

2025 年度 KPI 振り返り

お客さま本位の業務運営（FD 方針）の浸透・定着を計る指標

株式会社ヴィータでは、経営理念である「お客さまの生活を守る」を実践するため、お客さま本位の業務運営（FD 方針）の浸透・定着の度合いを計る KPI を設定しています。2025 年度は、単に件数を追うだけではなく、お客さまの声を業務改善につなげること、必要な情報やサービスを先回りしてお届けすること、そして営業・バックが連携してより良い対応を積み重ねることを意識して取り組みました。

2025 年度 KPI 実績一覧

KPI 項目	目標	実績	達成率
お客さまの声・気づき・ヒヤリハット 収集件数	月 20 件以上	352 件（月 29.3 件）	146.7%
情報発信・お客さまフォロー 実施件数	月 1 回以上	10 回	83.3%
他社満期情報取得件数	月 20 件以上	125 件（月 10.4 件）	52.1%
お守りシート取得・点検件数	月 25 件以上	255 件（月 21.3 件）	85.0%
各種特約・補償 追加・見直し件数	月 15 件以上	274 件（月 22.8 件）	152.2%
他業種サービス 紹介件数	年間 40 件以上	25 件	62.5%

2025 年度は、6 項目のうち 2 項目で目標を上回りました。特に「お客さまの声・気づき・ヒヤリハット」と「各種特約・補償の追加・見直し」は大きく目標を上回り、日々の業務の中で気づきを拾い、お客さまへの提案や改善につなげる意識が社内に定着してきたと考えています。一方、X データ取得や他業種サービス紹介など、日々の営業行動への落とし込みや継続的な進捗管理が必要な項目には課題が残りました。

◆ お客さまの声・気づき・ヒヤリハット 収集件数

2025 年度目標	2025 年度実績	達成率
月 20 件以上（年間 240 件以上）	352 件（月平均 29.3 件）	146.7%

2025 年度は、お客さまの声 74 件、気づき 246 件、ヒヤリハット 32 件、合計 352 件となり、年間目標 240 件を大きく上回りました。

お客さまからいただいたご意見だけでなく、日々の業務や身近な出来事の中で感じた「気づき」も積極的に共有することで、良い取組みを社内で横展開し、改善につなげる意識が高まりました。営業・バックを問わず、「お客さまのために、もっと良くてできることはないか」という視点を持つことが、ヴィータの社風として少しずつ定着してきたと感じています。

今後も件数そのものを目的とせず、集めた声や気づきを実際の業務改善につなげ、効果まで確認する取組みを継続します。

◆ 情報発信・お客さまフォロー 実施件数

2025 年度目標	2025 年度実績	達成率
月 1 回以上（年間 12 回）	10 回（4 月・3 月は未実施）	83.3%

年間 10 回の実施となり、目標には 2 回届きませんでした。

2025 年度は、事業継続に関する情報や子ども食堂への寄付、介護に関するイベントなど、保険商品だけに限らず、お客さまの日々の生活の中で役立つ情報をお届けすることを意識しました。「誰に相談すればよいかわからない」と感じる場面でも、まずヴィータを思い出していただける関係づくりを目指しています。

今後は発信回数を安定させるとともに、情報を届けるだけで終わらず、反応や相談内容などのデータを蓄積し、よりお客さまに役立つフォローへつなげていきます。

◆ 他社満期情報取得件数

2025 年度目標	2025 年度実績	達成率
月 20 件以上（年間 240 件以上）	125 件（月平均 10.4 件）	52.1%

年間 125 件となり、目標 240 件に対して大幅な未達となりました。

他社契約の満期時期など、お客さまへ適切なタイミングでご案内するための情報は、将来の提案機会を増やすためだけでなく、お客さまの保険契約全体を把握し、補償の重複や不足を確認するためにも重要な情報です。

2025 年度は、その重要性の理解や日々の営業活動への具体的な落とし込みが十分ではなく、取得行動や進捗管理が担当者個人に委ねられる場面がありました。今後は、取得を営業プロセスの中に明確に組み込み、進捗の見える化と定期的なフォローを行うことで、継続的に取り組める仕組みに改善していきます。

◆ お守りシート 取得・点検件数

2025 年度目標	2025 年度実績	達成率
月 25 件以上（年間 300 件以上）	255 件（月平均 21.3 件）	85.0%

年間 255 件となり、目標 300 件には届きませんでした。

お守りシートは、災害や事故など万が一の際に備えて緊急連絡先等を確認し、必要なときにご家族を含めたサポートにつなげるための取組みです。一度確認して終わりではなく、連絡先や生活状況に変更がないかを継続的に点検することにも意味があると考えています。

今後は更新手続きや定期的なお客さまフォローの中に点検を組み込み、無理なく確実に実施できる流れを整え、お客さまとご家族の安心につなげていきます。

◆ 各種特約・補償 追加・見直し件数

2025 年度目標	2025 年度実績	達成率
月 15 件以上（年間 180 件以上）	274 件（月平均 22.8 件）	152.2%

年間 274 件となり、目標 180 件を大きく上回りました。

保険は加入していただくことが目的ではなく、実際に事故や災害が起きた際に必要な補償を受けられることが大切です。そのため、更新時などに現在の補償内容を確認し、お客さまの生活環境や事業内容の変化に応じて、不足している補償や不要となった補償がないかを確認しました。

今後も「特約を付けること」自体を目的とせず、事故例や具体的なリスクをわかりやすくお伝えし、お客さまのご意向を確認したうえで、本当に必要な補償と一緒に考える取組みを続けます。

◆ 他業種サービス 紹介件数

2025 年度目標	2025 年度実績	達成率
年間 40 件以上	25 件	62.5%

年間 25 件となり、目標 40 件には届きませんでした。

ヴィータでは、保険だけでは解決できないお困りごとにもお応えできるよう、自動車修理、住まいの修繕、土業をはじめとするさまざまな分野の協力先とのネットワークづくりを進めています。お客さまから「困ったときはまずヴィータに相談してみよう」と思っただけの存在になることが、この取組みの目的です。

2025 年度は紹介につながるお客さまの状況把握や情報提供が十分でない場面もありました。今後は日々の会話の中から潜在的なお困りごとを丁寧に把握するとともに、協力先との連携をさらに広げ、保険の枠を超えた「プラスワン」のサービス提供につなげていきます。

2025 年度 総括

2025 年度は、すべての KPI を達成することはできませんでしたが、「お客さまの声や気づきを集め、共有し、改善につなげる」という取組みは大きく前進しました。また、各種特約・補償の見直しでは、営業だけでなく内務スタッフも含めてお客さまへの働きかけを行うなど、営業とバックが協力してサービス品質を高める土台が整いつつあります。

一方で、他社満期情報の取得や他業種サービス紹介など、担当者の意識や行動に左右されやすい項目では、目標を日々の業務に落とし込み、継続的に実行するための仕組みが十分ではありませんでした。活動をしていることと、成果につなげることは同じではありません。今後は、誰が担当しても一定の品質で実行できる業務プロセスと進捗管理を整え、個人の頑張りだけに頼らない運営へと進めていきます。

ヴィータはこれからも、お客さまのご意向を起点に「なぜこの提案をするのか」を大切にし、保険のご提案だけでなく、事故対応、情報提供、専門家・協力業者との連携などを通じて、経営理念である「お客さまの生活を守る」を具体的な行動として積み重ねてまいります。

2026 年度へ向けて

- ・お客さまの声・気づき・ヒヤリハットを、引き続き業務改善へつなげる
- ・他社満期 j 方法の取得やお守りシート点検を、個人任せにせず日常業務の中に組み込む
- ・更新時期の統一などを通じて、お客さまの契約全体を確認し、より幅広い提案につなげる
- ・記録・進捗管理を見える化し、営業・内務が同じ情報を共有できる体制を整える
- ・「人 × 仕組み」で、誰が担当しても質の高いサービスを提供できる代理店を目指す

株式会社ヴィータ