

1. お客様本位の業務運営方針および取組内容 (2頁)

2. お客様本位の業務運営方針に関わる取組指標 (8頁)

3. 補足 (12頁※)

※金融庁「顧客本位の業務運営に関する」の原則（これらに付されている  
(注)も含む）に示されている内容と取組方針および取組状況との対応関係

# 1. お客さま本位の業務運営方針に関わる取組内容

「お客さま本位の業務運営方針」に対応する主な取組内容になります。

## 1. お客さま本位の業務運営

当社は、企業理念に則り、お客さまに誠実かつ真摯に向き合い、「お客さまとともに」共存共栄を目指し、お客さまに対する長期にわたる責任を全うし続けるため、お客さまが真にもとめる保険（保障や補償）について、質の高いサービスを提供し、あらゆる業務運営において、お客さま本位で行動するよう努めてまいります。

### 【考え方】

当社の企業理念である「ともに〇」は、社名である「ともにあーる」を具現化するために、全社員で約1年をかけて「ともにあーるらしさとは」について議論を重ね、「お客さまとともにある」ことが会社の根幹の一つであることを表現しています。

### 【具体的な取組】

- ① お客さまから長期にわたり信頼をいただくためには、全社員が企業理念を実践することこそが、最も重要であると位置付け、当社の全社員が重視すべき行動規範などをまとめた「理念ブック」を作成しました。新人研修などの社員教育の場で、この「理念ブック」を使い、社名や企業理念に込めた思いなどを伝え、全社員が共通認識を持ち「お客さまとともに」を実現できるよう、企業理念の浸透に取り組んでいます。
- ② 当該方針や取組内容の定着を測る指標として、「新規でご加入いただいた契約者数や契約件数・保有契約者数や保有契約件数」「取扱保険会社数」「生命保険契約継続率と自動車保険契約更改率」「お客さまの声」「社員の資格取得状況」の5つを取組指標として公開し業務品質の向上に努めています。
- ③ 当社では、来店型店舗（ほけんの窓口グループ株式会社のパートナー企業）と訪問主体で保険募集活動を行う支社を営業拠点として首都圏中心に、お客さまのニーズに幅広くお応えする体制を整えています。
- ④ 当社では、「お客さま本位の業務運営」が適切に行われるように営業牽制部門として、コンプライアンス部および内部監査室を設置し、募集品質の点検・監査などを通じて、内部管理体制の強化を図っています。営業推進部に教育責任者を設置し、新人・ベテランを問わず営業社員の募集品質、接客品質、コンプライアンス意識の向上に努めています。

- ⑤ お客様の期待に応えられるよう、コンプライアンス部は、募集品質や業務品質に関わる各種モニタリング（早期消滅契約・乗換契約・特定保険契約・高齢者契約等）を行い、毎月経営者に報告するとともに、営業推進部門の責任者会議等に積極的に参加し、全社員への周知と募集品質向上に向けたPDCAサイクルを徹底しています。

## 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案

当社は、複数の保険会社商品を取扱う保険募集代理店として、法令等を遵守し、以下の事項を徹底するよう努めてまいります。

□常にお客様に寄り添い、将来起こり得るさまざまなリスクからお客様をお守りするため、ご意向の把握ときめ細やかなコンサルティングを実践することで、お客様に最もふさわしい保険商品の提供に努めてまいります。

特に市場リスクが存在する商品をご提案する場合や、高齢者のお客様を対応させていただく場合などについては、お客様に十分ご理解いただけるよう、分かり易い言葉を用いて説明するよう心がけます。

□お客様に商品内容や仕組みを正しくご理解いただけるよう、「重要事項」や「注意喚起情報」について十分な説明を行うよう努めてまいります。特に、お客様にとって不利益となる事項（保険金を支払えない場合など）については、より丁寧な説明を行います。

□役員・社員に対し、専門知識や販売マナー等に関する教育研修を定期的実施し、募集品質の向上に努めてまいります。

### 【考え方】

保険代理店として、保険業法をはじめとした法令や各種規程を遵守するだけでなく、当社で考えるコンプライアンスとは一般常識やマナーも含めた幅広いものであるとの考えから、特に保険募集にあたっては、ルール通りの対応だけでなく、よりお客様に寄り添うことで安心と安全をお届けしたいと考えています。

### 【具体的な取組】

- ① お客様のご意向の把握とそご意向に対応した商品をご提案し、商品内容や重要事項および注意喚起情報を正しく説明することで、お客様ご自身にご理解・ご納得いただくように努めています。また保険募集の始まりから終わりまでを適切に記録し、その内容が募集管理部門で検証できる体制を整備しています。

- ② より細やかなヒアリングを通して、お客さまが抱える顕在的なリスクはもとより、将来起こり得る潜在的なリスクについてもお客さまと共有することで、お客さまに安心を提供できるよう心掛けています。
- ③ 特定保険契約（外貨建て保険や変額保険など）については、お客さまに対し十分なリスク説明を行い、特定保険契約をご提案してもいいと判断した理由（加入目的・財産状況・投資経験の有無など）を記録することで、募集人の過度な募集行為の防止に努めています。また特定保険契約を適宜抽出し、リスクの説明が十分か、保険商品を提案できると判断した理由などが適切に記録されているかのサンプルモニタリングを募集管理部門で実施しています。
- ④ 特に高齢者（70歳以上）のお客さまに対しては、ご家族の同席をお願いするなどの高齢者販売ルールを定め、より丁寧な説明を心掛けお客さまの加入意思の確認に努めています。高齢者契約について、親族同席をお勧めしているか、親族同席ができない場合の理由が記録されているか、親族同席ができない場合の高齢者契約ルールに沿った対応となっているかのモニタリングを実施しています。
- ⑤ また障がいのあるお客さまに対し、すべての社員が適切な対応が行えるよう、社内通知の発信や社員研修を実施しています。
- ⑥ お客さまに適切な「保障と補償」を提供するために、定期的な社員教育を実施し専門知識や募集マナーの向上に努めています。当社では、社員が専門的な知識習得を目指しており、入社3年以内に一定の資格を取得することとしています。
- ⑦ 当社では社長直轄の内部監査室を設けており、各部門や拠点に対し社内監査を実施し、適切な保険募集態勢や組織管理体制についての品質向上に努めています。

### **3. お客さまの声を経営に活かす取り組み**

当社は、お客さまからお寄せいただいたご要望などの「声」を真摯に受け止め、誠実かつ迅速にお応えするとともに、原因分析や再発防止に取り組み、業務運営の改善やサービス向上に努めてまいります。

#### **【考え方】**

お客さまからお寄せいただいた「声」は、当社が「お客さま本位の業務運営」を行う上で、

取組むべき重要課題と捉え、なぜ発生したのかの原因分析を行い、再発しないための防止策を検討し、それを全社で徹底することで、会社は健全な成長ができると考えています。

#### 【具体的な取組】

- ① お寄せいただいた「声」については、全件内容を精査し発生した原因分析や再発防止策が適切に実行されているかのモニタリングをコンプライアンス部で実施し、業務改善やサービス向上に活用しています。
- ② また再発防止策が継続的に実施されていることを確認するため、一定期間を空けた後に、サンプルモニタリングにて検証を行っています。

## 4. 利益相反の適切な管理

当社は、お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引を適切に把握・管理するための体制を整備し、業務運営の改善やサービス向上に努めてまいります。

#### 【考え方】

お客さまの利益を保護するため、お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引を適切に把握し管理する体制も、「お客さま本位の業務運営」の徹底を図る重要項目のひとつと考えております。

#### 【具体的な取組】

- ① 当社は乗合代理店として複数の保険会社と募集代理店委託契約を結び、お客さまの様々な意向にお応えできるよう提供する商品の充実に努めています。
- ② お客さまのご意向に沿った商品が提供できているかを検証するため、早期に消滅した契約については、該当募集人の上席者に募集取扱報告書の提出を求め、募集取扱時に不適切な点がないかの検証をコンプライアンス部で行っています。
- ③ お客さまのご意向に沿った商品提供ができているか、特定の商品への誘導がないかを確認するためのサンプルモニタリングを定期的実施し、募集品質の改善・向上に努めています。

## 5. 方針の浸透に向けた社内態勢整備

当社は、社員があらゆる業務運営において、お客さま本位の最善の行動を最優先としていくために、当方針の浸透に向けて、独自の理念ブックを活用した取り組みや、社内態勢整備に努めてまいります。

### 【考え方】

当社では「お客さまとともに」を根幹とした企業理念「ともに〇」を策定しています。この企業理念の実践こそが「お客さま本位の業務運営」に通じるものと考えています。

### 【具体的な取り組み】

- ① 企業理念を日常業務に浸透させるために、朝礼での唱和や「理念ブック」の読み合わせを行い、本社や各拠点に企業理念を掲示するなどの社内態勢整備に努めています。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）も含む）のなかで「非該当」としている項目の理由

原則 5 の（注 2）

金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである。

⇒ 代理店として複数の金融商品・サービスをパッケージ販売・推奨等は実施していない為「非該当」としております。

原則 6 の（注 2）

金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。

⇒代理店として複数の金融商品・サービスをパッケージ販売・推奨等は実施していない為「非該当」としております。

原則 6 の（注 3）

金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。

⇒ 代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。

## 2. お客様本位の業務運営方針に関わる取組指標

「お客様本位の業務運営」の具体的な取り組みを実践することで、お客様から選ばれる代理店を目指します。

### 1. お客様本位の業務運営の実践

お客様本位の業務運営を実践することで、お客様から選ばれ、長期にわたるお付き合いが可能となることから、新規のお客様の獲得を評価指標としました。

- ・新規でご加入いただいた契約者数
- ・保有契約者数
- ・新規でご加入いただいた契約件数
- ・保有契約件数

※ 営業年度（当年7月～翌年6月）を基準とし、保有契約については年度末日（6月末日）時点の件数を表示

	新規契約者数	保有契約者数	新規契約件数	保有契約件数
2020年度	14,084名	122,740名	23,080件	227,282件
2021年度	13,006名	131,388名	20,072件	241,456件
2022年度	12,072名	139,107名	19,254件	254,838件
前年度比較	- 934名	+ 7,719名	- 818件	+ 13,382件

### 2. 取扱保険会社数

お客様のさまざまな意向を把握し、その意向に合わせた適切な保険商品が提供できるように、複数の保険会社の取扱いを行っています。

- ・取扱保険会社数（2023年8月1日付け）

#### 取扱保険会社数

生命保険会社	25社
損害保険会社	13社

### 3. 生命保険契約継続率と自動車保険契約更改率

お客さまから信頼をいただき、長期にわたるお付き合いの一つとして、生命保険契約継続率と自動車保険契約更改率を指標としました。

- ・生命保険契約継続率
- ・自動車保険契約更改率

※ 営業年度開始月（7月1日付）に算出される数値を表示

#### 生命保険契約継続率の推移

	対象となる契約期間	13ヶ月目	25ヶ月目	37ヶ月目	49ヶ月目	61ヶ月目
2017年度	2017.7～2018.6	98.0%	95.9%	93.2%	90.4%	87.2%
2018年度	2018.7～2019.6	97.7%	95.4%	92.4%	88.9%	—
2019年度	2019.7～2020.6	97.2%	94.0%	90.2%	—	—
2020年度	2020.7～2021.6	97.3%	93.8%	—	—	—
2021年度	2021.7～2022.6	96.6%	—	—	—	—
評価(前年度比較)		-0.7P	—	—	—	—

#### 自動車保険契約更改率の推移

	対象となる契約期間	更改率
2018年度	2018.7～2019.6	84.4%
2019年度	2019.7～2020.6	86.6%
2020年度	2020.7～2021.6	88.3%
2021年度	2021.7～2022.6	88.7%
評価(前年度比較)		+0.4P

#### 4. 「お客さまの声」の活用

「お客さまの声」を会社の業務改善に活用し、つねにお客さまにとって最適なサービスの提供と、業務運営の改善に役立てることから、「お客さまの声」および Web アンケートでのお客さまからの客観的な評価を評価指標としました。

- ・お客さまから寄せられた声の件数
- ・Web アンケートで寄せられたお客さまの評価

※ 営業年度（当年 7 月～翌年 6 月）を基準として抽出

全件内容を精査し業務品質の向上に活用しています。

お客さまから寄せられた「声」の件数	
2020年度	240件(20.0件/月)
2021年度	231件(19.3件/月)
2022年度	227件(18.9件/月)
前年度比較	-4件(-0.3件/月)

Web アンケートは来店型店舗において、初回相談会后、任意のアンケートにてお客さまよりご回答いただいた件数です。

Webアンケートによる総合満足度							
	総数	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	無回答
2020年度	1,143件	932件	147件	40件	11件	9件	4件
		81.5%	12.9%	3.5%	1.0%	0.8%	0.3%
2021年度	912件	750件	117件	34件	5件	5件	1件
		82.2%	12.8%	3.7%	0.5%	0.5%	0.1%
2022年度	955件	823件	78件	29件	13件	9件	3件
		86.2%	8.2%	3.0%	1.4%	0.9%	0.3%

① 態度・マナー							
	総数	満足	やや満足	普通	やや不満	不満	無回答
2020年度	1,143件	1,032件	59件	40件	6件	4件	2件
		90.3%	5.2%	3.5%	0.5%	0.3%	0.2%
2021年度	912件	830件	46件	22件	5件	6件	3件
		91.0%	5.0%	2.4%	0.5%	0.7%	0.3%
2022年度	955件	876件	42件	24件	7件	5件	1件
		91.7%	4.4%	2.5%	0.7%	0.5%	0.1%

② 説明・提案							
	総数	満足	やや満足	普通	やや不満	不満	無回答
2020年度	1,143件	932件	139件	37件	18件	8件	9件
		81.5%	12.2%	3.2%	1.6%	0.7%	0.8%
2021年度	912件	761件	95件	40件	10件	3件	3件
		83.4%	10.4%	4.4%	1.1%	0.3%	0.3%
2022年度	955件	807件	86件	32件	16件	10件	4件
		84.5%	9.0%	3.4%	1.7%	1.0%	0.4%

③ 相談時間							
	総数	長すぎる	やや長い	ちょうど良い	やや短い	短すぎる	無回答
2020年度	1,143件	13件	172件	944件	8件	0件	6件
		1.1%	15.0%	82.6%	0.7%	0.0%	0.5%
2021年度	912件	15件	139件	686件	64件	1件	7件
		1.6%	15.2%	75.2%	7.0%	0.1%	0.8%
2022年度	955件	11件	142件	783件	14件	2件	3件
		1.1%	14.9%	82.0%	1.5%	0.2%	0.3%

## 5. 社員の業務品質の向上

お客さまに対し、適切な保障設計や保険商品を提供していくためには、専門的な知識を身に付けることが必要であり、お客さまの満足度にも繋がることから、社員のFP等の資格取得者数を評価指標としました。

- ・変額保険販売資格者数
- ・外貨建保険販売資格者数
- ・FP等の資格取得者数

※ 営業年度開始日（7月1日付け）の入社1年以上の営業社員の資格状況を表示

※ 外貨建保険販売には2022年4月より販売資格が必須

※ FP等の資格についてはCFP・AFP・FP2級以上・生保大学課程資格取得者数

	変額保険 販売資格	外貨建保険 販売資格	FP等資格
2021年7月1日 (該当社員数205人)	100% (205人)	—	78.0% (160人)
2022年7月1日 (該当社員数209人)	99.5% (208人)	99.5% (208人)	82.8% (173人)
2023年7月1日 (該当社員数202人)	100.0% (202人)	100.0% (202人)	85.1% (172人)
評価(前年度比較:率)	+0.5P	+0.5P	+2.3P

### 3. 補足

「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）を含む） に示されている内容と取組方針および取組状況との対応関係			
顧客本位の業務運営に関する原則	実施・不実施	取組方針における該当箇所	取組状況における該当箇所
【顧客の最善の利益の追求】			
原則2	実施	1. お客さま本位の業務運営 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備	1. お客さま本位の業務運営 【具体的な取組】①～⑤ 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備 【具体的な取組】①
(注)	実施	1. お客さま本位の業務運営 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備	1. お客さま本位の業務運営 【具体的な取組】①～⑤ 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備 【具体的な取組】①
【利益相反の適切な管理】			
原則3	実施	4. 利益相反の適切な管理	4. 利益相反の適切な管理 【具体的な取組】①～③
(注)	実施	4. 利益相反の適切な管理	4. 利益相反の適切な管理 【具体的な取組】①～③
【手数料の明確化】			
原則4	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
【重要な情報の分かりやすい提供】			
原則5	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
(注1)	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 4. 利益相反の適切な管理	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～② 4. 利益相反の適切な管理 【具体的な取組】①～③
(注2)	非該当	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）も含む）のなかで「非該当」としている項目の理由（P7）	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）も含む）のなかで「非該当」としている項目の理由（P7）
(注3)	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
(注4)	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
(注5)	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
【顧客にふさわしいサービスの提供】			
原則6	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
(注1)	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
(注2)	非該当	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）も含む）のなかで「非該当」としている項目の理由（P7）	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）も含む）のなかで「非該当」としている項目の理由（P7）
(注3)	非該当	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）も含む）のなかで「非該当」としている項目の理由（P7）	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）も含む）のなかで「非該当」としている項目の理由（P7）
(注4)	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 3. お客さまの声を経営に活かす取り組み 【具体的な取組】①～②
(注5)	実施	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案	2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦
【従業員に対する適切な動機づけの仕組み等】			
原則7	実施	1. お客さま本位の業務運営 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備	1. お客さま本位の業務運営 【具体的な取組】①～⑤ 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備 【具体的な取組】①
(注)	実施	1. お客さま本位の業務運営 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備	1. お客さま本位の業務運営 【具体的な取組】①～⑤ 2. 法令等の遵守に基づく十分かつ丁寧な保険商品のご提案 【具体的な取組】①～⑦ 5. 方針の浸透に向けた社内体制整備 【具体的な取組】①