

シリーズ：『挑戦』を支えるもの

～旅行会社がリスクマネジメントに取り組む意義～

前回の、危機発生時に生じる諸費用とリスクマネジメントの概要に引き続き、今回は旅行会社の皆様がリスクマネジメントに取り組む意義に関して、ご説明致します。

■お客様へのアピールになる

安心安全に対する期待レベルがとも上がっている昨今の日本社会。例えば、個人情報漏えいひとつをとっても、情報管理に対する世間の考え方が、ここ数年でどんどん厳しくなっていることを皆さんも感じられているのではないのでしょうか。

これは、旅行業界においても例外ではなく、渡航中の危機管理等に関するお客様の意識、期待するレベルが、確実に上がってきていると考えられます。

このような状況において、万が一の事故や事件が起きてしまうと、法的責任の有無に関わらず、社会的に強いパッシングを受ける可能性があります。

企業にとって非常に厳しい時代であるとも言えますが、逆に、今の社会で強く期待されていることにしっかりと取り組む企業は、それだけお客様の支持を集めるといっても過言ではありません。

このような観点で、安心・安全を

サービスの売りの一つとし、他社と差別化を図る、というのも企業の戦略の一つとなります。

■緊急時のブランド維持・向上

万全の危機管理体制を構築していたとしても、100%危機を回避することは出来ません。

財産等への具体的な損害については、あらかじめ手配しておいた保険等で補てんすることもできますが、企業のブランドイメージは、一度毀損してしまうと回復するのが非常に難しいものです。

そして、このブランドイメージは「緊急時の対応」によって大きく左右されることがあります。

震災など、過去の大規模災害の際にも、倒産、経営難に陥ってしまう会社もあれば、逆に危機をハンドリングして乗り越えることで、売り上げを拡大し、企業のブランドイメージを伸ばした会社もあります。

危機が発生した時に適切な対応を行うことで、「何があっても安心してきる会社」と評判を維持・向上させることができます。

■全ての従業員が自信を持って危機対応できる様になる

緊急時、厳しい状況の中で、ひとり

ひとりの従業員が適切に行動できるよようになることは、組織全体の安心感、安定感を向上することにつながります。

非常にきめ細やかな顧客対応を求められる旅行業界においては、危機発生時の対応にも自信がある、という経営者の方も多いかと思いますが、「誰がいつ対応しても大丈夫」と言える体制、風土を構築することが出来ているのでしょうか。

組織全体に危機管理意識をしっかりと浸透させ、お客様と直に接する従業員一人一人が経営者の皆様と同様に自信をもって対応することが、お客様からの信頼につながり、リスクマネジメントは真の価値を発揮することが出来ます。

東京海上日動では、ただ「組織としてやらなければならないこと」としてのリスクマネジメントだけでなく、営業戦略上のメリットを踏まえた上での体制構築、企業ブランド向上への支援を行っております。ご不明な点、お困りのことがありましたら是非私どもにご相談ください。

(東京海上日動火災保険株式会社
旅行業営業部)

挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動

