

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、お客さまの意向や状況に合った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、高齢のお客さま、金融知識や投資経験が少ないお客さまに対し、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。
- ⑤ カムイ・クレドの「まず、聴ききる」を相談の出発点とし、商品説明に先立ってお客さまの状況と想いを丁寧に確認します。

(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・年齢・理解度を確認の上、丁寧かつ明確にリスク、費用、為替・市場変動、解約時の注意点等を説明します。
- 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。
- ⑥ 「契約より、信頼を。」の考え方にに基づき、手数料やキャンペーン等に左右されず、お客さまの意向・状況・保障目的に照らして選定理由を説明します。

(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。
- ⑥ カムイ・クレドの「契約後こそ、伴走する」を実践し、保険金・給付金請求、住所変更、名義変更、事故対応、満期更改等の手続きを継続的に支援します。

(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。
- ⑤ カムイ・クレドを会議、朝礼、研修、評価制度の説明等で繰り返し共有し、行動原則を日常業務に定着させます。
- ⑥ 社員の健康・成長・金融リテラシー向上を、お客さま本位の業務運営を支える土台として位置づけます。
社員向け資産形成勉強会は、特定の金融商品を推奨するものではなく、金融教育として実施・検討します。

(5) お客様の声・苦情・不備を改善につなげる仕組み

- ① お客様から寄せられた感謝の声、改善要望、苦情・不備・ヒヤリハットを真摯に受け止め、業務改善につなげます。
- ② お客様の声や苦情・不備の発生状況を定期的に確認し、店舗会議、研修、マニュアル見直し、再発防止策に反映します。
- ③ 6か月以内の早期解約が発生した場合には、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、募集品質の維持・向上に努めます。

(6) 個人情報保護・情報セキュリティ管理

- ① お客様の大切な情報を適切に管理するため、情報機器管理台帳による機器の所在確認、個人情報の取扱いに関する社内管理、情報管理研修等を実施します。
- ② 個人情報の取扱いに関する同意が未取得の場合には、契約手続きが進まないシステム制御等を通じて、同意取得漏れの防止に努めます。
- ③ 個人情報を含む証跡を提出・保管する際には、必要に応じてマスキングを行い、情報漏えいリスクを防止します。

(7) 法人・地域へのリスクマネジメント支援

- ① 個人のお客様の人生設計だけでなく、法人のお客様の事業継続、雇用、事故防止、サイバーリスク、ハラスメント対策、事業承継、相続等の課題にも向き合います。
- ② 法人向けセミナー、BCP 支援、雇用トラブル対策、サイバーリスク対策等の情報提供を通じて、地域企業の持続的な成長を支援します。
- ③ サステナビリティアクションの「この街と人に、永続的な安心を。」の考え方にに基づき、地域清掃等の貢献活動に取り組むとともに、リスクマネジメントセミナー等を通じて企業の挑戦を支えます。

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満足度などを KPI 指標（重要業績評価指標）として管理し、お客様本位の業務運営の品質向上に役立っています。

KPI 指標(1)来店されたお客様に WEB アンケート調査を実施

来店後、アンケートにご返信いただいた方の 90%以上のお客様から 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 回目以降のお客様や予約なしで直接来店されたお客様、当社が訪問したお客様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	2025 年度
満足・やや満足	80/83 件 (96.4%)	100/103 件 (97.1%)	131/137 件 (95.6%)	125/132 件 (94.7%)
普通	3 件	2 件	6 件	6 件
不満足・やや不満足	0 件	1 件	0 件	1 件

KPI 指標(2) 生命保険の 13 カ月間の継続率、自動車保険の継続率

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。

継続率	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度
生命保険 13 カ月継続率	96.5%	95.8%	97.3%	98.1%
自動車保険継続率	96.3%	96.9%	94.7%	95.2%

KPI 指標(3) 当社営業社員の FP 資格の保有率

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り組んでいます。

また、2026 年度より生保大学課程・損保大学課程、防災士等の資格取得の推進・支援を実施してまいります。

保有率	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度
FP2 級以上 (AFP、CFP を含む)	73.1%	76.0%	73.7%	74.2%

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

「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。

以下の通り、3 回の面談の実施に努めます。（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

+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、契約内容が意向に沿っているか確認。他社契約や保障の過不足がないか見直し、必要に応じて調整します。

再訪率・実施率	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度
来店されたお客さまの 再訪率	76.9%	78.6%	72.8%	72.8%
3+①実施率	73.9%	76.9%	73.0%	73.6%

KPI 指標(5) 生命保険協会が定めた 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 4 つの『業務品質評価基準』の基本項目を達成しました。

2025 年度もすでに更新認定を受けたうえで、継続的な改善を進めていきます。

今年度も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。

KPI 指標(6) 既契約相談件数

既契約のお客さまにも継続的に相談の機会を設け、保障内容の確認やライフステージの変化に応じた見直しを支援します。

既契約相談件数	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度
件数	973 件	1,108 件	956 件	1,053 件

* 今後取り入れる指標

KPI 指標	目的	2025 年度以降の取扱い
法人向けセミナー開催回数	地域企業のリスクマネジメント支援状況の可視化	2025 年度 5 回実施済み
社員向け金融リテラシー・資産形成勉強会の開催回数	社員の金融リテラシー向上と金融ウェルビーイング支援	2026 年 7 月以降

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

原則	要旨	取組方針の 該当箇所	取組状況の 該当箇所	関連 KPI
原則 2	顧客の最善の利益を追求し、企業文化として定着させる	1 基本方針、 2-(1)(2)(4)(5)	取組(1)(2)(3)(4)、 KPI(1)(2)(3)(5)	満足度、継続率、FP 保有率、 認定代理店
原則 2 注	顧客本位の良質なサービスにより 安定した顧客基盤を確保	1 基本方針、 2-(1)(2)(4)(5)	取組(1)(2)(3)(4)、 KPI(1)(2)(3)(5)	継続率、再訪率、3+①、 既契約相談件数
原則 3	利益相反の可能性を把握し、適切に管理	2-(1)(2)	取組(1)(2)(4)、 KPI(1)(3)(5)	FP 保有率、苦情・不備件数、 認定代理店
原則 3 注	手数料等が取引に及ぼす影響を考慮	2-(1)(2)	取組(1)(2)、 KPI(1)(3)(5)	FP 保有率、満足度
原則 4	手数料・費用等を顧客が理解できるよう説明	2-(2)	取組(2)、 KPI(3)(5)	FP 保有率、研修回数
原則 5	重要な情報を分かりやすく提供	2-(2)(4)	取組(2)(4)、 KPI(1)(3)(5)	満足度、FP 保有率、3+①
原則 5 注 1	商品の利益、損失リスク、取引条件、選定理由等を提供	2-(1)(2)	取組(2)(4)、 KPI(1)(3)(5)	FP 保有率、継続率
原則 5 注 3	顧客の経験・知識を考慮し、明確・平易に説明	2-(1)(2)(4)	取組(2)(3)(4)、 KPI(4)(5)	満足度、FP 保有率
原則 5 注 4	複雑・リスクの高い商品は丁寧に情報提供	2-(1)(2)(4)(5)	取組(1)(2)、 KPI(2)(3)(4)(5)	FP 保有率、研修回数
原則 5 注 5	重要な情報を区別し、重要情報を強調	2-(1)(2)(4)(5)	取組(1)(2)、 KPI(4)(5)	満足度
原則 6	顧客にふさわしいサービスを提供	2-(1)(2)(4)	取組(1)(2)(4)、 KPI(1)(3)(4)(5)	継続率、再訪率、3+①
原則 6 注 1	ライフプラン等を踏まえた提案	2-(1)(2)	取組(1)(2)(4)、 KPI(1)(3)(4)(5)	FP 保有率、継続率

【欄外】非該当項目の考え方

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。したがって、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。