

顧客本位の業務運営

2021年 6月30日



原則 2

お客さまへ常に最善のサービスを提供します

■当社は、常にお客さまのことを考え最良のサービスを提供する組織的販売体制を整備します。

■当社はお客さまの声を真摯に受け止め、誠実、迅速かつ適切に対応するとともに、お客さま視点で自らの業務をとらえ直すことで事業活動の品質向上に活かしてまいります。

取組計画 K P I の設定 （原則 2 注）

①お客さま取引履歴、募集手続きはすべて情報システムに記録し、お客さま対応、募集進捗情報の全件記録と共有による、いつ、だれでも、顧客対応できる体制を整備します。また、これらの記録に基づき、募集手続きのモニタリング検証、データ集約、分析に利用します。

②苦情、意見要望、ご相談、おほめ等のあらゆるお客さまの声の受付けと報告、及び、それらを起点とする改善活動を徹底して展開します。

③お客さまの声の収集や、これに基づく改善活動を積極的に推進し、内容やデータをホームページで公表します・・・**K P I (1)**

④これらの活動に取組むため、当社では、国際規格である I S O 9 0 0 1 の認証を、平成 1 6 年から取得しており、P D C A サイクルに基づくお客さま対応管理態勢の継続的な改善向上を図ってきました。

原則 3

推奨方針に基づく保険募集とその検証の徹底

■当社は、当該商品の提供保険会社から、委託手数料等の支払を受けておりますが、販売に際しては、当社や特定の保険会社の利益を優先する事なく、あくまでお客様の利益を最優先に最適な保険商品をご案内します。

■当社は、お客様のニーズに基づき最適な保険商品をご案内する方針に基づく保険募集とその検証を徹底して行います（販売する保険商品の最新の特徴に基づく商品選定推奨フローの最適化・標準化とその検証の徹底）

取組計画 K P I の設定 （原則 3 注）

- ①販売する保険商品の特徴に基づく商品選定推奨フローの標準化と検証の徹底します。
- ②募集手続きはすべて情報システムに記録し、これらの記録を検証することで、募集を適切に行っているかモニタリングを徹底します。・・・**KPI (2)**
- ③これらの記録を集約、分析するとともに、最新の取扱い保険商品の内容の検討も随時行い、商品選定推奨フローを定期的に見直するとともに、これに基づき全社員が一定のスキルによるお客さまの意向に沿った商品を提供する体制を作ります。

原則 4 契約に関する費用のご説明

当社は、市場リスクを有する商品の契約に伴いお客さまに負担いただく手数料その他の費用については、保険会社の見解及び「**契約締結前交付文書**」に基づき説明をいたします。

なし

原則 5 重要な情報のわかりやすい提供

- 当社は重要な情報のわかりやすい提供に努めます。
- お客さまの様々なリスクをとらえ、関連する情報を的確かつ豊富に提供します。これにより、お客さまが自らのリスクに気づき、**真のニーズ及びご意向に基づく適切な保険を締結していただくように努めます。**

取組計画 K P I の設定 （原則 注2 非該当）

- ①投資リスクのある保険に関しては、基本的な利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件について契約締結前交付文書を提示して説明します。（注1）・・・KPI (2)
- ②募集にあたっては「推奨方針」と「商品選定推奨フロー」に基づき、損保・生保を問わず全商品について、お客さまのニーズ及び意向を踏まえ当社が選定した理由を説明します。（注1）・・・KPI (2)
- ③情報提供ツールを創意工夫して作成し、お客さまに対して販売・推奨等を行う金融商品・サービス情報提供を、商品の内容と比較することが容易となるように配慮した資料を用いつつ、分かりやすく行ないます。（注3）（注4）
- ④事業分野における、自動車、火災以外の損保分野のニューリスクに対応する保険種目の提供を行います（注5）・・・・・・KPI (3) ②

KPI (4) ②

注2 非該当

当社は複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等することはありません。

原則 6 お客さまにふさわしいサービスの提供

当社は、お客さまの加入の目的に照らして適当と認められる商品の勧誘を行います。

保険契約をお奨めするにあたっては、妥当な保険金額、給付金額、お客さまの資力・財産その他の属性を勘案し、社内規程に則した運営管理を行います。（基本勧誘方針 2. 適合性の原則）

取組計画 K P I の設定 （原則 注 2 非該当）

情報提供ツールを創意工夫して作成し、以下の手段で様々な情報提供の場面を作ることに より適切な勧誘をいたします。

- ①高齢者対応の徹底（自主ルール）・・・（注4）・・・ K P I （3）①
- ②お客さまの将来設計、事業経営に資するさまざまな情報の提供（注 1）・・・ K P I （3）③
- ③保険会社が想定した、販売対象として想定する顧客属性に沿った募集（注3）。
- ④セミナーの実施・・・（注 5）・・・ K P I （3）④
- ⑤リテール分野における、継続手続き時の不足補償へのコンサルティング提案と成約（注 1）・ K P I （4）①

注 2 非該当

当社は複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等することはありません。

原則 7 従業員に対する適切な動機付けの枠組みなど

当社は、社員相互のコミュニケーションを強化し、常にお客さまのことを考え最良のサービスを提供する組織的販売体制へ向けた、社員の積極的な参加意識を築きます。

取組計画 K P I の設定 （注）

- ①情報システムの有効な活用による情報共有
- ②お客さま取引履歴、募集手続き記録による組織的販売体制の構築（いつ、だれでも、お客さま対応できる体制の整備）
- ③研修体制（意向把握、情報提供、比較推奨販売の訓練 ロープレの実施）・・・・・・ **K P I (5) ①**
- ④アンケートの積極回収と評価コメント収集による従業員への動機付け・・・・・・ **K P I (5) ②**

KPI一覧表のページ 当社の昨年度の実績成果です。

*なお、今後は、毎年6月に前年度の実績成果を公表いたします。

取組計画詳細 K P I 一覧表

(1)お客様の声の収集や、これに基づく改善活動を積極的に推進し内容やデータをホームページで公表します。

K P I

(2)推奨方針と商品選定推奨フローに基づく保険募集とその検証を徹底します

4半期 1回

(3)重要な情報のわかりやすい提供に努めます

① 高齢者対応の徹底。（自主ルール）

- a)更改手続き全件（70歳以上の契約者）に対して親族の同席を求め、不可能な場合は親族情報入手を入手(100%) する
- b)70歳以上の募集では、対象の全件について必ず本人の理解力などの確認を行い、その判断結果を含めて内容を記録する
- c)高齢契約の名義変更（70歳以下の親族）を積極的に取り組む
- d)成年後見人制度の利用検討＝成年後見人制度受任事業者である法人と連携を取り、万が一自分での物事を判断する事が難しく親族のサポートが受けられない方が保険の各種手続きが出来ず困らない為に事業者を紹介する

100%

100%

② 事業分野における様々なリスク対策に関する情報を積極的に提案します

③ お客様の将来設計、事業運営に資するさまざまな情報の提供

- a)事業者向け経営レポートの定期提供

年間100事業所

④ セミナーの実施

年間 5 回

(4) お客様にふさわしいサービスの提供

① リテール分野における、継続手続き時の不足補償へのコンサルティング提案と成約を目指します

最も多い顧客対応件数を誇る更改契約（損害保険）について、既契約の部分で補償が不足していると思われるものに事故例も含めた情報提供を行い、より顧客にとって充足した契約となるようコンサルティングを実行します。

特に、現在の満期契約は長期化されているものが多く、顧客の意向が変化していないかを確認する作業は必要であり、また、実際に前回の契約時の意向を顧客自身が忘れている事もあり、更改手続き時の確認の重要性を浮き彫りにしています。

次の補償特約を説明し成約した件数割合

人身傷害増額	地震保険追加
補償範囲拡大	保険金額アップ
車両追加	補償範囲の拡大
保険金額アップ	家財、設備など動産契約の追加
新代車費用特約	免責金額の削減
弁護士 個賠	

30%

② 事業分野における、自動車、火災以外のニューリスクに対応する保険種目の提供に努めます。

四半期ごと純新規1,500千円

(5) 従業員に対する適切な動機付けの枠組みなど

- ① 研修体制（意向把握、情報提供、比較推奨販売の訓練 ロープレの実施）
- ② アンケートの積極回収と評価コメント収集による従業員の動機付け

目標項目	目標KPI	前年度数値
募集管理募集人NPSポイントの向上	前年度からのポイントUP	28.4pt
事故対応NPSポイント向上	前年度からのポイントUP	自動車59.4pt 火災55.8pt

(1)お客様の声の収集や、これに基づく改善活動を積極的に推進し内容やデータをホームページで公表します。

2020年度（4月～3月）お客様の声、クレーム受付一覧表

	1.社内連絡の手落ち	2.説明、確認不足	3.説明勘違い	4.依頼事項放置不連絡	5.事務手続きミス	6.保険会社対応	10.商品内容	11遅い、遅延	12その他	お客様の声総数
eアフター管理		1	1	1		2			3	8
b事故		3					1	1		5
a契約交渉	1		1						2	4
c満期管理				1					1	2
fその他					1				1	2
集計値	1	4	2	2	1	2	1	1	7	21

区分	お客様の声数	原因分類項目			
苦情	10	1	社内連絡の手落ち	7	営業時間
お褒め	2	2	説明、確認不足	8	社員の態度対応力量
その他	4	3	説明勘違い	9	引受拒否、条件の不満
意見要望	2	4	依頼事項放置、不連絡	10	商品内容
相談	2	5	事務手続きのミス	11	遅い、遅延
集計値	20	6	保険会社対応	12	その他

ア) 類型（どのような場面で苦情が発生するか）

前々年度最も多かった場面は「b 事故＝9」であったが今年は5件となっております。全体の件数はコロナの影響で事故件数も減少し当社の事故専任部門を質、量ともに強化し一元管理表の活用により減少している。最も多い類型は「eアフター管理」社員の退職や日頃から営業スタッフに偏った顧客対応により、顧客が営業スタッフ以外に連絡する事がないとの錯覚を与えてしまっている点や、事故や更改異動手続き以外の接点（情報提供）をサービスに入れるべき案件が見受けられた今年度は個人⇒チームで対応するという姿勢を広報し、営業スタッフが退職した際や変更があった場合でも顧客により安心してもらえる組織体制を整える

イ) 原因分類（どのようなことが原因で発生しているか）

今年度は「12説明確認不足」でのお声が最も多く（7件）中でもお褒めの言葉が3件あった。募集に関してや、商談の在り方を変更し高齢者にも分かりやすく提案できる体制を整えたことが要因である。その他では休日の際の連絡先（事故対応）に関わるものでお客様の声に挙げたものもあり、【安心ブック】を募集時に十分説明する事でお客様が即座に連絡先に連絡出来るように対応した。このような対応以外にも保険会社の事故時のドラレコ連動事故対応のシステムも今後は紹介し、促進する。その他（分類2）説明確認不足では、保険会社のサービスやコロナ時の特別対応（契約者貸付）など募集人がより理解を高めて説明すべき点があり次年度以降に活かしたい。

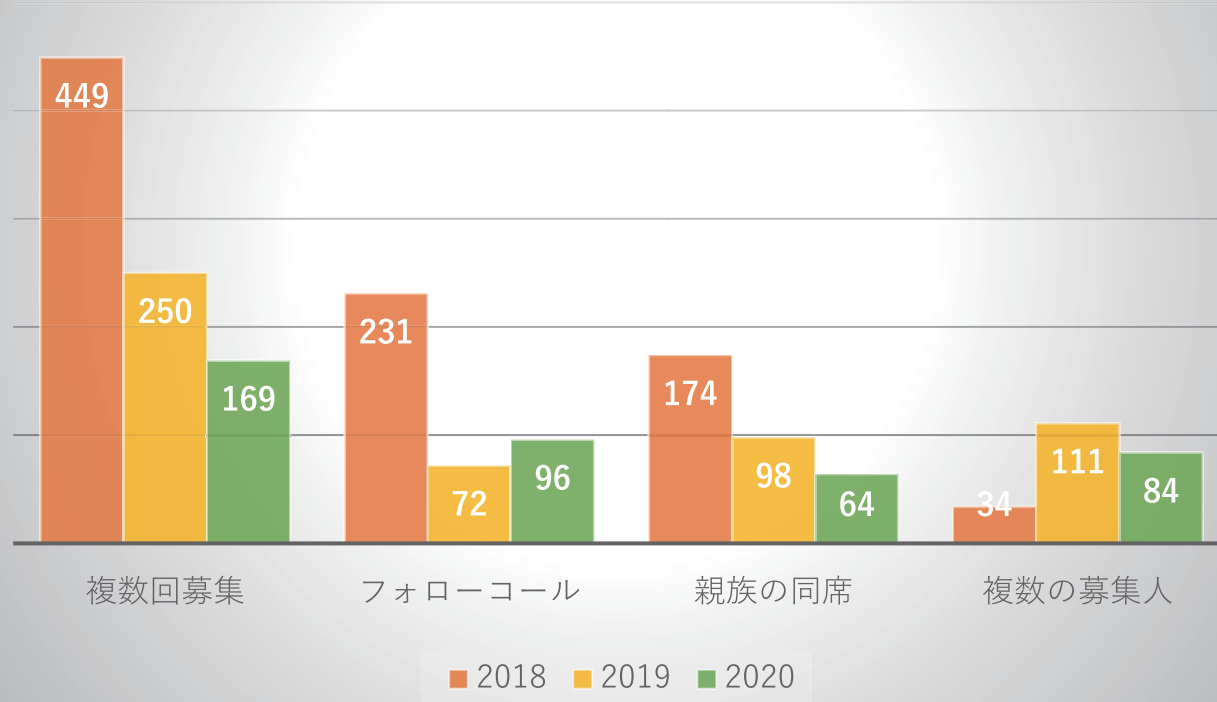
2020年度（4～3月）お客様の声、クレームより発生した改善策 ※効果の確認が完了したもの

改善する事象	改善策	活用ツール、変更する手順やフロー
■車両事故を起こした際に車を買替していたためその時点で車両入替手続きが必要であったが、買替の情報や、契よりの申し出がなく、また保険会社からの勧奨も無かったため入替手続きが行われていなかった。	事故の対応の中で修理ではなく、買替の情報を知った時点で【車両入替】を予見し、異動案件に連動させる仕組みがない事が主な原因。サイボウズの事故案件管理表を改善し、事故後の車両修理、買替の情報を入力し、ただちに異動案件（一覧管理表）に反映する仕組みを構築しました。	・サイボウズアプリ新設 ・事故対応フロー図
■依頼事項の失念（営業担当者）携帯電話での受付で、依頼事項を失念しやすい状況。また依頼を受けた者は受付を即行うべきところをせずに失念してしまったのが原因	原則ルール策定・原則、異動保全その他顧客からの依頼事項は事務所で受付をするように顧客に丁寧な説明を行います。 ⇒MOTシステム導入とチャット機能により携帯電話を廃止し、同様のことが起きないように変更しました。チャット機能により電話（MOT）対応から即座にMOTチャットに入力できるようになり、依頼事項失念をなくす取り組みをはじめました。	・新システム導入
■担当者不在契約のお客様問い合わせがあり、誰がいつどの様に対応するのかが社内で不明確なため対応に時間がかかり、迅速に対応できない可能性がある。	営業と事務で横断的に対策協議し今後のルール策定しました。4月からの組織体制改編で『営業1課・2課』『生保部門』で即時対応するように変更し、全顧客（約6,000件）に対して組織体制のご案内と、各種問い合わせ先などを盛り込んだDMを作成郵送しました。個人⇒チーム対応	・組織体制の変更 ・DMでの案内
■お客様についての情報が少なく職業や勤務先等、また連絡可能な連絡時間帯など顧客情報がしっかり入力されていないと担当者以外は情報を把握できず、担当者不在時などスムーズに対応できない場合がある。	事務での書類点検時、顧客メモ欄も点検項目とし、入力を必須とします。異動・更改手続きや新規契約交渉経緯入力時に必ず顧客メモ入力を確認し、組織全体でお客様の情報や状況を把握し個人対応ではなく組織（チーム）で対応する事でお待たせする事なくお客様からの依頼事項に迅速に対応するよう改善策を実行します。	・顧客情報管理システムへの入力点検チェック
■ゴルフ保険の用具修理の保険事故発生時に、必要な証明書など手続きの面倒さにお客様からのお声を頂いた。	ゴルフ保険の支払い要件は他の保険商品より煩雑であり、そのため更改新規時にはその点を強調して案内をしていなかったのが原因です。ゴルフ保険の更改新規の募集ルールを変更し運用致します。 ・チラシで支払いに必要な物を提示（パンフレット） ・上記の点を交渉経緯履歴に入力（証明書が必ず必要の経緯入力）	・募集フロー図の変更 ・作業点検チェック

(2) 推奨方針に基づく保険募集とその検証の徹底
・ 3月末で完了する（交渉経緯記録を全件点検）

(3) 重要な情報のわかりやすい提供に努めます。
・ 高齢者募集対応

高齢者募集対応方法グラフ（2020.4
～2021.3月）



1. 前年度と同様に、募集時点で70歳以上、または高齢者募集ルールを適用する条件にあてはまる契約者には親族情報入手を必須としており、その点をバックオフィスが全て点検し計上する体制を整えました。
2. 募集方法のそれぞれの割合は左記の通りで、募集人を増強し、フォローコールによる上席者の点検強化を行った。その中で補償範囲が変更になったり、特約の有無が変更になったりと募集時の情報提供の在り方について指摘した。また、総数については531件⇒413件少なくなっておりますが、高齢者契約の傷害保険が募集人退職に伴い移管したり免許返納で継続に落ちになり減少に転じた。左記以外にも、顧客の了解のもと高齢契約者から親族（若年層）への契約者変更も推進しており総数減に寄与致しました。
3. 意思確認不可の場合の対応方法をマニュアル化を前年実施し、実際に意思疎通が困難な各種手続きにおいてマニュアルを活かして対応した。今後も増えると想定される為新入社員への教育も引き続き行う。
4. 成年後見人受任事業者の利用は今年度はございません。

a)事業者向け経営レポートの定期提供=2019年の9月にメール配信システム運用開始

事業経営に資する情報経営レポート『ベスパ経営レポート』現在の登録事業所
= 31事業所⇒57事業所（2020.3.31）

顧客法人先の従業員様向けのセミナー開催＝年間3回（4～3月）

[illegible]

4) お客さまにふさわしいサービスの提供（2020年度4～3月）

①更改契約について既存の契約内容の確認と、コンサルティング更改にて過不足補償に対しての情報提供を数値目標とします（KPI）

目標数値＝全更改件数の30%

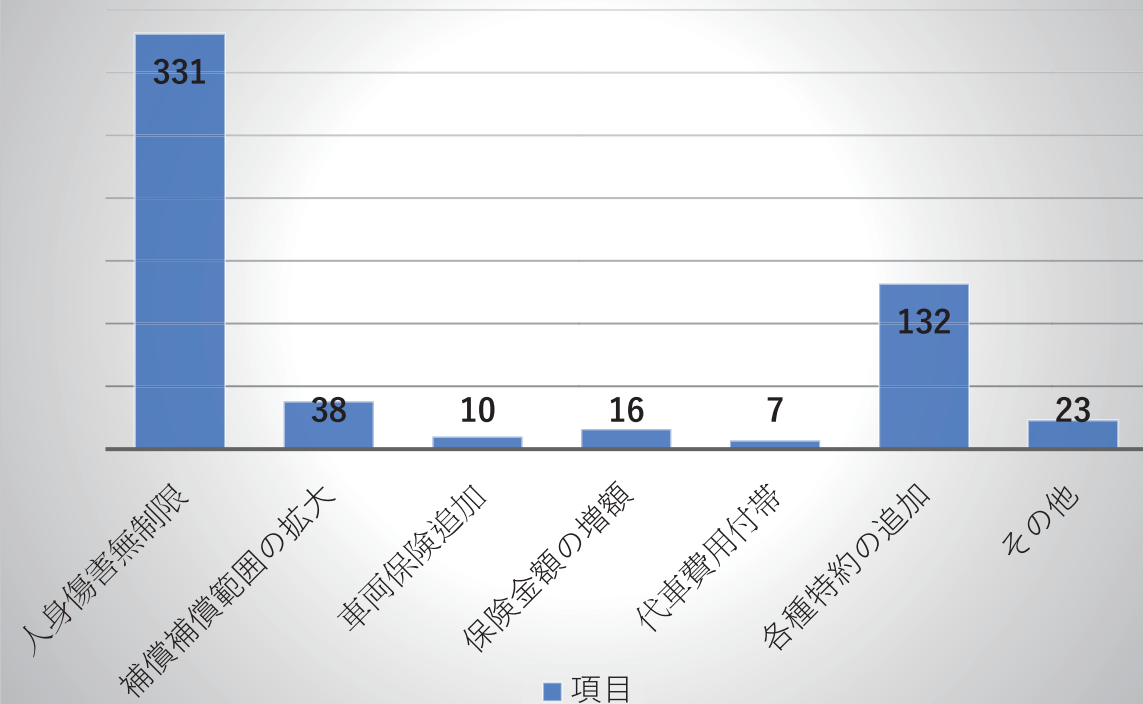
結果＝更改件数2,672件 実施件数（自動車・火災新種その他）557・230件 実施割合33.5%・22.7%

【弊社が考えるコンサルティング更改と通常の更改業務との違い】

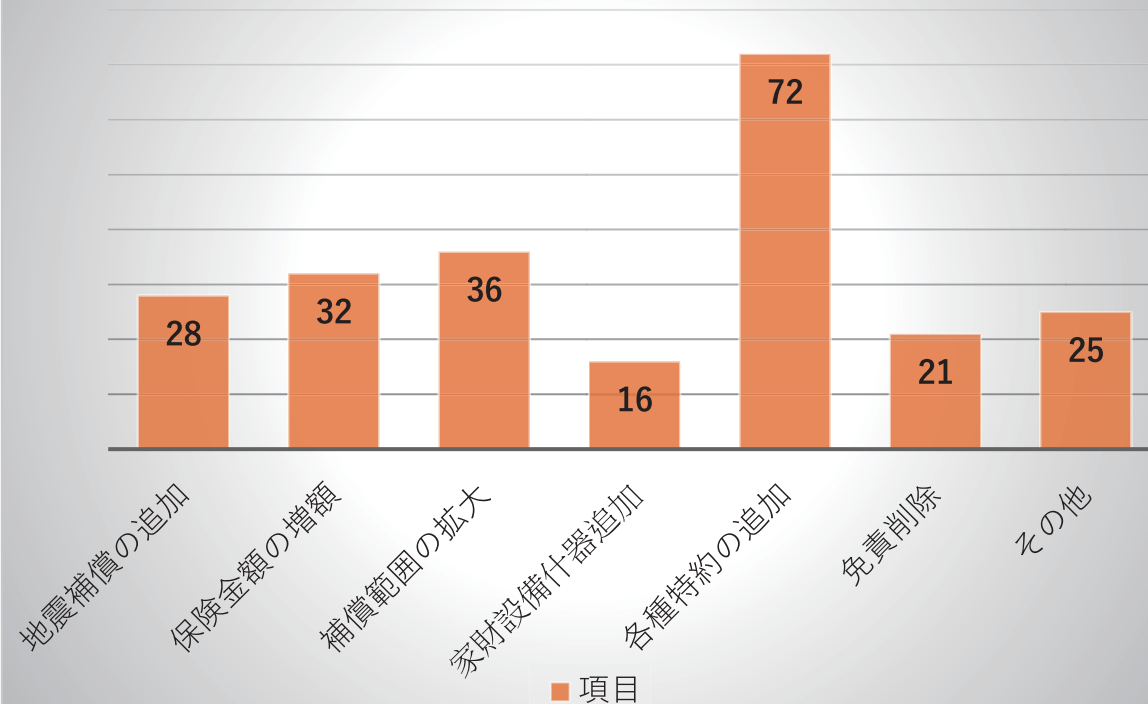
更改業務＝現在の契約内容の確認とその説明及び、その契約内容によりどのような条件下で保険が有効であるかを説明する。顧客の同意を頂き変更する必要があるかを確認し、前年同条件の場合など前年からの保険料増減の説明をして申込手続きを行います。

コンサルティング更改＝現在の契約内容の確認とその説明、その契約内容によりどのような条件下で保険が有効であることを説明し、現在の契約内容の**不足補償を指摘**、アドバイスをします。その際に不足補償を埋める為の特約や、補償範囲の拡大をわかりやすく説明する為のツールを使用し、そのお客様の職業や業種、家族構成など固有のリスクを前提とした事故状況を思い浮かべ補償の効果を説明します。その不足補償をそのままにしておくどのようなリスクが発生するかの共通認識を持ってもらい、**その不安を取り除く為の行為**が当社のコンサルティング更改における正しい考え方です。前回の継続した内容（あるいは募集人）とある意味で対決する姿勢を見せ、不足補償やその内容をよりよいものにしていくことが重要と考えます。お客様の表向きのニーズは『保険料は安い方が良い』であるが、真のニーズは『事故の際に必ず保険が有効な状態であること』という認識で臨むことが『プロの保険代理店』であると考えます。次ページに取組み実績を記載致します。

コンサルティング更改（自動車保険）



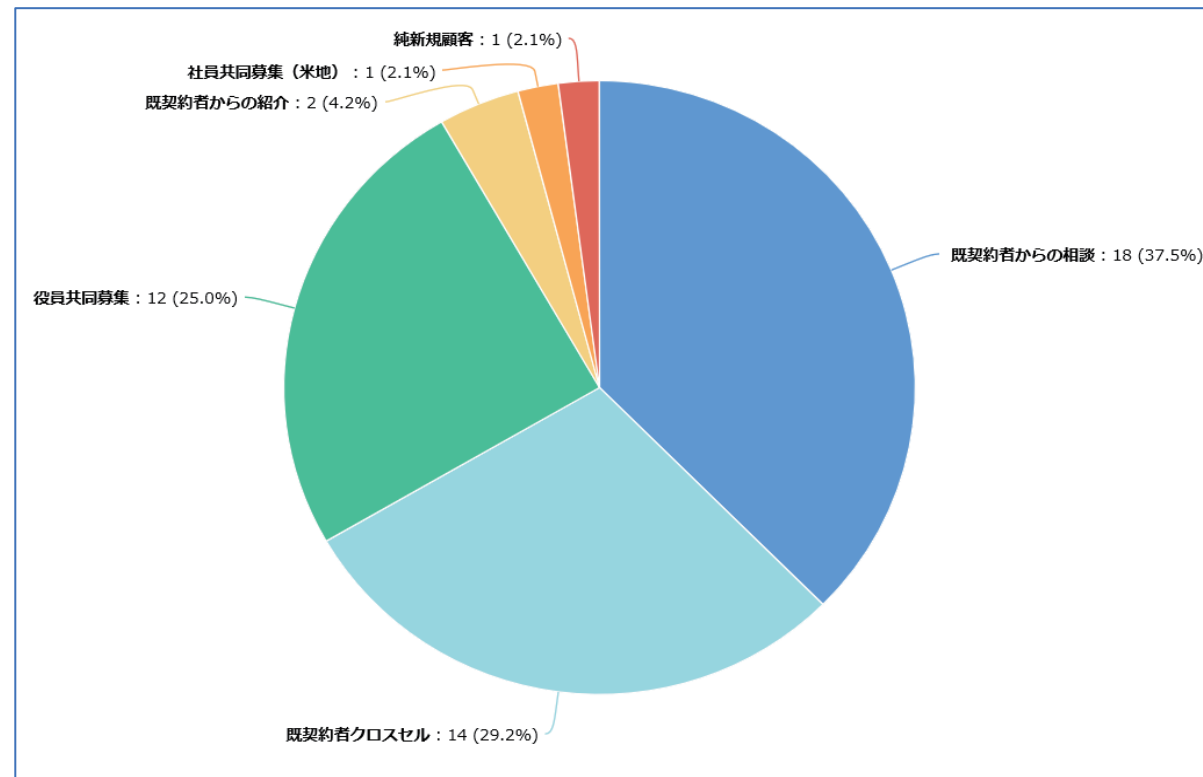
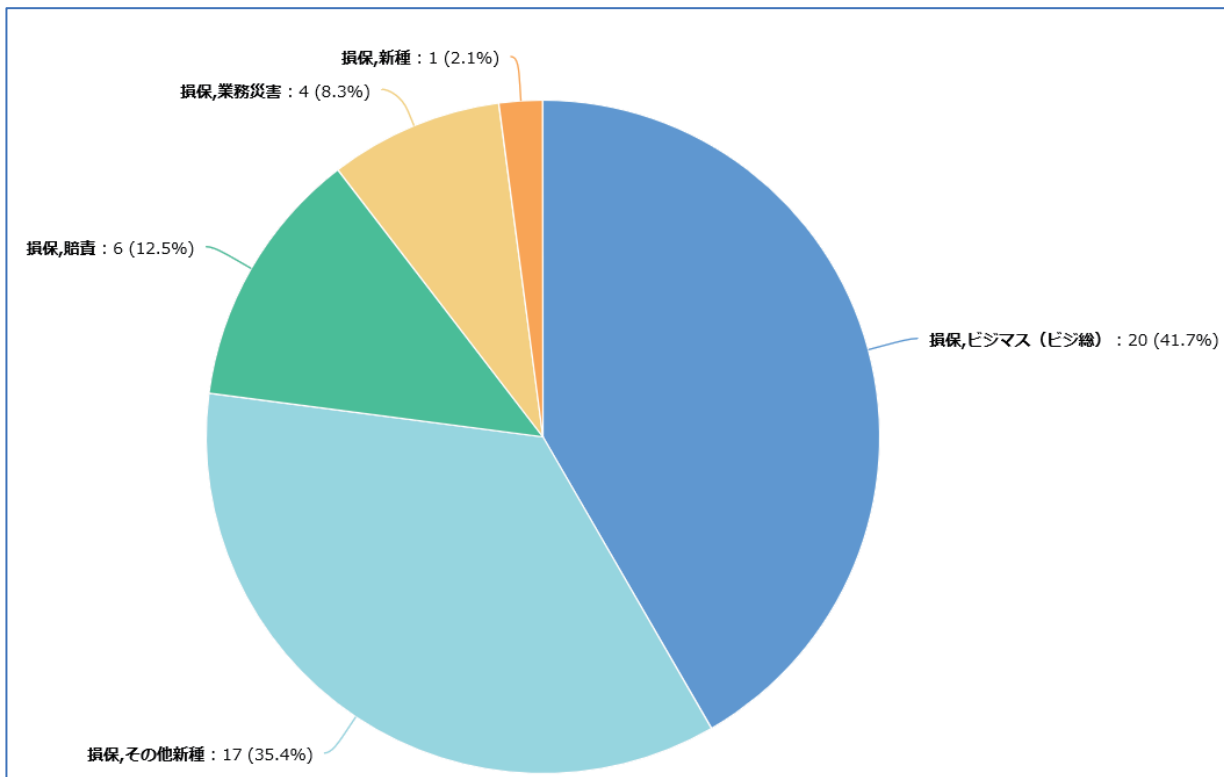
コンサルティング更改（火災・新種その他）



■コンサルティング更改を実施した結果、自動車保険では特に人身傷害無制限の提案成功が331件、次いで特約の追加が132件と多く、特約について弁護士費用や個人賠償責任保険など新しい特約を余すことなく情報提供した結果実績に繋がりました。火災・新種その他に関しては、地震補償への提案を積極的に行いましたが、住宅分野の地震保険（火災保険付帯率85%）と違い保険料が高いなどの理由で28件の実績にとどまっています。自動車保険と同様に特約の付帯が多く、保険新商品の改定ごとに特約や補償範囲の変更があり、それをお客様に資するものと判断した場合、必ずお客様に提案出来るように商品勉強会などを実施し各募集人が提案出来るようにしています。不足補償への提案は保険料がUPするというお客様にはデメリットとして映る反面、事故時にその補償や特約が無い場合どんなリスクがあるのかを説明し、保険料の差とそれを付帯する事のベネフィットを比べて契約内容をお客様と一緒に考えるように全募集人が努めます。

事業分野における、自動車、火災以外のニューリスクに対応する保険種目の提供に努めます。

・新種分野の4半期ごとの目標は1,500千円 結果＝四半期ごと1,847千円（達成）



■ 4半期ごとの新種販売の目標が1,500千円で今年度は1,847千円の実績でした。コロナの影響で営業時間が少なく、新種販売の見込み先である事業主も売上において大きなダメージを受けた1年でしたので前年比35%実績が低下しました。しかしコロナ禍において保険の重要性も増したのも事実でありその点を今年度は取り入れてお客様に資する営業活動を行います。左図が新種（ニューリスク）保険の種目別グラフで2種目で77%を占めています。ビジネスマスターは企業包括契約で様々な補償を企業丸ごと補償する漏れの少ない商品で、お客様の事業を守る事に長けている商品で。また業務災害補償プランは昨今の働き方改革で労使間の労災事故に関する争いや、雇用慣行における裁判が多くなっており、特に従業員に万が一があった場合は中小企業にとって経営に関わるような賠償リスクを抱える事になるため、業務災害補償プランの推進を続けます。補償の漏れを少なくする事とお客様が気付きにくいリスク（ニューリスク）に対して弊社の商品提供が効果的に行えるように今年度も引き続き情報提供を重視したご提案をし、【お客様の事業の売上を守る】事に全力を尽くします。

(5) 従業員に対する適切な動機付けの枠組みなど

お客様アンケート項目	アンケート件数	NPS(ネットプロモータースコア)	前年比
契約募集管理（NPS※）	191件	35.1pt（前年28.4pt）	+ 6.7pt
事故対応（自動車NPS）	97件	46.2pt（前年59.4pt）	－ 13.2pt
事故対応（火災NPS）	97件	63.5pt（前年55.8pt）	+ 7.7pt

※**ネットプロモータースコア** = 「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨の質問に、0～10 点の11段階でお客さまに回答していただき、「推奨者割合（10～9 点をつけた人の割合）」から「批判者割合（6～0点をつけた人の割合）」を差し引いた数値でお客さまロイヤリティを図るための指標の一つです

項目	お客様評価コメント一部抜粋（下記に掲載）
契約募集管理	今までは一度だけ接触事故（軽微な）を起こしたことがあるのですが、その時の御社の対応が丁寧で、また当方の不安を気持を良く落してくれたことが今でも忘れることが出来ません。
契約募集管理	前回事務した時など対応が早いし、その後の対応も良かったのでまわりの人に進めてます。オフィスも新しくなり接客がすごくいいので良いですネ。
契約募集管理	若い女性ですが（Sさん）接客が大人で年配の私にも上手に対応してくれます。ちょっとしたわからない事もTELできて助かってます。
契約募集管理	子が免許を取得した際に担当者の方の経験した事等を（事故）話して頂き非常に参考になりました。
事故対応	今回の対応について、満足以上でした。保険に入る時の対応も含めて、知人等に相談された場合は必ず貴社様を積極的にすすめたく思います。
事故対応	契約者の立場を考えていい保険を提供していただき、ありがとうございました、営業担当の方には感謝しております。
事故対応	すごく対応早く上司の方又関係の人のみんな親切で私の落ち込んでいる心をいやしてもらっています、知人にも紹介しています。これからもよろしくお願いします。
事故対応	車両保険をずっと掛けているにもかかわらず実際使った時に2年間位掛金があかる事に少し納得が行きません、新宮の担当の方はとても愛想が良く対応は本当に満足しています。
事故対応	親子同士で車衝突でまったく補償がなかった。（不満足）