

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。

以下内容は、2022年度の主な取組状況及び成果指標の公表となります。

1.お客さま本位の業務運営方針の啓発、浸透、定着への取組状況

[取組状況 1] 「お客さま本位」の業務運営方針の取組と実践

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。

2022年度の保有件数は、全体で104,484件であり、前年（104,450件）とほぼ同じ件数となりました。生命保険契約は増加、損害保険契約は減少、少額短期保険契約も減少となり、これらの合計契約件数は前年比微増という結果となりました。

私たちは、前年以上にお客さまへの情報提供の実施を行い、お客さまとの面談は、WEB面談の方法によって、本社がある関西地区に限らず全国のお客さまとつながることができるように、業務品質向上に取組ながら、お客さまとつながりを深めていこうと思っております。

※『保有件数の推移』については、『成果指標の公表 1』にて記載しております。

私たちは、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、正社員、契約社員、パートタイマー社員、派遣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の業務の取組改善策

など

● 2022年度の委員会活動は以下のとおりに実施しました。

合計 8回 開催

2022年：3/30,4/28,5/26,9/7,10/12,11/15,12/14

2023年：1/18

尚、主な内容は以下のとおりです

- ・お客さまの声（おほめ、感謝、苦情、要望など）の共有
- ・苦情等の検証
- ・高齢者対応に関する件
- ・「お客さま本位の業務運営方針」の見直しと確認、KPIについて
- ・お客さまアンケートに関する実施内容と課題
- ・気づきの声の共有
- ・生保協会 業務品質評価に関する件

〔取組状況2〕 「お客さま本位」の追求とお客さまの声を企業文化に反映

私たちは、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、全従業員に共有しています。

● ニュースの主な内容は、以下のとおりです。

- ・お客さまの声（おほめ、感謝、苦情、要望ほか）
- ・乗合各保険会社のお客さまの声や生損保協会のお客さまの声の内容を全従業員に共有し、その声は、何故、声として届いたのか、背景・原因などを当社としてはどう対応するか、など、事例の共有を発信
- ・お客さま本位の業務運営委員会の議論内容など、定期的に検討内容等の報告

※お客さまの声に関する成果指標は、「成果指標の公表」項目で記載しています。

〔取組状況3〕 「お客さま本位」の利益相反の適切な管理

私たちは、お客様の利益の保護に万全を尽くすため、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反の可能性のある取引）を適切に把握・管理するための体制として、お客さまとの募集プロセスを基幹システムに記録、また、通販募集においては音声ログの記録を行うことによって、営業部門とは別の管理部門がモニタリングを行い、募集経緯が適切であったかどうかモニタリングし、加えて営業社員がお客様にどのようなご説明をし、保険商品のご加入に至ったか、さらにその経緯が適切であったかについて確認し、その結果を募集人に毎月、フィードバックしております。加えて、早期で契約が消滅してしまった契約についても、その内容を確認しております。これらのモニタリング結果を通じて、「お客様のご意向に対応した商品のご提案」を適切に実施すべく指導するとともに、利益相反の適切な管理に努めてまいります。

私たちは、募集人への評価基準として手数料額は用いておらず、会社方針に則った推奨商品による募集を行っており、推奨商品は半年に1度、商品選定委員会によって選定を行っております。

〔取組状況4,5〕 「お客さま本位」のわかりやすい情報提供とお客さま本位の一人ひとりにふさわしいサポート態勢

私たちは、わかりやすい情報提供を行うため、お客さまのニーズに沿った商品提供を行えるように、非対面（通販募集）でも対面募集でもさらにオンラインにおいても、お客さまの要望にお応えできるように、HP等でもこれら案内を掲示しております。また、私たちは、お客さまに情報を提供する際、お客さまの置かれた状況や理解度に応じて最適な情報を提供するために、四半期に一度、『ロープレ研修』を行い、管理職を含めて、お客さま対応の確認を行っています。

私たちは、特定保険契約をお客さまに案内する場合、『お客さま本位の業務運営方針』に則り、リスク・リターンの関係性を含めわかりやすく説明し、お客さまが負担すべき手数料などの保険契約において費用が生じる場合は、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかをわかりやすく丁寧に情報提供を行い、さらに昨年から、当社独自の『特定保険契約 申込確認チェックシート』を用いてお客さまの金融知識や取引経験を考慮の上、案内を行っております。

私たちは、高齢者のお客さまには、契約し成立後にサンキューレターを送付しています。2022年度は月10契約ほどのお客さまにサンキューレターを送付し、不明な点がある場合に対応できる機会を設けています。

【取組状況6】「お客さま本位」の適切なガバナンス態勢と人材教育

私たちは、特定保険契約を含む保険商品販売後に、長期的な視点でお客さまへのアフターフォローのために、既契約者であるお客さま（既契約者、高齢者のお客さま、特定保険契約のお客さまの合計約16,000人）に、アフターフォローを行っております。

私たちは、お客さまに重要な情報をわかりやすくお伝えするために、毎月、『コンプライアンス・ニュース』による研修を実施しており、また、お客さまにふさわしいサポート態勢を確認するために、毎月各部門による『自己点検』を実施しております。

※『コンプライアンス・ニュース』・『自己点検』に関する成果指標は、「成果指標の公表3」項目で記載しています。

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、お褒め・感謝、要望、相談）が当社の業務を写し出す大きな鏡であって、業務改善への大きな礎であると考えています。これは、「お客さまの最善の利益の追求」、「手数料の明確化」、「重要な情報のわかりやすい提供」、そして「お客さまにふさわしいサービスの提供」に取組むにあたって、お客さまからの声が最も重要であるからです。

【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。

※『お客さまの声』に関する成果指標は、「成果指標の公表2」で記載しています。

【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、全従業員がお客さま対応関連で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業務対応やこれらの声につながる業務対応を全従業員が共有することによって、業務の改善に役立てています。以下に、お客さまからいただきました『声』をはじめとするさまざまな『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】

当社には、乗合代理店として各保険会社・各保険種類の取扱に関連することなどのお客さまの声が届いています。お客さまからいただきました『声』をはじめとするさまざまな『声』の一部を紹介させていただきます。

私たちは、契約者等へのこまやかな配慮がさらに必要であることの認識を踏まえ、さらなる改善を行い、今後もお客さまの声を業務対応等に活かしてまいります。

1 マネーセミナー会場までの案内がわかりにくく、不満の申出

お客さまのお申出内容

「セミナー会場に行くため、メール記載の会場までの案内がわかりづらく、建物内で迷ってしまった。その結果、セミナー開始時間に間に合わなかった。」

「会場までの行き方を確認するため、また、開始時間に遅れることを伝えようとして、セミナー受付の電話番号に電話したが、運営時間外であった。電話がつながるようにすべきだ。」

原因

メール送付の担当者と当日の運営担当者の連携がうまくいかず、当日の電話番号も運営時間外となってしまった。

改善対応

①当日のセミナー担当者にもメール記載内容が分かるように、メールの内容を連携することを徹底する。また、会場までの案内が分かりづらい場合は、再度文面を修正するなどの対応を行うことを徹底する。

②メールに記載の電話番号をニssenライフコンタクトセンターの0窓口に変更し、運営時間外でも対応できるようにする。さらに、セミナー開催日に、コンタクトセンターへ会場確認の連絡が入った際は、当日の担当者に連携後、担当者がお客さまへ連絡し会場までの案内を行うこととすることに変更した。

2 当社担当者の説明不足（電話対応）

お客さまのお申出内容

「A保険会社の商品への加入検討をしていたため、ニssenライフに電話で問い合わせをしたところ、商品の取扱がないと言われ、保険会社の電話番号を教えてもらったが、その電話番号は申込に関する不備対応の窓口だった。どうなっているのか。」

原因

当社は、通販による募集も、対面での募集も行っているため、通販商品の取扱と対面での商品の取扱についての認識が誤ったためであり、お客さまが問合せ商品は対面での申込可能な商品であった。

さらに、担当者がA保険会社の受付先電話番号を誤って教えてしまったことが原因であった。

改善対応

保険会社への直接相談用の窓口電話番号表を社内で再度整理し、明確にわかるように変更した。

・通販商品からの問い合わせのお客さまが、対面扱の商品を希望する場合、仮に対面を希望されない場合もWEBによる面談の提案を行うことを徹底した。

- ・また、通販商品による申込か、対面扱での申込手続きにするのか迷われている場合で、その内容の判断がすぐにできない場合は、管理者もしくは対面担当者に相談し、連携することを徹底した。
- ・上記内容を朝礼で事例をあげて共有し、徹底した。

[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)

当社は、お客さまからのさまざまな声を各保険会社に伝えることは重要な役割であり、責務と考えています。

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、また、都度、各保険会社に報告しています。

1 給付金請求書類に関する件

お客さまのお申出内容

「X保険会社に、以前手術の給付請求をした際、保険会社所定様式で医師の診断書が必要となり、診断書費用が1万円ほどかかった。共済では必要なかったため、時代に逆行していると感じた。郵送手続きでも領収書等で対応できるようにはないか？顧客の意見として、X保険会社に伝えておいてほしい。」

背景と対応

当社から、X保険会社にお客さまの声を連携しています。

2 給付金請求書類に関する件

お客さまのお申出内容

他の保険会社は1週間以内で入金されたが、Y保険会社は入金されていない。
処理状況を確認しようとY保険会社に連絡してみたが一向に電話がつかないため、ニッセンライフに連絡した。」コロナの影響で電話がつながりにくく、処理も遅延している可能性はお伝え済。

背景と対応

コロナの影響で電話がつながりにくく、処理も遅延している可能性はお伝え済。また、当社からY保険会社に連携を行った。その後、お客さまからは、Y保険会社から連絡が入り、進捗がわかった旨の連絡があった。

3 給付金請求書類に関する件

お客さまのお申出内容

給付金請求書類が届かない。

カスタマーサービスセンターに電話がつながるまでに長く待たされた。

背景と対応

当社から、Z保険会社に連携。保険会社オペレーターの説明不足が原因。

[おほめ・感謝の声の事例]（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。

1 感謝のお手紙

お客さまのお申出内容

「いつもお世話になっております。

このたびは、手続き等で色々とお手数をおかけ致しまして申し訳ございませんでした。

今後、貴社様の益々のご発展をほお祈りつつ、今までお世話になりましたお礼をこの場をおかりして申し上げます。ありがとうございました。」

背景など

自動車保険の既契約者のお客さまから自動車を廃車とし、今まで継続してきた自動車保険を解約することになった際の、担当者へのお手紙をいただきました。

2 感謝のお手紙

お客さまのお申出内容

「いつもていねいなお電話ありがとうございます。

今回は、ご指導の通りになっているつもりですが、不備がありましたらまたご連絡下さい。

面倒というよりも面倒くさいということもあり、担当の方の熱意が感じとられ、対応していきます。」

背景など

通販募集での申込書類等の不備のやり取りの中でのお手紙をいただきました。

3 感謝のお手紙

お客さまのお申出内容

「約束の日時を失念しており、失礼しました。また、今回ハウスメーカー関連での手続きとなりそうで、せっかく提案していただいた内容に加入することができません。準備に時間を割いていただき、ありがとうございました。」

背景など

当社の担当者が、提案を続けていましたが、お客さまがご自宅建替えを踏まえ、ハウスメーカー関連で保険の手続きを行うこととなったため、当社担当者の提案内容へのお礼を含めたお手紙をいただきました。

4 感謝のことば(お電話にて)

お客さまのお申出内容

「（給付金請求漏れに気がつき）明日にでも電話してみます。お電話をいただいて、よかったです。」

背景など

当社の担当者が、既契約者へのアフターフォローで連絡し、保障内容について説明したところ、給付請求漏れが発覚。給付請求について案内し、コロナの影響でコールセンターが混みあっていることなどもお客様目線に立って丁寧にお伝えしたところ、お客さまから感謝のお声を頂きました。

5 お礼のことば（お電話にて）

お客さまのお申出内容

お客さまから「昨年出産後に、たまたまニッセンライフから電話を頂いて、各種手続きのことなど案内いただいた。あの時のお礼をいいたい。」と電話があった。

背景など

お客さまは既契約者であり、既契約のフォローのために、昨年お電話をした経緯があった。今回はお客さまから住所変更等の手続きの問い合わせがあった際、今年の電話でのお礼をいただきました。

【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。

1 特定保険契約の既契約者への訪問にて

営業担当者から

特定保険契約者へのアフターフォローとして、お客さまに、加入時の内容や為替の状況などを説明したところ、お客さまからは「契約当時は十分に理解していたが、あらためて説明を受けることで、忘れていた部分もあり、今後も定期的に案内をお願いします。」とのことばをいただき、アフターフォローの大切さを感じた。

背景・対応など

既契約者へのアフターフォローの重要性を実感させた内容であり、あらためてアフターフォローの大切さを、社内共有しました。

2 お客さまとの電話にて

コールセンター担当者から

あるお客さまから「他のみなさんが確認されているQ&Aの例があれば、それを参考にできる」とのおことばをいただき、当社としてまとめたQ&Aがあると、お客さまもわかりやすいと思いました。

背景・対応など

当社は乗合代理店であり、さまざまな保険会社商品を取り扱っていることもありますが、これまでお客さまからの問い合わせをまとめることで、お客さまによりわかりやすく方法の一つとしての検討材料となりました。

3 お客さまからの声から

損保扱が多い営業担当者から

自動車保険に加入のお客さまから「代理店としても、事故受付や保険金手続きに関する専用電話があると、なんでも話ができるので助かる」との声があります。これは、保険会社には事故対応用フリーダイヤルがあるとはいえ、代理店としても保険金請求手続きや異動処理等も、代理店としての役割ではないか、とのお客さまからの声です。

背景・対応など

お客さまは、夜事故を起こし、営業担当者に連絡を入れたところ連絡が取れず、保険会社に事故報告を行ったところ、事務的な対応もあり、扱代理店からのアドバイスを求めている背景がありました。当社担当者からは翌日、お客さまへの確認などを行い、保険会社に連携を行いました。

[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ます、私たちの業務に活かしてまいります。

お客さまの声 当社のWEBなど資料請求者、FPナビ利用者アンケートから

- 1 どのような保険が適しているのか、会社によって内容がどのように違うのか、臨機応変に対応していただきました。各種保険を取り扱う代理店ならではの豊かな知識をもとに、満足できる契約ができたと思っています。
- 2 予めこちらの希望に合致したプランをご用意くださり、図を使ってわかりやすく説明して下さいました。また、出かけなくて良かった上（WEB面談）、急用で日時を変更しても対応して頂きました。その場でご用意頂いたとは違うタイプの保険をお聞きしても、短時間で、更に希望通りのプランを紹介して頂きました。
- 3 相談当日までのメールのやり取りもスムーズでした。当日もまず自分から説明し、話を聞いて頂いた上で様々なシュミレーションを説明して頂き、内容の説明も分かりやすく相談内容については概ね解決出来たので良かったです。改めてご相談を予定しております。
- 4 私たちの目線で色々な角度からアドバイスを頂きました。対応も丁寧で早く、ご自身の経験を話しながら、気さくに話せる雰囲気も良かったです。
- 5 難聴のため、筆談対応をお願いしたところ、詳細部分も親身になって筆談いただいたため、情報を漏らすことなく理解することができました。手厚いサポートをいただいたおかげで何とか完遂することができました。大変感謝しております。

〔取組状況 7〕 「お客さま本位」のための従業員に対する適切な動機付けの枠組み等

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、お褒め・感謝、要望、相談）が当社の業務を写し出す大きな鏡であって、業務改善への大きな礎であると考えています。これは、「お客さまの最善の利益の追求」、「手数料の明確化」、「重要な情報のわかりやすい提供」、そして「お客さまにふさわしいサービスの提供」に取組むにあたって、お客さまからの声が最も重要であるからです。

【従業員満足度を高める取組】

私たちは、従業員の満足度を高めることが、業務改善につながり、さらに結果としてお客さまの利益につながると考えており、そのために従業員アンケートの実施を行い、さらに2022年度はエンゲージメントに関する取組を行ったおります。

【私たちの業務品質向上の取組】

私たちは、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して活用しています。

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し、さらに顧問弁護士による外部監査を実施しています。

※『業務品質向上のための研修と態勢整備』に関する成果指標は、「成果指標の公表3」項目で記載しています。

〔取組状況の補足事項〕

当社は乗合代理店であり、取り扱う商品は、各生命保険会社、各損害保険会社および各少額短期保険会社から販売されている商品となります。

従って、以下の取組状況はございません。

＊私たちは、お客さまのご意向に沿った商品を、当社が取り扱う商品の中から提案させていただくため、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨を行うことはありません。

＊私たちは、金融商品の組成に携わっておりません。

2.成果指標の公表

成果指標 1：『保有件数の推移』

●【保有件数】（年度末である2月末時点）

- ・ 2022年度 保有件数 104,484 件
- ・ 2021年度 保有件数 104,450 件

以上のように、当社全体の保有件数は前年とほぼ同じ件数となりました。

●【各内訳】（年度末である2月末時点）

- ・ 生命保険契約 82,689件（前年比 +821件 101%）
- ・ 損害保険契約 21,087件（前年比 -707件 97%）
- ・ 少額短期保険契約 708件（前年比 -80件 90%）

成果指標 2：『お客さまの声』

2022年度のお客さまの声は、以下のとおりです。

お客さまから寄せられた声を真摯に受けとめ、社内で共有しております。また、改善すべき事項も全社員で対応を行っています。

尚、現時点で解消していない不満足の声はありません。

また、お褒めや感謝といったお客さまの声は、全社員の支えとなっております。

お客さまの声	受付件数	改善件数
当社のお客さま対応関連	68(52)	39(37)
共同募集対応関連	18(17)	18(16)
保険会社関連	18(17)	5(8)
お褒めと感謝の声	52(61)	-
合 計	156 (147)	-

注：（ ）内は昨年度

成果指標 3：『業務品質向上のための研修と態勢整備』

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