顧客本位の業務運営方針

1

顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等

経営や人生の背景まで丁寧に聴き、本質的な課題を共に考える姿勢を重視し、顧客本位の業務運営方針を定期的に見直します。

2

顧客の最善の利益の追求

保険を「手段の一つ」と位置づけ、資産・相続・労務なども含めて最適化を図り、常に顧客の最善の利益を追求します。

3

利益相反の適切な管理

提案や推奨において、代理店や社員の利益が顧客の利益を害さないよう透明性を確保し、利益相反を管理します。

4

手数料等の明確化（当社の方針）

当社は「顧客の判断基準は手数料水準そのものではない」と考えています。

- 保険料や手数料は本質的な価値判断基準ではなく、解決策の適合性・将来の安心が重要である
- 手数料の説明に時間を割くより、顧客の状況に応じた最適な保障・資産戦略を提示することに注力する
- 制度上・契約上の透明性が求められる範囲では適切に説明する

5

重要な情報の分かりやすい提供

専門用語を丁寧にかみ砕き、顧客が十分に理解・納得した上で意思決定できるよう情報を提供します。

6

顧客にふさわしいサービスの提供

顧客の知識・経験・資産状況・目的に応じて最適な提案を行い、変化に強い提案力を維持するために知識と実践を磨き続けます。

7

従業員の適切な動機づけの枠組み

顧客本位の提案を実践できるよう教育・評価制度を整備し、社内勉強会や情報共有を通じて継続的なスキル向上を行います。

顧客本位の業務運営に関するKPI

当社は顧客の最善の利益を追求し、透明性の高いサービス提供を目指します。以下の7つの柱に基づき、具体的な指標を設定しています。

1

方針の策定・見直し

年1回以上の方針見直しと、全社員への共有を実施します。

- FD方針見直し実施率：100%
- 社内共有会議開催回数：年2回以上

2

顧客の最善の利益追求

保険に限らず幅広い選択肢を提示し、顧客アンケートで「最善の提案」との評価80%以上を目指します。

- 総合提案例数／全提案数：30%以上
- 顧客アンケート「最善の選択肢を提示」評価：80%以上

3

利益相反の管理

利益相反を防ぐ仕組みを整え、全案件を適切にレビューします。

当社における利益相反とは

- 手数料水準の高い商品を優先すること
- 不要な乗換え提案で顧客に不利益を与えること
- 社内インセンティブによる提案の歪み
- 情報提供の偏りによる不適切な誘導

KPI

- 特定社依存比率：前年水準以下
- 利益相反疑義案件レビュー実施率：100%
- 利益相反研修：年1回以上

4

手数料に関する方針

当社は「手数料水準」ではなく「提案の納得感」を重視し、顧客アンケートで80%以上の評価を目指します。

- 提案の納得感に関する顧客アンケート評価：80%以上

5

情報の分かりやすい提供

専門用語を丁寧に解説し、説明の分かりやすさについて85%以上の評価を得ることを目標とします。

- 提案資料専門用語の注釈付与率：100%
- 顧客アンケート「説明が分かりやすい」評価：85%以上

6

顧客にふさわしいサービス

事前ヒアリングを徹底し、提案の適合度について80%以上の評価を目指します。

- ヒアリングシート回収率：90%以上
- 顧客アンケート「ニーズ適合度」評価：80%以上

7

従業員の動機づけ

研修や勉強会を継続的に行い、全社員が顧客本位の姿勢を実践できる体制を整えます。

- 研修・勉強会参加率：90%以上
- 社内認定テスト合格率：80%以上
- 研修後「業務に役立つ」と回答：70%以上