



刊行にあたって

「他人まかせ」にかかるコストのほうが高いのでは……」

開業医の方や医療法人からの保険相談に対応していて、たびたび飲み込む言葉です。

例えば、法人マーケットに強いとされている会社の保険に加入されている方がおられます。同種の商品であれば、換金性の高さなど、「明らかに他社のほうが有利なのに……」と思い、加入理由をうかがうと「付き合い」がある人にまかせているから」と返ってくる場合があります。正しい「比較情報」が提供されていたらと、悔やまれる例です。

実際、法人契約の保険料は、数百万円に及ぶようなことも珍しくありません。それだけの資金が長期間にわたって拘束され、数%のキャッシュ・バリューの差を生んでいくのです。正直、「お付き合い」の対価(?)として妥当なものなのだろうか、と考えさせられます。

とはいえ、多忙な歯科医師の先生方が、有益な情報を選別するのは至難の業であろうと思われます。「売り手の都合」でバイアスがかかっている情報も少なくありません。また、現実に「売り手」と一般の方々の間にある「情報の非対称性」が、保険ビジネスを支えている一面は否定できないからです。

このようなことを書いている筆者も、他ならぬ保険商品の「売り手」です。従って、本書においても恣意的な情報提供を行うことで、読者の方々をミスリードすることも可能であるといえるでしょう。しかし、本書の目的は「売り手の都合」をも明らかにしたうえで、皆様に保険とのかかわり方を再考していただくことにあるのです。

「顧客目線」、「顧客本位」などというのはたやすいですが、行動を伴わなければ無意味です。誰もが霞を食べて生きているわけではないのですから、販売サイドの思惑も知っていただきたいと思います。そのほうが、根拠の確認が難しい「お客様との信頼関係」を云々するよりも、ずっと「自然なお付き合い」が可能になると考えています。

なお、本書には具体的な商品の案内なども含まれていますが、特定の保険会社の商品を推奨するために選んだものではありません。あくまで、事例などの理解を助けるものとして掲載しています。

本書の力点は、保険を「徹底活用」するというよりも、むしろ「間違いが起きない」ようにすることに置かれています。読者の皆様に、「情報の鮮度」が落ちた後も通用する、基本的な「考え方」をお伝えできれば、これに勝る喜びはありません。

2011年1月

後田 亨 (編集委員代表)