「お客さま本位の業務運営方針」と2022年度の取り組みについて

お客さま本位の業務運営

当社が掲げる行動指針（MST Way）の一つにある「お客さまの喜びを最高の価値とする」の下、お客さま本位の取り組みの徹底を図るため、「お客さま本位の業務運営方針」を策定・公表するとともに、本方針に基づいた取り組みを実践しています。

－ 目 次 －

運営方針１．「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営の徹底／取り組み内容（1） Ｐ２

運営方針２．「お客さまの喜びを最高の価値とする」企業文化の定着／取り組み内容（2） Ｐ３

運営方針３．適切な利益相反管理／取り組み内容（3） Ｐ４

運営方針４．お客さまのご意向・ニーズに沿った商品・サービスの提供と適切且つわかりやすい情報の提供／取り組み内容（4） Ｐ５

運営方針５．「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営への取り組み確保／取り組み内容（5） Ｐ７

＜ご参考＞当社「お客さま本位の業務運営方針」と金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との関係

当社は、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択のうえ、「お客さま本位の業務運営方針」を定め、取り組みの徹底を図っておりますが、当社の運営方針と金融庁の原則の関係は以下のとおりです。

当社の運営方針	金融庁の原則
運営方針1	原則2、同(注)
運営方針2	原則2、同(注)
運営方針3	原則3、同(注) 、原則4
運営方針4	原則4、原則5、同(注1)・(注3)～(注5)、原則6、同(注1)・(注4)・(注5)
運営方針5	原則7、同(注)

＊ 金融庁の原則につきましては、金融庁のホームページをご確認ください。

＊ 金融庁の原則1は、顧客本位の業務運営に関する策定・公表等についての内容であり、対応する運営方針はありません。

※1 当社が取扱う商品には、原則5(注2)・原則6(注2)の「複数の金融商品・サービスをパッケージするもの」はありません。

※2 当社は、原則6(注3)の「金融商品の組成に携わる金融事業者」ではありません。

運営方針１．「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営の徹底

- 当社の行動指針（MST Way）では、「お客さまの喜びを最高の価値とする」を掲げております。
- 当社ではこの行動指針に基づき、役職員全員がお客さまの声に真摯に耳を傾け、お客さまに真にお役に立てる商品・サービスの提供に取り組んでまいります。
- また、お客さま本位の業務運営方針に関する取り組み状況を定期的に確認・検証し、常にレベルアップを図るための体制整備にも取り組んでまいります。

取り組み内容(1)

① お客さま本位の業務運営方針の策定と社内浸透

- 「お客さま本位の業務運営方針」を定め、定期的に経営トップからのメッセージを発信する等、本方針の社内への浸透を図っています。

② お客さまの声を活かした業務品質の向上

- 日常の活動の中でお聞きしたお客さまのご不満、ご要望、お褒めの言葉を収集し、重要な事項は経営と担当部が対応を検討する等、業務品質向上にお客さまの声を最大限活かす取り組みをしています。
- お客さまからの苦情につきましては、業務品質管理部へ情報を一元化し、経営への報告を定期的に行い適切な対応に取り組んでおります。お客さまから寄せられた苦情のうち重要な事項については、取締役会に報告を行い、再発防止等に組織的に取り組んでいます。

③ お客さま本位の業務運営の推進体制

- お客さま本位の業務運営に関する活動の定期的な振り返りを行い、その高度化に向けた課題を認識し、対応策を策定するため、CS委員会を運営しています。
  2022年度は5月と11月に2回開催しました。
- 社内の関係部の協働により、取り組み状況の確認・検証や、お客さまの声を分析し業務品質改善につなげるための体制を運営しています。
  2022年度は確認・検証や改善案策定に向けた検討を12回開催しました。

【お客さまの声の受付状況】

	お褒め・感謝	期待	要望	不満	苦情
2022年度（比率）	773件（59%）	22件（2%）	196件（15%）	244件（19%）	75件（6%）
2021年度（比率）	648件（63%）	23件（2%）	150件（15%）	132件（13%）	71件（7%）

「お客さまの喜びを最高の価値とする」取り組みに向けて、お客さまから寄せられたお褒め、ご要望、ご不満等の声を把握・分析し、業務運営に活かすものとして、「お客さまの声」を取組状況を測る指標とします。

【業務品質向上の取り組みについて】

- 「お客さまの声だより」の発信
  お客さまへのより良いサービスの提供につなげるため、お客さまからいただいた声に基づく取り組みやポイントを紹介する社内ニュースにより、情報を共有しています。
- 保険会社から見た課題のヒアリングと対応
  当社の「お客さま本位の業務運営」について、保険会社の視点からの課題をヒアリングし、その解決に向けた取り組みを進めています。
- お客さまの声を活かした業務品質向上の重要性について、営業会議における徹底、上位の職制に対してリーダーシップの発揮を求めるメッセージを発信する等の取り組みを実施しました。

運営方針２．「お客さまの喜びを最高の価値とする」企業文化の定着

□ 当社は「お客さまの喜びを最高の価値とする」企業文化の確実な定着のため、役職員の意識醸成、社内教育の徹底等に取り組んでまいります。

取り組み内容(2)

① 行動規範の制定と徹底

- 金融事業者としての職業倫理の定着のため、当社役職員が日々いかに考え、判断し、行動すべきかの基準として行動規範を制定し、部署毎の取り組みの振り返りや意識を高めるための研修を毎年度実施しています。

【行動規範の徹底について】

- 研修の実施
  一人一人が行動規範を自分の問題として捉えることを目的とし、部署ごとに部署長を講師とした研修を実施しました。
  なお、部署ごとの研修の前には、部署長を対象とした研修を実施しました。

② コンプライアンスの徹底

- コンプライアンス教育では、ルールを教えるだけでなく、理解が定着するような研修を工夫しています。

【コンプライアンスの徹底について】

- コンプライアンス研修：2022年度はｅ-ラーニング形式による研修を１１回実施しました。
- ワンポイント通信：毎月、コンプライアンスや保険募集上の留意点やその背景等を、詳しい解説と共に社員向けに発信しました。

③ 保険代理店としての専門知識の習得

- お客さまのニーズを的確に把握し、適切なアドバイス、ご提案ができるように、専門的な金融知識、商品知識に関する教育・研修を役職員に対して行い、「お客さまに信頼されるリスクマネジメントサービス会社」の実現に取り組んでいます。

＊ 専門知識習得に向けた具体的な取り組みにつきましては、P7をご覧ください。

運営方針３．適切な利益相反管理

□ お客さまの利益が不当に害されることのないよう、取引におけるお客さまとの利益相反の可能性について正確に把握し、適切に管理・対応するよう努めます。

取り組み内容(3)

① 適切な保険募集体制の構築・管理

- お客さまのご意向の把握、比較推奨、重要事項の説明等の適切な実施により、お客さまの利益が不当に害される取引の発生を防止する保険募集体制の構築・管理に努めています。
- また、モニタリングにより利益相反管理の状況の検証を実施しています。

【適切な保険募集管理体制の構築・管理について】

- 意向の把握、比較推奨、重要事項説明等、一連の募集プロセスについて、実施ルールを詳細に定め、かつ新規契約については営業システムに実施状況を記録する仕組みを構築しています。
- モニタリングの実施：毎月、管理部署において新規契約を中心にサンプリングし、募集プロセス全般について詳細に適切性を検証しています。
- また、比較推奨の偏りの有無を確認する「マクロモニタリング」を取入れ、体制整備の高度化に取組んでいます。

② 利益相反に関する従業員の教育

- コンプライアンス研修により、お客さまの利益が不当に害される取引の発生防止に向けた役職員の教育に取り組んでいます。

【従業員の教育について】

- 全社員を対象とした、募集コンプライアンスに関する研修（毎年）、定期的な確認テスト（年６回）や履行状況チェック（毎月）を継続して実施しています。
- 推奨商品の選定については、お客さまの属性毎に、お客さまの利益を最優先した選定ルールを明確に定め、その適正な理解を研修や定期的な確認テストの主要事項としています。

運営方針４．お客さまのご意向・ニーズに沿った商品・サービスの提供と適切且つわかりやすい情報の提供

- 当社ではお客さまに適した商品・サービスを提供するために、お客さまのご意向・ニーズを十分お伺いした上で、商品・サービスのご提案を行ってまいります。
- また、お客さまに適した商品・サービスを選択いただけるよう、お客さまにとって重要な情報をわかりやすく、丁寧にご説明するとともに、お客さまに提供する商品・サービスの特性に応じて、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。
- なお、お客さまの保険商品に関する知識、理解度や過去のご経験も十分に踏まえた上で、情報の提供、商品・サービスの提案を行ってまいります。

取り組み内容(4)

① お客さまのご意向の的確な把握と適切なご提案

- お客さまの抱えるリスクやご意向等を把握し、適切な保険商品・プランをご提案します。

【ご意向の的確な把握と適切なご提案のための取り組み】

- 営業担当者が記録したお客さまのご意向を営業部署内で確認するとともに、その内容を管理部署がモニタリングすることにより的確なご意向の把握に努めています。
- 法人向け火災保険について、営業組織内で、お客さまのご意向や物件状況と申込書内容が合致していることを当社独自のチェックシートで確認することにより、適切性を確保しています。

② お客さまへの必要な情報の提供と丁寧な説明

- 商品・サービスのご提案にあたっては、ご契約いただくことの適否を判断するために必要な情報を提供します。
- 商品・サービスの選定の理由等の重要な情報は、商品概要明示資料や商品パンフレット等を用い、分かりやすく説明します。
- 契約概要や注意喚起情報は、正しくご理解いただくため、「専門用語を平易な言葉に言い換える」「より重要な情報は特に強調する」等の工夫をします。
- ご高齢のお客さまにご説明するときには、複数回のご説明、複数担当者によるご説明、契約後のお礼状の発送等の方法により、お客さまの誤解の防止や理解の促進に取り組みます。

【お客さまへの必要な情報の提供と丁寧な説明】

- 一連の募集プロセスおよびご高齢のお客さまへの対応ルールを社内手続に定め、その実施記録を営業組織内で確認するとともに、管理部署のモニタリングにより検証することで適切性確保に努めています。

損害保険契約更改率(＊)

	2022年度	2021年度
全体の契約更改率	93.6%	92.8%
法人のお客さま	93.3%	93.7%
個人のお客さま	93.7%	92.4%

＊2022年4月～2023年3月に満期を迎える契約のうち、引き続き契約を更改いただいた件数の割合を指します。

生命保険契約継続率(＊)

	2022年度	2021年度
全体の契約継続率	98.5%	98.3%
法人のお客さま	98.5%	98.3%
個人のお客さま	96.8%	97.6%

＊2021年4月～2023年3月にご契約いただいた契約の年換算保険料合計のうち、2023年4月1日時点で有効なものの割合を指します。

「お客さまの喜びを最高の価値とする」取り組みに努めた結果として、お客さまが保険契約をご継続いただいているとの視点から、「損害保険契約更改率」「生命保険契約継続率」を取組状況を測る指標とします。

③ 契約締結前のお客さまのご意向の確認

- ご契約いただく直前にも、ご契約いただく商品がお客さまのご意向に沿うものか、契約内容をお客さまにご理解いただけているか等を確認します。

【情報の提供と契約締結前のご意向確認の取り組み】

- 重要事項のご説明、ご意向の確認は最重要な募集プロセスの一つであり、特に新規契約については、実施日と実施状況の記録を残し、営業組織内での確認や管理部署におけるモニタリングによって適切性を確保しています。

④ お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育

- お客さまのご意向・ニーズを踏まえた十分かつわかりやすい情報の提供及び商品・サービスのご提案ができるだけのスキルを各募集人に確実に身につけさせることを目的とした研修カリキュラムの整備等、社内教育体制の整備に努めます。

【社内教育の取り組み】

- 一連の募集プロセスを模擬的に実施するロールプレイング研修を実施し、実務レベルで情報提供および商品提案のレベルアップに努めています。

⑤ ご契約後のアフターフォロー

- ご契約いただいた後もお客さまのお役に立つ情報の提供や、お客さまが潜在的に抱えるリスクに関する助言・提案を行い、長期的な視野に立ってお客さまのお役に立てるように業務に取り組みます。
- 損害保険については、お客さまが万一事故にあわれたときに適切なアドバイスを提供するために、事故時のアドバイスを専門に担当する部署（安心サービス部）を設置しています。
- お客さまのご契約の満期に関するご案内は漏れなく行い、お客さまの意に反して無保険状態になることの防止に努めます。

【アフターフォローの取り組み】

- 事故対応や満期案内を含め、重要な業務として位置づけ、募集プロセスと同様に社内規定に定め、組織的な検証体制を確保するとともに研修等による社内教育を実施しています。

運営方針５．「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営への取り組み確保

- 「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営への取り組みを確保するために、組織・個人の業績評価等に取り組み、結果を反映するとともに、取り組み内容の定期的な検証・改善に努めます。
- また、お客さま志向のコンサルティングを行うために必要な知識・スキルを従業員が習得できるよう、充実した教育・研修に努めます。

取り組み内容(5)

① 組織・個人の業績評価

社内の組織、個人の業績評価においては、営業実績のみならず、業務品質、お客さまからの声の反映、コンプライアンス等の項目を取り入れ、永続的なお取引を目指したバランスの取れた評価とします。

② 専門的な知識の習得に向けた教育

総合保険代理店として、急増する社会的なリスクへの対応、お客さまの幅広いニーズに適時適切にお応えできるように役職員の専門的な金融・保険知識習得に向けた教育体系を整備します。

③ 社内手続の整備と適切な業務運営に関するモニタリング

社内手続や留意すべき事項に関する周知徹底を定期的に発信し、浸透に努めます。

お客さまのご意向の的確な把握、お客さまのご意向に沿った適切なご提案、お客さまへの十分かつ丁寧な情報の提供が確実に行われるように、社内の各種手続の整備と、継続的な品質向上に資するモニタリング体制の整備に取り組みます。

【適切な業務運営とモニタリングについて】

- 社内の業績評価において「内部管理項目」を設け、業務品質・コンプライアンスを重視した評価体系を構築しています。
- 意向把握、提案、重要事項の説明、意向確認等の一連の募集プロセスにおける必須事項を社内手続に定めています。特に新規契約の募集においては募集プロセスの履行状況の詳細な記録を義務付け、それを営業組織内で確認するとともに、管理部署のモニタリングにより検証し、適切性確保に努めています。
- 全ての営業組織に保険募集の管理責任者を配置し、管理部署と連携しながらモニタリングおよび営業現場における実践的な社員教育に取り組んでいます。

【専門知識習得に向けた取り組み状況】

資格保有者数(*1)

	2022年度	2021年度
損保大学課程	783名	758名
生命保険大学課程	678名	621名
保険仲立人	193名	188名
FP２級相当資格(*2)以上	356名	338名

＊1　上記の何れかの資格を保有する者の割合は、募集人人数に対して83%です。
＊2　2級FP技能士・AFP・金融渉外2級を指します。なお、1級FP技能士・CFP®取得者はFP2級相当資格保有者のうち27名です。

- 当社の研修について
  体系的な知識・スキルを身に付ける研修、時間・場所を選ばず受講できるオンデマンド研修などのメニューを実施しています。
  また、コロナ禍の影響からオンライン研修も実施しています。
- 年間カリキュラムについて
  階層別、テーマ別のカリキュラムを年間を通して実施しています。
  2022年度は累計42回の研修を実施しました。
- オンデマンド研修について
  社員が自分のペースで実施できるオンデマンド形式の研修を提供しています。
  2022年度末時点で、20本の教材を提供しています。