

顧客本位の業務運営

2022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これらの活動に取り組むため、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。

2021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	8.社員の態度力量	11遅い、遅延	12その他	お客様の声総数
eアフター管理	1	2		1	2		3	1	4	14
b事故		4				1			1	6
a契約交渉		2					2			4
c満期管理		1					1			2
fその他		2		1			2		1	6
集計値	1	11		2	2	1	8	1	6	32

区分	お客様の声数
苦情	15
お褒め	6
その他	3
意見要望	8
相談	0
集計値	32

原因分類項目			
1	社内連絡の手落ち	7	営業時間
2	説明、確認不足	8	社員の態度対応力量
3	説明勘違い	9	引受拒否、条件の不満
4	依頼事項放置、不連絡	10	商品内容
5	事務手続きのミス	11	遅い、遅延
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）

アフター管理の場面で問題が起こる割合（14件）が多く、この1年間は社員の入退社が重なり、引継ぎやスタッフの属人的顧客対応とのギャップなどでアフターフォローの場面においてお客様の声を頂く機会が増えました。この事から、社員教育の重要性和、やはり最大の業務である【既存顧客対応＝アフターフォロー】を組織的に行う必要を感じ、組織改編を検討する重要な材料となりました。意見要望からもアフターフォローに関して、『こういうサービスは出来ないだろうか』という意見も頂き、実際に新サービスを生む要因となりました。事故対応時にもお客様の声が6件発生しました。事故時の等級制度そのものの複雑である為、説明不足により苦情が発生した点もありました。そういったお客様の声から改善をし、また事故対応部門を厚くする事でより質の高い顧客サービスを今年度展開します。

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「2説明確認不足」でのお声が最も多く（11件）、事故時の保険料シュミレーションに関する説明がこちらの意図する伝わり方ではなく、誤解を生む受け取り方になるなど電話口だけでは説明する事が難しい案件に対して改善が必要となりました。また保険金の支払い額に対する説明に顧客が納得出来ない場合があり、自動車保険ではほとんど無い現象ですが、特に新種分野においては示談代行がなく保険代理店で対応する事の難しさを感じられました。その他保険会社に対するクレームや、修理の仕上がりに関するクレームなど保険代理店に直接の原因ではないものも発生しており、改めて保険業務においては保険代理店が中心的な役割（ハブ）を担い、顧客サービスを追究しなければなりません。保険という商品が契約から支払いまで顧客自身が理解出来るものではなく、代理店がその翻訳をし適切に説明する点を強化します。

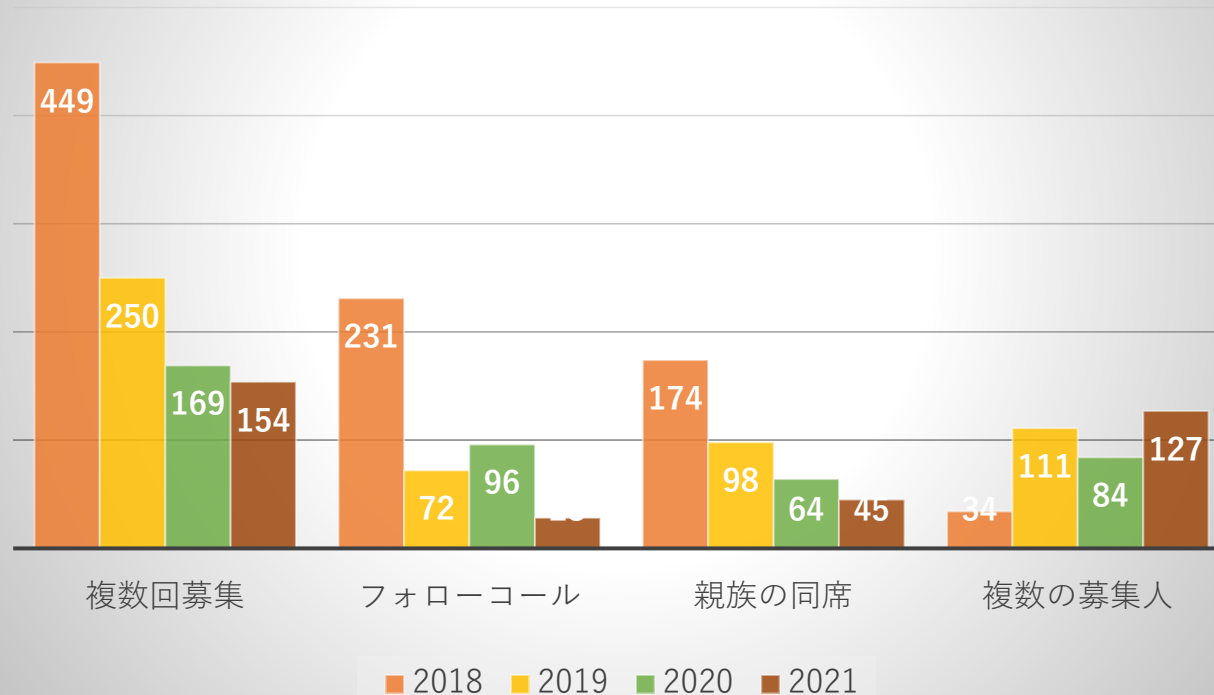
2021年度（4～3月）お客様の声、クレームより発生した改善策 ※効果の確認が完了したもの

改善する事象	改善策	活用ツール、変更する手順やフロー
■お客様から担当者宛に、保険の期間延長依頼のメールが届いており、保険期間についての意向も記載されていたが、欠勤が続いた為メール依頼を見落としていた。	お客様とメールで連絡をとる際は、営業担当者だけでなく事務担当者のメールアドレスもお伝えし、同じ内容を送付いただくようにルールを変更しました。	・作業点検チェック ・作業フローの変更
■担当者が退職した案内は届いていたが、その後新しい担当者が誰かわからず挨拶もないので問い合わせしたくても誰にしてよいか分からないという不満のお声を頂く	前担当者が急遽退職したため、担当者変更の案内が間に合わずご不満に繋がる。即日案内にお伺いし、今後の対応について説明する。改善策については退職者担当顧客について全体会議をして早急に対応します。更に、担当者ではなく担当部署で顧客対応する旨、組織改編も含めてお客様にお伝えを致します。	・組織体制の変更 ・全顧客への通知
■品質目標の社内間不備目標数値において、特に交渉経緯に関する不備が多く分析の結果、交渉経緯入力ルールが各自バラバラで入力する重要項目が社内ルール化されていない点などが挙げられ改善が必要との判定がされた。	交渉経緯入力ルールが定まっておらず、点検作業での不備発見にもよくない影響が散見されており、改善策として交渉経緯入力ルールの策定する。まずは件数が大半を占める自動車分野の交渉経緯入力ルールを統一致しました。（入力ルールの策定）	・交渉経緯入力ルール変更
■各種の保険に複数加入していた場合、事故そのものが発生しても『保険使用』につながらないケースが多い。ましてや保険締結する代表者以外の従業員が現場でそういった事に気付くにはより一層困難であり、複数種類の保険契約（クロスセル）を頂いている企業に対して『保険の支払いが出来ていない』事がないようにお知らせ出来ないかというご意見	契約者ごとの保険契約に基づいた『こんな事（事故）起こっていませんか？』というチェックシートをお渡しし、契約者に確認させ、「そういえば設備が落雷で壊れた」「そういえばスタッフがケガして病院に通院した」など気づきを与えて、保険使用できるものは事故報告しお支払いをする。お客様からは「そちらから言われて気づき保険金がもらえた」と言って頂けるサービスにします。	・新サービスツールの新設
■更改時に事故あり保険料説明した際にお客様が、説明を受けた際と説明を受けた。実際には年間保険料が76,000円で説明の5万とは違う事に違和感を覚えるとの事	事故あり保険料の説明時に2年間で+5万程保険料が高くなるという説明が、お客様に「5万以内の年間保険料になる」、という認識を与えてしまった事が原因です。原則、対面でシミュレーションすることを心掛ける。やむを得ず電話になる場合、シミュレーション結果を必ず郵送する。	・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
(2021, 4 ~ 2022, 3 月)



1. 今まで同様に、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維持しております。
2. 募集方法のそれぞれの割合は左記の通りで、比較的経験の浅い募集人のOJTを兼ねて、複数人募集が増えました。その分フォローコールが少なくなり、面談での継続手続きが強化された形です。
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は成年後見人（保佐人）の継続手続きが1件ありました。その他は親族への契約者変更（名義変更）など対応を進めた結果、高齢者契約にあたる件数は一定程度に留められています。名義変更の際は親族の本人確認など通常の新規募集と同じ様に行っております。生命保険の相続財産とみなされる契約の解約手続きは発生していませんが、保険会社のルールを遵守し進めて参ります。
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。

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 = 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⇒78事業所（2022.3.31）

④セミナーの実施（...セミナー）

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）

※コロナの影響により開催しておりません

リスクマネジメントの視点からお届けする～ベスパ経営レポート～ 《2020年6月号》

コンプライアンスの本質とは？

不祥事対策が守られなかった理由

◆◆ シリーズ「企業事例から考えるリスクマネジメント」 ◆◆

経営者の皆様と“個性的な経営”を考えるために！

《《《《《 目 次 《《《《《

【1】企業が力を入れるコンプライアンス

【2】三菱自動車の不祥事

【3】A社、200億円の損失

【4】損失開示を決断した理由

【5】コンプライアンスに対する根本姿勢



【本レポートの趣旨】

私どもが保険の営業活動を通じて、多くの経営者とお会いし、直接的に感じたり、学んだりをテーマを“レポート”という形でご提供しています。保険とはかわりの薄い内容のものもありますが、情報化時代の経営戦略に少しでもお役立ていただければ幸いです。ぜひご一読賜りますようお願い申し上げます。

株式会社ベストパートナー

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%

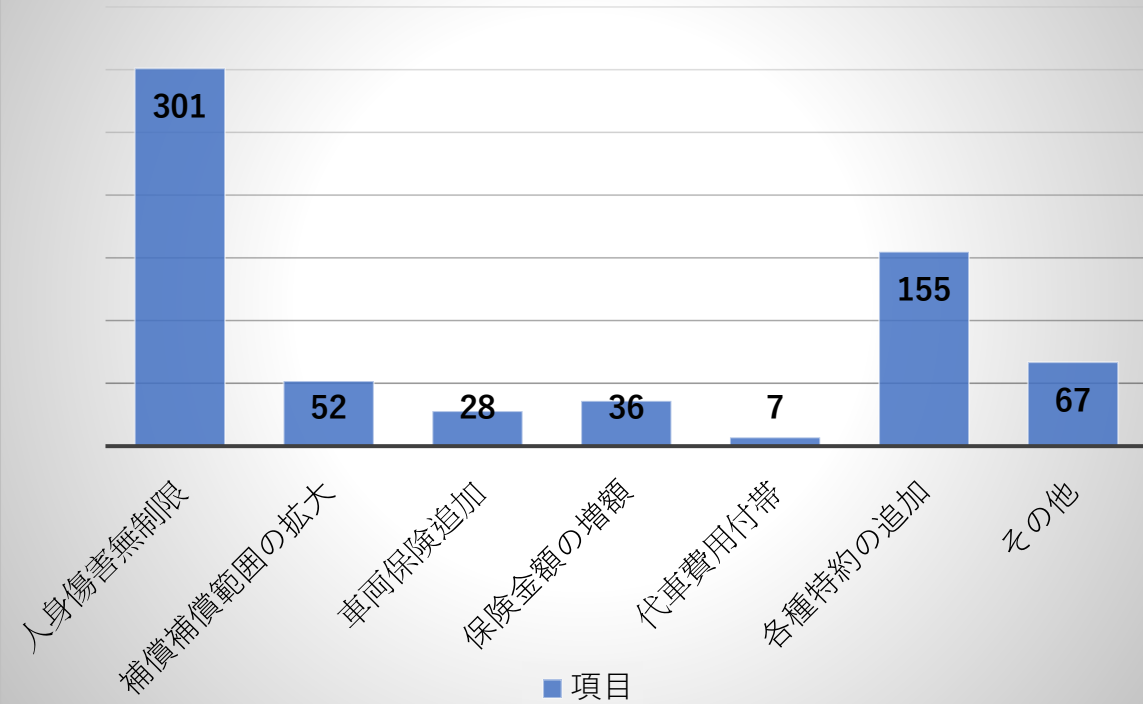
結果＝更改件数3,115件 実施件数（自動車・火災新種その他）857件 実施割合27.5%

【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】

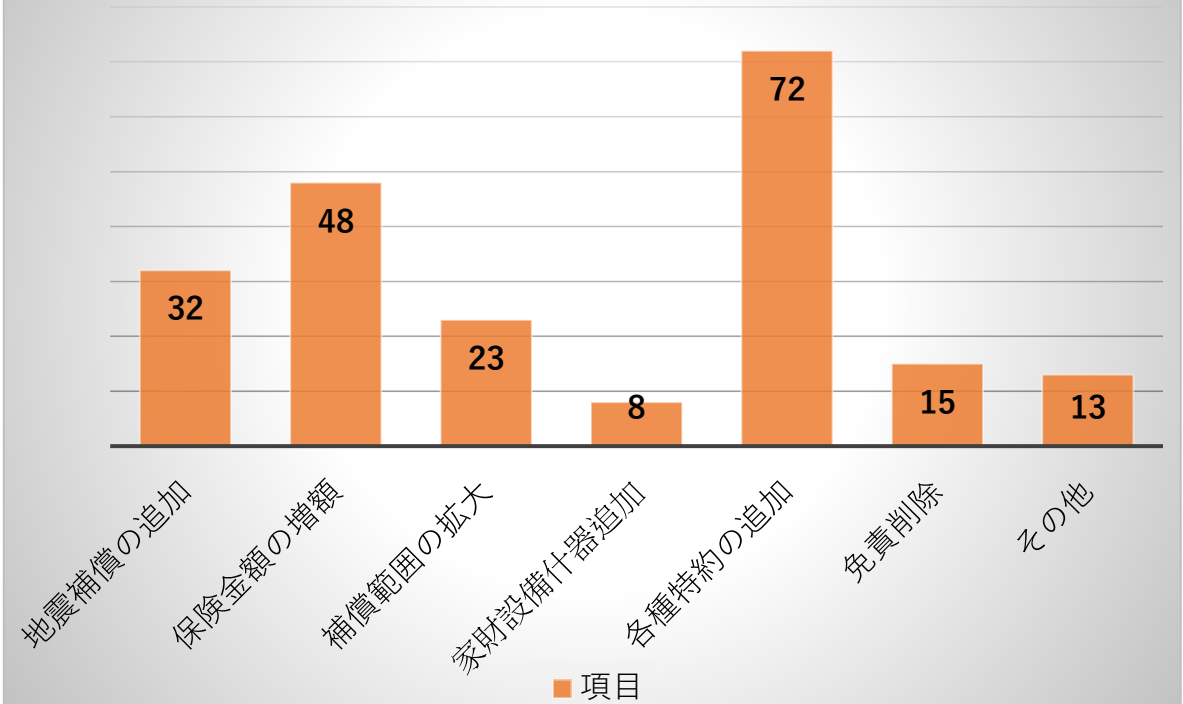
更改業務＝現在の契約内容の確認とその説明及び、その契約内容によりどのような条件下で保険が有効であることを説明する。顧客の同意を頂き変更する必要があるかを確認し、前年同条件の場合など前年からの保険料増減の説明をして申込手続きを行います。

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）

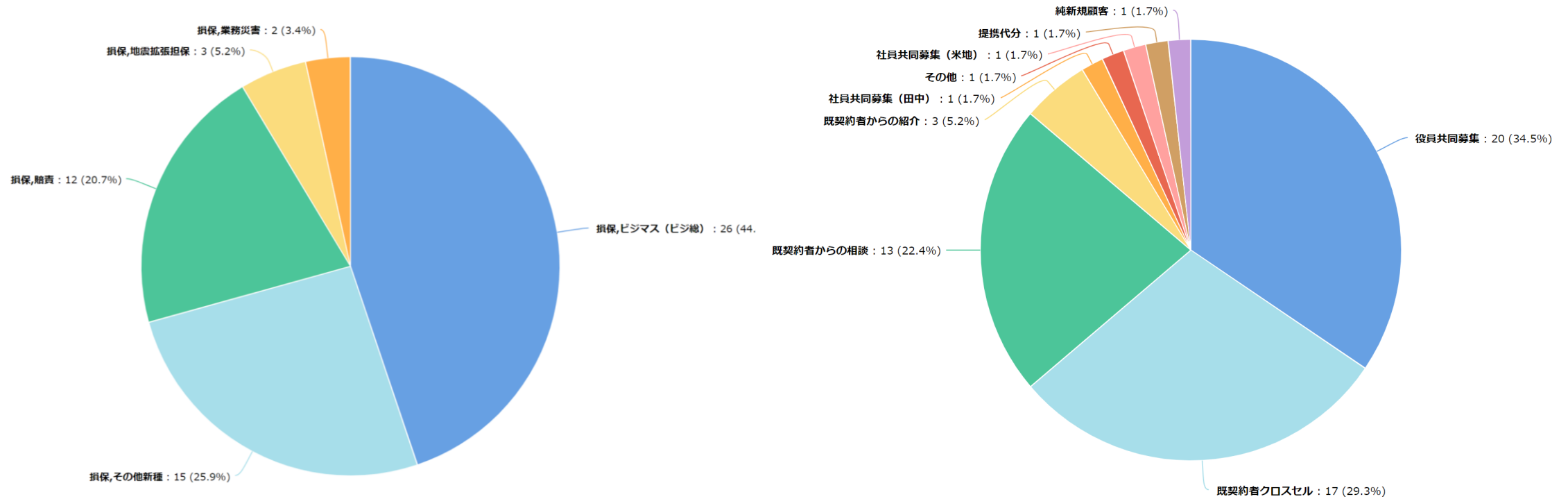


■コンサルティング更改を実施した結果、自動車保険では特に人身傷害無制限の提案成功が301件、次いで特約の追加が155件と多く、特約について弁護士費用や個人賠償責任保険など新しい特約を余すことなく情報提供した結果実績に繋がりました。火災・新種その他に関しては、地震補償への提案を積極的に行いましたが、住宅分野の地震保険（火災保険付帯率85%）と違い保険料が高いなどの理由で28件の実績にとどまっています。自動車保険と同様に特約の付帯が多く、保険新商品の改定ごとに特約や補償範囲の変更があり、それをお客様に資するものと判断した場合、必ずお客様に提案出来るように商品勉強会などを実施し各募集人が提案出来るようにしています。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2,500千円 結果＝四半期ごと2,022千円（達成）

2021年度新種集計表 集計 新規契約の種目割合



■4半期ごとの新種販売の目標が2,500千円で今年度は、2,022千円でした。昨今の企業防衛に資する「サイバーリスク」・「災害補償（地震危険）」または採用力にもつながる福利厚生商品も積極的に販売を行い、前年度110%の成果でした。自動車・火災などの顕在化リスク商品ではないニューリスクこそ我々が情報提供し、ニーズ喚起すべきであり、この事業分野の補償を提供するための研修や実践教育を引き続き行います。お客様が万が一の際に補償漏れが起こらないように「ビジネスマスター」では全件ワイドプランで販売をしており、サイバーリスクへの注意喚起から始まり、福利厚生のメディカルマスターなど契約者に目線で必要と思われる商品を販売致しました。当然顕在化ニーズが薄い商品ですのでご契約に至るまでには時間がかかりますが、成約に至った案件につきましては十分に情報提供が出来た結果であると考えます。発生経路につきましても既存契約者が全体の9割を占めており、新規ではなく、既存契約者様という確かなお客様に販売をしておりますのでアンダーライティングの観点でも十分基準を満たしております。次年度も引き続き社会的使命感を持ちこの分野の積極的提供を続けます。

(5) 従業員に対する適切な動機付けの枠組みなど

年度	アンケート件数	NPS(ネットプロモータースコア)	前年比
2020	191件	35.4pt	
2021	163件	48.2pt	+ 12.8pt

※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	私も、私の会社も加入しているが、来てくれる人（担当者の人）はいつも、態度がいい、（腰が低いし、ていねいである）。
契約募集管理	息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。何事においても想定外の多い時、お守りであり支えになる保険をくれからも宜しくお願いします。
契約募集管理	自分のライフスタイルに合わせて保険内容を考えて提案し、また万が一の事も考えてくださって嬉しく思いました。親身になってくださる姿は印象的で他に紹介しても良いと思いました。
契約募集管理	保険の説明が丁寧、不必要なものを無理にオススメされず、必要な情報は教えてくれる。複雑な契約変更に驚くほど迅速かつ丁寧に対応して頂き、感謝しています。
契約募集管理	電話での説明時間が長い。話し始める前に所要時間を教えて欲しい。
事故対応	交通事故、水害にあった時の対応がたいへん早く、安心感をもっておまかせでき、感謝している。
事故対応	朝の通勤中事故に合い、連絡するとすぐ現場にかけつけて下さり、相手の方や保険会社とスムーズにすすめてもらえたため。
事故対応	代理店の担当者が、学生の頃からの知人というものもあるが、休日に物損事故をおこしたとき、電話でも対応してくれた。
事故対応	数年前の車両どうしの接触事故（相子側が過失大）の時、本当に身内の立場で対応してくれたことは、今でも忘れられない事柄です。