

# 2023年度 お客さま本位の業務運営方針に関するKPIと結果報告

## トラスティ保険株式会社

2024.8.1

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さまアンケート」（以下、お客さまアンケート）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10～9（大変満足）8（満足）の合計の回答比率が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10～9（ぜひおすすめしたい）8（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、6段階評価のうち『良い』『やや良い』の合計の回答比率が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、6段階評価のうち『良い』『やや良い』の合計の回答比率が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 「代理店として未永く存続し、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。

## < 2023年度のKPI結果 >

2023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6.1%、数量としては103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て2年、昨年度より30%程度のご回答数減少と、かつての半分程度まで減少しました。

2023年は8月頃より、ビッグモーター社（BM社）の保険金不正請求問題が連日報道されるようになり、損保各社の中でも当社取引先である損保ジャパン社の関与が大きく、アンケートのコメント欄でも少なからずご指摘を受けました。

当社への推奨者から批判者を差し引いたNPSにおいては、10月において瞬間的に、初めてのマイナス（批判者の方が多い）というショッキングな数値を記録しました。

その後の11月以降は急回復し全部の月でプラスとなりました。

代理店は保険会社とは別個な存在であり、当社は自立と自律を目指した方針、基準で行動していることを、少しご理解いただけているのかなとホッとしたところでした。

なお、「お客さま本位の業務運営方針」のKPIには採用しておりませんが、事故対応後のお客さまアンケートにおいては概ね高い評価をいただいております。

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、今後役に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、お客さまのご満足評価とみなせる8~10の回答比率77.7%(前年度89.3%)。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した点はBM社についての記述が散見されたこと、また逆に、従来同様に（通販に比べて？）保険料が高いご不満を述べられた方も目立ちました。

ハガキでのご回答が廃止された分、年配のご回答者が減り、若い方のご回答者の比率が高まっているものと推測されます。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、若い層の方々はご自分の不満中心に回答され、ご満足の点についてはあまり感想を述べられない傾向にあるとの印象があります。

今後、KPIから自社の傾向を読み解く上で、こうした傾向がどのような変化をもたらすのかも、十分に見極めていく必要があると考えています。

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、業務に生かして参ります。

### 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「ぜひおすすめしたい」(評価10~9)「おすすめしたい」(評価8)の合計回答比率が69.0%(昨年度79.0%)でした。目標80%に及ばず、前年比で大幅に低下し、批判者の方が増えるという残念な結果となりました。

また、この設問に対するコメント欄へのご記入は、ご回答数 103 件中 50 件。このうちご批判に分類すべきコメントが 11 件あり、そのうち明らかに保険会社へのご批判が 8 件（保険料が高い、BM 社との不祥事など）ありました。当社へのご批判は、担当者の退職、交替に関するもの 2 件、夜間休日の連絡先のご案内不足による誤解が 1 件でした。

引続き（通販と比較して）保険料が高いという趣旨のコメントが少なくありません。

保険商品は「商品そのものの価値と、その販売に従事する者の価値の両方で成り立つもの」というのが、私たちの基本的な考えです。

保険会社には引き続きコストダウンに努力してもらいたいところですが、価格の高低を最重要判断事項とされるお客さまが、通販をお選びになるのは致し方ないことです。

私たちの行動と説明の価値を、引続き追及して行くことしか道はないと考えます。

また、満足はしているが「遠隔地にお住まいであるため」ご家族、ご友人には紹介しないとのコメントを付けて推奨意向度は 11 段階の下から 3 番目とされるお客さまもあります。損保ジャパン社のアンケート調査では、こうした評価数値も自動的にご批判に分類されてしまうため、アンケートの設問や集計の仕組みに一工夫いただきたいと考えています。

当社では現在、国際品質標準である ISO9001 認定取得 4 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ので、今後のより一層の改善にご期待をいただきますようお願いいたします。

### 3 「補償コストの最適化を追求すること」

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、最高評価の 5（良い）の回答比率が 67.3%（昨年度 69.4%）。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させていただくことが重要です。

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 Q4-④（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 64.3%（昨年度 61.9%）。目標に及びませんでした。前年より改善したことは嬉しく存じます。これは、このところ会社案内のお渡しに力を入れていた結果かと思えます。

ただし、半数以上のお客さまが「わからない」を選択されており、担当者不在でも会社としてお客さまへのご対応ができることを、十分にお伝えできていないことが浮き彫りとなりました。

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り、担当者不在時にも対応できる体制の整備を推進しているところです。

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、同時に、担当者からもお客さまに対し、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まいります。

## 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)の自由記載欄に当社についてご記入いただいたご回答は、アンケート回収総数 103 件のうち 42 件でした。

この中の 39 件がお褒めであり、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。

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。

アンケートでのお言葉ではありませんが、通販保険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いております。

## 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)の自由記載欄において、当社についてご記入いただいたご回答が、アンケート回収総数 103 件のうち 11 件あり、お褒めの言葉が 9 件でした。

ご満足やお褒めの言葉がほとんどで、私たちの仕事への大きな励ましとさせていただいております。あらためて感謝申し上げます。