

「お客さま本位の業務運営方針」の 取組み報告

(2018年4月～2019年3月)

2019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. 7 |
| 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.10 |
| 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.12 |
| 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.13 |
| 方針 6. 利益相反の適切な管理を行います | p.15 |
| 方針 7. お客さま本位の業務運営を定着させます | p.15 |

- 本報告は「お客さま本位の業務運営方針」（2017年7月公表、2018年6月改定）の取組みの状況です。なお、「消費者志向自主宣言」は「お客さま本位の業務運営方針」に統合しております。

「お客さま本位の業務運営方針」の改定

| | |
|--------------|--|
| 方針の改定 | <p>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月に改定しました。</p> <p>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。</p> <p>https://www.ins-saison.co.jp/company/fiduciaryduty.html</p> <p>なお、当社の「消費者志向自主宣言」は、上記改定とあわせて「お客さま本位の業務運営方針」に統合しました。</p> |
|--------------|--|

| | | | | | |
|---|--|---|---|-------------------------|--------------------------|
| K P I ※ の設定 | <p>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 項目を設定しています。</p> <table border="1"><tr><td data-bbox="410 531 994 685">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</td><td data-bbox="994 531 1512 685">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）</td></tr><tr><td data-bbox="410 700 994 854">お客さまからの評価（推奨度）を 測る指標</td><td data-bbox="994 700 1512 854">③ 継続N P S ④ 事故対応N P S</td></tr></table> <p>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 ※）</p> <p>※ 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。</p> | 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 | | | | |

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・誠実を尽くす人材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

自分のための最適事故対応サービスを
提供してくれる保険会社



【NPSについて】

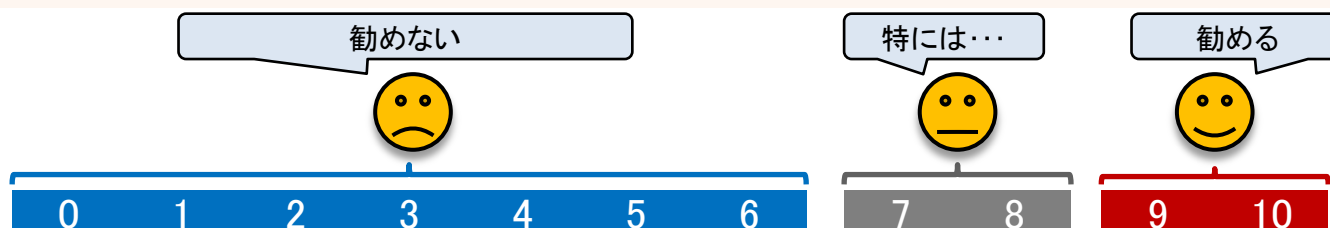
NPS（Net Promoter Score®）とは、顧客ロイヤルティ（企業に対する愛着や信頼度）を測るための指標であり、「当社をご家族やご友人にお勧め（推奨）する可能性はどのくらいありますか」との質問に回答いただき、計測します。

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

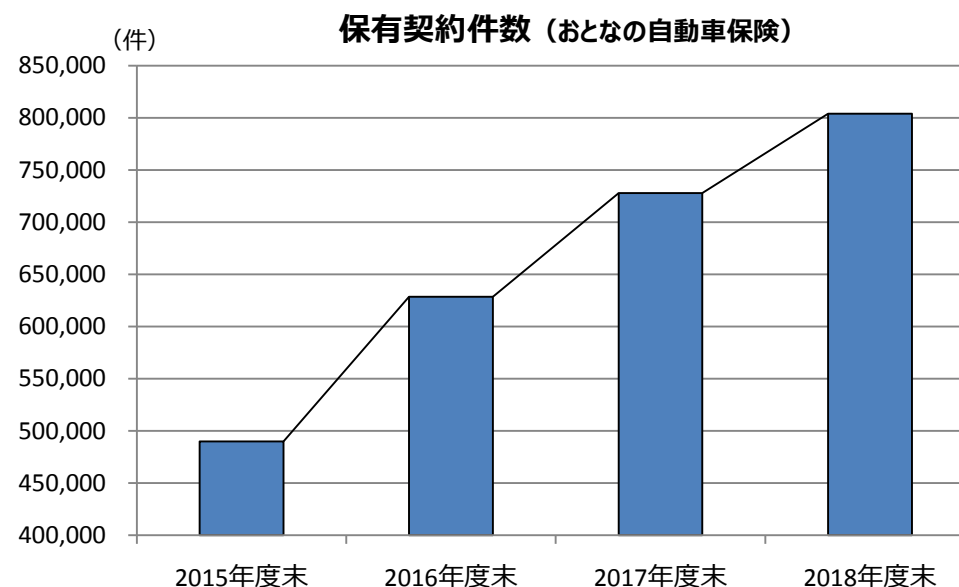
方針1. お客さまに常に「心地よい」と感じていただける体験を提供します

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

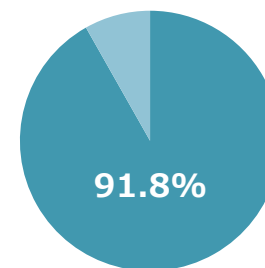
当社の目指す姿である「お客さまから選ばれる保険会社」がどの程度実現できているかを、量的にお示しする指標として、当社主力商品である「おとなの自動車保険」の「保有契約件数」および「継続率」を設定しています。

(1) 「おとなの自動車保険」の保有契約件数は、前年度末から76,064台（10.5%）増加し、2019年3月末で803,732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、91.8%のお客さまに、引き続き契約をご継続いただいています。（2018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

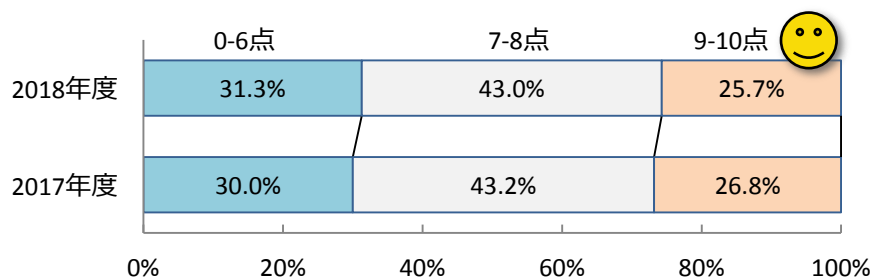
「当社で契約をご継続されたご契約者からの評価（推奨度）」および「保険金を受け取られたご契約者からの評価（推奨度）」を、NPSにより数値化し、本方針に基づく取組みの成果・定着度を検証して、さらなる取組みにつなげていきます。

お客さまからの評価（NPSによる数値化）

(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、▲5.6ポイントとなりました。（NPS = 25.7% - 31.3% = ▲5.6ポイント）

(2) 保険金を受け取られたご契約者からの評価（推奨度）は、22.0ポイントとなりました。（NPS = 42.5% - 20.5% = 22.0ポイント）

(1) 契約をご継続されたご契約者からの評価の内訳

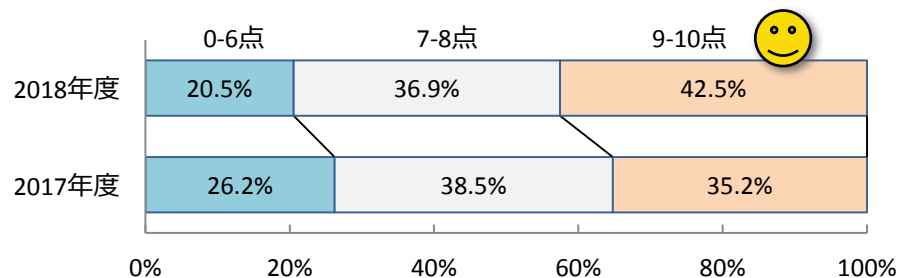


前回▲3.2ポイント ⇒ ▲5.6ポイント と 2.4ポイント ↓

期中に実施した商品改定に関するご説明、ご案内が、お客さまからご評価いただけなかった点もあり、ポイントが低下したと考えています。

今後、お客さまにご納得いただけるよう、必要な情報をより分かりやすくご提供する改善を続けていきます。

(2) 保険金を受け取られたご契約者からの評価の内訳



前回 9.0ポイント ⇒ 22.0ポイント と 13.0ポイント ↑

保険金お支払い業務では、さまざまな取組みにより態勢を整備してきた結果、ポイントが上昇したと考えています。

引き続き、事故にあわれたお客さまに安心をお届けするために、お客さまに寄り添った最適な事故対応を推進・徹底していきます。

2018年度も多くの外部機関から評価いただきました

■ NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

「NPSベンチマーク調査 自動車保険部門 2018」において、2年連続1位を獲得しました。
(調査期間2018年5月10日～5月14日)



■ HDI-Japan

2018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、「三つ星」を獲得しました。
なお、「Webサポート格付け」については6年連続、「問合せ窓口格付け」については2年連続の三つ星獲得となります。(調査期間2018年5月～6月)



■ 楽天インシュアランスプランニング株式会社

「2018年 人気商品ランキング 自動車保険部門」において1位を獲得しました。
2015年から4年連続で1位を獲得しています。
(調査期間2017年12月～2018年10月)

Rakuten 楽天の保険比較

人気商品
ランキング



■ 株式会社カカコム

「価格.com 自動車保険 満足度ランキング2019」において、総合満足度
第1位を獲得しました。(調査期間2018年11月7日～11月22日)

価格.com

価格.com 自動車保険
満足度ランキング
2019



そのほかの評価は以下のとおりです

■ サービス産業生産性協議会

「日本版顧客満足度調査（JCSI：Japanese Customer Satisfaction Index）」2018年度顧客満足度調査（損害保険部門）において、『おとなの自動車保険』が「顧客満足」「知覚価値」において1位を獲得しました。「知覚価値」は、2015年度から4年連続で1位を獲得しています。

■ 保険スクエアbang!

自動車保険満足度ランキング2018版が発表され、「総合満足度」「サービス満足度」において1位を獲得しました。

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

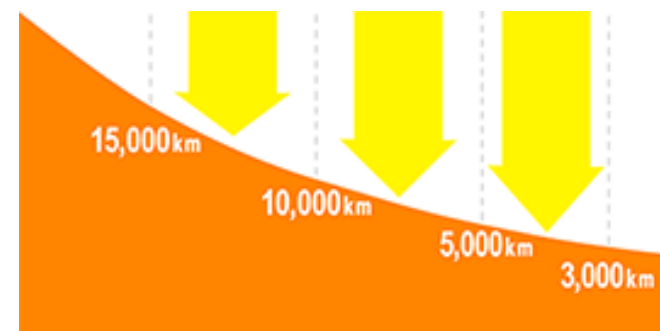
当社は、お客さまの声や市場調査の分析を通じて、多様化するお客さまニーズや社会・経済等の環境変化を的確にとらえ、お客さまを取り巻くリスクをカバーする最適な保険商品を提供します。

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

お客さまからの要望を受け、保険始期日が2019年1月1日以降の「おとなの自動車保険」ご契約から、年間走行距離区分において3,000km以下を新設しました。

ご利用実態に合わせて、より納得感のある年間走行距離区分をご設定いただけるようになりました。



お客さまのニーズに 応えるために ②

保険始期日が2019年1月1日以降の「おとなの自動車保険」ご契約から、他車運転特約の補償範囲を拡大しました。

従来補償の対象にならなかった借用自動車のひょう災などの自然災害、飛び石、被追突事故等による車両損害も補償可能となりました。

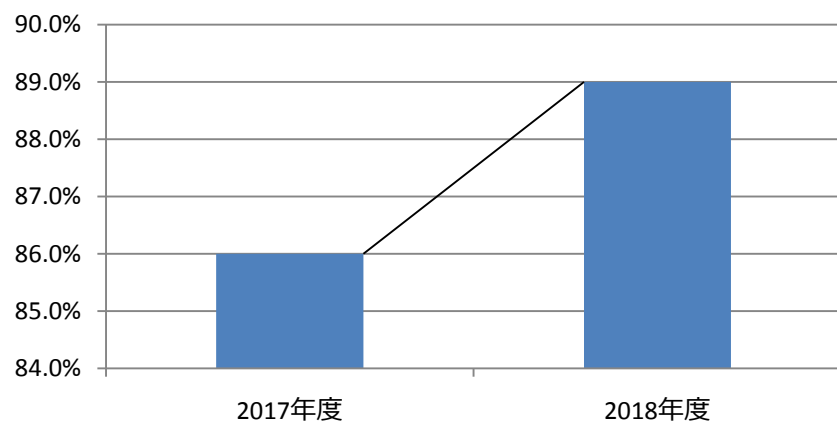
これにより、借用自動車の運転中も、より安心して運転いただくことが可能となりました。

お客様のニーズに
応えるために ③

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様のうち89%の方※にご満足いただいています。

※2018年4月から2019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

事故現場安心サポート満足度



■ スピード感あるサービスの提供

事故現場でスムーズにサービスの提供を行い、お客様へ寄り添ったサポートが徹底できるよう2018年8月から運用を変更しました。

- ・ヒヤリング内容を簡素化し、速やかに保険会社へ連携できるようにしました。
- ・お客様にご了承をいただいたうえで、お相手の方から優先して対応を行うこととしました。

事故現場での対応時間を短縮することでお客様の負担を軽減し、事故担当者が早期に修理手配等できるように改善しました。

お客さまのニーズに 応えるために ④

「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。

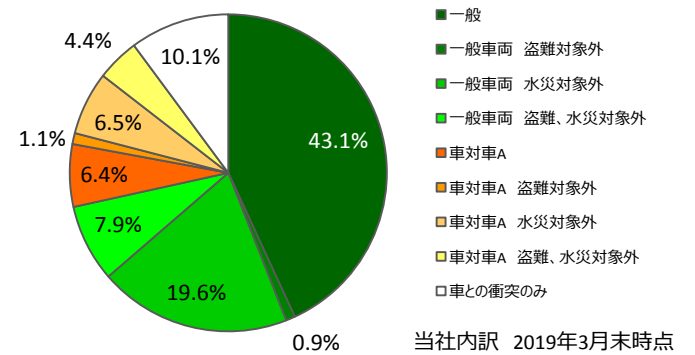
■ えらべる補償・特約の具体例

| 補償・特約 | 《ご参考》付帯率 (2019年3月末時点) |
|---------------|--------------------------|
| 搭乗者傷害特約 | 66.5% |
| 車両保険 | 70.7% |
| 事故時代車費用特約 | 10.7% |
| 車両身の回り品補償特約 | 10.8% |
| 車両新価特約 | 8.4% |
| 車両全損修理時特約 | 16.6% |
| 対物全損時修理差額費用特約 | 52.2% |
| ロードアシスタンス特約 | 77.9% |
| 弁護士費用特約 | 64.5% |
| 自転車傷害特約 | 14.2% |
| 個人賠償責任特約 | 32.6% |
| ファミリーバイク特約 | 6.6% |

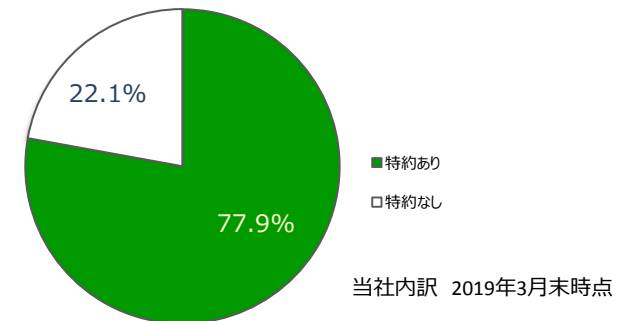
「おとなの自動車保険」の車両保険では、補償を細分化し、お客さまのニーズに合わせて必要な補償を選ぶことができます。Webサイト上で保険料の変化を確認しながら、お客さまご自身で補償を選んでいただくことができます。

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、お客さまに全く責任がない「被害事故」にあわけ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、お客さまに責任がなく、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、保険の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〕 最新の契約内容を出力できるようにしてほしい

⇒保険始期日が2019年1月1日以降のご契約から、マイページより、右上に会社名・会社印が表示された付保証明書を発行できるようになりました。付保証明書には最新の契約内容が反映しています。
これにより、勤務先等への提出もスムーズにご対応いただけます。



改善事例② サポートセンター

〔ご意見〕 電話で手続きが終わるようにしてほしい

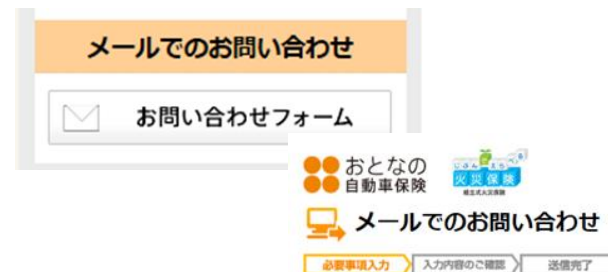
⇒ダイレクト型損害保険会社としての視点で、2018年4月より順次、お電話にてお手続きいただける内容を拡大しました。これまで書類のご返送が必要だった一部お手続きについて、お電話にてお手続きを完了いただけるようになりました。

- 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。

メールでのお問い合わせサービスの対応範囲拡大

「メールでのお問い合わせ」サービスについて、これまではご契約者の方限定で利用可能となっていました。2018年10月17日より、マイページに見積を保存されている新規のお客さまの利用も可能となりました。

これにより、ご契約のお手続き前に生じる商品・補償内容・Web操作方法等に対する疑問や不明点を解消することができるようになりました。



チャットでのお問い合わせサービスの新設

2018年7月18日より、『おとなの自動車保険』のご契約者向けにチャットボットでのお問い合わせサービスを開始しました。ご契約後の各種手続き（変更、継続、解約）に関する質問について、「よくあるご質問（FAQ）」をもとに自動応答します。パソコンやスマートフォンを通じて24時間365日、気軽に便利な対応窓口としてチャットボットをご利用いただけます。

さらに、お客さまからの問い合わせ内容を把握・分析し、各種改善につなげています。



「マイスター」認定

当社サポートセンターにおいて、お客さまや職場同僚から心から「ありがとう」と言われるために、日々「みます」「ききます」「はなします」の実践、研鑽をしている社員を、目指すべき社員像として定め、すべてを満たした社員をマイスターに認定し、品質向上に努めています。

2018年度は、9名の社員が認定されました。

認定者に贈られるマイスターピンバッジ



電話対応コンクールの参加

2018年9月、電話対応コンクール（日本電信電話ユーザ協会主催）の東京都地区予選にお客さまサポートセンターから総勢8名が出場し、2名が「優良賞」を受賞しました。

引き続き、お客さまへ心地よいと感じる体験をご提供できるよう、サポートセンター全体で品質向上に努めてまいります。

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。

電話対応品質グランプリの開催

事故対応において「お客さまの期待に応え、お客さまが心地よいと感じる体験を提供」することを目的とし、電話対応品質向上のため、電話対応品質グランプリを開催しました。当日は社員の応援で盛り上がる会場にて、各サービスセンターを代表する22名がロールプレイング形式で競い、電話対応品質の向上に関する取り組み成果を披露しました。2018年度は「お客さまにとってわかりやすい説明の実施」を強化のポイントとしました。引き続き、お客さまに寄り添い、ご安心いただけるような電話対応を目指して取り組んでいきます。

当日の様子



「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くれる」「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。2018年度は、251名の社員が認定されました。

認定者に贈られるエバンジェリスト認定証



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。2018年度は10,232名のお客さまからご回答いただき、9,175名※（89.7%）のお客さまにご満足いただいています。

※2018年4月から2019年3月に実施したアンケートで、「とても満足」「かなり満足」「まあ満足」とご回答いただいた方の人数

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】

継続手続きをしたかったのに、誤って異動手続きを行ってしまった



マイページから継続のお手続きを行う際に、お手続きの開始場所がわかりやすくなるよう2018年10月よりボタンの表記を「継続のご案内」から「継続手続きはこちら」へ変更しました。

なお、満期日が近いお客様が、マイページ上で契約期間内の変更手続きをされる場合に、注意表記を追加しています。

ケース②

【お客様の声】

契約手続き後に、保険証券や払込票を早く送付してほしい



2018年11月より一部のご契約において、RPA※を活用したご契約の計上業務を開始しました。

このことにより、お手続きを終えたお客様へ、郵送物の早期発送や、デジタル証券への手続き結果の反映タイミングを短縮することができました。

※RPA(Robotic Process Automation)とは、IT技術を活用したロボットが事務業務を自動化・効率化する仕組みです

お客さまから寄せられた声について

- 2018年4月から2019年3月末までの間に、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（3,653件）より1,102件減少し、2,551件となりました。また、発生率※は、0.16ポイント減少し0.29%となっています。

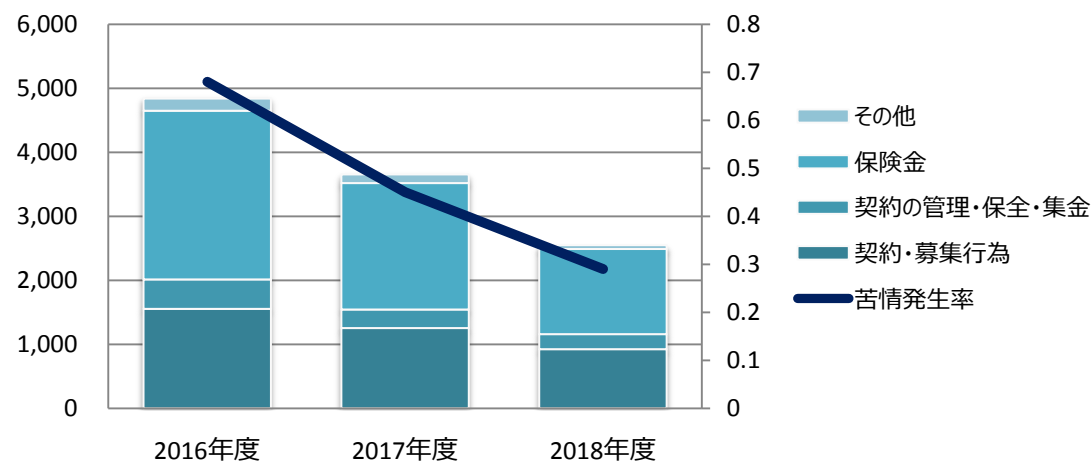
※発生率 = 苦情受付件数 ÷ 保有契約件数

苦情発生件数一覧表（年度推移）

単位:件数

| 項目 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 |
|-------------|--------|--------|--------|
| 契約・募集行為 | 1,554 | 1,253 | 923 |
| 契約の管理・保全・集金 | 459 | 292 | 234 |
| 保険金 | 2,637 | 1,974 | 1,332 |
| その他 | 186 | 134 | 62 |
| 合計 | 4,836 | 3,653 | 2,551 |

件数 苦情発生件数・発生率の推移（年度推移） %



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、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。

- 2018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147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。そのほか、全社員を対象とした社内研修（eラーニング）や、一部の管理職を対象としたブランドメッセージを読み解く会を通して、全社をあげてお客さま理解に努めていきます。

※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

体験
プログラム



ブランドメッセージ
を読み解く会

