

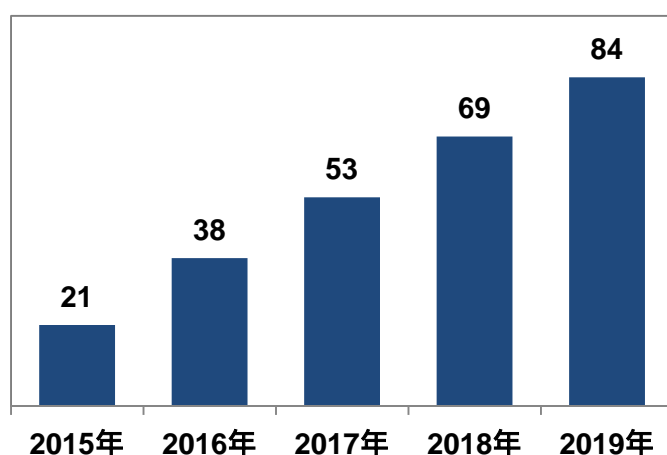
お客様本位の業務運営方針の定着を測る成果指標（KPI）の実績

チューリッヒ生命は、お客様本位の業務運営の更なる徹底に向けて、その定着度を測る指標項目（KPI）を決定し2018年4月に公表しました。今回は各指標について2018年度までの実績を公表します。

1. お客様による当社へのご支持の結果である「期末お客様数」

チューリッヒ生命の期末お客様数は、過去4年間に21万人から84万人へと、4倍になりました。当社はグループの基本理念の一つである「お客様第一主義」を徹底し、常にお客様の視点に立った業務運営を心がけております。引き続き多くのお客様のご支持をいただけるよう努めてまいります。

お客様数の推移（3月末時点；万人）

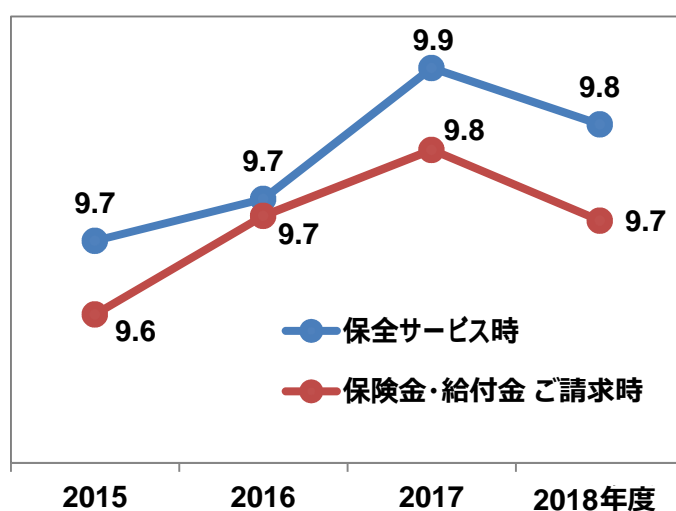


2. 当社とお客様との主要な接点である保全サービスおよび保険金・給付金ご請求の各場面（コールセンター）での「ご説明の分かりやすさ評価」

当社のコールセンターは保全サービスおよび保険金・給付金ご請求時の対応について、お客様より高いご評価をいただいています。

ご説明の分かりやすさについては、「0（最低）から10（最高）」の11段階評価でお客様への電話アンケートを継続的に実施しています。過去4年間の結果はいずれも10点満点に近い水準です。

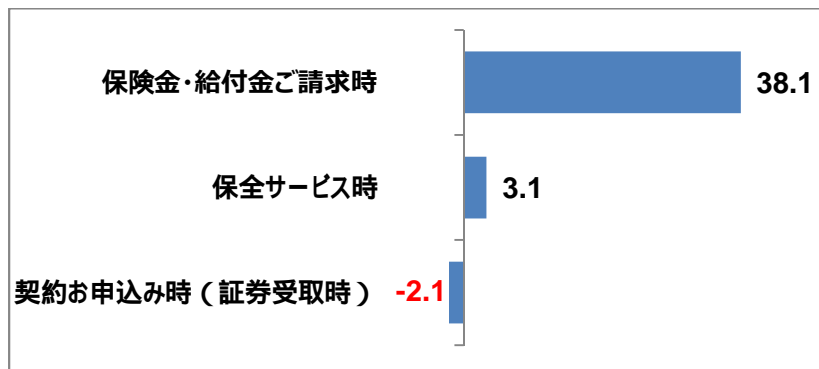
電話でのご説明の分かりやすさ評価
（0-10の11段階評価の平均）



3. お客様との主要な接点における総合的なご満足の度合である
「推奨意向（他者にチューリッヒ生命を薦めたいか）」

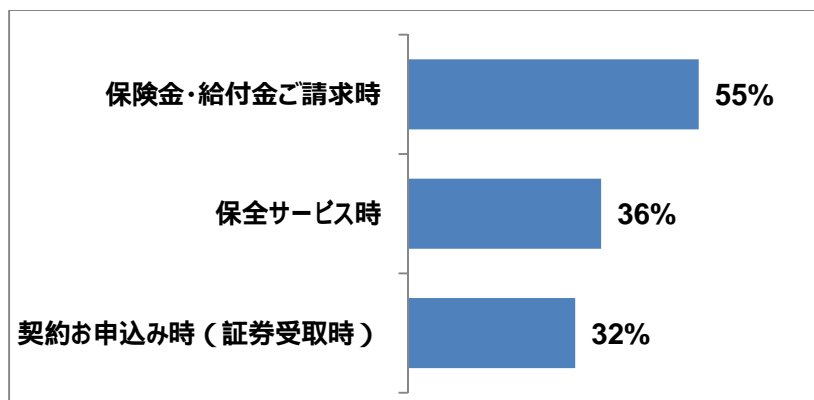
当社ではお客様の満足度を把握し、当社の業務に関するお客様の声を積極的に収集することを目的に、ネット・プロモーター・スコア（NPS）^{*1}に関するアンケートを実施しています。契約申込み時（証券受取時）、保全サービス時、保険金・給付金のご請求時における2018年度のNPSは以下のとおりです。

お客様との接点におけるチューリッヒ生命のネット・プロモーター・スコア*
(2018年度)



なお、分かりやすい参考指標として、全回答者における推奨者（0（最低）から10（最高）の11段階評価のうち9・10と回答された方）の比率を見ると、全体の30-50%のお客様がチューリッヒ生命を強くご支持くださっていることがわかります。当社では、11段階評価で9、10と回答くださった推奨者の方々をチューリッヒ生命の「応援者」と捉えています。当社とお客様の関わりの初期段階である契約お申込み時には、中間値（「5」）を回答されるお客様が多く推奨者は30%台です。その後、「真実の瞬間」である保険金・給付金ご請求の場面では、推奨者は50%台と高い評価をいただいています。

参考：お客様との接点におけるチューリッヒ生命の推奨者比率
(2018年度；0-10のうち回答9・10の比率)



*1: NPSとは、お客様の当社に対する推奨意向（他者にチューリッヒ生命を薦めたいか）を測る指標です。「あなたはこの企業を友人や同僚に薦める可能性は、どのくらいありますか?」という質問を行い、0～10の11段階で評価してもらい、アンケートの回答に応じて、「推奨者（9-10）」、「中立者（7-8）」、「批判者（0-6）」の3つのタイプに顧客を分類します。推奨者数の比率から批判者数の比率を引いたものがNPSスコアとなります。ネット・プロモーター・スコア（NPS[®]）は、バイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムの登録商標です。