

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

2023年度の「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況と成果指標を報告いたします。

取組方針1 本方針の取組と実践

私たちは、本方針を従業員一人ひとりに浸透させるため、事務所内に大きく掲げるとともに、社員 証とともに常に携帯しいつでも確認するよう指導しています。

私たちは、お客さま本位の業務運営方針を実践するため、2020年5月に「お客さま本位の業務運営委員会」を設立しました。これは、お客さまの声に真摯に対応するべきであるという従業員アンケートから提案されたもので、取締役会の承認を経て設立されました。本委員会は、営業部門・間接部門全ての部門から選抜された従業員を委員として構成されており、原則四半期ごとに開催しています。

2023年度は、委員会を設立した原点についてあらためて確認したうえで、お客さまの声(苦情、要望、お褒め、感謝など)と同時に、お客さまとのあらゆる接点において対応する従業員が感じ取った「気づきの声」を共有検証したうえで、業務改善につながる施策や課題について話し合いました。委員会で話し合った内容は、研修やコンプライアンスニュース配信等に反映し、従業員へ共有をしました。

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。2023年度の保有契約件数は、全体で104,229件であり、前年(105,500件)より減少という結果となりました。事実を受け止め、ご満足をいただけるよう、業務品質向上に努めてまいります。※「保有契約件数の推移」については、「2023年度成果指標1」に記載しております。

私たちは、お客さま本位の業務運営方針に基づく業務品質向上を組織的取組みとして実践する意思表示として、生命保険協会が実施する生命保険乗合代理店業務品質評価の2023年度調査に調査申請し、認定代理店の認証を取得しました。今後も業務品質の向上に継続的に取組みに認定維持に努めてまいります。

取組方針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、お客さまの声(苦情、要望、お褒め、感謝など)を、お客さまとの接点となる、電話、メール、面談、お申し込み後のアンケートから収集し、お客さま本位の業務運営委員会で協議し、業務改善に活かすとともに、「お客さまの声ニュース」を配信し全従業員に共有しています。2023年度にいただいたお客さまの声と私たちの改善の取組の一例を以下に紹介します。

お客さまの声

Webサイトから資料請求した商品は対面専用商品(通販取扱い不可)でした。訪問での相談サービスを提案されましたが、通販で申込を検討していたので、最初からそのように案内されていれば、資料請求するつもりはありませんでした。

前回までの通話で「病名は特にお伝えするつもりはない」と伝えていましたが、今回の電話で「ちなみに病気って〇〇ではないですよね」と度々聞かれたのが辛かった。担当の方は、商品選定のための質問という目的とのことだが、今後同じ気持ちになる人がいてはいけないと思い、お伝えしました。

お客さまの声に対する取組み

私たちは、自社運営Webサイトで、お客さまのご要望に合わせ、通販と対面販売のいずれも対応しております。資料送付時はパンフレットに対面専用である旨記載したフライヤーを同封しておりましたが、いただいたご意見を踏まえ、通販で取扱ができない商品については、Webサイト上でその旨の注意喚起の文言を追加しました。

私たちは、保険商品を取扱するうえで、お客さまの健康状態について確認させていただく場合がありますが、お客さまがおかれた状況やお気持ちはそれぞれ異なります。本件は、お客さま本位の業務運営委員会で議題として取り上げ、プロの保険募集人として、お客さまの気持ちに寄りそったお客さま対応について話し合い、全従業員に共有しました。

取組方針3 「お客さま本位」の利益相反の適切な管理

私たちは、お客さまの利益の保護に万全を尽くすため、お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引を適切に把握・管理する体制として、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っています。募集プロセスの記録は、営業部門とは別の管理部門がモニタリングを行い、お客さまの当初意向把握から最終意向確認までの募集人の対応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、その募集状況をモニタリングしております。これらのモニタリングを通じて、業務品質の維持向上を目指すとともに、利益相反の適切な管理に努めています。

私たちは、募集人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保険会社または推奨商品による募集を行っており、推奨保険会社・商品は半年に1度、商品選定委員会において決定しております。

取組方針4 「お客さま本位」のわかりやすい情報提供

私たちは、お客さまの要望や立場に立って、お客さま一人ひとりに合わせた最適な商品をわかりやすく案内できるよう取り組んでいます。通販においてはお客さまとの日々のやり取りを踏まえて、随時トークスクリプトを改訂して、より分かりやすい説明となるよう努めています。

私たちが運営するWebサイト、Will Naviにおいては、取扱う保険商品について、わかりやすく情報 提供できるよう、商品分野ごとに区分・工夫して掲載しています。専門用語が多い保険の仕組みや 商品種別などについては、項目ごとに簡潔に説明するページを用意して、お客さまの理解の一助と なるよう努めています。またWill Naviからは、ご希望の商品の資料をご請求いただくことができま す。検討のために、複数の保険商品の資料をご請求いただくことが多いので、資料を郵送する際 は、商品種類ごとに資料をクリップで仕分けたり、保険会社ごとにクリアファイルに分封したりす るなどして、開封いただいた後、できるだけわかりやすい状態で送付するよう努めています。 特定保険契約の募集に際しては、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 にご負担いただく手数料や費用等が生じる場合は、当該手数料や費用等がどのようなサービスの対 価であるのかを、わかりやすく丁寧に情報提供を行います。これらは私たち独自の「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、案内を行っていま す。

取組方針5 「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、非対面(通販)募集、対面募集、オンライン募集の複数の販売チャネルを用意して、「お客さま本位」の実現を目指しています。そのひとつとして、ファイナンシャルプランナー(FP)への無料相談や保険相談のサービスを提供するFPナビをWebサイトにおいて運営しています。FPナビではお客さま一人ひとりのご要望に沿った相談を実現できるよう、独自の認定制度で選別したFPのプロフィールや専門性を開示してお選びただける仕組みや、平日・土日祝日を問わず10時から19時まで相談日時を選択いただき、面談場所もご自宅、Web面談を含むご指定の場所で面談させていただく体制を敷いております。面談後にはアンケートを実施し、お客さまの声を担当FPへフィードバックして、以降の活動に活かすとともに、FPナビの運営改善に役立てております。FPナビに寄せられたお客さまの声の一部を以下にご紹介します。

お客さまの声

お客さまの声に対する取組み

提示した内容の背景も汲み取ってくださり、 全般的な相談をさせていただくことができま した。提示内容は先々の段階へと精査しなが ら進めてくださる様は、安心感そのものでお 願いして良かったと思いました。本当に無料 なのかどうか、疑心暗鬼でいた私に対して安 心感を与えてくださいました。

いただいたお言葉は、担当FPへフィード バックするとともに、全従業員へ共有し更な る業務品質向上の糧とさせていただいており ます。

とても親切にアドバイスしていただきました。聞いてみたい内容をざっくり整理していったのですが、ひとつひとつ納得いくまでアドバイスしてくれました。こちらが言いたくないことはあえて聞かず、こちらの求めているだけの回答をしてくれました。老後が心配でしたが、とても前向きになれるように相談にのってくださり、ありがたいです。

いただいたお言葉は、担当FPへフィード バックするとともに、全従業員へ共有し更な る業務品質向上の糧とさせていただいており ます。

お客さまの声

お客さまの声に対する取組み

- ・10時からのFP無料相談サービスに予約していいましたが、予約時間になっても担当FPの方は現れず、時間を間違えているのかと思い、この時間まで待ちましたが、結局現れることはありませんでした。
- ・11時に相談予定でしたが、担当FPの方は5 分遅刻して来ました。道に迷ったと言ってい ましたが迷うような場所ではなく不信に感じ ました。

左記はFPナビを通じて面談申込いただいたお客さまからの声です。たいへん残念ですが、このようなお叱りを複数件いただきました。お客さまとFPを繋ぐサービスとして、運営管理が不十分であったと反省しております。手配プロセスや仕組みの問題点と担当FPの意思レベルの不徹底が原因であり、プロセスの改善およびFPへの指導をいたしました。

取組方針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、お客さま本位の業務運営に資する人材を育成するため、コンプライアンスに関する情報ニュースの配信と確認テストを毎月実施しました。また年2回の集合研修で重点事項について掘り下げた研修を実施しました。※「業務品質向上のための研修と態勢整備」については、「2023年度成果指標3」に記載しております。私たちは、お客さま本位の業務運営の適切な実践を確保するため、毎月開催される経営会議において、取組状況について確認しています。

取組方針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、お客さまの声を業務改善に活かしておりますが、お客さまとのあらゆる接点において対応する従業員が感じ取ったことを「気づきの声」として収集しています。「気づきの声」は、従業員発の業務改善提案と位置づけ、お客さま本位の業務運営に従業員が主体的に取組む動機付けのひとつとしています。2023年度の気づきの声から一部を以下にご紹介します。

通販で申込意向を示されたお客さまへ電話で 重要事項の説明をしますが、状況によっては 1時間以上の時間を要します。長時間かけて 聞いていただくのは、お客さまにもご負担で はないかと感じることがあります。重要事項 を説明し理解いただくことは必要不可欠なこ とと理解していますが、もう少しお客さまに 寄り沿った方法に改善することはできないで しょうか。 保険会社に確認しましたが、通販で電話を通じて取扱う場合、現行のスクリプト通りに説明することが必須であるとの回答を得ました。したがいまして現時点では従来通りの対応を継続しますが、私たちは法令遵守とお客さま本位の観点の両面から可能性について継続的に考えてまいります。

顧客からWebにて資料請求等があった際に、電話番号の桁数が足りなかったり、メールアドレスに不備があったりすると、連絡手段が断たれてしまうので何らかの改善策が必要と考えます。また、メールアドレス不備の場合でも、SMS送信は可能な場合もあるため、SMSの文字数を増やしてはどうでしょうか。

電話番号の桁数不足によるエラー表示対応については2024年度に改修対応の予定とします。SMSは、これまで70文字でしたが、660文字まで送信可能としました。

私たちは、経営的な視点で従業員の健康促進・健康維持に対する取組みを継続しています。これは 従業員の満足度を高めれば、結果としてお客さまの利益に繋がり、お客さま本位の業務運営に繋が ると考えるからです。私たちはこの信念に基づき、経済産業省が選出する「健康経営優良法人」の 取組に参画し2024年3月11日、昨年に続き認定を取得しました。今後も、毎年の認定が受けられる よう、取組を継続してまいります。

取組状況の補足事項

私たちは乗合代理店であり、取扱う商品は、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。したがって、私たちは、お客さまのご意向に沿った商品を、当社が取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。また、私たちは、金融商品の組成に携わっておりません。

2023年度成果指標

指標1:保有契約件数の推移(年度末である2月末時点)

	2022年度	2023年度
保有契約件数	105,500件	104,229件
生命保険契約	83,295件	83,263件
損害保険契約	21,458件	20,193件
少額短期保険契約	747件	773件

指標2:お客さまの声

	2022年度	2023年度
苦情	104件	94件
お褒め・感謝	52件	36件
合計	156件	130件

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	毎月実施
『コンプライアンス 集合研修』	年2回(半期ごと)実施
『個人情報関連 研修』	年1回(9月実施)
『個人情報保護ニュース』による研修	四半期ごと実施
『自己点検』	毎月実施
『業務監査』	年2回(半期ごと)実施
『外部監査』(顧問弁護士により実施)	年1回(10月実施)