

お客さま本位の業務運営方針

2022年度取組み状況報告

堤商事株式会社は「経営理念」のもと、保険を通して地域社会やお客さまから信頼されるために、「お客さま本位の業務運営」に取組み、最適な保険商品とサービスの提供を実践して参りました。更に、その考えおよび行動の徹底を図るため、2019年7月に「フィデューシャリー・デューティー」への取組みに関する基本方針を制定のうえ当社ホームページ上にて公表いたしました。

今般、本方針にもとづく2022年度の取組み状況や定着度合いを確認する指標について公表するとともに、今後も経営理念の実現に向けて日々の業務に取組んで参ります。

「フィデューシャリー・デューティー」への取組みに関する基本方針

この基本方針を実践するため、役職員全員がお客さまの声を尊重し、お客さまに真にお役に立てる商品・サービスの提供に取組んで参ります。

1. お客さま本位の徹底

<経営理念>

- ・お客さま本位に徹し、地域社会から信頼される企業を目指します。
- ・コンプライアンスを企業活動の原点とし、公正かつ堅実な経営を実践します。
- ・創造と革新を追求し、保険商品を通して「安心」と「安全」を提供します。

この経営理念のもと、お客さま本位の業務運営に努め、保険商品・サービスの提供を通して、地域社会やお客さまに貢献して参ります。

2. お客さまに真にお役に立てる商品・サービスの提供の充実

- ・お客さまの保険に対するニーズを的確にとらえ、適切な情報提供と分かり易い説明を行い、お客さまのご意向に沿った最適な商品・サービスを提供して参ります。
- ・お客さまから寄せられたご不満、お褒め、ご要望などを「お客さまの声」として真摯に受け止め、原因分析を行い、改善策の検討・策定、並びに実行することで業務品質の向上およびお客さまへのサービス向上に努めて参ります。
- ・お客さまの利益が不当に害されることなく、お客さまにとって最適な商品・サービスが提供できるよう、モニタリング・社員教育などにより適切な保険募集体制の構築・管理に努めて参ります。

3. お客さまへの情報提供の充実

- ・お客さまに適した商品・サービスを選択していただけるよう、重要な情報について、お客さまのご理解の状況を確認しながら、分かり易く説明して参ります。
- ・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、リスクに関する助言・提案を行い、適切なアフターフォローを行って参ります。

4. お客さま本位の提案・販売を行うための組織体制の維持・向上

- ・商品・サービスについて、お客さま本位の業務運営の実現に向け、職員に対する教育・研修を充実させ、人材を育成して参ります。また、職員の地域社会やお客さまへの貢献度に対し適切な評価を行って参ります。
- ・この基本方針が遵守されているか確認するガバナンス体制を構築して参ります。

I. 2022年度の取組結果指標「KPI」について

*KPIとは Key Performance Indicator の略で企業や組織が目標達成のため日々行う具体的な行動指標のことです。

【当社の「KPI」と5つの指標】

当社の「お客さま本位の業務運営」がお客さまに評価されているのか、またそれが品質向上や新たな契約に繋がっているのかを測る“KPI”として「お客さま先数」を設定しております。

1. 「お客さま先数」を「KPI」とした理由は次の通りです。

(1)当社がより多くのお客さまから選ばれて、生涯お付き合いいただけることが当社に対するお客さまの最大の評価であると考えております。今後、当社の「お客さま本位の業務運営」に対して、お客さまから評価をいただいた結果として、「お客さま先数」が増加していくものと考えます。

(2)「お客さま先数」の実績は次の通りです。

お客さま先数		2022年3月末	2023年3月末
損保取引先数	個人取引先	11,413先	11,308先
	法人取引先	1,418先	1,436先
合計		12,831先	12,744先
生保取引先数	個人取引先	7,204先	7,045先
	法人取引先	925先	918先
合計		8,129先	7,963先

・損保および生保取引先数内で複数契約がある先については1先としてカウントしています。

2. 「お客さま先数」に寄与する5つの指標について

(1)「お客さま先数」の増加に寄与する指標として当社が捉えているのが、①火災保険更改率、②自動車28日前早期更改率、③携帯電話番号入力率、④生保25月目継続率、⑤お客さま満足度/推奨度の5つです。

(2)これらの指標は「KPI」と同等の指標として「お客さま先数」の増減内容を分析するための指標と考えており、「KPI」である「お客さま先数」とともに管理して参ります。

(3)5つの指標の現状は次の通りです。

①火災保険更改率

種目	2020年度	2021年度	2022年度
個人火災保険 更改率	84.9%	88.5%	87.1%
法人火災保険 更改率	92.3%	93.0%	86.1%

・火災保険更改率とは、火災保険の満期を迎えられたご契約に対して、ご継続いただいたご契約の件数割合をいいます。

・ご契約の満期を迎えられた後に引き続き当社とご継続いただけることは、当社の提供する商品・サービスに対して、お客さまからのご評価の表れであると考えます。

②自動車28日前早期更改率

当社推奨3社 (損保ジャパン・東京海上日動・ 三井住友海上)	2020年度	2021年度	2022年度
	82.0%	81.6%	79.5%

- ・28日前早期更改率とは、自動車保険の満期を迎えられたご契約(法人のご契約を除きます)に対して、お客さまのご継続手続きが満期日の約1ヶ月前(28日前)までに完了したご契約の件数割合をいいます。
- ・満期の約2ヶ月前からお客さまへの満期のご案内を行い、ご継続手続きを満期の約1ヶ月前までに完了させていただくことでご継続手続き漏れを防止し、保険証券を保険の開始日前までにお客さまのお手元へお届けすることが、お客さまの安心・安全、および信頼向上に繋がると考えております。

③携帯電話番号入力率

損保ジャパン 東京海上日動	2020年度	2021年度	2022年度
	87.5%	89.5%	88.6%

- ・携帯電話番号入力率とは、火災保険や自動車保険の申込書(新規と継続のご契約)における、お客さまご連絡先欄に「携帯電話番号」をご記入いただいたご契約件数の割合をいいます。
- ・当指標について2021年度までは、データを公表しているのは損保ジャパンのみであり、損保ジャパン1社だけの数字となっております。2022年度は、損保ジャパンと東京海上日動との合計となっております。
- ・生活様式の変化により、お客さまへのご連絡・ご案内は携帯電話がその役割を担うところになりました。また、万が一の事故や災害により、ご自宅の固定電話がご利用できない場合に、重要なご連絡手段を確保することにもつながるものと考えております。

④生保25ヶ月目継続率

種目	2020年度	2021年度	2022年度
個人生保	99.1%	97.6%	97.9%
法人生保	89.0%	89.8%	96.4%

- ・生保25ヶ月目継続率とは、対象期間に25ヶ月目を迎えられた新規のご契約に対して、25ヶ月目に継続しているご契約の件数割合をいいます。
- ・個人生保でアフラックの契約が占める割合は9割を超えていることもあり、2021年度まではアフラック1社だけの数字となっております。
- ・法人生保の2020年度は当該年度の当社推奨5社(明治安田生命、日本生命、東京海上日動あんしん生命、エヌエヌ生命、ネオファースト生命)の継続率、2021年度は当該年度の新規契約件数上位5社(明治安田生命、日本生命、エヌエヌ生命、第一生命、ネオファースト生命)の継続率、2022年度は全保険会社合計の継続率となっております。
- ・お客さまのニーズに合致していなかった場合、結果として短期解約に繋がります。当社のコンサルティング力の強化とアフターフォロー体制の定着化を図るものです。

⑤お客さま満足度/推奨度

種目	2022年1~3月実施のアンケート調査	2022年7~10月実施のアンケート調査
お客さま満足度	79.9%	74.2%
お客さま推奨度	71.3%	66.7%

- ・当社では独自のアンケートを年1回実施しております。

お客さま満足度とは、当社実施のお客さまアンケートで「満足」、「ほぼ満足」とご回答いただいたお客さまの割合をいいます。

・お客さま推奨度とは、当社実施のお客さまアンケートで「紹介したい」、「どちらかといえば紹介したい」とご回答いただいたお客さまの割合をいいます。

※アンケート実施時期：2022年1月～3月 ご回答件数 165件(損害保険 144件、生命保険 21件)

2022年7月～10月 ご回答件数 173件(損害保険 154件、生命保険 19件)

【「お客さまの声」およびお客さまアンケートについての取組み状況】

「お客さま本位の業務運営」が求められており、当社に寄せられた「お客さまの声」を、「集約」、「共有」、「分析」して、日常の業務や経営の改善に活かす取組みを引き続き行っております。

また、幅広く「お客さまの声」を収集するために、当社はお客さまに対して記名式でのアンケートを実施しており、このアンケートにより日頃表に出てこない「お客さまの声」を発掘して、「お客さま本位の業務運営」を更により良いものとしていく方針です。

(1)「お客さまの声」件数

「お客さまの声」の内訳	2020年度	2021年度	2022年度
当社受付の「お客さまの声」件数	50	35	35
ご不満	41	24	32
お褒めなど(※)	9	11	3
保険会社で受付された「ご不満」件数	9	8	8
合 計	59	43	43

・お褒めなどには「お褒め」の他、「ご要望」、「1年以内の生保解約」などを含みます。

(2) 当社独自のお客さまアンケート結果概要

<2022 年度 「お客さまアンケート」>

① 損害保険

項目	区分	比率	備考
満期継続案内時期	丁度よい	83.7%	(1)アンケート実施月 2022年7～10月 (2)対象者 2022年9～10月満期の お客さまを中心に個人・ 法人問わずに実施 (3)回答件数 154件
補償内容・保険料の説明	分かりやすい/概ね分かりやすい	77.6%	
付帯サービスの説明	分かりやすい/概ね分かりやすい	74.5%	
保険金のお支払いの説明	分かりやすい/概ね分かりやすい	64.0%	
事故時の連絡・対応	分かりやすい/概ね分かりやすい	61.0%	
お客さま満足度	満足/ほぼ満足	70.8%	
当社の推奨度	紹介したい/どちらかといえば紹介したい	64.4%	

② 生命保険

項目	区分	比率	備考
お客さま要望を踏まえた提案	満足/ほぼ満足	100.0%	(1)アンケート実施月 2022年7～10月 (2)対象者 2022年7～10月の新規 契約のお客さまを中心に 個人・法人問わずに実施 (3)回答件数 19件
担当者の商品知識	豊富/概ね豊富	100.0%	
メリット・デメリットの説明	分かりやすい/概ね分かりやすい	100.0%	
質問に対する応対	分かりやすい/概ね分かりやすい	100.0%	
書類の記入方法の説明	分かりやすい/概ね分かりやすい	100.0%	
お客さま満足度	満足/ほぼ満足	100.0%	
当社の推奨度	紹介したい/どちらかといえば紹介したい	88.9%	

II. 具体的な取組み状況について

＜お客さまに真にお役に立てる商品・サービスの提供の充実＞

＜お客さまへの情報提供の充実＞

1. お客さまの声を活かした業務運営

お客さまの保険に対するニーズを的確にとらえ、適切な情報提供と分かり易い説明を行い、お客さまのご意向に沿った最適な商品・サービスを提供することが、安心と安全の提供につながると考え、幅広い商品ラインナップを用意するとともに、お客さまの潜在的ニーズやご意向・ご要望を踏まえた最適な商品のご提案などを行うコンサルティングサービスの提供に努めて参りました。

お客さまのご意向に最も適した商品を迅速に提供するために、過去の販売実績やお客さまの関心度の高い商品などを総合的に勘案したうえで、推奨する保険会社・保険商品を定期的に見直して参りました。

また、お客さまから寄せられたご不満、お褒め、ご要望などの「お客さまの声」情報を一元管理し、その後原因分析を行い、改善策の検討・策定、並びに実行することで、業務品質の向上に努めて参りました。

【取組み内容】

- ・当社は、複数の保険会社の商品を取扱っています。保険商品のご提案にあたっては、お客さまのニーズを的確にとらえたうえで、取扱商品の中からお客さまのご意向に基づいた保険会社の商品を選別し、お客さまに提案および販売しております。

お客さまのご意向把握や商品提案の募集プロセスは、「ご意向把握シート」に記録しております。
「ご意向把握シート」への記録件数

	2020 年度	2021 年度	2022 年度
損害保険	3,419 件	3,989 件	2,921 件
生命保険	263 件	172 件	299 件

2. 利益相反の適切な管理

当社は、お客さまへの商品・サービスの提供にあたり、お客さまのご意向の把握、比較推奨販売、重要事項説明などの適切な実施を通じて、お客さまにとって最適な商品・サービスが提供できる保険募集体制の構築・管理に努めて参りました。

【取組み内容】

- (1) お客さまへの商品・サービスの提供にあたり、ご意向把握・比較推奨販売などの適切な募集プロセスが行われるよう毎月コンプライアンス会議を開催し、お客さまの利益が不当に害されることがないように募集人の教育およびモニタリングに取り組んで参りました。

コンプライアンス会議 実施回数（役職員全員参加）

	2020 年度	2021 年度	2022 年度
コンプライアンス会議	12 回	12 回	12 回

- (2) 当社は複数の保険会社の各種保険商品を取扱う乗合代理店ですが、当社の比較推奨販売規定を遵守し、お客さまのご意向・ご要望を踏まえた商品販売を行っているかを、業務管理責任者および監査部による活動記録などの対応記録点検を通じて、その実効性の確保に努めて参りました。

活動記録点検件数

	2020 年度	2021 年度	2022 年度
損害保険	833 件	1,015 件	1,382 件
生命保険	541 件	535 件	299 件

- (3) お客さまの同意がない場合は、お客さまの取引情報を他の目的に使用することがないよう、適切な管理に努めております。

3. 重要な情報の分かりやすい提供

お客さまへの商品・サービスのご提案にあたっては、お客さまを取り巻くリスクやご意向を把握したうえで、ご契約を締結するに際して必要な情報を提供しながら、ふさわしい商品・サービスをご提案するよう努めて参りました。

【取組み内容】

- (1) ご契約にあたって、お客さまに対して契約の締結または加入の適否を判断するのに必要な情報として、「保険金の支払い条件や保険期間など、お客さまが保険商品の内容を理解するために必要な事項」、「告知義務の内容や責任開始日など、お客さまに対して注意喚起すべき事項」、「主要な付帯サービスなど、その他お客さまに参考となるべき事項」などをご説明しております。説明に際しては、お客さまに正確にご理解いただくために、専門用語を避け平易な言葉でお伝えしております。また、公的保険制度についての情報提供を適切に行って参りました。取組みにあたっては、保険会社による商品研修などにより、募集人のスキル向上に努めております。

商品研修 実施回数

	2020 年度	2021 年度	2022 年度
損害保険	24 回	15 回	12 回
生命保険	15 回	19 回	17 回

- (2) ご高齢等で認知判断能力にご不安のあるお客さまについては、ご本人や保険商品の特性などに応じたよりきめ細やかな対応を行い、お客さまの誤解の防止や理解の促進に努めております。障がいをお持ちのお客さまには、本人がどのような対応をご希望されているのかを把握したうえで、障がいの状態などに配慮した適切な対応に努めております。具体的には、業務管理責任者および監査部による活動記録などの対応記録点検を通じて、よりきめ細やかな取組みの定着に努めて参りました。

活動記録点検件数（高齢者）

	2020 年度	2021 年度	2022 年度
損害保険	86 件	137 件	143 件
生命保険	59 件	26 件	36 件

4. お客さまにふさわしいサービスの提供

お客さまへの商品・サービスの提供にあたり、お客さまの知識、経験、加入目的、資産状況などを総合的に勘案し、お客さまのご意向に基づいた販売に努めて参りました。

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、長期的な視点に立ってお客さまのお役に立てるよう適切なアフターフォローを行って参りました。

【取組み内容】

- (1) 多発する大規模自然災害を見据えて、お客さまへ安心と安全を提供するために、火災保険のご契約をいただくお客さまへは、地震防災マップによる地震被害リスクの情報提供やハザードマップによる浸水リスクの情報提供により、地震保険や水災補償のお勧めを行って参りました。

個人火災保険への地震保険付帯率

	2020 年度	2021 年度	2022 年度
当社推奨3社 (損保ジャパン・東京海上日動・三井住友海上)	54.1 %	57.5 %	61.6%

- (2) 生命保険では、70歳以上のご高齢のお客さまへ契約内容などの確認書面を出状し、「ご契約内容で不明な点はないか」、「ご請求が未済の給付金などはないか」、「ご連絡先などの変更はないか」といったお客さまのご要望などにお応えして参りました。
- (3) 事故の際は保険会社と連携し、正確に事故の内容を把握するとともに、事故発生時の対応についてアドバイスをを行い、お客さまのご不安の解消に努めました。対象となる保険金やご請求の手続きについては、保険会社との間に立って分かりやすくご説明し、スムーズに保険請求が進むようにサポートして参りました。

<お客さま本位の提案・販売を行うための組織体制の維持・向上>

5. 従業員に対する適切な動機づけの枠組みなど

多種多様なお客さまのニーズに適切にお応えできるように、役職員の専門的な金融・保険知識の修得に向けた教育・研修を充実させ、人材を育成して参りました。

また、社内の組織、個人の業績評価については、業務品質向上への取組みなどを十分に考慮し、バランスの取れた評価が行われるよう取組んで参りました。

【取組み内容】

- (1) 毎年2回実施している「代理店自己点検」を起点に、従業員の理解が不足している点を確認し、ポイントを絞って研修を実施、その記録を残しております。

自己点検の理解不足項目数／延べ人数

	2022年5月	2023年2月
自己点検の理解不足項目数／延べ人数	5項目／5名	1項目／1名

- (2) 全社員が「フィデューシャリー・デューティー」への取組みに関する基本方針および取組方針を自らのものとして認識し社内に浸透させるため、これらの方針を常時携行し、朝礼での読み合わせや各種会議の場で理解を深める取組みを推進して参りました。
- (3) 人事考課の際は定量的な成果のみを評価するのではなく、必ず社内のコンプライアンス部門責任者の意見を聞くなど、多面的な観点から総合評価を行っております。

以 上