

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

信頼していた社員が、自分の見ていないところでは「別人」になっている。そんな話を聞かされ、深く落ち込んだ経験がないでしょうか。問い詰めるべきか。それとも、気づかないふりをして様子を見るべきか。現場の人間関係に挟まれながら、経営者の悩みは一人で抱えるほど深くなっています。しかし、その「裏表」は、本当にその社員の性格だけの問題なのでしょうか。今回は、裏表のある社員が生まれる背景にある「組織の歪み」と、その改善方法について考えてみたいと思います。

裏表のある社員との向き合い方

「あの人、別人です」

「社長、実は〇さん、社長のいないところで、まるで別人のように態度が悪いんです」。ある日、信頼している内務スタッフからそう打ち明けたら、大きなショックを受けたという相談がありました。その募集人は、社長の前ではいつも誠実で、目標にも前向き

な若手のホープ。ひとりで動ける貴重な存在で、将来を期待していた人材でした。

ところが、社長のいないところでは態度が一変するのです。内務スタッフへの物言いが横柄になる。周囲を威圧する。さらに、書類の不備も多く、注意してもなかなか直らない。それが社長の目の届かないところで

組織構造の歪みが問題

そもそも、なぜ「裏表のある社員」が生まれてしまうのでしょうか。もちろん、本人の人柄や未熟さが関係している場合もあり。しかし、それだけで片付けてしまうと、本質を見落としてしまいます。

人は誰でも、「誰に評価されるか」によって、見える顔を変えるものです。心理学では、こうした力を「セルフ・モニタリング能力」と呼びます。評価も、すべて社長ひと

誰も教えなかった！157 保険代理店が「家業」から「企業」になる方法

シリーズ3

株式会社ブレインマークス
代表取締役 安東 邦彦



【プロフィール】

保険代理店が持続的に成長するための組織化、経営の仕組みづくりを支援するコンサルタント。
著書：『社長が3ヶ月不在でも成長する会社のつくり方』
運営組織：プロ代理店経営アカデミー

<https://www.brain-marks.com>

社員の裏表が生まれづらい組織をつくるための仕組みづくり

- ①会社として大切にする価値観を明確にする
- ②評価項目に「周囲への接し方」を入れる
- ③社長評価だけでなく、周囲からの評価(360度評価)を実施する

です。ポイントは二つあります。一つ目は、評価項目に「周囲への接し方」を入れることです。売上や成果だけでなく、同僚、内務スタッフ、後輩に対して、どのように関わっているかも評価の対象にします。

二つ目は、社長以外の視点も評価に反映させることです。普段から本人と関わっている人たちの声を、評価に入れます。

評価する人が社長ひとりではなく、同僚や後輩への接し方まで見られるか、その総論部分について取り上げます。

保険代理店は、保険会社との代理として保険契約の募集や締結を業として行っています。そして、保険代理店に属し、保険契約を顧客と締結する従業員を特定保険募集人として、保険業法が規定しています(保険業法第276条)。

一般に、代理人の行為は直接本人に帰属するものですが(民法第99条)、代理店というものは保険会社の指示の下で顧客に保険商品を取り次ぐにとどまるのでしょうか。

この点、代理店は単なる取次ぎ役であって、顧客の希望を聞き、それに適した保険商品を提供し、必要に応じて契約内容を正しく説明し、必要な手続を行う重要な役割を担っています。保険業法では、契約者等(顧客)の保護に資

保険代理店が過失で顧客に誤った情報提供をしたら…

弁護士 橋本 信行



保険証券や満期日の確認を怠ったといった事情がある場合に、過失相殺により損害賠償額が減額されることは考えられますが、責任自体が否定されるとは限りません。

今回から数回にわたり、保険代理店が過失により顧客に誤った情報提供をしてしまったことなどについてご説明します。

さて、「保険に入っていないのに補償されなかった」という顧客トラブルが発生することがあります。今回は、保険代理店がどのような場合に顧客に対して賠償責任を負うのか、その総論部分について取り上げます。

保険代理店は、保険会社の代理として保険契約の募集や締結を業として行っています。そして、保険代理店に属し、保険契約を顧客と締結する従業員を特定保険募集人として、保険業法が規定しています(保険業法第276条)。

一般に、代理人の行為は直接本人に帰属するものですが(民法第99条)、代理店というものは保険会社の指示の下で顧客に保険商品を取り次ぐにとどまるのでしょうか。

この点、代理店は単なる取次ぎ役であって、顧客の希望を聞き、それに適した保険商品を提供し、必要に応じて契約内容を正しく説明し、必要な手続を行う重要な役割を担っています。保険業法では、契約者等(顧客)の保護に資

約者等(顧客)の保護に資する観点から、代理店は単なる取次ぎ役であって、顧客の希望を聞き、それに適した保険商品を提供し、必要に応じて契約内容を正しく説明し、必要な手続を行う重要な役割を担っています。保険業法では、契約者等(顧客)の保護に資

社長が3か月不在でも持続成長する代理店を目指す！

では、どうすればよいのでしょうか。「裏表をなくせ」と本人に迫っても、人はなかなか変われません。大切なのは、社員の性格や善意に期待することではなく、裏表が生まれにくい仕組みをつくること。その第一歩は、

社長以外の評価を入れる

次に必要なのは、価値観が日々の行動に表れているかを確認する仕組み

です。ポイントはいくつかあります。一つ目は、評価項目に「周囲への接し方」を入れることです。売上や成果だけでなく、同僚、内務スタッフ、後輩に対して、どのように関わっているかも評価の対象にします。

二つ目は、社長以外の視点も評価に反映させることです。普段から本人と関わっている人たちの声を、評価に入れます。

また、顧客が長年同じ保険に加入しており、補償内容も十分理解している場合や、顧客自身が明確な希望を持って契約内容を選択した場合などには、代理店の責任の範囲が問題となります。つまり、「どこまで説明すべきだったか」は、顧客の知識や経験、保険加入の経緯、代理店とのこれまでの関係など、さまざまな事情を総合的に考慮して判断されます。実際の裁判では、「顧客が代理店の説明を信頼する状況にあったか」「代理店として通常期待される説明を尽くしていたか」が重要なポイントとなることも多くなっています。

代理店と顧客の双方の思い込みにより、確認がおろそかになることがあります。例えば、事故が起きてから主張が食い違ったり、解決は容易ではありません。代理店としては、説明内容や顧客の意向を記録に残し、重要事項については書面などで確認を取ることが重要です。

今回は、実際の裁判例も交えながら、補償内容の説明不足によって代理店の責任が認められた事例について、もう少し詳しくご紹介したいと思います。