お客さま本位の業務運営を実現するための取組

（1） お客さまを主役とする相談環境

① お客さま一人ひとりの背景・目的・ライフステージに合わせて、最適な備えをご自身で選べる環境づくりを徹底します。
② 傾聴の姿勢を基本に、お客さまの不安の奥にある真のニーズをともに発見し整理します。
③ プライバシーに配慮した相談環境と、厳重な情報管理体制を構築します。
④ 障がいのあるお客さまに対し、すべての社員が適切に対応できるよう、社内通知や研修を実施し、体制を整備します。

(2) 保険相談プロセスの標準化と公正性

① ご年齢・ご家族構成・資産状況・目的に応じた丁寧な意向確認と共同設計を実施します。
② 商品選定時は比較一覧で説明し、納得のいくまで相談を継続します。
③ 外貨建・変額保険の商品は、投資経験・金融知識を確認の上、丁寧かつ明確にリスクを説明します。
④ 店舗間・担当者間でサービス品質の差が出ないよう、相談フローを標準化します。
⑤ ご契約に際しては、お客さま自身の判断を尊重し、必要情報を確実に説明・確認します。

(3) ご契約後の継続的な「安心の輪」サポート

① ご契約後に「保険証券確認面談」を実施し、再度意向と保障内容が一致しているかを確認します。
② 万が一の際の申請手続きや付帯サービスも、お客さまの理解を深めるよう丁寧にご案内します。
③ 全社的に「3+①安心サポート」を推進します。担当者だけでなく店舗全体で契約をサポートします。
④ 「安心の輪 定期便」で保障内容の定期確認を促進します。
⑤ 満期や保険料未納などによる保障の消失を防ぐため、事前リマインド体制を整備します。

(4)従業員と組織の体制整備

① 接客の基本として「お客さま主役」「わかりやすさ」「伴走型サポート」を全社で共有します。
② 「KPI の明確化」によるお客さま本位の取組み成果の「見える化」を図ります。
③ 社内研修は年 6 回以上実施し、ロールプレイや事故対応研修も含めて行います。
④ FP 資格・外貨建保険販売資格・生保大学課程等、専門性向上と研修履歴を連動管理し、取得期限や必須レベルを明確化します。

KPI による可視化と品質向上

以下の表に示すように、継続率やアンケート回収率などを KPI 指標（重要業績評価指標）として管理し、お客さま本位の業務運営の品質向上に役立てています。

KPI 指標(1) WEB 来店されたお客さまにアンケート調査を実施

昨年度は新規のお客さまの内、1,011 件のお客さまが予約で来られています。
来店後、アンケートにご返信いただいた方の 95%以上のお客さまが 5 段階評価で満足・やや満足の評価をいただいています。
2 回目以降のお客さまや直接来店されたお客さま、当社が訪問したお客さまは含まれておりません。

WEB アンケート	2022 年度	2023 年度	2024 年度
満足・やや満足	80/83 件 (96.39%)	100/103 件 (97.08%)	131/137 件 (95.62%)
普通	3 件	2 件	6 件
不満足・やや不満足	0 件	1 件	0 件

KPI 指標(2) 生命保険の 13 ヶ月間の継続率、自動車保険の継続率

継続率	2022 年度	2023 年度	2024 年度
生命保険 13 カ月継続率	96.5%	95.8%	97.3%
自動車保険継続率	96.3%	96.9%	94.7%

生命保険の継続率や自動車保険の継続率を重要な指標として選んでいます。契約後の保険請求や異動手続き、事故の受付等、お客さまに寄り添い続ける数値として体制を整備しています。
また、6 か月以内に解約となったご契約については、毎月の発生件数を確認した上で、店舗の募集人の提案内容や手続きが適切であったかどうかを店舗全体で確認して、募集品質の維持・向上に努めています。

KPI 指標(3)　当社営業社員の FP 資格の保有率

保有率	2022 年度	2023 年度	2024 年度
FP2 級以上 （AFP、CFP を含む）	73.1%	76.0%	73.7%

当社はお客さまにとって保険だけでなく、家計・教育資金・老後資金・住宅ローンなど、人生全体のマネープランに沿った提案に努めていきます。FP 資格者はお客さまの利益を第一に考える姿勢が求められるため、「販売するための提案」ではなく、「お客さまに本当に必要な提案」が期待されます。
新入社員も入ってくるため、保有率が下がる年度もありますが、FP 資格は当社では必要な資格として取組んでいます。

KPI 指標(4)　お客さまの再訪率や契約直後のアフターフォロー実施率

再訪率・実施率	2022 年度	2023 年度	2024 年度
来店されたお客さまの再訪率	76.9%	78.6%	72.8%
3+① 実施率	73.9%	76.9%	73.0%

「3＋①」サービスとは、契約前に 3 回の面談を通じてじっくり納得するまで相談・比較し、契約後にもう一度ご来店いただくことで、保障が意向に沿っているかを再確認する、合計 3 回＋1 回のフォロー体制です。
3 回の面談を実施に努める（生命保険のご契約をいただく場合）
1 回目:ご要望やライフプランのヒアリング　2 回目:複数商品を比較・設計 3 回目:さらに検討し、納得してお申込み手続きを実施

プラス① 回のアフターフォロー
目的：保険証券が届いた時点で再度来店・説明し、契約内容が意向に合っているか確認
　　他社契約や保障の過不足がないか見直し、必要に応じて調整

KPI 指標(5)　生命保険協会の 4 つの『業務品質評価基準』を達成

当社は 2024 年度、生命保険協会の「認定代理店」として、定められた業務品質評価基準の基本項目を達成しました。
今年度より業務品質評価基準の基本項目を維持し、さらなる改善を続けることを KPI の指標とします。その理由はすべてのお客さまに対して長期的に安心と信頼をご提供するためです。契約時には、お客さまの意向を丁寧に把握し、適切な保障を提案することで信頼関係を構築し、契約後も未収納管理やアフターフォローを徹底することで高い満足度と継続率を実現していきます。
また、個人情報の適切な管理体制を整えることで情報漏えいリスクを防止し、企業としての信用を守ります。さらに、法令遵守や社内教育、内部監査などのガバナンス体制を強化し、健全で持続可能な経営を追求していきます。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営を実現するための取組」との対応表

金融庁原則	対応する当社の取組
【原則２：顧客の最善の利益の追求】	（1）お客さまを主役とする相談環境 (2) 保険相談プロセスの標準化と公正性 (3) ご契約後の継続的な「安心の輪」サポート (4) 従業員と組織の体制整備 KPI 指標(1) WEB 来店されたお客様にアンケート調査を実施 KPI 指標(2) 生命保険の 13 ヶ月間の継続率、自動車保険の継続率 KPI 指標(3) 当社営業社員の FP 資格の保有率 KPI 指標(5) 生命保険協会の４つの『業務品質評価基準』を達成
【原則３：利益相反の適切な管理】	（1）お客さまを主役とする相談環境 (2) 保険相談プロセスの標準化と公正性 KPI 指標(1) WEB 来店されたお客様にアンケート調査を実施 KPI 指標(3) 当社営業社員の FP 資格の保有率 KPI 指標(5) 生命保険協会の４つの『業務品質評価基準』を達成
【原則４：手数料等の明確化】	(2) 保険相談プロセスの標準化と公正性 項目名:KPI 指標(3)当社営業社員のＦＰ資格の保有率 項目名:KPI 指標(5)生命保険協会の４つの『業務品質評価基準』を達成
【原則５：重要な情報の分かりやすい提供】	(1) お客さまを主役とする相談環境 (2) 保険相談プロセスの標準化と公正性 (3) ご契約後の継続的な「安心の輪」サポート (4) 従業員と組織の体制整備 KPI 指標(1) WEB 来店されたお客様にアンケート調査を実施 KPI 指標(2) 生命保険の 13 ヶ月間の継続率、自動車保険の継続率 KPI 指標(3) 当社営業社員の FP 資格の保有率 KPI 指標(4) お客さまの再訪率や契約直後のアフターフォロー実施率 KPI 指標(5) 生命保険協会の４つの『業務品質評価基準』を達成
【原則６：顧客にふさわしいサービスの提供】	（1）お客さまを主役とする相談環境 (2) 保険相談プロセスの標準化と公正性 (4) 従業員と組織の体制整備 KPI 指標(1) WEB 来店されたお客様にアンケート調査を実施 KPI 指標(3) 当社営業社員の FP 資格の保有率 KPI 指標(4) お客さまの再訪率や契約直後のアフターフォロー実施率 KPI 指標(5) 生命保険協会の４つの『業務品質評価基準』を達成
【原則７：従業員への動機づけと体制整備】	(4) 従業員と組織の体制整備 KPI 指標(3) 当社営業社員の FP 資格の保有率 KPI 指標(5) 生命保険協会の４つの『業務品質評価基準』を達成

【欄外】：当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨しておらず、金融商品の組成にも携わっておりません。従って、当該事項に係る金融庁原則＜原則５(注２)、原則６(注２、注３)、補充原則 1-5＞については対象としておりません。