

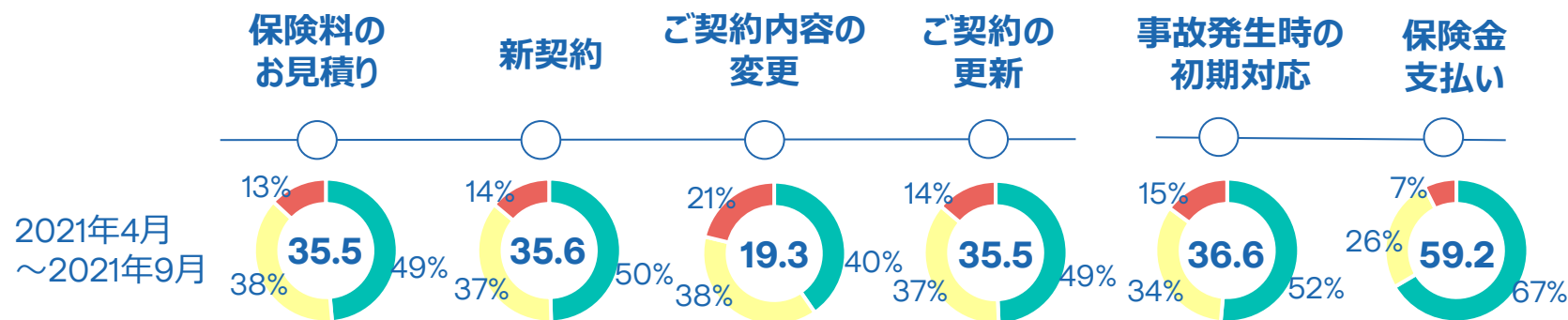
## 方針2

### お客さまの最善の利益の追求

お客さま中心主義と高い倫理観に立脚し、お客さまの声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用し、「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づいて、お客さまの最善の利益を追求し、お客さまによりご満足いただける保険商品・サービスを提供します。お客さまの信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。

### Net Promoter Score® (NPS)調査

「保険料のお見積り」「新契約」「ご契約内容の変更」「ご契約の更新」「事故発生時の初期対応」「保険金支払い」の6つのお手続きでNPSアンケートを実施しています。



Net Promoter Score = 推奨者の割合(%) - 批判者の割合(%)

Net Promoter Score® NPSは、ベイン・アンド・カンパニーのフレッド・ライクヘルド氏が提唱した顧客ロイヤルティを測るための指標です。「チューリッヒの商品をご家族やご友人にお薦めしますか？」という質問に回答いただき、計測します。10-0の11段階の評価を以下の3つのグループにわけて、算出します。

- 10-9 : 薦める (推奨者)
- 8-7 : どちらでもない (中立者)
- 6-0 : 薦めない (批判者)

