

2022年度 お客さま本位の業務運営方針に関するKPIと結果

トラスティ保険有限公司

2023.8.1

当社では「お客さま本位の業務運営方針」に掲示する6つの方針について、取扱保険会社の損保ジャパン社が随時実施している「ご契約に関するお客様アンケート」（以下、お客様アンケート）の集計結果に照らし合わせ、KPI（Key Performance Indicator＝重要業績評価指標）を評価することにしております。項目ごとに、次の通りです。

1 「お客さまをよく知ること」のKPI

「お客様アンケート」設問Q1(代理店の手続きや日頃の対応の満足度)において、0～10の11段階評価のうち、お客さま満足度9～10(大変満足)の回答比率が80%以上であること。

2 「業務知識と周辺知識の最新化と拡大深化をはかり、その理解をお客さまと共有すること」のKPI

「お客様アンケート」設問Q2(家族や知人、同僚の保険加入相談に対し当社を紹介しても良い)において、11段階評価のうち、おすすめ意向9～10(ぜひおすすめしたい)の回答比率が80%以上であること

3 「補償コストの最適化を追求すること」のKPI

「お客様アンケート」設問Q4-①(要望・家族構成・趣味、保険加入状況などをふまえた提案)において、5段階評価のうち5(良い)の回答比率が80%以上であること。

4 「担当者以外の対応でも、ご満足いただける対応ができること」のKPI

「お客様アンケート」設問Q4-④(担当者不在時の対応)において、5段階評価のうち5(良い)の回答比率が80%以上であること。

5 「お叱りもお褒めも、お客さまの声を業務の改善に生かすこと」のKPI

「お客様アンケート」設問Q3(友人・知人等への推奨または非推奨の具体的理由＝自由記載)欄において、お叱りよりお褒めの件数が多いこと。

6 「代理店として末永く存続し、お客さまにご安心いただくこと」のKPI

「お客様アンケート」設問Q6(代理店または保険会社への意見・要望＝自由記載欄)において、当社への否定的ご意見が0件であること。

< 2022年度のKPI結果 >

2022年度において「ご契約に関するお客様アンケート」(匿名回答)に対し、出状数に対し8.0%、数量としては136件(SMSにて135件、Webにて1件)のご回答をいただきました。ハガキにてのご回答方式が廃止されたためか、これまでより30%程度のご回答数減少となりました。

ご多忙の中、ご回答いただきましたお客さまに心より御礼申し上げます。いただいたご意見の社内共有を進め、今後に役立てて参りたいと存じます。

この中で、当社が「お客さま本位の業務運営方針」において取り上げた6つの指標については、次の通りの結果でした。

1 「お客さまをよく知ること」

設問Q1(代理店の手続きや日頃の対応の満足度)において、お客さま満足度の最高評価の9~10の回答比率73.2%(前年度80.7%)。目標80%に及ばず、前年比でも低下し、残念な結果となりました。

いただいたコメントの詳細を検討しますと、従来のご回答傾向と比較して変化というほどのものが読み取れませんが、ハガキでのご回答が廃止された分、ご回答者の年代層が若い方にシフトしたことの影響が少しあるのではとも考えています。

年配のお客さまは、ご祝儀的に良い評価を下さる傾向があり、若い層の方々はお自分の感想をもとに率直な点数付けをされる傾向があるかと思えます。

お客さまをよく知ることを起点としたお客様対応に引き続き努めつつ、ご回答傾向の変化に注意を払って参ります。

2 「業務知識と周辺知識の最新化と拡大深化をはかり、その理解をお客さまと共有すること」

設問Q2(家族や知人、同僚の保険加入相談に対し紹介しても良い)において、おすすめ意向最高評価の9~10の回答比率61.7%(昨年度69.9%)。目標80%に及ばず、前年比

でも低下し、残念な結果となりました。

この設問に対するコメント欄へのご記入は、ご回答数 136 件中 130 件でご記入率としては 95.6%(前年度は 64.8%)と、これまでになく高い率となりました。やはり、ご回答方式が変わったことが、何らかの影響を及ぼしているのではと思われます。

引続き「通販と比較して保険料が高いため勧めにくい」という趣旨のコメントが散見されました。保険商品は、商品の価値とその販売に従事する者の価値の両方で成り立っていると考えます。私たちの行動と説明の不十分が、目標 80%を達成できない原因と認識しております。

また、「遠隔地にお住まいであるためご家族、ご友人には紹介しにくい」という趣旨のコメントも多々見受けられました。

現在、国際品質標準である ISO9001 認定取得 3 年目となります。また、さらなる業務品質の向上を追求するため、人員の増強、育成を中心とした体制整備を重要課題として取組中です。

3 「補償コストの最適化を追求すること」

設問 Q 4 - ① (要望・家族構成・趣味、保険加入状況などをふまえた提案) において、最高評価の 5 (良い) の回答比率が 69.4%(昨年度 79.9%)。目標 80%に及ばず、前年比でも低下し、残念な結果となりました。

補償コストの最適化とは、必要な補償を削って安くすることではないと考えます。

ご要望・ご家族構成・趣味のほか他の保険加入状況などをふまえた提案をさせていただくことが基本であり、また、なぜそのような提案をさせていただくかについて、わかりやすく十分な説明が重要です。

より集中力を上げて、行き届いた提案と説明が出来るよう日々の業務を見直ししていきたいと存じます。

4 「担当者以外の対応でも、ご満足いただける対応ができること」

設問 Q 4 - ④ (担当者不在時の対応) において最高評価の 5 (良い) の回答比率が 61.9% (昨年度 72.4%)。目標に及ばず、かつ下げてしまいました。

当社では、お客さまに対応する体制として、お客さまの現在の状況をよく知る営業担当者を主体に運営しておりますが、事務所においても、お客さま情報を担当者と共有し整備充実を逐次はかっておりますので、ほとんどのお客さま対応業務について、担当者不在時にも対応できるように体制を整えております。

しかしながら、日常業務が担当者の段階でほぼ解決している状況で、あらためて当社体制について広報させていただくことが全く不足していると痛感し、ホームページの充実と案内、会社案内の充実と配布に努めております。

さらに、担当者からも直接お客さまに対し、当社のお客さま対応体制をお伝えしていくよう努力して参ります。

5 「お叱りもお褒めも、お客さまの声を業務の改善に生かすこと」

設問Q3(友人・知人等への推奨または非推奨の具体的理由)の自由記載欄にご記入いただいた好意のご回答が、総ご回答数136件のうち119件あり、目標「お叱りよりお褒めの言葉が多いこと」を大きく超える80%以上となりました。

肯定的コメントの内容は「説明がていねい、分かりやすい」「家族の状況等を踏まえた適切な提案」「自動車事故や自然災害時の事故対応が迅速で親切」などが大半でした。

感謝申し上げますとともに、お褒めの言葉に込められたお客さまのご期待をかみしめ、更なる改善に取り組んでまいります。

一方、否定的なご意見としては、「通販の自動車保険と比較して高いので勧めにくい」というご意見が多く見受けられました。

保険料が通販に比べて高いというご指摘はその通りです。しかし、残念ながら、私ども代理店には如何ともしがたいところです。

保険会社では業務の合理化、効率化とともに様々なサービスアップに取り組んでおります。私たち代理店もこれに対応して、かつて保険会社が行って来た業務を肩代わりしてきました。その結果、代理店の業務量は、業界改革が始まった25年前に比して体感的には2~3倍に増えているかという状況となっておりますが、ITやデジタルの力を活用して逐次改善効率化しているところです。

今後も、ご契約に当たって私たち代理店が介在させていただくことの価値とは何か――を問い続け改革改善に繋げ、より一層お客さまに寄り添えるよう努めたいと存じます。

こうした中、通販をやめられて当社にご契約いただいたお客さまから「補償や条件の適切化で通販より安くなった」「事故時に親身に対応してもらい、変えて良かった」といったお褒めもいただいております。まさに私たちが追求して来た価値へのご評価であり、大きな励みとさせていただけました。

6 「代理店として末永く存続し、お客さまにご安心いただくこと」

設問Q6(代理店または保険会社への意見・要望)の自由記載欄にご記入いただいたご回答が、総数136件のうち40件(前年度は60件)あり、うち保険会社への要望が9件(商品の内容や保険料、事故時の対応に関するものなど)でした。

衝突被害軽減ブレーキの普及や、自動運転車の登場により今後、自動車保険料が下がる傾向かと期待しているところです。

2022年1月からは、わずかですが下がる傾向が見えて来ました。

ただ、自動車の仕組みが高度化し続けていることから、修理代もかなり高騰しており、車両保険や対物保険が安くないという傾向があります。

また、ドライブレコーダー付きの保険の普及、故障も対象となる車両保険、自動車事故以外でも使える弁護士費用特約など、新しいサービスが登場し、保険の補償内容がますます向上しているため、結果的に安くないという現象もあります。

全体が安くなっていくには今しばらく時間を要するのではないかと考えられます。

一方、当社へのご意見・ご要望に記載いただいたのは31件でしたが、具体的なご要望は少数(新しい情報があった場合は伝えてほしい、など)で、ご満足やお褒めの言葉がほとんどでした。私たちの仕事への大きな励みになります。

あらためて感謝申し上げます。