

# 方針 7 お客様本位の業務運営の定着

## 社員の意識醸成（教育・育成）

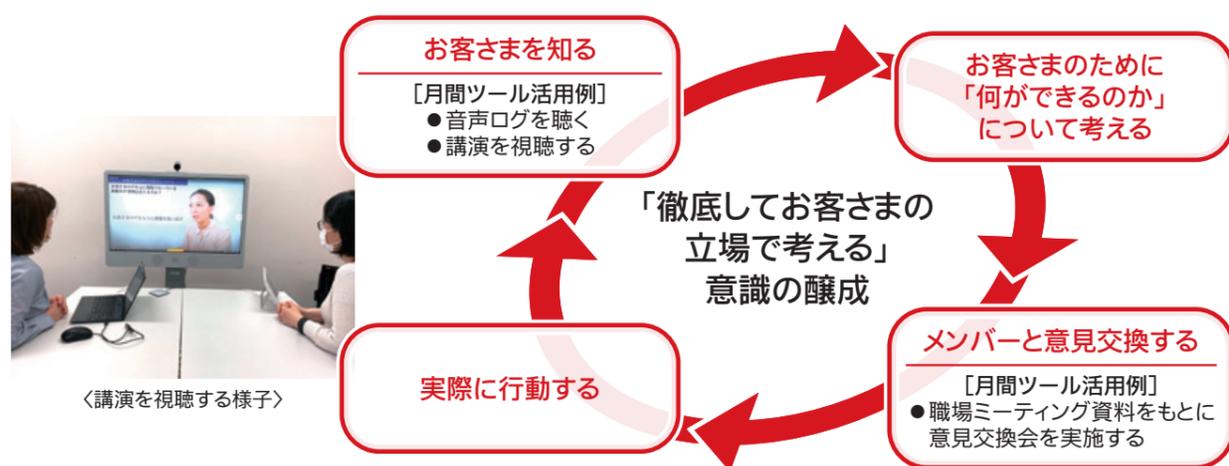
### 「お客様の声月間」の開催

多くの貴重な「お客様の声」を聴き、お客様を知り、何ができるかを考えるために「お客様の声月間」を実施しました。

実際に入電したお客様の音声ログを聴いてディスカッションをする職場ミーティングツールや「徹底してお客様の立場で考える」「品質をブランドにすること、そのために私たちが何を考え行動すべきか」をテーマに社外講師によるオンラインセミナーを開催しました。

セミナーの参加者からは、「お客様の声を知る」ことの重要性を改めて認識する機会になったという声が多く寄せられました。

これらの取り組みを通して社員一人ひとりが、徹底してお客様の立場で考える意識の醸成を図っています。



## 社員の評価制度

●社員の人事評価制度は、仕事評価・行動評価の2軸の評価制度としています。そのうち、期待される行動の発揮度を評価する「行動評価」の判断基準に「徹底したお客様視点で価値判断を行っているか」を定めるなど、社員がお客様評価の向上に取り組むための仕組みを構築しています。

●「目指す企業文化※」の実現に貢献し、他の範となる取り組みを社長賞として年4回表彰しています。2021年度は、112件が社長賞として表彰されました。そのうち20件が品質に関する取り組みとして表彰されています。  
※「目指す企業文化」はP.4をご覧ください。

## 保険代理店の教育・育成・認定制度

### 1. お客様視点による業務品質向上

お客様の期待にお応えする高品質なサービスをお届けできるように、お客様と直接接点を持つ保険代理店の品質向上支援をしています。

#### 「お客様視点品質ガイドブック」の提供

保険代理店が、お客様の視点に立ち、お客様から期待されるサービスを確実にご提供できるよう保険募集人向けの推奨行動を記載した「お客様視点品質ガイドブック」を提供しています。本ガイドブックは、お客様アンケートに寄せられた感謝の声・ご不満の声を基に作成しています。



## 保険代理店の教育・育成・認定制度

### 「体制整備支援プログラム」の展開

地域で活躍することを目指す保険代理店向けに、お客様視点で創意工夫を行い、ベストプラクティスの取組みを実現する体制構築の支援策として「体制整備支援プログラム」を展開しています。

#### ～保険代理店とともに、お客様から選ばれ続けるために～佐賀支店唐津支社の取組み

唐津支社では2021年8月に本プログラムを活用し、プロ代理店の体制整備に取り組みました。これまで保険代理店では、体制整備専任者を中心に体制整備を実施していましたが、保険代理店の発展に伴って、より実効性の伴った体制整備の構築が必要であったため、本プログラムを提案・実施しました。今後もプログラムを起点に課題解決のPDCAサイクルを確立し、着実に課題の解決を図るよう保険代理店を支援していきます。

佐賀支店 唐津支社 森木 菜摘

今回プログラムを実施して現状課題を洗い出し、課題に対しての具体的な改善取組策を推奨事項とすることで、新たな気づきを得ていただくことができたと感じています。プログラム実施後、推奨事項に優先順位をつけ実践いただいているので、営業店としては取組みと定着のフォローを継続して行っていきたいと考えています。  
また、今回代理店全員参加としたことで、保険代理店としての方針や考え、保険代理店に求められていることなどを改めて周知する機会になったと思います。



株式会社ライフマスター 代表取締役 松岡 浩司

将来にわたり、限りない発展を続けたいという想いで体制整備に取り組んできましたので、その現在進行形の状態で新たな指摘を受けて、今後の参考にしたいと考え、このプログラムを受けました。  
体制整備の重要性を認識する機会となるよう、ヒアリングと報告会には全員参加で臨み、体感できたことがとても良かったと思いました。  
報告書で課題・推奨事項として有難いご提案を頂戴しました。新たな気づきもあり、直ちに着手し、毎週のミーティングで進捗状況を確認して、完全定着に向け取り組んでおります。これからも、お客様に支持される保険代理店を目指し、経営・業務品質の向上を推進してまいります。



### 「品質チャレンジシート」の提供

保険代理店の品質レベルのステップアップを後押しするツール「品質チャレンジシート」を提供しています。「品質チャレンジシート」は品質レベルを判定する項目と判定の根拠となるチェック項目で構成されています。本シートを活用することで、保険代理店自身が品質レベルを見える化し、ステップアップに向けた取組みの進捗を把握することができます。実効性の高い改善取組みとするためにも、チェック結果については、保険代理店と営業社員で対話をしています。

### 「SOMPO Report」の提供開始

従来、品質に関わる指標などは営業店から保険代理店へ提供していましたが、保険代理店自身が指標やアンケート結果を管理・確認できるツール「SOMPO Report」の提供を開始しました。複数の指標の総合的な分析に加え、お客様アンケート結果をタイムリーに確認できることで、お客様の声に基づく保険代理店の業務改善・品質向上を支援しています。

### 適切な保険募集に向けた各種支援

保険代理店の各種データやお客様への最適提案書等を、保険代理店自身で簡便に出力することができる営業支援ツール「SOMPO 代理店支援bot」や、保険募集時にスマートフォンで必要な情報へアクセスができる「モバイル!SOMPO」などのデジタルツールを活用した保険代理店の支援にも取り組んでいます。

# 方針 7 お客さま本位の業務運営の定着

## 保険代理店の教育・育成・認定制度

### ～保険代理店とともに、お客さまから選ばれ続けるために～群馬支店太田支社の取り組み

太田支社では「品質チャレンジシート」を活用し、保険代理店と品質向上について対話を行っています。  
対話時は、指標の確認にとどめることなく、掲載されている指標を向上することでお客さまにどのように影響するのか、お客さま視点で話し合いを行っています。保険代理店からは、「代理店品質の通知表のようだ」との声が寄せられています。



〈保険代理店と対話している様子〉

群馬支店 太田支社 矢田堀 幸恵

「品質チャレンジシート」は、保険代理店のあるべき姿に基づいて作られているため、シートを活用して取り組みを継続することによって、自立した保険代理店に育成することができます。新人の事務員さんが入った保険代理店で「品質チャレンジシート」を活用したところ、事務員さんがやるべきことをしっかり理解し、自立してくれました。保険代理店にとってもシートの指標や行動が、日々の業務の目安となったようです。各指標は、具体的な数字で確認できるため、品質向上が目に見えて分かります。それが保険代理店のモチベーションアップにもつながったと思います。今後も保険代理店の先にお客さまのために、代理店品質向上のサポートをしていきたいと思っています。



群馬支店 太田支社 平賀 結衣

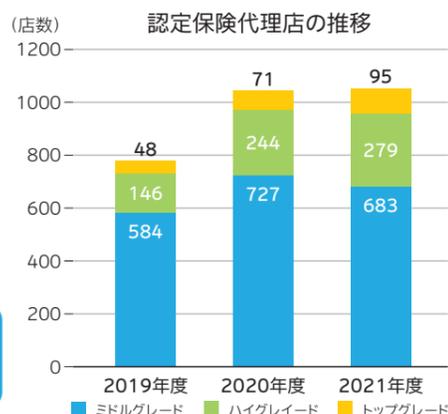
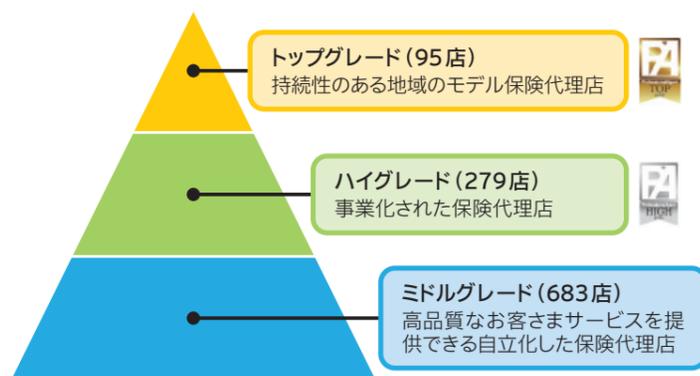
日々取り組んでいる各品質指標は、最終的にお客さま対応につながっていることを「品質チャレンジシート」の活用で伝えることができ、なぜ品質指標を当社が重要視しているのかを理解いただけたと思います。項目の一つにある「教えて! SOMPO®の活用」は、当社の業務削減という観点ではなく、お客さまをお待たせすることなく対応することでお客さま満足度につながるという観点から訴求したところ、何でも支社に問い合わせていた募集人が「教えて! SOMPO」を活用し、自ら規定集を見てくれるようになりました。今後も、お客さまにより良いサービス・対応ができるように、保険代理店とともに保険品質向上を意識して取り組みます。  
※複数のシステムを横断して一度に検索することができるシステムです。



## 2. 保険代理店の認定制度

プロ代理店\*におけるお客さま本位の業務運営と持続的成長を後押しすることで、地域を代表するプロ代理店になっていただくことを目的とした「損保ジャパンプロフェッショナルエージェント(PA)制度」を発足し、認定しています。  
※保険販売を専業とする「専業代理店」をいいます。

### 【2021年度認定保険代理店数】



## お客さま本位の業務運営の定着状況を評価する指標 (KPI) ※1

1. お客さまアンケートNPS®※2
  - ご契約手続き(自動車保険) ● 事故対応(自動車保険および火災・新種保険)
2. お客さまアンケート(ご契約手続き)
  - 「保険のご説明内容」および「保険のご提案内容」への評価
3. 苦情件数
4. 感謝の声の割合

指標の2021年度結果は以下のとおりです。

### 1. 「お客さまアンケートNPS」の結果

契約手続きをされたお客さまおよび当社の事故対応サービスを受けられたお客さまからの評価は、お客さま本位の業務運営方針の公表前と比較して向上しています。

#### 「お客さまアンケートNPS」の推移 (はがき+WEB回答結果)



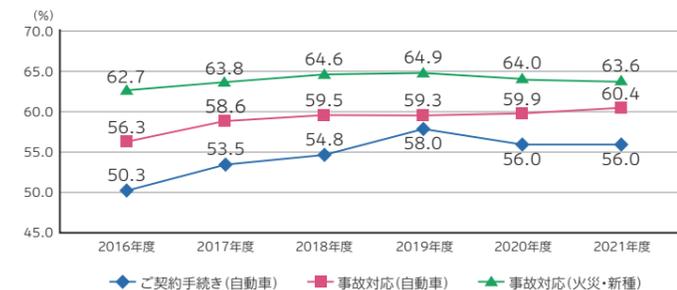
アンケート回答数(はがき+WEB) 「ご契約手続き」(自動車保険): 555,945件  
「事故対応」(自動車保険): 201,738件  
「事故対応」(火災・新種保険): 278,114件

なお、多くのお客さまの声を収集するため、「ご契約手続き」(自動車保険)において、2018年10月からSMS(ショートメッセージサービス)を利用したお客さまアンケートを開始しています。

※アンケートの仕組みについては方針2(P.10)をご覧ください。

SMS回答数: 215,951件 SMSによる回答結果: NPS 21.5p(対前年度+7.2)

#### 参考 「お客さまアンケートNPS」の推奨者の推移 (はがき+WEB回答結果)



※1: KPI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務評価指標のことです。  
※2: NPS®とはNet Promoter Scoreの略で「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨意向の質問に、0～10点の11段階でご回答いただけます。「推奨者割合」(9点・10点をつけた人の割合)から「批判者割合」(0～6点をつけた人の割合)を差引いた数値で、お客さまのロイヤルティを図る指標のひとつです(単位:P(ポイント))。  
なお、NPSは、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリクス・システムズの登録商標です。