nissen LIFE

2021年5月24日

お客さま本位の業務運営方針における主な取組及び成果指標の公表

株式会社ニッセンライフは、お客さまに「あんしん」と「しあわせ」を永続的に提供していくことを宣言し、その取組に対する評価指標を策定し公表しています。

1　お客さま本位の業務運営方針の啓発、浸透、定着への取組

1 お客さま本位の業務運営委員会の設立とその取組

私たちニッセンライフは、お客さま本位の業務運営方針を実行するため、2020年５月に『お客さま本位の業務運営委員会』を立ち上げました。これは、従業員アンケートから提案されたもので、お客さま本位の業務運営方針の適切な実行、お客さまから声への真摯な対応を確保することを目的としたものであり、取締役会にて正式に承認されたものです。本委員会は、営業部門・間接部門に限らない様々な部門から、社員、派遣社員、パートタイマー社員が出席する委員会となっています。

●活動の主な内容は、以下のとおりです。

- **お客さま本位の業務運営方針の振り返り**
- お客さまの声（苦情、要望、相談、おほめ、感謝など）の共有と対応・結果・改善
- お客さまの声（アンケート）の収集方法の検討
- お客さまの声（アンケート結果）の共有と分析の実施
- **既契約者フォローの実施に関する整理、保全状況の共有**
- 保険会社、他社事例などの共有と当社業務の取組改善策　　**など**

●2020年度の委員会活動は以下のとおりに実施しました。

- 合計７回（7/15、8/4、9/30、10/28、12/21、1/29、2/24）

2 お客さまの声ニュース

私たちニッセンライフは、お客さまからいただく“さまざまな声”を、毎月、社内で『お客さまの声ニュース』として、配信しています。

●ニュースの主な内容は、以下のとおりです。

- 乗合各保険会社のお客さまの声や協会のお客さまの声を全従業員に共有し、その声は、何故、声として届いたのか（発信されたのか）、背景・原因などを当社としてはどう対応するか、などの事例の共有を配信
- お客さま本位の業務運営委員会の議論内容を共有のために定期的に配信

2　成果指標の公表

1 保有件数の推移

私たちは、お預かりしている契約件数が増加することは、お客さまがニッセンライフに満足して頂いていることを示す指標の一つと考えています。

【保有件数】

・2020年度（2月末時点）の保有件数　　103,594　件

・2019年度（2月末時点）の保有件数　　103,200　件

コロナ禍において、以上のように保有件数は前年比　100.4% 増となりました。

2 お客さまの声

私たちは、ニッセンライフに届くお客さまのさまざまな声（苦情、要望、相談、お褒め・感謝）が当社の業務を写しだす大きな鏡であって、業務改善への大きな糧であると考えています。

お客さまの声

お客さまの声は当社の経営会議で毎月報告を行い、改善、再発防止、検証を共有・確認しています。

気づきの声

私たちは、たくさんのお客さまからの声や日常の業務の中から、全従業員の気がついた内容を半期に一度、全社で共有しております。これは、お客さまの声に関連することやその声につながる業務に関し、全従業員が共有することによって、業務改善に役立てています。

【お客様の声　2020年度】

2020年度のお客さまの声は、以下のとおりです。
お客さま対応の声の件数は半分に減少しました。改善すべき事項も全社員で対応を行っています。現時点で解消していない不満足の声はありません。また、お褒めの声の件数が増えており全社員の支えとなっております。

	受付件数	改善件数
当社のお客さま対応関連	42(96)	28(57)
共同募集対応関連	12(15)	11(13)
保険会社関連	11(17)	7(4)
お褒めと感謝の声	66(49)	-
合　計	**140(177)**	-

注：( )内は昨年度

お客さまからいただきました『声』をはじめとする様々な『声』の一部を紹介させていただきます。

【お客さまの声から改善対応した具体的事例】

乗合代理店として、各システムによるタイムラグや帳票類管理の事務チェックにより起因してしまう案件があり、おひとりのお客さまにも迷惑をおかけしないような事務体制の構築を求める声をいただきました。今後もお客さまの声を活かしてまいります。

■クーリング・オフ後の当社からの案内レターについて

お客さまのお申出内容

保険に申込んだが、そのあとにクーリング・オフをした。その後に代理店から、加入申込の案内レターが届いている。どうして届くのか。

背景

当社は高齢者のお客さまの保険契約申込の成立後に、サンキューレターを送付している。本件は、クーリング・オフと保険会社成立データのタイムラグに起因するものであった。

改善対応

保険会社からのデータ受領タイミングは変更できないため、今後は、発送時に保険会社システムで確認・チェックを行うなど検討中で早期対応を行います。

■メールマガジン配信停止手続きについて

お客さまのお申出内容

メールマガジンの配信停止処理を行ったが、その後も引き続きメールマガジンが配信されてくる。

背景

社内の配信停止処理が完了していたが数日間のタイムラグが発生し配信されてしまった。

改善対応

メールマガジン配信の停止処理は数日間の処理を要し、タイムラグが発生する。この背景からメールマガジンが届いてしまうことがあることを説明します。

■返信用封筒の期限切れについて（後納型）

お客さまのお申出内容

保険会社へ送付するために、郵便局に行き、送付されてきていた返信用封筒を使用しようとしたところ、使用期限切れとなっているために使うことはできないと言われた。期限切れ封筒を使用させるというのか。結局、自分が切手代を支払って送付した。

背景

当社は、保険会社によって定期的に返信用封筒（後納型）を依頼しておらず、そのため、期限切れ返信用封筒には、切手を貼って利用している。本件のお客さまにはチェックが行き届かず、迷惑をおかけすることとなってしまった。

改善対応

封筒などの資料管理の体制見直しを行い、社内台帳を作成・管理し、有効期限項目を設けチェックをする運用に変更としました。

［保険会社に関連する、お客さまの声］（一部を紹介させていただきます）

乗合代理店として、お客さまからの声を保険会社に伝えることは重要な役割であり責務です。
私たちは、お客さまがより良いサービスを受けられるよういただいたこれらの声を社内においても共有し、都度、保険会社に報告しています。

■商品案内DMの不要、停止依頼について

お客さまのお申出内容

保険会社から、加入できないがん保険のDMが届いている。がんを患った経験があり、申込はできない。がん保険を案内するDMを今後止めてほしい。

背景と対応

保険会社からは新商品などの案内をお客さま宛に郵送する。本件のお客さまの声を保険会社に伝え、同様の案内の停止処理を依頼するとともに、社内においても同様にDM停止の手続・処理を行いました。

■保険金・給付金支払について

お客さまのお申出内容

先般、入院し手術した。保険金・給付金請求書類を保険会社に送付したが、手術給付金の支払がいまだにない、どういうことか。

背景と対応

お客さまから保険会社に郵送した保険金・給付金請求書類は「入院状況報告書」と「領収証」であり、「診断書」が郵送されておらず、不備のため手術給付金支払いに至っていませんでした。
お客さまには、診断書取得を説明し了承を得ています。

VV

■保険金支払について

お客さまのお申出内容

保険会社に保険金を請求中だが、支払わない前提で話をされて不快である。請求できない理由を聞いても社内ルールとしか答えない。支払われないルールならそれはそれでいいので、書類などで根拠を示して説明して欲しかった。安かろう悪かろうでは困る。
代理店の責任ではないが、次回は更新しないだろう。

背景と対応

当社から既契約者へのアフターフォローで連絡した際のお客さまからの申出です。
保険会社には、お客さまの声を報告しております。

[お褒めと感謝の声]（一部を紹介させていただきます）

お褒めの声もまた全社で共有させていただいています。ひとつひとつの声が私たちには大きな励みとなっています。
お客さまがさらに満足していただけるよう引き続き業務を行ってまいります。

■既契約者さまよりお問い合わせ【感謝のメール】

お客さまの声

新規火災保険の見積り、検討用に戴き大変感謝致しております。内容を検討後、改めて連絡したいと思います。

背景など

以前当社から火災保険の申込をいただいたお客さまより住居用途での見積り依頼があり、お客さまの意向に沿った見積案内したことへのお礼となっています。

■お客さまからの保険相談【感謝のことば】

お客さまの声

担当者の方に医療保険の案内をしてもらったおかげで非常に助かったが、今回は保険に入れないことになった。申し訳ないと伝えてほしい。
また、損保担当者に連携してもらった火災保険の方は無事に申込もできた。

背景など

当初医療保険の検討のため、当社にお問い合わせいただきましたが、残念ながら現状条件に合う保険がありませんでした。火災保険についても検討していたため、担当部署へ連携したところ、火災保険については、条件に合う保険がありお申込みできたことに対しての感謝です。

■コールセンター担当者対応のお客さま【感謝のお手紙】

お客さまの声

いろいろとありがとうございました。お時間をとった上に、わかりやすい説明をいただき感謝しております。本当にありがとうございました。

背景など

当社コールセンター担当者がお客さまの窓口となり、対応しました。
お手紙にて感謝のことばが綴られていました。

■共同募集における募集人対応【お褒めのメール】

お客さまの声

出産を機にライフプラン、保険の見直しのため相談しました。お金についての相談は初めてでしたが、とても丁寧に対応・説明していただけました。事例を交えて具体的に説明してもらえたので理解しやすかったです。意外な成果としては、今まで夫婦でお金について話合う機会があまりなかったのですが、担当者がフレンドリーな雰囲気だったので夫婦間でお金について話をする抵抗も和らぎました。今後も何かあれば相談したいと思います。

背景など

当社のFPナビ(web)利用者から担当募集人に対するお褒めのメールです。

[気づきの声]（一部を紹介させていただきます）

従業員からの、すべての気づきの声は、それら内容に対応する各部門の責任者が内容を確認し、対応策を検討していきます。お客さまに直接つながることに限らず、間接的につながる気づきの声も確認をしています。

■引っ越しによる住所変更、ライフステージの変化について

営業担当者の気づきの声

2年前に訪問、申込いただいたお客様です。
今回、ライフステージの変化により保険も追加・見直しとなりました。まだ2年しか経過していませんが、お客さまの環境も大きく変化し、保険の見直しが必要になることや意向の変化にあらためて気がつきました。
ライフステージの変化によって、保険見直しや保全に関する対応の時期となります。アフターフォローによって、その変化を担当者へご連絡いただけるようにしておくことがとても重要です。

背景・対応など

営業担当者からの気づきの声です。
お客さまへのアフターフォローの大切さをあらためて共有する案件の報告で、全員に共有しています。

■保険をお申込みいただいたお客さまが、当社の真のお客さまになっていただくにはどうしたらよいか

コールセンター担当者の気づきの声

保険の申込をいただき、加入後のアフターフォローが徹底されていないようだ。加入後、お客さまにとって保険会社の名前の印象は強いが、代理店である当社の名前は保険会社の印象と比較すると少し弱いのではないか。
➡当社のアピールを図る。
➡お申込みのお客さまに会社全体でアフターフォローを行う。

背景・対応など

コールセンター担当者からの気づきの声です。
アフターフォローの重要性の声は、これ以外にも寄せられ、当社全体でプロジェクトを立ち上げることとなり、アフターフォローのスキームを構築することとなりました。

[アンケートによるお客さまからの声] （一部を紹介させていただきます）

さまざまなお声をいただいており、私たちの業務に活かしてまいります。

当社のWEBなど資料請求者、FPナビ利用者アンケートからのお客様の声

- 担当者はスキルも高く、説明も丁寧で的確でした。
  今後も引き続き相談させていただきたいです。

- 保険会社の営業担当が説明してくれなかったことまで、しっかり、分かりやすく説明して貰えた。こちらで相談しなかったら変な保険に加入していたとこだったと思う。リスク分散方法や、なぜリスク分散になるのか、など非常に分かりやすかった。

- 大変満足しております。とても親身にご対応下さり、要望の保険についても無事に契約することもできました。また資産運用についても、相談を聞いていただき不安が解消されました。今後ともなにか分からない事があれば、すぐに相談させていただこうかと思います。ライフプランは人生の岐路かと思いますので、長くお付き合いいただければ大変嬉しい限りです。

- ライフプランについて相談させていただきました。担当者様より、具体的なシミュレーション結果を頂けました。更に、不明点に丁寧に回答いただき、また保険のご提案もいただいいています。
  また、WEB面談のサービスについて、Zoomでの面談はお互いの顔を見ながらすすめることができてやり易かったです。

- 相談した保険だけではなく、既加入の個人年金保険の受取りなどについて助言をいただきました。
  また、保険は今より安く内容を充実させることができました。

3 業務品質向上のための研修と態勢整備

私たちは、業務品質向上の研修と態勢整備が、お客さま本位の業務運営を遵守するためのガバナンス態勢の向上をあらわすものであると考えています。

●私たちの業務品質向上の研修

- 業務品質向上とコンプライアンス醸成のために、私たちは独自のコンプライアンスマニュアルを作成し、使用しています。このマニュアルでは、法令や社会的規範、社内規程等を踏まえて、全ての役職員が守るべき基本原則について定めており、社内コンプライアンス研修の基本書となっています。

・ 私たちは、お客さまに最適な保険商品の提供を行うこと、またお客さまから選ばれる代理店となるために、毎年コンプライアンス・プログラムを策定しコンプライアンス研修の実施や業務監査、外部専門家による監査を実施しています。

実施項目	実施頻度
『コンプライアンスニュース』による研修	年１２回（毎月実施）
『コンプライアンス　集合研修』	年２回（半期1回実施）
『個人情報関連　研修』	年２回（半期1回実施）
『個人情報保護ニュース』による研修	年６回（隔月１回実施）
『自己点検』	年１２回（毎月実施）
『業務監査』	年２回（半期1回実施）
『外部監査』（顧問弁護士により実施）	年１回（年１回実施）

以　上