

## 「お客様に絶大に支持される会社宣言」に係る取組状況と成果指標（KPI）

2021年12月

株式会社ニュートン・フィナンシャル・コンサルティング

株式会社ニュートン・フィナンシャル・コンサルティングは、2019年度、お客様に絶大に支持される会社宣言の実践に向けて、次のことを行いました。

### 【取組状況】

1. お客様本位の業務運営を一層推進するため、「お客様に絶大に支持される会社宣言」を作成し、公表します。

（取組状況）

- ・当社は、従来から「お客様に絶大に支持される会社」並びに「従業員が本気で長く働きたいと思える会社」を経営理念としており、様々な機会を通じて、従業員への浸透を図っています。

2. 真にお客様本位の保険商品の募集を行うため、強固な募集体制の構築を目指します。

（取組状況）

- ・当社の販売チャンネルには、通信販売と訪問販売があります。
- ・通信販売においては、全ての電話音声ログを録音し、その音声ログを営業部門とは別の管理部門の担当者が聞き、問題点があれば、そのフィードバック等を行うことにより、募集品質の向上を図っています。
- ・訪問販売においては、タブレット端末を活用した各保険会社のペーパーレス契約手続きを推進し、ご契約までの期間短縮や契約手続きにおけるお客様の負担軽減に取り組んでいます。また、営業部門の責任者と管理部門の担当者がお客様の意向把握の適切性を確認しています。
- ・お客様からご契約の申込を頂いた後、営業部門とは別の管理部門からお客様に連絡し、ご契約内容がお客様のご意向に沿っているかどうかの確認を行っています。（後確といたします。）また、ご高齢のお客様に対しては、ご家族の同席や検討に必要な時間的余裕を確保するなどの社内ルールを定め、対応しています。

3. お客様の声への取り組みを充実させます。

(取組状況)

- ・お客様から寄せられる当社に対する苦情等は、様々な経路から伝わり、当社コンプライアンス部にお客様の声として集約されます。
- ・コンプライアンス部は、集約された苦情の調査・分析を行い、当社の問題点と原因を明確にした上で営業部門と改善策を策定し対応しています。また、苦情の状況と改善策は、毎月のコンプライアンス委員会並びに取締役会（2021年4月より取締役会非設置会社へ変更）に報告されています。
- ・お客様の声の従業員への共有及び再発抑止を目的として、Eラーニングを活用した学習サイトを使用し、月次ベースで周知を行っております。

4. お客様のご意向に沿った商品選択と比較推奨を行います。

(取組状況)

- ・通信販売においては、年齢・性別等のお客様情報からお客様のご意向を推定し、該当する保険種類の募集資料を発送します。その後、推奨理由も含め商品等の説明を行い、お客様が申込を希望する商品の保険種類を最終のご意向としています。
- ・対面販売においては、「お客様ご要望お伺い書」を用いてお客様のご意向を把握し、推奨商品の絞り込みを行い、お客様のご意向に合った商品とその推奨理由も含め提案しています。商品が決定した後に、最終のご意向の確認をし、当初のご意向との相違を確認しています。

5. お客様に寄り添ったアフターフォローを実施します。

(取組状況)

- ・当社は、全47都道府県の高齢層から若年層まで幅広い年齢のお客様より保険加入のお申し込みを頂いており、ご契約内容の確認やご請求漏れの可能性のある給付金・保険金のご案内並びに契約保全を目的として、お客様一人一人のご事情に合わせて、フォローコールを行っております。
- ・上記に付随し、口座振替契約のお客様を対象に、引落日に引落されず保険契約が無効状態になってしまう「失効」を未然に防ぐため、フォローコールを行っております。

6. 「お客様のご満足」 = 「私たちの喜び」であり、従業員満足度の向上を目指します。

(取組状況)

- ・ご契約の申込を頂いたお客様に対しては、電話にてご契約の最終意思確認（後確）並びに募集人への満足度調査を行っています。
- ・また、通信販売でご契約されたお客様に対しては、募集人から直筆のお礼のお手紙を差し上げるなど、お顔の見えないお客様との距離感が縮まるよう努めています。

7. 教育・研修・評価制度の充実を図ります。

(取組状況)

- ・適切な保険募集を行うために、Eラーニングを活用した学習サイトを使用し、月次ベースでコンプライアンス研修等を行っています。
- ・従業員の評価については、目標を明確に定め、上司との定期的な面談で、達成度を共有し、報酬に反映しています。また、昇級・昇格においては、募集品質などのコンプライアンス項目を査定に組み込んでいます。

8. お客様志向のサービスチャネルを構築し、お客様の利便性・満足度向上を目指します。

(取組状況)

- ・販売チャネルとして当社は、電話によるテレマーケティングを中心とした通信販売を主とし、お客様のライフスタイルやニーズの多様化に合わせ、保険の販売を行っています。2019年度の保険販売の割合は、通信販売 51.9%、訪問販売 12.3%、Web サイト 0.4%、ショップ代理店等との共同募集 35.3%となっています。

## 【成果指標(KPI)】

当社は「お客様に絶大に支持される会社」という経営理念のもと、2017年6月に「お客様に絶大に支持される会社宣言」を策定し、前述の通りこれに基づいた業務運営を徹底しています。その成果指標（KPI）として、以下の通り公表いたします。

### 1.お預かりしている保有件数及び商品種別割合

2019年度（2020年3月末時点）

#### 生命保険

保険種類	件数	割合
死亡	64,652	15.1%
医療	307,765	71.9%
がん	41,324	9.7%
年金・介護等	4,964	1.2%
小計	418,705	97.9%

#### 損害保険

保険種類	件数	割合
自動車	2,845	0.7%
火災	1,782	0.4%
その他	1,586	0.4%
小計	6,213	1.5%

#### 少額短期保険

-	件数	割合
小計	2,979	0.7%

総計	件数
	427,897

### 2.お申込み頂いたお客様へのアフターフォロー状況

2019年度（2020年3月末時点）

保全対応対象世帯数	フォローコール数	フォローコール率
284,130	205,503	72.3%

※保全対応対象世帯数に対しての、契約内容確認や給付金漏れ等の保全連絡の状況となります。

### 3.お申込みいただいたお客様の満足度

2019年度（2020年3月末時点）

内訳	構成率
ご満足の声	97.9%
ご不満の声	0.8%
どちらでもない	1.3%
総計	100.0%

※お申込み頂いたお客様に、電話にて募集人への満足度調査を行った際に取得した内訳となります。

### 4.当社からご契約いただいたお客様への保険金・給付金支払実績

2019年4月～2020年3月 (2019年度)	累計
97億円	1,158億円

※当社において支払金額が多い保険会社3社の合計になります。

※千万円以下切り捨てとなります。

上記、成果指標（KPI）の数値については、定期的に公表するとともに、必要に応じて見直しを行い、継続的に改善を図ってまいります。