

お客さま本位の業務運営に 関する取り組みのご報告

2021年6月30日



「お客さま本位の業務運営に関する方針」策定について

当社は、お客さま第一の取り組みを一層推進するため、金融庁が策定した「顧客本位の業務運営に関する原則」を踏まえ、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を策定いたしました。

当社は、「お客さま第一の姿勢」「総合的な安心サービスの提供を通じて広く社会・地域に貢献する」という経営理念のもと、行動指針を定め、お客さま対応の行動規範として掲げる「常にお客さまの立場に立って、真にお客さまのリスクを把握して、それを解決するサービスの提供に努め、お客さまの信頼に応える」を実践しつつ、経営ビジョンの達成に向け全力で取り組んでまいりました。

今後も、お客さまの利便性の向上と地域の発展・利益への貢献に向け、お客さま一人ひとりを大切にしてお客さま第一の業務運営を推進してまいります。

株式会社 ほけんや 21
代表取締役 亀井 隆

「お客さま本位の業務運営に関する方針」と主な具体的取り組み

方針1. 『お客さま第一の姿勢』を掲げ、お客さまに安心と満足を提供します

当社は、行動規範である『常にお客さまの立場に立って、真にお客さまのリスクを把握して、それを解決するサービスの提供に努め、お客さまの信頼に応える』を実践し、お客さまに安心と満足をお届けします。

《主な具体的な取り組み》

当社は、ご契約から万が一の保険金や給付金お支払いの際まで、お客さまが保険という商品と接するあらゆる場面においてご満足頂くため、全社員がそれぞれの立場で「お客さまのために何ができるか」を考え、日々の業務を行います。そしてお客様本位の業務運営を実現するための方針を策定し、その取組状況を定期的に公表いたします。また必要に応じ随時見直しを行い、よりよいサービスの実現にむけて努力し続けます。

方針2. 当社は、常にお客さまのことを考え最良のサービスを提供する組織的販売体制を整備します

当社はお客さま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、お客さま視点で自らの業務をとらえ直すことで事業活動の品質向上に活かしてまいります。

《主な具体的な取り組み》

当社は、お客さまから寄せられたすべての声（問い合わせ、相談、要望、苦情、紛争、おほめ、感謝等）に真摯に耳を傾け、日々のお客さまサービスの改善に活かしています。お客さまから寄せられた声を真摯に受け止め、品質向上・お客さま満足度向上に活かすために、各種社内会議にて、業務改善に関する審議を行っています。

お客さまの声の収集や、これに基づく改善活動を積極的に推進し、これらの記録を集約・分析いたします。

これらの活動に取り組むため、当社では、国際規格であるISO9001の認証を、2011年から取得しており、PDCAサイクルに基づくお客さま対応管理態勢の継続的な改善向上を図ってきました。

方針 3. 利益相反の適切な管理をする体制を構築していきます

当社は、保険商品の募集・販売等を行う対価として、保険会社から代理店手数料を受領しますが、これらの多寡で募集を行うことなく、お客さまの保険加入に対するご意向の把握、取扱商品の推奨方針、重要事項の説明などの適切な保険募集を行い、お客さまの利益が不当に害されることがないように努めると同時に、適切に利益相反を管理・検証する態勢を整備します。それにより、契約プロセスの透明化に努め、お客さまのリスクに応じた最適なご提案を致します。

《主な具体的な取り組み》

毎年推奨方針を定めて、推奨フローを作成し募集を行っています。募集手続きはすべて「比較説明 推奨販売記録」に記録し、これらの記録を検証することで、推奨方針に基づき募集を適切に行っているかモニタリングを徹底します。これらの記録を集約、分析するとともに最新の取扱い保険商品の内容の検討も随時行い、推奨方針を定期的に見直し、これに基づき全社員が一定のスキルによりお客さまの意向に沿った商品を提供する態勢を作ります。

方針 4. 市場リスクのある特定保険につき、お客さまにご負担頂く費用を明確化します

変額保険、外貨建て保険のような、市場リスクをお客さまが負担する特定保険契約をご提案する際には、お客さまが負担すべき手数料をはじめとしてその他の費用が発生する場合などは、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、お客さまが十分に商品理解できるよう情報提供を徹底します。

《主な具体的な取り組み》

変額保険の特別勘定運営費用・外貨建て商品の為替手数料・解約控除費用については保険会社のパンフレットや契約締結前交付書面を用いてお客さまが十分に商品理解できるようご説明いたします。更に「申込前チェックシート」を用いてご契約前にお客さまにご確認を頂きます。

方針5. 当社は重要な情報のわかりやすい提供に努めます

当社とお客さまとの間には、当社が専門知識を持っている分野においての情報の非対称性が存在する可能性を踏まえ、できる限り平易で正確な情報の提供を行います。

当社は、お客さまの判断や意思決定に必要となる重要な情報や知っておくべき情報等を、お客さまが容易に理解できるように丁寧にご説明してまいります。

《主な具体的な取り組み》

1. 変額保険や外貨建保険など、ご加入時に保険会社が支払う保険金、給付金等の金額が確定しておらず、市場リスク等をお客さまが負担する特定保険契約をご提案する際には、お客さまの取引経験や金融知識、財産状況を把握した上で、お客さまに応じた適切な情報（利益、損失、その他のリスク、取引条件）の提供を行います。
2. お客さまにご提案する商品やサービスの説明に際しては、お客さまの知識、経験、財産の状況、ご加入目的等を総合的に勘案して、商品内容・リスク内容等の重要な情報に関して、お客様にご理解いただけるよう以下の工夫をし、分かりやすく丁寧に説明を行います。
 - ・ 専門用語を平易な言葉に言い換える
 - ・ 重要事項を強調した資料の提示
 - ・ 複数回の説明免責事項・不利益部分・社会保障制度・税制等重要な契約判断事項に関する十分な説明
 - ・ リスクの伴う保険商品・金融商品はパンフレット等うまく活用し、数字・グラフ・図形を用いた視覚的にもわかりやすく丁寧な説明
3. 特定保険契約（変額保険・変額個人年金・外貨建保険等）は保険商品の説明、販売の前に『資産形成ガイドブック』を使用して基本的な資産形成（投資）についてのリスクとリターンの関係や構造についての理解を深めて頂くよう情報提供いたします。
4. 特定保険契約（変額保険・変額個人年金・外貨建保険等）の取扱についてより重要な情報を特に強調してお客さまに理解して頂くため、「申込前チェックシート」「注意喚起動画」を用いてご契約前にお客さまにご確認をいただいております。

5. お客様の契約の付保内容を整理しリスク分析を行い、情報提供を行います。

地震に対するリスクの意識が低い地域であるため、地震保険の情報提供と付帯率の向上に努めます。

店頭およびホームページやお客様向けセミナーでの情報の提供とあわせて、本社の壁面に設置したデジタルサイネージ（電光掲示板）での情報提供を充実するなど、お客様はもとより地域に役立つ情報発信を行ってまいります。急激に変化する社会情勢の中、常にタイムリーな情報提供とサービスを継続できるよう、地域社会や地域経済に貢献し続け、なくてはならない保険代理店を目指します。万が一の災害時には、お客様の生活はもとより地域の皆様の支援も必要になります。交通安全・防犯・防災対策等の有益な情報発信に取り組むことにより、地域の安心と安全の提供に役立っていきます。

方針6. お客様のニーズに合った商品・サービスを提供いたします

当社は、社会環境の変化に伴うリスクや多様化するお客様ニーズに迅速かつ柔軟に対応し、「お客様の安心と満足」を実現するため、お客様との対話をベースに、必要かつ十分な情報提供とお客様の真のニーズ把握、最適な商品・サービスの提供を行います。

《主な具体的な取り組み》

1. 多様化するお客様のご要望にお応えするために、お客様の立場に立ってお客様やそのご家族をお守りする最善の保険設計・サービスを提供します。そのため、当社は、お客様の利益を最優先し、金融の専門性と職業倫理を持つ保険代理店としてお客様の期待に応えます。また、お客様のライフステージや加入目的、保障（補償）ニーズ、リスク許容度に応じ、お客様に適切な保険商品ラインナップを用意し、お客様の知識・経験・財産の状況・ご加入の目的に照らし、適切な保険商品のご提案と各種情報提供に努めてまいります。また、ご契約後も契約の適切な管理とアフターフォローを行い、他社で加入されているご契約についても総合的に勘案し、公平な立場でアドバイスしていきます。当社は、保険金、給付金をお届けすることも使命であると認識し、お客様のご加入されている生命保険・損害保険商品の内容や保険金・給付金等の支払事由に該当する可能性の有無について、定期的にお客様にご確認いただきます。また、ご契約後から保険金をお受け取りいただくまでの様々な状況変化に応じた情報提供や保障の見直しなどその時々で最適なアドバイスをお送りするとともに、万が一の際には正しく保険を使っていただけるよう全力でサポートできる体制の構築に努めてまいります。

更に変額保険、外貨建て保険のような、市場リスクをお客さまが負担する特定保険契約をご契約のお客さまには、契約から時間の経過とともに契約時の記憶が薄れてくる可能性もあると考えられますので、申込時商談内容の記録を残すこと、年に1回以上はお客さまご契約内容確認を行うようことでお客さま満足度の向上に努めます。

2. 複雑またはリスクの高い金融商品の販売を行う場合、特にご高齢のお客さまに保険品のご提案をする際には、「ご親族の同席」「複数回の訪問にての説明」を基本に、ご本人の理解度や判断力等を確認しながら、わかりやすい言葉で丁寧に説明することを心がけます。理解が不十分と思われる場合は、繰り返し説明し、特に不利益事項等は、十分に説明を行います。
3. 当社は、総合保険代理店として、多種多様なお客さまのニーズに適切にお応えできるようにスタッフ全員が専門的な金融・保険知識習得に向けた教育体制の整備に取り組んでまいります。また、お客さまの利益を最優先するための指標をISO9001の品質目標に掲げることによって、「お客さま満足向上」＝「他者推奨意向」と置き換え、全役職員が組織的に一丸となって取り組むことをお約束します。

方針7. お客さま第一の業務運営を実現するための教育・研修体制を充実させ人材育成に努めます

当社は、「お客さま第一」の実現に向け、代理店経営の安定・発展の礎としてコンプライアンスへのより一層の取り組みを図ります。高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公平に業務を行います。『コンプライアンス』がすべての役職員に実践されるよう浸透・徹底に継続して取り組みます。また、当社は、社員相互のコミュニケーションを強化し、常にお客さまのことを考え最良のサービスを提供する組織的販売体制へ向けた、社員の積極的な参加意識を築きます。

《主な具体的な取り組み》

正しい「保険相談サービス」について理解し、「本当の意味でのコンサルティング」を実践するために必要な人材教育を推進します。企業理念の浸透をはじめ、お客さま本位のサービスを提供できる正しいフローを身につけるための人材教育に努めます。

資格取得はもちろんのこと、毎月の研修会を通して正しい保険相談サービスについて指導、定期的な保険募集管理委員会等で行うケーススタディの共有を通じ、お客さまに寄り添った提案となるためのスキルアップを図ります。

保険種類を問わずお客さまにとってふさわしい提案となるよう、お客さまの保険加入の目的やニーズを十分に把握した上で「お客さまにとって最善の利益」となる提案・サービスを提供し、お客さま満足度の高い販売を実施できるような人材教育に努めます。

また、お客様に第一印象から受け入れていただきやすいよう、社員にはビジネスマナーや営業手法の研修を定期的に行い、服装・言葉遣い・営業態度等の向上に努めます。お客さまからのご質問に対して的確なご返答ができるスキルを確実に習得できるよう一層努力してまいります。役職員一人ひとりの取組を評価・報酬等に反映し、また取組内容には営業実績のみならず、業務品質・コンプライアンス等の項目も取り入れ、定期的に検証・改善し、教育体制の充実を企業風土とするよう創造してまいります。

－研修体制－

コンプライアンス研修の実施

代理店内務研修の実施

意向把握、情報提供、比較推奨販売の訓練

ロープレの実施

アンケートの積極回収と評価コメント収集による従業員への動機付け

当社は「顧客本位の業務運営に関する原則」

（2017年3月30日公表、2021年1月15日改定）

<https://www.fsa.go.jp/news/r2/singi/20210115-1/02.pdf>

を踏まえ、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を策定いたしました。但し、以下については次の理由からその対応方針を盛り込んでいません。

原則5（注2） 原則6（注2）

当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等することはありません。

原則（注3）

当社では金融商品の組成に携わることはありません。

「お客さま本位の業務運営に関する方針」に係る 取り組み成果指標(KPI)の設定について

株式会社ほけんや21では、「お客さま本位の業務運営に関する方針」(以下、本方針)の定着度を客観的に評価するため、取り組み成果指標(KPI)を以下の通り設定し公表します。当社では、これまでお客さまの最善の利益を追求し、お客さまから信頼され選ばれる会社であり続けるために本方針に基づく業務運営を推進してきました。その水準および進捗度等を検証するため、KPIを設定し、一定期間ごとにその内容等をチェックし、改善に取り組んでまいります。

※KPIとはKey Performance Indicatorの略 企業目標の達成度を評価するための重要業績指標

お客さま満足度の向上を重点施策とし、お客さまからのご指摘を社内で共有し、日常の業務改善や経営の改善に活かすべく取り組んでまいります。お客さまに対して日常生活のリスクに対して、幅広く情報提供するツールを開発し内容を充実させます。

1.お客さまの声

「お客さまの声」(苦情・相談、問合せ・意見、要望・お褒め、感謝)の件数と属性の集約・分析をします。当社によせられた「お客さまの声」を宝物と位置づけ、毎月のミーティングにおいて社内で情報を共有し業務改善につなげます。

分析項目

お客さまの声受付件数 苦情・相談、問合せ・意見、要望・お褒め、感謝
4区分のお客さまの声を類型、原因分類に分けて集約

2.地震保険の付帯率の向上

お客様の契約の付保内容を整理しリスク分析を行い、情報提供を行います。地震に対するリスクの意識が低い地域であるため、地震保険の情報提供と付帯率の向上に努めます。

分析項目

四半期ごとの地震保険付帯率

3.地域とのコミュニケーション

電光掲示板、ホームページを使って、日々お客さまへさまざまな角度から情報発信に努めています。当社は交通量の多い国道沿いにあり、電光掲示板を建物の壁面に設置し情報を発信しています。

分析項目

電光掲示板による情報発信の更新回数

4.新規保険相談

対面によるリスクコンサルティング手法によりお客様の真のリスクに基づく意向把握を徹底し、常に最適な保険を提案します。

分析項目

お客さまの新規相談件数を、損保・生保ごとに集約

5.お客さまアンケート

当社の提案内容や事務手続き、サービスに関する評価・ご意見をいただくことを目的として、ご契約者を対象とした「お客さまアンケート」を新規ご契約時に実施しています。調査結果のうち「ご提案内容」については、当社の募集品質に対するご契約者の満足度を示す指標として、より高い「お客さま満足度」を目指し、お客さまのご意向に沿った保険提案の品質向上に努めてまいります。

分析項目

回収率 回収件数 質問に対する回答結果 お客さまの評価コメント

取 り 組 み 計 画 一 覧

1.お客さまの声

お客さまの声受付件数

対前年比10%増

2.地震保険の付帯率の向上

地震保険の付帯率

75%以上

3.地域とのコミュニケーション

電光掲示版による情報発信

2カ月に1回更新

4.新規保険相談

新規相談件数

月20件以上

5.お客さまアンケート

ご契約者を対象とした「お客さまアンケート」を新規ご契約時に実施

① 回収率(アンケート依頼件数に対する回答割合)

30%

② サービスについての総合評価

月平均値4.5以上

③ お客さまからの評価コメントで頂いた

『わかりやすい』『丁寧』のキーワード件数

対前年比10%増

④ 保険会社のアンケートによるNPS

70%以上

※NPSとは、「他人に薦めたい」という他者への
推奨意向をあらわす指標

取 り 組 み 結 果

1.お客さまの声

お客さまの声受付件数
お客さまの声受付件数

(2019年度)

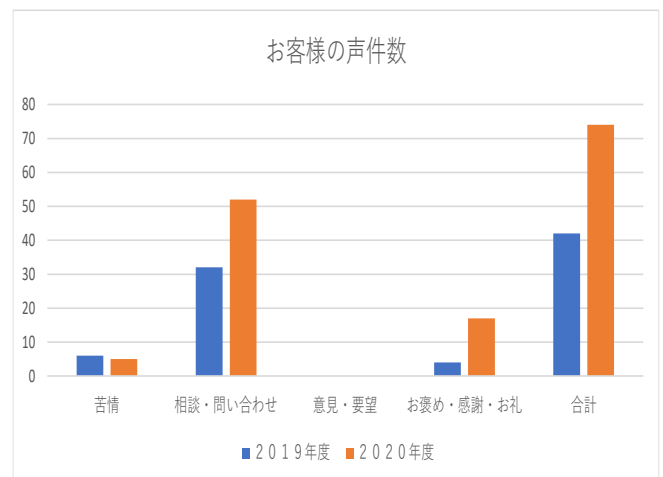
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
本社	2	1	4	3	1	4	2	2	4	3	2	2	30
広島中央	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
合計	3	2	5	4	2	5	3	3	5	4	3	3	42

(2020年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	対前年比
本社	2	3	3	4	1	2	1	3	5	3	1	2	30	100.0%
広島中央	2	6	4	4	5	5	3	2	3	5	2	3	44	366.7%
合計	4	9	7	8	6	7	4	5	8	8	3	5	74	176.2%

お客さまの声の区分別内訳

区 分	2019年度	2020年度
苦情	6	5
相談・問い合わせ	32	52
意見・要望	0	0
お褒め・感謝・お礼	4	17
合計	42	74



コメント

- ・2020年度のお客様の声受付件数は、対前年比76.2%増となり、目標の10%増を大きく達成しました。要因としては、広島中央支店のお客さま対応力向上で、前年比約3.7倍となっていることがあげられます。
- ・お客様の声の区分別内訳は、前年と比べ、「相談・問い合わせ」が20件、「お褒め・感謝・お礼」が13件各増加しました。

2.地震保険の付帯率の向上

地震保険の付帯率

四半期ごとの地震保険付帯率

(2019年度)

	6月	9月	12月	3月
地震保険付帯率	73.7%	75.3%	73.6%	77.1%

(2020年度)

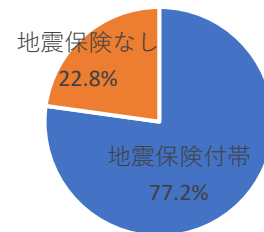
	6月	9月	12月	3月
地震保険付帯率	74.4%	72.8%	75.0%	77.2%

火災保険地震保険付帯率

(2021年3月)

	ほけんや21	同一チャネル 全国平均(参考)
地震保険付帯率	77.2%	68.3%

地震保険付帯率



■ 地震保険付帯 ■ 地震保険なし

2020年度の地震保険付帯率は、年間を通して、目標の「75%以上維持」を達成しました。

当社の地震保険付帯率は、全国平均(同一チャネル)68.3%と比べても、8.9ポイント増となっています。

3.地域とのコミュニケーション

電光掲示版による情報発信

当社では社会貢献活動の一環として、本社社屋の外壁に地域の安心・安全に関するメッセージを表示する電光掲示版を2020年1月に設置いたしました。地域のみなさまが安心して暮らせるよう、地域におけるコミュニティ活動や交通安全、防災、犯罪を未然に防止し安全を確保するための防犯活動への積極的な支援に努めます。

情報発信の内容

(2020年度)

4月・5月	・宇部警察署 詐欺対策 ・宇部市 定額給付金
6月・7月	・宇部警察署薬物対策
8月・9月	・宇部市コロナ推進宣言
10月・11月	・宇部警察署 指名手配捜査強化月間
12月・1月	・宇部警察署 ①北朝鮮人権週間 ②年末年始交通安全県民運動
2月・3月	・生保会社と連携した商品説明 のCM（3社分）

コメント

2020年度は、目標の「2カ月に1回の更新」を達成しました。

※設置写真



4.新規保険相談

新規相談件数

新規相談件数

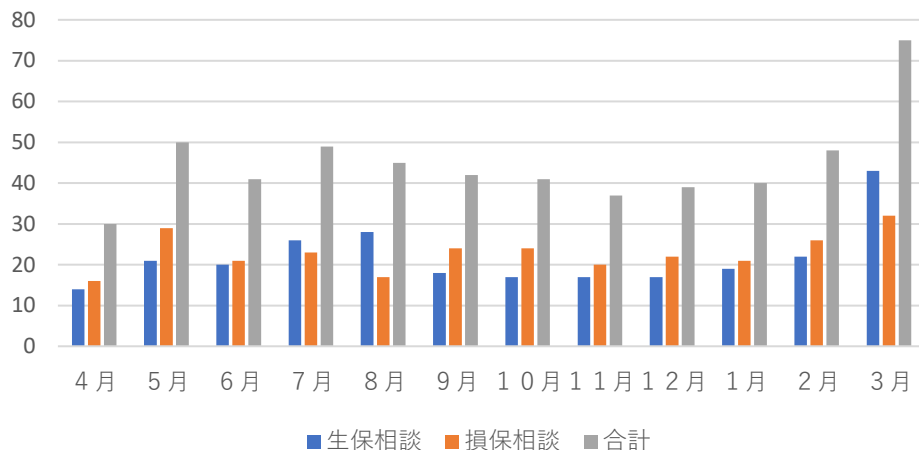
(2019年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
生保相談	—	—	23	21	14	9	5	9	9	12	17	14	133
損保相談	—	—	11	9	6	5	9	2	6	5	12	18	83
合計	—	—	34	30	20	14	14	11	15	17	29	32	216

(2020年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	対前年比
生保相談	14	21	20	26	28	18	17	17	17	19	22	43	262	197.0%
損保相談	16	29	21	23	17	24	24	20	22	21	26	32	275	331.3%
合計	30	50	41	49	45	42	41	37	39	40	48	75	537	248.6%

新規相談件数（2020年度）



2020年度
月平均新規相談件数
44.8件

コメント

2020年度の月平均新規相談件数は、44.8件となり、目標の月20件を大きく達成しました。前年度月平均21.6件と比較すると、約2.1倍となっています。要因としては、全社的なお客様対応力向上があげられ、生保相談が約2倍、損保相談が約3倍増加しました。

5.お客さまアンケート

①回収率(アンケート依頼件数に対する回答割合)

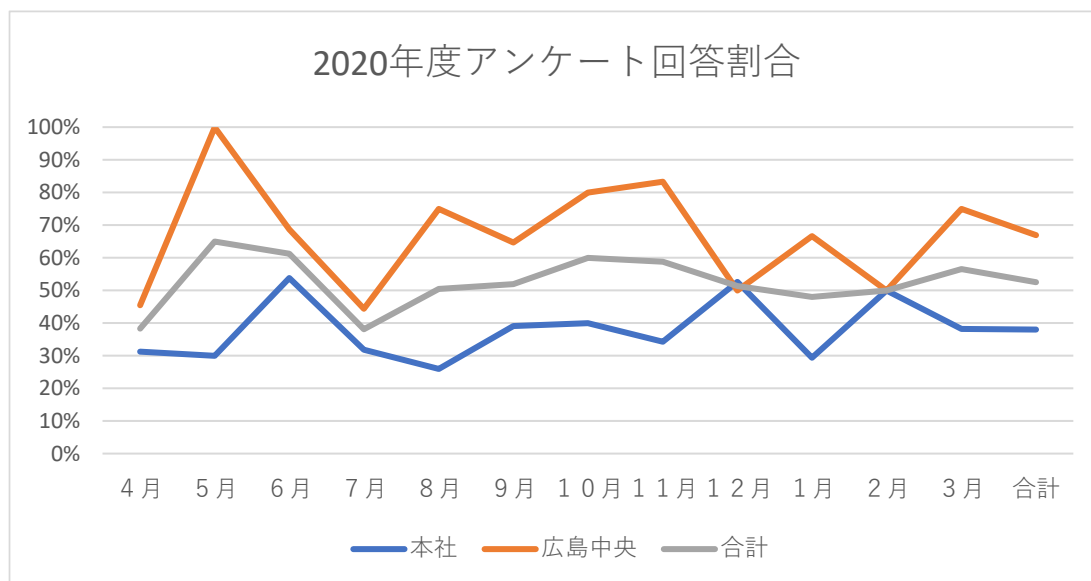
アンケート回収率(生保・損保)

(2019年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
本社	89%	54%	23%	19%	38%	60%	40%	60%	25%	55%	58%	20%	37%
広島中央	0%	18%	11%	0%	11%	7%	38%	30%	29%	50%	50%	64%	30%
合計	62%	38%	20%	16%	27%	29%	39%	45%	27%	53%	57%	35%	35%

(2020年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
本社	31%	30%	54%	32%	26%	39%	40%	34%	53%	29%	50%	38%	38%
広島中央	45%	100%	69%	44%	75%	65%	80%	83%	50%	67%	50%	75%	67%
合計	38%	65%	61%	38%	50%	52%	60%	59%	51%	48%	50%	57%	52%



コメント

2020年度のアンケート回収割合は52%となり、目標の30%を達成しました。
前年度と比較しても、17ポイント向上しています。
要因としては、広島中央支店のお客さま対応力向上で、前年比約2.2倍となっていることがあげられます。

②サービスについての総合評価

ほけんや21のサービスを総合的に見て、どのような評価をされますか。

5. とてもよい 4. まあまあ良い 3. どちらともいえない 2. あまりよくない 1. 非常に悪い

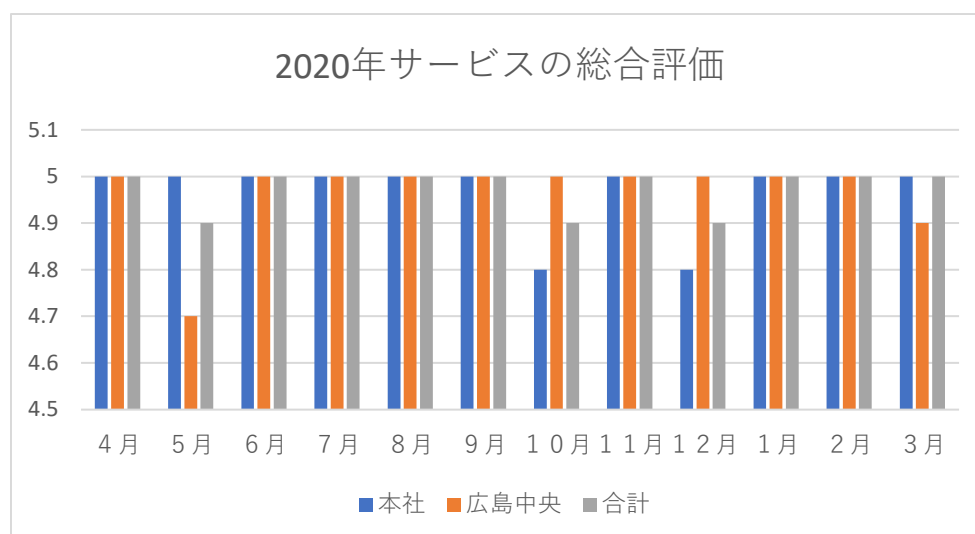
総合評価の月平均値

(2019年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	平均
本社	5	4.8	5	5	5	5	5	5	5	5	4.9	5	5
広島中央	0	5	5	0	5	5	5	5	5	5	5	4.9	4.2
合計	0	4.8	5	5	5	5	5	5	5	5	4.9	4.9	4.6

(2020年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	平均
本社	5	5	5	5	5	5	4.8	5	4.8	5	5	5	5
広島中央	5	4.7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4.9	5
合計	5	4.9	5	5	5	5	4.9	5	4.9	5	5	5	5



コメント

2020年度のサービスの総合評価は月平均5となり、目標の4.5を達成しました。
前年度と比較すると、0.4ポイント増となりました。

③お客さまからの評価コメントで頂いた『わかりやすい』『丁寧』のキーワード件数

評価コメントで頂いた『わかりやすい』『丁寧』のキーワード件数

(2019年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
本社	4	3	5	3	1	1	4	2	0	1	5	3	32
広島中央	0	1	0	0	0	1	2	1	0	2	1	7	15
合計	4	4	5	3	1	2	6	3	0	3	6	10	47

(2020年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
本社	2	2	2	2	5	5	2	6	3	3	4	4	40
広島中央	5	3	9	1	2	8	2	2	4	2	2	9	49
合計	7	5	11	3	7	13	4	8	7	5	6	13	89

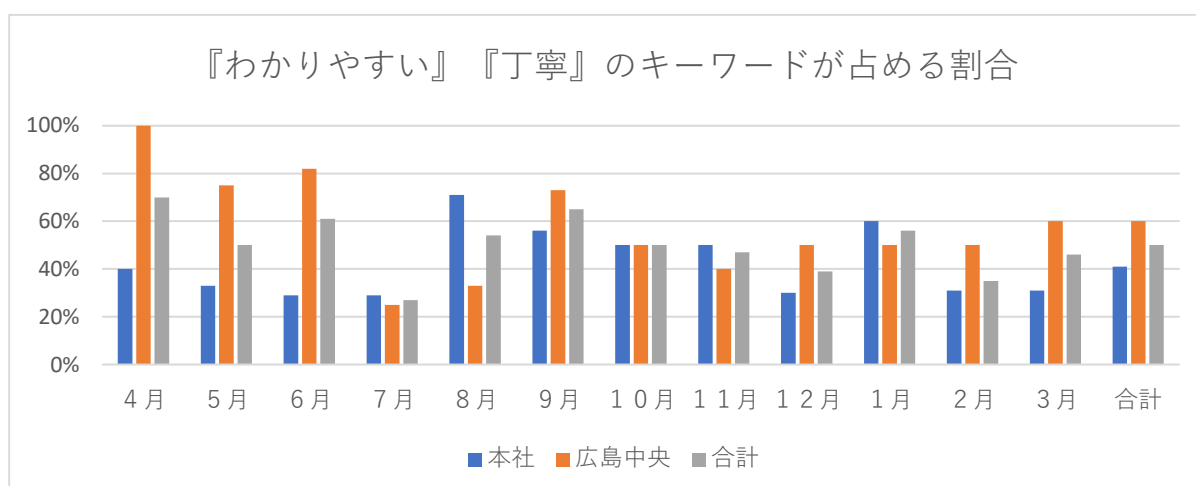
アンケート全件のうち『わかりやすい』『丁寧』のキーワードが占める割合

(2019年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
本社	50%	43%	56%	60%	20%	17%	67%	33%	0%	17%	36%	38%	39%
広島中央	0%	50%	0%	0%	0%	100%	67%	33%	0%	50%	50%	50%	45%
合計	50%	44%	50%	60%	17%	29%	67%	33%	0%	30%	38%	45%	41%

(2020年度)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	対前年比
本社	40%	33%	29%	29%	71%	56%	50%	50%	30%	60%	31%	31%	41%	105%
広島中央	100%	75%	82%	25%	33%	73%	50%	40%	50%	50%	50%	60%	60%	133%
合計	70%	50%	61%	27%	54%	65%	50%	47%	39%	56%	35%	46%	50%	122%



コメント

2020年度のお客さまからの評価コメントで頂いた『わかりやすい』『丁寧』のキーワード件数は89件で、前年度47件と比較すると、89%増となり、目標の10%増を達成しました。要因としては、広島中央支店のお客さま対応力向上で、前年比約1.3倍となっていることがあげられます。

④ 保険会社のアンケートによるNPS

	2019年度	2020年度	増減	同一チャネル 全国平均 (参考)
アンケート NPS	72.3%	76.4%	+4.1%	49.0%

コメント

2020年度の保険会社のアンケートNPSは76.4%で、前年度と比べ4.1%増となり、目標の「70%以上維持」を達成しました。
当社のアンケートNPSは、全国平均(同一チャネル)49.0%と比べても、23.3 %増となっています。