

お客さま本位の業務運営方針

弊社は、日産オリジナルの保険商品「ニカホ」を通じて、お客様の抱えるリスクやご意向などを把握し、お客さまの安心・安全の為に適切な保険商品・プランをご提案します。また、「お客さまの信頼」を原点に、徹底したお客さま視点に基づくお客さま本位の業務運営を実現してまいります。

1) カーライフの充実を目的に保険を通じてのお客さまとの接点を強化(原則7)

お預かりする自動車保険、他社満期情報の件数アップを通じてより多くのお客さまとの接点を増やしカーライフにおける絆を構築します。

◆ 具体的な行動例

- ・新車、中古車のご購入時はもちろん、車検・点検等でご来店いただいたお客さまに、現在ご加入中の保険証券の確認(証券診断)をさせていただく。
- ・他社でご加入中の場合、満期日を管理し、適切な時期に「ニカホ」への切替をご提案する。

2) 利益相反の適切な管理と重要事項のわかりやすいご説明(原則3・5)

お客さまの意向把握・確認を十分に行い、丁寧な説明による最適なプランの提案をすることでお客さまとのより良い関係づくりを図ります。

◆ 具体的な行動例

- ・お客さまの家族構成、運転される方、お車の使用目的などをヒアリングシートに沿って確認し、潜在的なリスクを洗い出す。
- ・複数のプラン(例:基本プラン・おすすめプラン・充実プラン)を提示し、それぞれの保険料と補償範囲の違いを分かりやすく説明する。

3) お客さまに適したプランと満足感の高い契約プロセスのご提供(原則2)

お客さまが求める補償内容を検討する時間を確保するよう努めます。

◆ 具体的な行動例

- ・保険満期日の2ヶ月前にはご継続手続きのご案内を開始し、お客さまが焦らずにご検討できるスケジュールを組む。
- ・お見積書やプランの説明資料をお渡しし、その場で即決を求めるのではなく、一度お持ち帰りいただき、ご自宅でじっくりと見返せるようにする。

4) お客さまに役立つサービスのご提供(原則6)

お客さまを取り巻くリスクに関する情報を提供し、万が一の有事にお客さまに安心をお届けする提案を目指します。

◆具体的な行動例

- ・万一の事故の際に、お客さまの状況を一番理解しているカーライフアドバイザーが事故対応から修理まで一貫してサポートできる「ニカホ」のメリットを具体的にお伝えする。
- ・事故発生時の連絡先や初期対応の流れをまとめた「困ったときに”ホッ”とブック」をお渡しし、いつ事故が起きても落ち着いて行動できるように備えていただく。

5) お客さまから頂いた声の業務改善への活用(原則2・7)

お客さまからのご指摘を真摯に受け止め、業務改善に努めます。

◆具体的な行動例

- ・ご契約後に、手続きに関する簡単なアンケートを実施し、お客さまの声を収集する。
- ・お客さまからいただいたご意見やご不満などを社内で共有し、原因分析と再発防止策を検討し、改善策が決定したら全スタッフに周知徹底する。

お客さま本位の業務運営方針の定着を図るための指標(KPI)

1) 早期継続率(翌月80%以上・翌々月50%以上)

満期2ヶ月前からご継続手続きの案内を行い、丁寧な説明を行うとともに十分にご検討いただく時間を確保したうえで手続きを行ってまいります。

2) WEB手続き率75%以上

お客さまにとって最適な保険提案を行うため、わかりやすいWEB手続きを行ってまいります。

KPI実績

項目	目標	26年度実績	25年度実績
早期継続率(翌月)	80%以上(20日迄)	78.3% (9月末時点)	79.6%
早期継続率(翌々月)	50%以上	52.0% (9月末時点)	53.4%
WEB手続き率	75%以上	78.1% (9月末時点)	70.0%