいるという報告が印象的でした。

スリランカクラブは、その名の通りスリランカの子供たちを支援したいという志を同じくする方々の集まりです。今回の報告でも紹介されていましたが、君津ロータリークラブでも浄水器支援を行っており、当クラブの例会でも報告されていますので皆様もご存じだと思います。

最後に、女性交流会の報告がありました。まだまだ人数的には少ない女性会員の親睦を目的に約30名規模から活動を開始し、現在は100名を超える会員数になっているとのこと。当初は、親睦を目的とした活動のみだったが、今年度から「奉仕活動」を重視した内容に見直し活動していることで協力をお願いしたいとの報告がありました。

セミナーの冊子を回覧して頂きますので、各活動に興味のある方はご覧下さい。

会員卓話

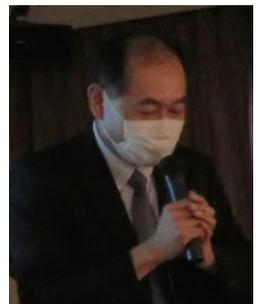
「お客様の声を活かす取組について」

梶山 健次会員

「お客様の声」とは

一般的にお客様は企業にお金を支払うことで、商品やサービスを受けます。逆に、企業は商品やサービスを買って貰うことで利益を得る。こういったお客様と企業の接点においては、苦情やご意見、感謝等、様々な声が生まれます。皆様も、食事をとった店

や購入した商品等に、様々な感想を持つと思います。例えば、料理が美味しかった、コンビニの店員がぶっきらぼうだった等、企業を永続させるためには、お客様の声を大切にすることは基本中の基本です。そして実はこういった声は、企業によって様々な場面で活用されています。



「お客様の声」から開発された商品例

分かりやすい例を用いて、お客様の声の活用例について一つ紹介します。1991年花王株式会社の子会社。1990年に実施された調査によると、洗髪時にシャンプーとリンスを間違えたことがあると回答した人が59%。盲学校にアンケートをとったところ、触覚で識別する等工夫をされていることが判明。凹凸をつける等の試行錯誤の結果、ギザギザに到達。結果として洗髪中に目を閉じる人だけでなく、目の不自由な人、近視や遠視で入浴中は眼鏡やコンタクトレンズを外す人等、あらゆる人に配慮されたデザインになった。以上のように、商品開発に活かせる市場調査という観点でも、お客様の声は重要です。

企業が「お客様の声」を大切に理由①

企業がお客様の声を大切にするのはなぜかということについて。お客様の声は、法律や政治を動かす力があります。1970年代、マルチ商法やねずみ講、訪問販売等の消費者トラブルが増加しました。

⇒クーリングオフ制度の導入等、現在の特定商取引法が公布されました。

1990年代後半、家庭にインターネットが普及し、自宅に居ながらネットショッピングやオンラインゲームが可能になったことで、様々なトラブルが発生。

⇒トラブルが起きた際、言葉の壁や日本の法律が及ばない場合もあり、解決困難な問題も多くあったため、国境を越えたネットトラブルに関する相談窓口(越境消費者センター)が開設されました。※2015年度からは国民生活センターに移管。

2000年以降は、大手製菓会社による賞味期限・消費期限の偽装や、大手ホテル・レストランのメニュー表示における産地偽装表示等、食品偽装事件が相次いで発生。

⇒商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを厳しく規制する景品表示法が改正されました。

以上のように、特に消費者がらみの法律は改正のスピードが速く、世の中の動きに合わせて流動的です。企業もその動きに合わせて必要が出てきました。そして、世の中の消費者志向に対する意識は、時代を追うごとに高まっています。一方で企業側としても、ただ消費者のニーズに受動的に追随する、という姿勢ではございません。丁度10年前に設立された消費者庁の設立時に、「守るべき3原則」として消費者行政についての原則が掲げられましたが、そのうちの一つに次のような原則があります。

「新たな消費者行政の体制強化は、消費活動はもち

ろん、産業活動を活性化するものでなければならない」というもの。これも踏まえ、消費者問題への対応により、消費者保護を図ることに加え、消費者の利益実現により企業も成長する、というwin-winの関係が望ましい、ということが言えます。先程も消費者の声からスタートした商品開発の例をご紹介しましたが、消費者の利益にかなうことは、企業の成長をもたらすこととなります。このことから、企業は積極的にお客様の声を活用していくことが重要であることが分かります。

企業が「お客様の声」を大切に理由②

企業にとって「苦情は宝」。もう一つの理由、「グッドマンの法則」について紹介します。1975年から1979年、ジョン・グッドマン氏による「アメリカにおける消費者苦情処理」調査にて発見された法則。具体的に説明します。まず購入した商品やサービスに何らかの不満を持ったお客様のうち、実際に苦情を言う人は全体のわずか4%。逆に言えば、1件の苦情を受け付けた場合、実際には25人のお客様が商品やサービスに対して不満を抱いているということがわかります。4%しか苦情を言わないという話だったが、不満を持ったが苦情を言わない残りの96%について、その後の再購入率はわずか9%。さらに、非好意的な口コミを10人に伝える。例えば、コンビニの店員の対応が悪かった場合、わざわざ店や本社に苦情を言う労力を使おうとは思わなくとも、何となく近くの別のコンビニを使うようになってしまうようなことです。また、その不満を友達に伝えたりということはあると思います。一方で、苦情を言ってきたお客様についてはどうか。苦情の解決に満足した場合の再購入率は54%、迅速に解決した場合には82%にも上ります。すなわち、リピーターになっていただけということ。さらに、好意的な口コミを5人に伝えるとも言われています。ただし、先程の非好意的な口コミは10人に伝わるのに対して、こちらは5人。好意的な口コミより非好意的な口コミの方が広がりやすいことが分かります。

企業が「お客様の声」を大切に理由③

グッドマンの法則は、既に述べた通り40年も前の話です。当時はインターネットも無かったので、文字通り「口コミ」の時代、物理的・距離的制約がありました。一方で現在では、インターネットを介して不特定多数がほぼタイムラグ無しに情報を発信・取得することができます。また、ご覧のようにSNSの普及率は高まってきており、企業に対するお客様の声はすぐにインターネット上に拡散されます。企業にとって、お客様の声のインパクトは高

まっています。情報伝達のスピードや方法は、刻々と変化しています。さらに、おそらくポジティブな意見よりネガティブな意見の方が発信されやすいし、人の目に触れやすい傾向にあることは、皆様も想像に難くないかと思います。例えば企業や芸能人の「炎上」等、このような時代背景を踏まえても「お客様の声」を大切にすることが必要であることが分かります。

「お客様の声」はいつ発生するのか

お客様の声はいつ発生するのか、そのメカニズムについて。お客様は何かの商品やサービスを買うとき、何らかの期待を持つ。例えば商品の味や使い勝手、店員のサービス等。その期待値と、企業が提供する商品やサービスの実際の質との間にギャップが生じた際、満足や不満が生まれます。例えば京都であれば、バスを使うことも多いと思いますが、この時期は紅葉で観光客が多く、バスが遅れることも多いと思います。ところが時間通りにきたら、満足につながるのでは。一方で、休み時間中に昼食を食べに行くお店で、いつもは5分で出てくるのに、15分出てきたら次の講義に遅れてしまう、不満につながると思います。

では、特に生命保険という商品について発生するギャップについて紹介します。生命保険商品は、保険料という形でお金を払った後、多くの場合にはすぐに効果を発揮する商品ではない。また、どのような場合に支払われるのか等、お客様から分かりにくいことも多いです。

生命保険で発生する”ギャップ”の例

例1. 「保険は分かりにくいから・・・」と、加入を考えていなかったが、担当者が分かりやすくデータや図により商品の説明をしてくれ、確かに複雑ではあるものの、加入する必要性が十分に理解できた。

この場合にはプラスのギャップ、感謝の声につながります。

例2. 「病気で入院したものの、保険に加入しているので金銭面は大丈夫だ。」と思っていたが、支払対象外の病気であると判明した。保険に加入する際に、支払対象外の病気があることを知らされていなかった。

この場合にはマイナスのギャップ、苦情につながります。「保険加入時の説明」というサービスに対する期待値を上回ったか下回ったかで、お客様の感想は180度異なります。尚、この期待値という点では、企業がお客様の期待に応じてサービスレベルを向上したとしても、次第にそのレベルがお客様にとっての期待の基準になっていきます。この意味では、お客様サービスに終わりはないと言えます。

「お客様の声」に学び・活かす取組

実際に当社に寄せられているお客様の声や、苦情、お褒め・感謝の声の件数について紹介。数字は2018年度のもの。当社には1,383万名のお客様がいらっしゃる、窓口やコールセンターに入る声は、手続依頼等も含めて年間約219万件。365日で割ると、一日当たり約6,000件。お客様の声は、その内容に応じて、苦情、ご意見・ご要望、お褒め・感謝、その他照会・手続き等に分類しています。そのうち、苦情は年間約5.5万件。一日当たり、約150件。

生命保険契約の流れ

では、実際にどのように経営に活かしているか、まずは保険の流れについて紹介します。

保険契約は、大きく3つのステップに分けられます。

○加入：保険契約への申込。

○見直し：ライフイベントに応じた加入内容の見直し。ニーズに応じて保険の内容を変えたり、ご結婚に伴ってお名前を変えたり、保険金の受取人を変えたり。

○お支払い：支払事象が発生した場合の、保険金・給付金のお支払い。死亡に加え、医療保険の場合には入院等。

尚、生命保険には、大きく二つの特徴があります。

一点目は、スライドに記載のある「長期間」ということ。例えば25歳で年金に加入し、60歳まで積立、そこから10年間の支払となる場合、合計45年間の付き合いになります。

そして二点目は「大数の法則」。いくらお金を支払っても、保険に加入できない場合がある。保険を全体として成り立たせるために、ある程度加入者間の公平性を保つ必要があります。そのため、例えば病歴のある方等、保険金が支払われる可能性が一定以上高い方は、加入をお断りすることがあります。

保険の各段階について、説明すると共に、どのような「お客様の声」が生まれるのか、ということについても紹介します。

まずは加入について。皆様にとっては、保険について分からないことが多いと思います。損保であれば、自動車保険や海外旅行保険等イメージがわくかもしれませんが、一方で生保は、皆様の中にはご理解の深い方も多いと思いますが、若い年齢では必要性を感じない方も多いです。そのようなイメージがわかない方々には、お申込み頂くまでに何度かコンサルティングを実施します。病気になった場合や、亡くなってしまう場合、あるいは最近だと長生きできた場合の生活費等、自分のリスクに応じて保険を

設計し、申込、最終的にはお引き受けできるか会社が判断し成立。この加入については、例えば「分かりやすい説明をありがとう」という感謝の声がある一方で、「加入時に聞いていた内容と、実際に加入した商品の内容が違った」といったような苦情があります。

次に契約の見直しについて。人のライフサイクルやイベントのタイミングによって、自分の身に何か起こった時に必要な金額は変わってきます。このグラフは死亡保障について。万が一自分が亡くなってしまった場合に、残された家族のためにいくら必要か、ということを表している。例えば結婚し、子供ができ、家族が増えるとその家族のために保障が必要になります。一方、子供が独立すると死亡保障の必要額は右肩下がりになるが、代わりにグラフには無いが、自分のための、老後の生活資金や病気になった時の保障がより重要になってきます。それに対し、年金や医療保険等で備えるという選択肢があります。このように、保険というのは一度加入してそのままではなく、適宜見直しをすることが望ましいです。この契約の見直しについては、例えば「いつも色々と情報をくれてありがとう」という感謝の声を頂く一方で、「加入のときだけ一生懸命で、その後フォローが無い」といった苦情があります。

最後に、生命保険のお支払いについて。ここでは、あらためてどのようなリスクがあるのか、そしてどのような保険で備えるのかという観点でもお話します。

まずは亡くなった時に備える死亡保険。先程もお話ししましたが、残された家族のために保険金が必要になります。

2点目に、病気になられた場合に備える入院・医療保険。病気にかかった場合、入院や手術が必要になるが、入院に際しては意外と費用がかかる。最近では先進医療等技術の進展に伴い、手術の費用が高つく場合も。

3点目に、重い病気に備える保険や、老後の介護に備える介護保険。通常の入院や手術と比較して、がん等の重病に掛かってしまった場合、多額の費用が長期にわたりかかる傾向にあります。また、老後介護が必要になった場合も、介護用品や住宅のリフォーム、介護サービスの利用料等が、長期にわたり必要になります。

4点目に、これは特に現代に増大してきた「リスク」だが、長生きのリスク。人生100年時代と言われる今、会社員の場合、定年後30~40年間も長生きすることになります。少し前になるが、ある程度余裕を持った生活をするためには、現在の年金では老後200万円不足する、というような話題もありました。孫にサービスしたり、旅行を楽しんだりす

るためには、ある程度自分で備えておく必要があるかもしれません。今までご説明したような苦情や感謝の声を活かし、サービスの向上につなげて行きます。大きく分けると、お客様の声の分析と、それを踏まえた改善取組の検討・実施を行いました。それを行う場として、社内の会議として「お客様サービス向上委員会」という会議体があり、最終的に取締役会や経営会議に報告します。具体的には、分析については例えば苦情なら商品内容が悪かったのか、事務・サービスが悪かったのか、従業員の対応が悪かったのか、ということ进行分析、それぞれどう変えれば改善につながるのか、ということを考え、右のような改善取組の検討・実施につなげて行きます。例えば商品なら新商品の開発、サービスならサービスの改善、従業員なら教育の実施等、「お客様の声」に学び・活かす取組の方法について、もう少し詳しく説明します。

当社では苦情を発生原因に応じて分類し、苦情の未然防止に向けた取組へとつなげています。例えば、マナーや募集方法に関する苦情。営業職員による活動等、お客様と接点をもつ際に発生する苦情。例えば、担当者に連絡したのに折り返しの連絡が翌日だった、約束の時間に遅れて、連絡も遅い等。

次に、そもそも制度的に課題があるような苦情。例えば、請求から保険金が支払われるまでが遅い、コールセンターに照会しようとしたら、契約者本人以外には回答できないと言われた等。その他として、お客様との認識相違等により発生する苦情も、以上のような苦情の分析を通じて、未然防止のための取組として、営業職員に対する教育や未然防止に向けた全社運動、手続き・サービスそのものや、仕組・運用を見直す取組を実施。その具体例について、次に紹介します。

まず、営業職員に対する教育・未然防止に向けた全社取組について。当社には約5万名の営業職員がいるため、一同に会しての研修は不可能。全国約1,500か所の営業部にて、各自研修を実施。それを支援するものとして、本社から各種ツールを提供。

「NISSAY号」という社内報を使って、特に注意すべきこと等を注意喚起。その他にも、好取組の紹介や激励等も実施。社内衛星放送。本部にて番組を作成し、全国の営業部のテレビにて視聴可能。教育の例としては、例えば「約束の時間に1分でも遅れたら不満に思う方もいるので、余裕を持った行動を前提とし、万が一遅れる場合には連絡を欠かさないようにしましょう」ということを徹底したり、商品等の説明についてお客様が勘違いしやすいポイントを説明したりしています。

「お客様の声」から実際に改善を行った例

まずは商品の事例について。入院総合保険、「NEW in 1」について紹介します。従来の入院や手術に備える保険は、実際に入院した日数に基づいて、日額いくらという形で給付金をお支払いしていました。しかし、近年では医療技術の発達に伴い、入院日数は短くなっている。厚生労働省の調査では平均入院日数について、1996年では40.8日だったところ、2014年には31.9日まで短縮しています。一方で、入院が短くなったからといって、かかる費用は単純に減少するわけではなく、短期の入院でも、通院の交通費や入院の準備費等、病院に払う入院費そのもの以外にも、思ったより費用が掛かります。このようなニーズに応えるために、2019年4月より発売したのが入院総合保険「NEW in 1」。この保険は、従来の「日額方式」ではなく、「一時金方式」で入院給付金をお支払いするものです。日帰り入院からまとまった「一時金」を受け取れることで、入院中の費用だけでなく、入院前後の通院・入院準備費等にも備えて頂くことができます。また、先進医療にも備えた保険になっています。このように、時代の変化に伴って、保険の内容も変化させていくことが求められています。

次に、AIチャットボットについて。例えば皆様が、購入した商品に不明点があったり、何か手続きをしようと思った場合、いきなりコールセンターに掛けるか。おそらくそうではなくHPで調べると思っています。当社でも加入中の契約内容の確認や、一部の手術については、HP上で完結するようになっています。しかし一部のお客様からは、「オフィシャルホームページ上で知りたい内容が見つからない」といったお声を頂くことがあります。原因としては、保険の専門用語が分からなかったり、特にご高齢の方等インターネットに不慣れで操作が分からなかったり。このようなお声にお応えするため、2018年2月より、オフィシャルホームページにAIチャットボット、つまりAIがお客様の問いかけに対し自動で回答するシステムを導入。夢乃七未さんという非常にポップな名前。例えば、保険金の請求について知りたい、と入力すると、必要な書類や手術ページを案内しています。ただしまだ発展途上。より正確な応答等に向けて、継続して開発中です。

最後に、感謝の声について。例えばどのようなことがお客様の満足につながっているか。営業職員の活動については、定期的に訪問してくれて安心、といったようなお声も頂きます。制度については、支払いが分かりやすいというお声も頂きます。例えば公的保証の基準と連動しているもの等。実はこの点は、会社や商品によって大きく差が出る部分、保険商品の開発、他社との差別化にあたって重要な観

点。コールセンターや窓口等については、お客様としては手続きさえ行えばよかったが、現在の契約内容やその他の情報等、+αのサービスを実施したことへの感謝の声も。これは、冒頭に申し上げたような「お客様の期待を上回った」例。こういった感謝の声も、サービス、満足度の向上に活かすことはもちろん、先程紹介したような社内教材にて共有したりすることで、職員のサービスマインド醸成に役立っています。

生命保険会社の使命を果たすために

生命保険会社の使命という視点で、まずは保険会社の大きな反省についてお話しします。今から約10年前、日本の各保険会社は世の中を騒がす不祥事、支払問題を起こしました。2007年2月、金融庁から生保各社に、「保険金等の支払漏れ」の報告命令が出されました。これに対し当社では、全社から約5,000名が動員され、「請求案内漏れ・支払漏れの有無の特別点検」を実施。点検の結果、2001年度から2005年度の5年間で、8.5万件の保険金・給付金の請求案内漏れ・支払漏れがあり、お客様にお支払いを実施。金額に直すと、日本生命は本来支払うべき保険金80億円を支払っていませんでした。

支払漏れの類型は大きく二つ。

- 一点目が支払い漏れ。例えば保険契約の失効や銀行口座の変更に起因して、解約金が放置されていたケースや、がんについて本人に告知されておらず、入院手術の給付金は支払ったものの、がんになった場合の給付金が支払われていなかったケース等。
- 二点目が請求案内漏れ。これについては次のページで詳しくご説明します。何故このような問題が起きたのか、原因についてご説明します。保険には、特約と言って、医療や入院、通院等がセットされている。法律上、請求があつて初めて支払います。

①請求主義について。例えば、がんで入院した場合、入院1日当たり～円という風に払う。しかし、実はがんという病気にかかったことで、入院に対する支払とは別に一時金が支払われるのだが、請求が無いと支払わない。法律上は許されても、支払問題を契機にそれでは許されなくなりました。

⇒お客様から請求があつた際、請求勧奨を実施し、他に払える保険金が無いかチェックするようになりました。

②アフターサービスについて。どんな保険に入っているのか、どのような場合に保険金が出るのかお客様は分からない場合が多いです。

⇒年に一度、すべてのお客様を訪問し、加入さ

れている保険の内容について説明をしたり、請求できる保険が無いかどうか等を確認する、「ご契約内容確認活動」を行うようになりました。

商品の複雑さ、加えて医療技術の進歩。同じ病気でも、加入時期によって保険金が支払われたり支払われなかったりします。従業員でも把握できないケースがあります。また、事務面でのミス背景には物的・人的資源配分や内部統制が不十分であったこと等の課題がありました。

⇒公的医療にリンクした商品等、できるだけ分かりやすくする努力を実施。また、事務についてはシステム面で資源を投入。

支払問題の際、金融庁から業務改善命令を受け、保険会社が、本当にお客様のためを思って行動しているかということについて、見直される契機となりました。そのような反省も経て、保険会社はどのようにお客様のための行動を実行しているのか、ということについて紹介します。

○まず1つ目の取組が、東日本大震災。

震災は悲しい事実。弊社の職員も被災しているが、そのような中でも、お客様の安否を訪問、郵送、電話で確認。何より優先すべきは、お客様の状況を知り、お客様のために適切な対応を実施すること。震災で亡くなられた事実は悲しむべきことですが、残されたご家族のために、保険が役立つのならということで、こちらからお客様の状況を把握しに行きました。具体的には、警察庁ホームページの情報をもとに請求案内を行ったり、生命保険協会の「災害地域生保契約照会制度」を活用した請求案内を行ったり。実際に請求するとなると、例えばお客様のご自宅も被害に遭っていたりする場合もあり、証券を紛失している場合等は加入証明が難しかったりしますが、そういった点についてはできる限り弾力的に対応。こういった保険金のお支払い等に向けた取組を行う一方で、やはり何より大切なのは、お客様の心情。ご家族が行方不明である事実を受け入れられない等のお気持ちもあるので、落ち着いてからご案内する等、十分配慮。

○東日本大震災における特別取扱について。

まず一点目

①災害死亡保険金等の全額支払。実は通常の保険金には、「戦争その他の変乱、地震、噴火または津波によるとき」については、保険会社側で算定できるリスクを超えているため、保険金の支払い対象外(免責)となる場合がありますが、特例として全額支払いを実施しました。他社も同様。お支払することが保険会社の使命であり、ここで払わないと保険会社

として存在している意味が無いと思います。

次に、

②保険金・給付金・契約貸付金の簡易迅速なお支払い。

最後に、

③入院給付金の特別取扱について。できるだけ迅速かつ簡易な方法での支払手続を行いました。加えて、保険料払込猶予期間の延長。通常、保険料を3か月払って頂けないと、保険は失効してしまいます。しかし、折角長く加入頂いていたお客様がいらっしゃったり、失効後に新しく加入しようとしても、加入時にはかかっていたなかった病気になられていて加入できなかったり、年齢が上がっていることで保険料も上がっている等、お客様にとって不利益な問題があります。そのため、震災後に生活が落ち着いてから、保険料をお支払い頂く仕組みを設けました。以上のような取組によって、当社を含む生保会社は、お客様に保険金や給付金をお支払いできるよう努めました。取組の結果は以下の通り。

○安否確認対象顧客数は約38万名に上り、ほぼ全てのお客様の安否確認を完了。

○保険金等のお支払金額は、2017年7月末時点で約322億円にも上りました。

直近では熊本地震という痛ましい災害も発生しましたが、その際にも安否確認や救援・物資の搬送を実施しました。このように、東日本大震災での活動を経験に、その後の災害でも被災地の復興に向けて迅速な支援・対応を実施。一言にお金と言うと冷たいイメージがあるかもしれないが、それ以外にも安否確認等、お客様にとって悲しい局面・辛い局面に、前向きなサポートを実施。そしてもちろんお金も、緊急時にこそ必要。ご家族を失われた方が、金銭面でも困窮してしまうようなことは避けなければなりません。日本は災害の多い国。災害は起こってほしく無いが、起こってしまった場合には、そういった経験も活かしながら、お客様サービスの向上につなげて参ります。

以上で私からの説明を終了させていただきます。ご清聴ありがとうございました。

ニコニコBOX

荒井潤一郎 今年度の会長挨拶は少しでも多くロータリーの事を話させて頂きますので、宜しく願ひ致します。

福田 順也 大浦会員『地区三委員会セミナー』へのご出席ありがとうございました。梶山会員、卓話ありがとうございました。

谷口 弘志	梶山会員、会員卓話ありがとうございました。一週間後にプロ野球のドラフト会議が開催されます。かずさマジックの選手が久しぶりに指名されることを期待しております。	秋元ゆかり	梶山会員、貴重な卓話ありがとうございました。
岡野 祐	18年目の結婚記念日を迎えました。感無量です。	宮寄 慎	梶山様、貴重な卓話ありがとうございました。
佐々木昭博	昨日、第1回RYLA実行委員会に参加して来ました。今回は鴨川にて開催されますので、キレイな海を眺めながら本番に向けて頑張っていこうと思います。	谷 浩司	先週は、駅前ロータリーの草取りへのご協力ありがとうございました。梶山会員、卓話ありがとうございました。やっと天気も回復に向かい始め、紅葉も始まり秋らしくなってきました。ほっとします。
大森 俊介	記念日のお花、頂きました。例年とタイプが違くと妻も喜んでいました。ありがとうございました。	内山貴美子	梶山会員、今日は卓話ありがとうございました。
別府 明人	梶山会員、卓話ありがとうございました。	伊藤 彰	ここ数日、天候が不順で寒暖差が大きく体調管理に心掛けるようにしています。ちょっとした風邪でもコロナと疑われる可能性もあり、日々の健康管理が大切ですね。
鈴木 荘一	本日、所用のため欠席します。	高橋 雄一	S.A.A.の高橋です。徳山ビルサービス様、箱入り玉ねぎ宜しくお願いします。
秋元 政寛	梶山会員、卓話ありがとうございました。	川村 優子	梶山さん、卓話ありがとうございました。
隈元 雅博	梶山会員、ありがとうございました。これからもロータリー活動を頑張ります！	村上 進	皆様、こんにちは！！梶山さん、卓話ありがとうございました。
宮本 茂一	梶山様“斎藤さんだぞ”本当にありがとうございました。ご無理を言わせて申し訳ありません。	中野 賢二	「GoTo商店街」が始まりました。私が会長の坂田商店会も何を行うか、未だに決まっておりません。良いアイデアはありませんでしょうか？
倉繁 裕	先週、九州に出張しましたがフライト、宿泊ホテルの混み合い方が戻ってきています。ホテル朝食時、間隔をあけた座り方ですがほぼ満席でした。GoToトトラベルの活用を含めて、人の往来が少しずつ回復している実感です。	坂本 直樹	梶山会員、今日は卓話ありがとうございました。今後もロータリー活動をともに頑張っていきたいと思います。
梶山 健次	駅前花壇の活動、お疲れ様でした。内部監査で参加できずに申し訳ございませんでした。		
遠田 祐治	娘が60才の誕生日の記念に何か買ってくれと言っています。何にしようか迷ってます。		
坂井佳代子	皆さん、こんにちは。最近ついていることが多くて今日、大当たりしました。ありがとうございました。		
大木 建樹	来週、卓話頑張ります。		
内山 雅博	梶山会員、四つのテストに続き会員卓話お疲れ様でした！		
芝崎 均	梶山さん、貴重な卓話ありがとうございました。		
大浦 芳弘	一昨日に千葉市で開催されました、管理運営統括委員会の三委員会合同セミナーに参加して参りました。ク		

