

「お客様本位の業務運営」に係る取り組み状況と成果指標（KPI）

2020年10月6日

株式会社トップライン

株式会社トップラインは、2020年度、「お客様本位の業務運営」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、「お客様本位の業務運営」を作成し、公表します。

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、全ての通話内容を録音し、その通話内容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。
- ・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。（「ご契約後の確認」後確といえます。）

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うえ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に報告されています。
- ・寄せられた「お客様の声」は、月次ベースで、部門責任者より、全従業員に対して事案の共有ならびに再発防止策の徹底を行っております。

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。
- ・訪問販売においては、「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を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、保険料引き去り日に引き去りがされずに保険契約が無効になってしまう状態（「失効」と言います）を未然に防ぐため、フォロ

ーコールを行っております。

6. 教育・研修・評価制度の充実を図ります。

(取組状況)

- ・ある一定以上のスキルが必要な訪問販売、外貨建商品取扱の分野では社内ライセンス制度を設け、新規取得・更新の厳格な運用を行っています。
- ・適切な保険募集を行うために、コンプライアンスマニュアルを使用し、毎月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重要視しています。

1. お申込み頂いたお客様の満足度

2019年4月～2020年3月		
(2020年度)		
内訳	件数	構成比
ご満足の声	406	90.80%
ご不満の声	7	1.50%
どちらでもない	34	7.60%
合計	447	100%

※ご契約後の確認

2. 当社からご契約いただいたお客様への保険金・給付金支払い実績

保険会社名：アフラック

2019年4月～2020年3月 (2019年度)
138,967千円

※アフラックは当社において、保有件数が一番多い保険会社です。

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。