

# 「お客さま本位の業務運営方針」の 改定と取組み状況報告

(2017年4月～2018年3月)

2018年6月

セゾン自動車火災保険株式会社

# 目 次

「お客さま本位の業務運営方針」の改定 .....	p. 2
【NPS ®について】 .....	p. 3
「お客さま本位の業務運営方針」を踏まえた取組み状況 .....	p. 4
方針 1. お客さまに常に「心地よい」と感じていただける体験を提供します .....	p. 4
方針 2. 独創的で革新的な商品や付加価値の高いサービスを提供します .....	p. 6
方針 3. ご契約に際してお客さまにご納得いただける説明に努めます .....	p. 8
方針 4. 保険金お支払い業務の品質向上に努め、安心感のある事故対応を実践します .....	p.10
方針 5. お客さまの声を真摯に受け止め、経営に活かします .....	p.11
方針 6. 利益相反の適切な管理を行います .....	p.13
方針 7. お客さま本位の業務運営を定着させます .....	p.13
• 本報告は「消費者志向自主宣言」（2017年1月公表）および「お客さま本位の業務運営方針」（同年7月公表）の取組みの状況です。	

# 「お客さま本位の業務運営方針」の改定

## 方針の改定

当社は、お客さま本位の業務運営を当社ブランドメッセージに沿ってより一層推進していくために、「お客さま本位の業務運営方針」を2018年6月に改定いたしました。

改定後の「お客さま本位の業務運営方針」および主な取組みは、当社公式W e b サイトで公表しています。

<http://www.ins-saison.co.jp/company/fiduciaryduty.html>

なお、当社の「消費者志向自主宣言」を今回の改定で本方針に統合し、「お客さま本位の業務運営方針」としました。

## K P I ※ の設定

お客さま本位の業務運営の成果・定着度を定量的に確認・検証し、お客さまにわかりやすくお伝えするための評価指標（K P I ※）として、以下 4 項目を設定します。

お客さまから評価・支持いただくことによる、  
当社の事業上の成果を測る指標

① 保有契約件数（おとなの自動車保険）

② 継続率（おとなの自動車保険）

お客さまからの評価（推奨度）を  
測る指標

③ 継続 N P S

④ 事故対応 N P S

お客さま本位の業務運営の  
成果・定着度を  
評価するための指標  
（K P I ※）

※ K P I とは「Key Performance Indicator」の略で、企業目標の達成度を評価するための重要業績評価指標のことです。

## ブランドメッセージ

わたしたちは、お客さまにとって、  
**独創的で革新的な商品や、  
必要なときに必要な形で最適なサポートを、**  
お客さまとわたしたちが“直接”接することでご提供し、  
お客さま一人ひとりに**納得感**を持って選んでいただける、  
**オンリーワンの保険会社**をめざします。

そのために、わたしたちは、お客さまから次のように言っていただける、  
**公正・誠実を尽くす人財集団**になることをめざします。

自分のことを  
**一番良く分かっている保険会社**

自分のための最適商品を選ぶために  
**必要十分な相談に乗ってくれる保険会社**

自分のための**最適な事故対応サービス**を  
**提供してくれる保険会社**

## ブランドメッセージ ロゴマーク

ていねい ひつよう あんしん なっとく かんどろ  
**THANKS** セン

## 【NPSについて】

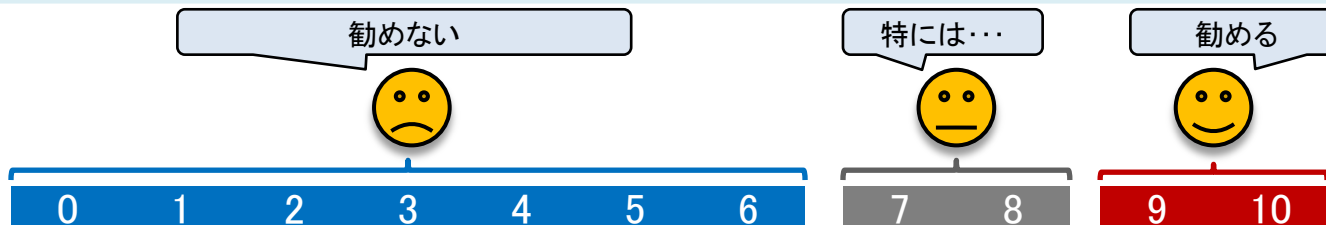
NPS（Net Promoter Score®）とは、顧客ロイヤルティ（企業に対する愛着や信頼度）を測るための指標であり、「当社をご家族やご友人にお勧め（推奨）する可能性はどのくらいありますか」との質問に回答いただき、計測します。

通常は、愛着や信頼がないかぎり推奨はしないため、高い評価を獲得するのは、顧客満足度を測るための一般的な質問である「満足しましたか」よりも困難とされています。

当社は、お客さまにご満足いただくことはもとより、さらに周囲の方に当社をおすすめいただける高いレベルのご評価をいただける体験をご提供できるよう、本方針に沿った取組みを進めてまいります。

《ご参考：NPSの算出方法》

質問：「当社をご家族やご友人にお勧めする可能性はどのくらいありますか？ 0点(勧めない)～10点(勧める)でお答えください。」



10-9は推奨する立場、8-7は推奨も批判もしない受動的な立場、6以下は批判的な立場に分類し、NPS指標は「推奨する立場」の方の割合と「批判的な（推奨しない）立場」の方の割合の差分である、以下の式で算出されます。

分類上、6以下を批判的な立場とするものであり、回答者のすべてが「勧めない」との意思表示をしているわけではなく、肯定的なコメントも見られます。

NPS指標は -100～+100の間で表示されます。

$$\text{NPS指標} = \text{「10点・9点の回答者の割合(\%)」} - \text{「6点～0点の回答者の割合(\%)」}$$

# 「お客さま本位の業務運営方針」を踏まえた取組み状況

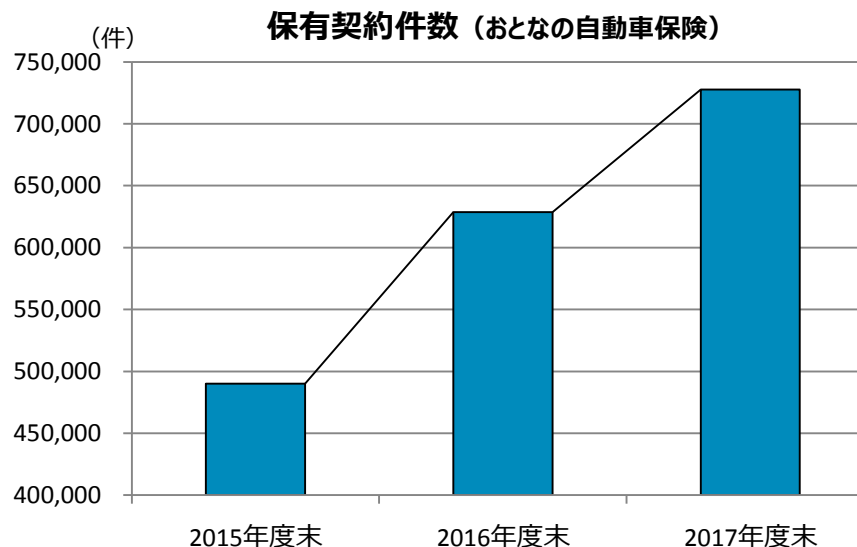
## 方針1. お客さまに常に「心地よい」と感じていただける体験を提供します

当社は、お客さまの変化を見つめ、お客さまの立場に立って考え続けることで、自らを絶えず進化させ、お客さまに「心地よい」と感じていただける体験を提供します。この取組みにより、「お客さまからの評価」をいただいた結果が、「事業上の成果」につながっていくものと考えています。

### 事業上の成果

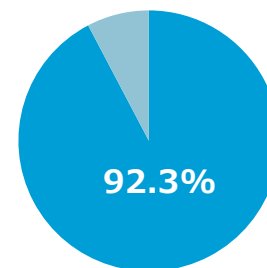
当社の目指す姿である「お客さまから選ばれる保険会社」がどの程度実現できているかを、量的にお示しする指標として、当社主力商品である「おとなの自動車保険」の「保有契約件数」および「継続率」を設定しています。

(1) 「おとなの自動車保険」の保有契約件数は、前年度末から99,139台（15.8%）増加し、2018年3月末で727,668台となりました。



(2) 「おとなの自動車保険」を満期までご契約いただいたお客さまのうち、92.3%のお客さまに、引き続き契約をご継続いただいています。（2017年度実績）

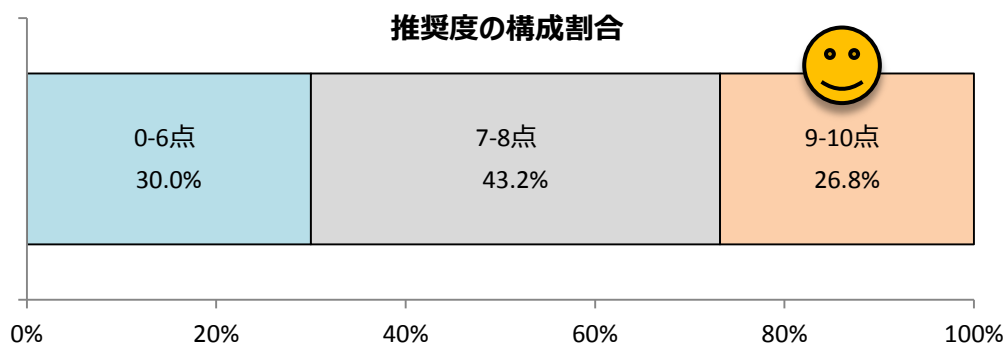
### ご継続いただいた割合（おとなの自動車保険）



## お客さまからの評価

「当社で契約をご継続されたご契約者からの評価（推奨度）」および「保険金を受け取られたご契約者からの評価（推奨度）」を、NPSにより数値化し、本方針に基づく取組みの成果・定着度を検証して、さらなる取組みにつなげてまいります。

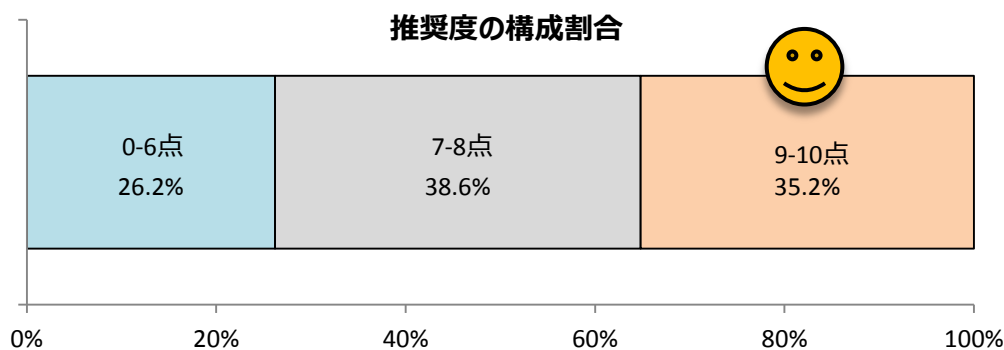
(1) 当社で契約をご継続されたご契約者からの評価（推奨度）は、▲3.2ポイントとなりました。



$$NPS = 26.8\% - 30.0\% = \blacktriangle 3.2\text{ポイント}$$

アンケート回答数：19,528件  
対象時期：2017年7月～2018年3月

(2) 保険金を受け取られたご契約者からの評価（推奨度）は、9.0ポイントとなりました。



$$NPS = 35.2\% - 26.2\% = 9.0\text{ポイント}$$

アンケート回答数：7,806件  
対象時期：2017年4月～2018年3月

当社は、引き続きお客さま体験価値向上をめざし、あらゆるお客さまとの接点において、品質・サービスの向上に努めてまいります。

## 方針2. 独創的で革新的な商品や付加価値の高いサービスを提供します

当社は、お客さまの声や市場調査の分析を通じて、多様化するお客さまニーズや社会・経済等の環境変化を的確にとらえ、お客さまを取り巻くリスクをカバーする最適な保険商品を提供します。

また、デジタル技術を活用して、お客さまの利便性の向上および安心・安全に役立つ付加価値の高いサービスを提供します。

### お客さまのニーズに 応えるために ①

安心・安全に役立つサービスとして、保険始期日が2017年7月1日以降の「おとなの自動車保険」ご契約から、ご希望者にIoTデバイス「つながるボタン」をお届けする取組みを開始しました。

2018年3月末までに、約33万件のお申し込みをいただいています。



### お客さまのニーズに 応えるために ②

2016年4月よりサービスを開始した「ALSOK事故現場安心サポート」について、ご利用いただいたお客さまのうち86%の方にご満足いただいています※。

※2017年4月から2018年3月に実施したアンケートで「とても満足」「満足」「まあ満足」とご回答いただいた方の割合



## お客さまのニーズに 応えるために ③

「おとなの自動車保険」では、補償や特約をお客さまに選んでいただける商品を実現しています。また、お客さまのお役に立てる特約をご提供しています。  
 なお、お客さまが必要な補償を選びやすくなるよう、Webサイトに保険料の内訳を表示したり、特約の加入割合を掲示しています。

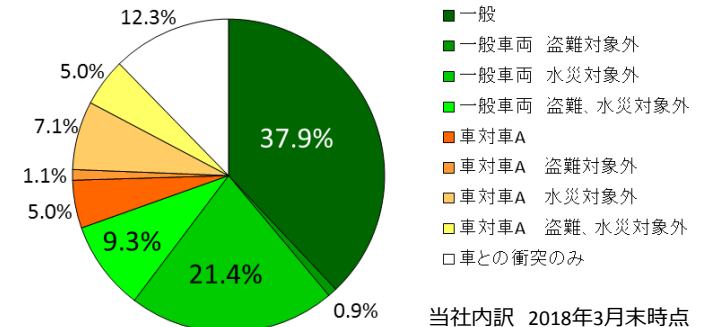
### ■ えらべる補償・特約の具体例

補償・特約	《ご参考》付帯率 (2018年3月末時点)
搭乗者傷害特約	67.0%
車両保険	70.8%
事故時代車費用特約	9.7%
車両身の回り品補償特約	9.4%
車両新価特約	8.2%
車両全損修理時特約	16.6%
対物全損時修理差額費用特約	43.5%
ロードアシスタンス特約	76.9%
弁護士費用特約	68.7%
自転車傷害特約	13.6%
個人賠償責任特約	32.0%
ファミリーバイク特約	6.8%

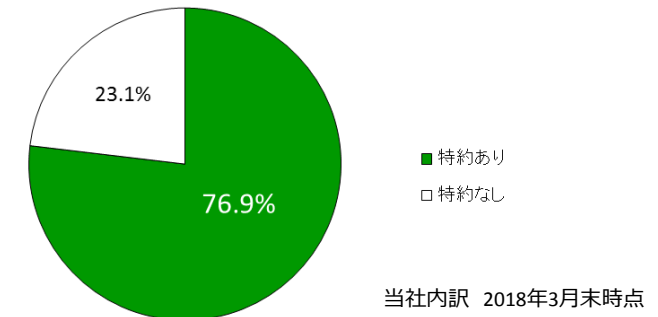
「おとなの自動車保険」の車両保険では、補償を細分化し、お客さまのニーズに合わせて必要な補償を選ぶことができます。Webサイトで保険料の変化を確認しながら、お客さまご自身で補償を選んでいただくことができます。

ロードアシスタンス特約を「えらべる補償」としているため、お客さまが会員制ロードサービスなどにご加入の場合に、ロードアシスタンス特約をセットしないことにより、保険料を節約できるなど、お客さまニーズにきめ細かく対応できます。

### 【車両保険のパターン別加入率】



### 【ロードアシスタンス特約の加入率】



### ■ お客さまのお役に立つために

相手自動車との衝突事故で、お客さまに全く過失がない「被害事故」にあわられてお客さまがお困りのときにも、安心して保険金をご請求いただくために、「おとなの自動車保険」の車両保険には車両無過失事故に関する特約※を自動的にセットしています。

※追突された場合など、お客さまに過失がなく、相手自動車等が確認された場合は、車両保険の保険金をお支払いした場合でも、当社とご契約いただく継続後契約の等級はダウンしません。このため、お客さまに安心して車両保険をご利用いただけます。なおこの特約は、次年度の契約を当社と締結いただく場合に有効となる特約です。



### 方針3. ご契約に際してお客さまにご納得いただける説明に努めます

当社は、商品内容やリスク内容等の重要な情報を、お客さまにご理解いただけるよう、Webサイト等を通じて「適切に」「わかりやすく」説明します。

また、お客さまに納得感を持ってご契約いただけるよう、お客さま一人ひとりと最適なタイミング、内容、手段でのコミュニケーションに努めます。

- お客さまからお寄せいただいたご意見をもとに、さらなるわかりやすさを目指して、Webサイトやサポートセンターの改善を行っています。

#### 改善事例① Web

〔ご意見〕 保険証券をPDFで見られるようにしてほしい。

⇒保険始期日が2017年7月1日以降のご契約から、すべてのお客さまに「デジタル」化による高品質なサービスのご提供と、お客さま利便性向上を目的として、マイページから確認・印刷いただけるPDF形式の「デジタル保険証券」を発行しています。

従来どおり、「紙の保険証券」の発行をご希望される場合は、追加保険料をお支払いいただくことで、デジタル保険証券に加えて「紙の保険証券」も発行いたします。



#### 改善事例② Web

〔ご意見〕 ダイレクト自動車保険になんとなく不安を感じる。

⇒「初めてダイレクト自動車保険にご加入される方」「初めて自動車保険にご加入される方」の疑問や不安にお答えする『自動車保険なるほど相談所』ページを、Webサイト内に新設しました。



### 改善事例③ サポートセンター

〔ご意見〕 継続手続きの仕方や、補償内容について問い合わせたい。

⇒「継続手続きが初めてなので不安だ」「補償内容が適切なのか問い合わせたい」との声が寄せられていました。そこで、初めて「おとなの自動車保険」の満期を迎えるお客さま専用の電話回線をご用意し、お客さまのご不明点を解消しています。回線を別にすることで、よりつながりやすいサポートをご提供することが可能となりました。

■ そのほか、お客さまとの関わりを大切にするために取り組んだ、主な内容・成果は以下のとおりです。

### サポートセンターの増設

お客さまからのお問い合わせにスムーズに対応できるよう、サポートセンターを増設しました。また人材育成においても、対応品質の向上に力を入れ、お客さまに寄り添った対応を心がけています。

### 外部評価における三ツ星獲得

HDI-Japan主催2017年度「Webサポート格付け（ウェブサイト）・問合せ窓口格付け（電話サポート）」【損害保険業界】において、「三ツ星」を獲得しました。

なお、「Webサポート格付け」は、5年連続の三ツ星獲得となります。



### 「補償解説メール」の配信

「おとなの自動車保険」のご契約者に、「補償解説メール」をお送りすることで、ご契約後も補償内容のご理解を深めていただけるよう努めています。

お客さまの  
声より

定期的なメールでの  
契約内容の情報提供  
はありがたい。

(60代男性)

毎月保険内容の説明  
メールが届き、分か  
りやすかった。  
(40代男性)

## 方針 4. 保険金お支払い業務の品質向上に努め、安心感のある事故対応を実践します

当社は、お客さまに最適な事故対応サービスを提供できる保険会社であるため、真にお客さまの視点に立った保険金のお支払いに努めます。また、保険金お支払い業務の適切性を維持・確保しながら、品質向上に向けた持続的な取り組みを行います。

### サービスセンターの増設

ご契約の増加に伴う事故件数の増加に備え、今期新たに損害サービスセンターを増設しました。

### マイページ「おとなの事故相談室」のご案内

お客さまとスムーズなやりとりができるよう、自動車事故発生のご報告をいただいたお客さまに、マイページ「おとなの事故相談室」をご案内しています。お客さまのご了解をいただいた上で、お客さまのマイページからいつでも事故対応の途中経過をご確認いただけるほか、ご相談の受付・回答など双方向のコミュニケーションが可能となります。

### 「ブランドメッセージ エバンジェリスト（伝道者）」認定

当社ブランドメッセージの行動基準である「一番良く分かっている」「必要十分な相談に乗ってくれる」「最適な事故対応サービスを提供してくれる」にふさわしい事故対応を浸透させるため、すべて満たした損害サービス部門の社員を『ブランドメッセージ エバンジェリスト(伝道者)』として認定し、保険金お支払い業務の対応品質向上に努めています。

2017年度は、209名の社員が認定されました。

### お客さまからの評価

当社の事故対応に、お客さまがご満足いただけたかどうかは、アンケート調査によって集計し把握しています。2017年度は8,376名のお客さまからご回答いただき、7,213名※（86.1%）のお客さまにご満足いただいています。

※2017年4月から2018年3月に実施したアンケートで、「とても満足」「満足」「まあ満足」とご回答いただいた方の人数

### おとなの事故相談室・マイページ

### 認定者に贈られるエバンジェリストピンバッジ



## 方針5. お客様の声を真摯に受け止め、経営に活かします

当社は、お客様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、お客様視点で自らの業務をとらえ続け、事業活動の品質向上に活かします。

### 「お客様の声」に基づく 業務改善の取組み

「お客様の声」を分析して、優先的に解決していくべき事案を選定し、関連部署で連携し、改善を図っています。また、一人のお客様の背後には、お申し出をされない複数のお客様がいらっしゃることを常に意識し、取組みを行っています。

#### ケース①

【お客様の声】

「つながるボタン」が有料なのか無料かわからず戸惑った。



「無料」であることを、わかりやすくWebサイトに表示するようにしました。

#### ケース②

【お客様の声】

デジタル保険証券を印刷したいが、やり方がよくわからない。



デジタル保険証券の確認方法を、サンプル画面とともにわかりやすく表示するようにしました。

#### ケース③

【お客様の声】

自動車保険の保険金を受け取る前に、ノンフリート等級が下がった満期案内が届いた。改めて事前に知らせてほしい。



次年度契約における等級ダウンを事前にご案内する、メールの配信を開始しました。  
事故受付後、ご相談のみや保険金請求を保留されているお客様に対し、満期案内をお送りする前にメールでお知らせします。

#### ケース④

【お客さまの声】

サポートセンターの営業時間内に電話がかけられないので、メールでの問い合わせに対応してほしい。



メールサポートセンター※を開設し、ご契約者からメールでのお問い合わせ、および当社からメールによる返信が可能となりました。

※「おとなの自動車保険」と「じぶんでえらべる火災保険」のマイページをお持ちのご契約者からの問い合わせを、「お問い合わせフォーム」を使って受け付けます。

#### お客さまからお寄せいただいた声の状況

2017年4月1日から2018年3月31日までの間に、お客さまからお寄せいただいた声のうち、当社で苦情に該当すると判断した件数は、前年度（4,836件）より1,183件減少し、3,653件となりました。また、発生率※は、0.23ポイント減少し0.45%となっています。

なお、当社ではお客さまからの苦情を「契約・募集行為に関するもの」、「契約の管理・保全・集金に関するもの」、「保険金に関するもの」、「その他」の4つに分類し、原因分析や対応策を検討する担当部署を明確化したうえで、業務改善を図っています。

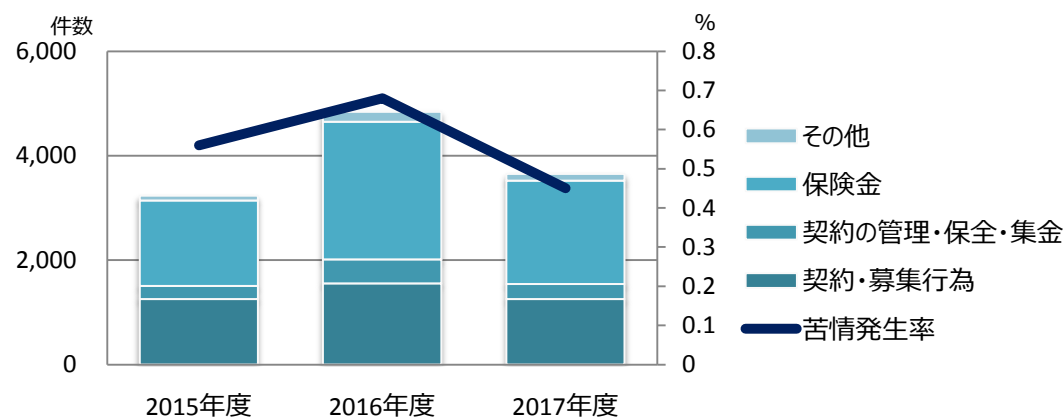
※発生率 = 苦情受付件数 ÷ 保有契約件数

苦情発生件数一覧表

単位:件数

項目	2015年度	2016年度	2017年度
契約・募集行為	1,255	1,554	1,253
契約の管理・保全・集金	249	459	292
保険金	1,637	2,637	1,974
その他	91	186	134
合計	3,232	4,836	3,653

苦情発生件数・発生率の推移





## 方針 6. 利益相反の適切な管理を行います

当社は、お客さまとの利益相反のおそれのある取引について、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切な管理を行います。

- 当社は利益相反取引管理について、適切に管理する態勢を構築するため基本方針を規定し、報告および措置に関する基本事項を定め、役職員に対して教育・研修を実施しています。また、利益相反管理の統括部署を設置し、定期的に管理状況を確認しています。

## 方針 7. お客さま本位の業務運営を定着させます

当社は、お客さまに対し公正・誠実を尽くす人財集団になることをめざすとともに、お客さま目線で自発的に行動できる社員を育成し、本方針の定着に向けて取り組みます。

- 2017年度は、新入社員や主要部門の推進担当者、管理職に対して顧客体験プログラム※を実施し、延べ164人が受講しました。

新入社員の段階で、お客さまを理解する姿勢を身に着けることを重視しています。

※保険料試算・申込手続き・サポートセンターへの問い合わせなど、社員がお客さまと同じ体験をすることで、課題を把握し、お客さま理解を深める体験ベースの研修プログラム

新入社員  
向け



管理職向け

