

お客様本位の業務運営の宣言



リブラス株式会社

作成：2019年 3月12日
修正：2023年11月20日

お客様本位の業務運営の宣言

【目次】

項目

1.	私たちの考え方・企業文化の構築	P2
2.	お客様の意向に基づく保険募集	P18
3.	ご契約後のフォローアップ	P25
4.	業務品質向上	P29
5.	保険募集・フォローアップ・業務品質 向上の取組状況	P31
6.	お客様の声	P35
7.	数値指標の取組状況と実績	P41
8.	私たちが目標とする数値指標	P45

※1 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と「お客様本位の業務運営の宣言」との関係表は当社ホームページに別途掲載をしておりますのでご確認ください。URL

※2 原則5（注2）、原則6（注2）（注3）は、当社の取引形態上、当社の宣言の対象としておりません。

※3 原則の詳細につきましては、金融庁ホームページ（下記URL）にてご確認ください。

<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/gensoku3.1.15.pdf>

1 私たちの考え方・企業文化の構築

「お客様からのありがとう」と「お客様の満足」

リブラスパーパス（私たちの存在意義）： +（プラス）企業

強みを活かした独自性（バリュープロポジション）

よりお客様のお役に立つ為、自らの創意工夫によって自分達の強みを生かす事を実践していきます。

お客様への約束

- ・我々は常に心からの敬意と感謝を持ってお客様と接します。
- ・我々は常に自らを向上し続け、最高の品質とサービスを提供します。
- ・我々は常に法令を遵守し、お客様の立場にたち財産や利益を守る為に行動します。
- ・我々は「国籍、信条、人種、性的少数者、バックグラウンド、価値観、個性」などお客様の様々な多様性を尊重することを約束します。

従業員への約束

- ・従業員の人格を尊重し、敬意と感謝を持って接します。
- ・従業員一人一人の経済的・時間的・精神的豊かさを追求します。
- ・機会と評価を常に公平に保ちます。
- ・エンパワーメントによって組織の向上に努めます。
- ・従業員が誇れる会社であり続けます。
- ・「国籍、信条、人種、性的少数者、バックグラウンド、価値観、個性」など様々な多様性を強みとして生かし、新たな価値創造ができる組織にしていきます。

行動指針：我々は知力・行動力・人間力の向上を責務とし、真のプロフェッショナルを目指します。

企業理念：リブラスはお客様にとっても従業員にとっても、LIVE（生きていくこと）に+（プラス）になる企業であり、常に最高のベネフィット（恩恵・利益・徳）を提供しつづけ、社会貢献していきます。

企業理念

リブラスはお客様にとっても従業員にとっても、LIVE（生きていくこと）に＋（プラス）になる企業であり、常に最高のベネフィット（恩恵・利益・徳）を提供しつづけ、社会貢献していきます。

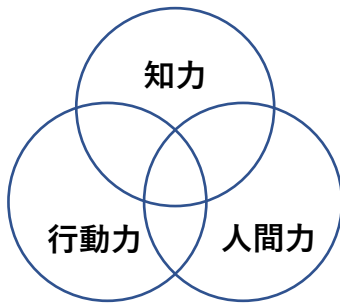
<企業理念について>

- 1 従業員満足とお客様満足は企業において大切な両輪であると考えます。
- 2 お客様にとっても、従業員にとっても「プラスになる」企業であり続けます。
- 3 最高のベネフィットを提供し続ける事を怠りません。
- 4 私たちにとっての最高の社会貢献は「本業であるべき」と考えます。

行動指針

我々は知力・行動力・人間力の向上を責務とし、真のプロフェッショナルを目指します。

<行動指針の図>



<行動指針について>

知力： 知識の蓄積は重要です。しかしその知識を正しい「お客様本位の業務運営」実践の為には知識を「知恵」として生かしていく事がより重要だと考えます。

行動力： お客様との接点をより多くする行動量も大切。
迅速に対応する事はより大切。
さらに行動を継続する事はそれ以上に大切です。

人間力： どれだけ知力があり、行動力があっても、長くお客様から支持され続ける為には、より高い「人間力」が必要であると考えます。

従業員への約束

- 従業員の人格を尊重し、敬意と感謝を持って接します。
- 従業員一人一人の経済的・時間的・精神的豊かさを追求します。
- 機会と評価を常に公平に保ちます。
- エンパワーメントによって組織の向上に努めます。
- 従業員が誇れる会社であり続けます。
- 「国籍、信条、人種、性的少数者、バックグラウンド、価値観、個性」など様々な多様性を強みとして生かし、新たな価値創造ができる組織にしていきたいです。

<従業員への約束について>

「従業員満足」が「高いお客様満足」を導くと信じております。
品質の高いお客様満足を得る為にも、働き方改革と共に働き方の多様化も進めています。

お客様への約束

- ・我々は常に心からの敬意と感謝を持ってお客様と接します。
- ・我々は常に自らを向上し続け、最高の品質とサービスを提供します。
- ・我々は常に法令を遵守し、お客様の立場にたち財産や利益を守る為に行動します。
- ・我々は、「国籍、信条、人種、性的少数者、バックグラウンド、価値観、個性」などお客様の様々な多様性を尊重することを約束します。

<お客様への約束について>

「お客様本位の業務運営の宣言」を実践する為の基礎として「お客様への約束」が重要であると考えます。

パーパス（私たちの存在意義）

+（プラス）企業

たくさんの保険代理店の中から当社を選んでいただいた事に感謝し、私たちの理念・哲学と「お客様本位の業務運営」の実践で私たちは「プラス企業」として存在していきます。さらにそのプラスはすべてのステークホルダーにとっても同様です。「プラス企業」としての存在が「お客様からのありがとう」に繋がると考えます。

コンプライアンスに対する私たちの考え方

本規程は、当社の役職員が、事業活動に関連するすべての法令、主務官庁が定める監督指針・ガイドライン等、所属保険会社との間の契約、所属保険会社が定める規程、当社の社内規程・マニュアル及び社会的規範（以下、これらをあわせて「法令等」といいます。）を遵守するとともに、法令等に違反する行為を正当化又は黙認することなく直ちに是正することにより、コンプライアンスの徹底を図り、もって当社における企業倫理の確立を図ることを目的とします。

※当社法令等遵守規程 第1章「総則」第1条「目的」

法令等遵守規程において、法令を遵守する重要性と共に私たちは「等」の部分も重要であると考えております。

法令等の「等」とは、法令だけではなくプリンシプルつまり私たちの原理・原則・方針に基づく社内ルールやポリシーも大切です。

その為にこれからも3つの取組を徹底していきます。

- 1 理念・哲学・方針の社内での共有と徹底
- 2 継続的教育の実施
- 3 日常のチェックや内外部の監査の実施→評価→改善のサイクルを回す

利益相反に対する私たちの考え方

5. 利益相反の管理

お客様の利益が不当に害されることのないよう利益相反取引を管理し、適切に業務を行います。

※当社コンプライアンス方針 第5項

- 1 私たちの理念・哲学・方針に基づき、お客様の利益を優先いたします。
- 2 利益相反にあたる行為は一切行いません。
- 3 管理部が正しい募集が行われているかを管理しています。
- 4 乗り換え契約、早期解約は全件報告案件として管理しています。
- 5 特定保険契約は経緯等を含め管理部門が募集点検を行っています。
- 6 新規契約について
生命保険は保険料比較システムの利用、損害保険は営業企画が提案書作成をしています。

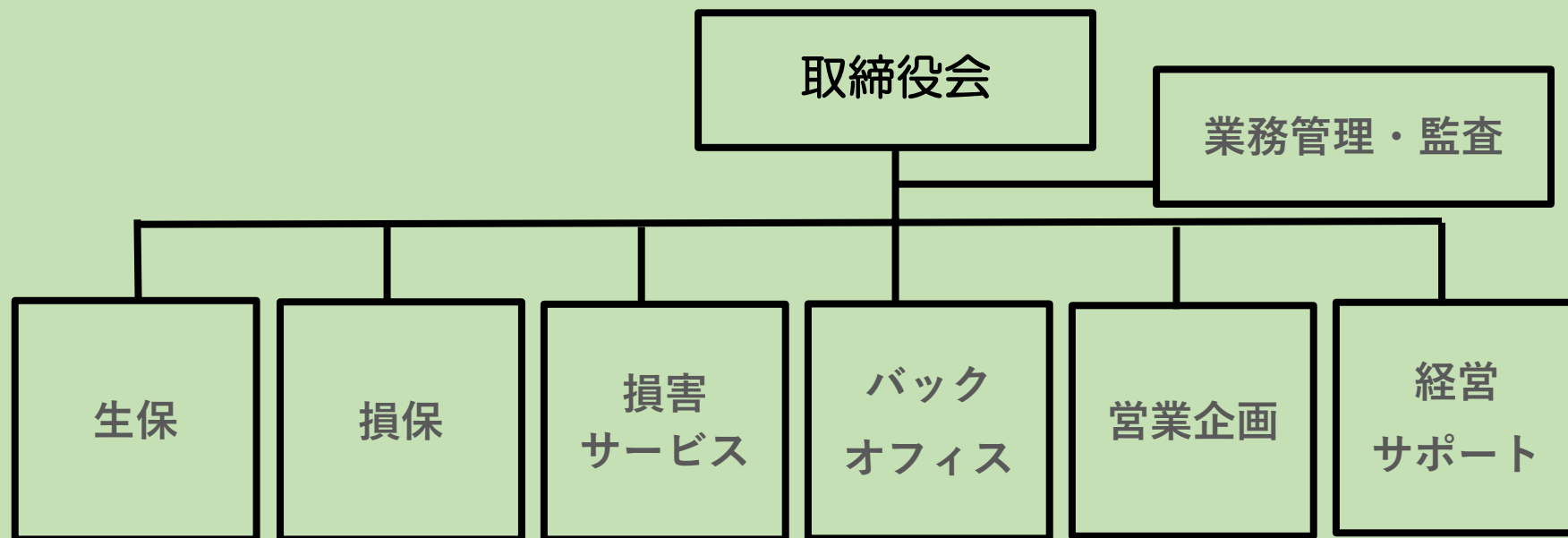
情報セキュリティに対する私たちの考え方

当社は、企業理念に基づきお客様のプラスになる企業として、保険代理業ならび関連事業を行う上で情報セキュリティの確立が最も重要な経営課題のひとつであると認識します。法令等を遵守し保有する情報資産を守り、すべての利害関係者に対して信頼と安心を提供するため、次のとおり情報セキュリティ方針を定めます。

* 当社情報セキュリティ基本方針 前文

- 1 ISO27001の考えに基づき、情報の機密性、完全性、可用性を認識しています。
- 2 会社にある（紙・電子）ファイル全てを機密性の度合いに応じてラベリングをして、社員全員が一目でその機密性が共有出来るようにしています。
- 3 ISO27001認証を取得しており、今後も当社の情報セキュリティに対する姿勢を示す為にも継続をしていきます。

2023年10月～2024年9月年度 社内組織体制



「企業理念・行動指針」の実践

＜企業理念・行動指針の実践の為に＞

企業理念・行動指針を会社のすべての部分に宿して経営をしていきます。
全員が単に覚えるだけではなく、「企業理念・行動指針」が持つ意味を理解しシンプル経営を実行しています。

1 リブラスマイスター認定制度

当社メンバー全員が本来あるべき姿を共有できるよう、2018年から本制度をスタートし都度見直しを行い制度の品質向上を行っています。

※認定状況は「数値指標の取組状況と実績」に掲載

2 理念・指針を考える機会の提供

月曜日社長から理念方針に基づくweekly mailで一週間がスタート。
火曜日は社長も含め全員が輪番制で理念・方針に即した2分間スピーチを実施。

3 PDCAの実践

毎週、マネジメント会議・リーダー会議、小チームリーダーと社長の面談を実施。
売上数字の確認ではなく、お客様対応の状況や課題の確認。

「組織体制」について

＜企業理念・行動指針の実践の為の組織体制＞

専門性を重視し、人に投資をして、私たちの理念・方針を実践することを目的にしています。

1 専門性

「生命保険訪問販売」「生命保険来店ショップ」「損害保険」「学校ビジネス・知的障がい者向け保険」「損害サービス（事故対応・安全講習）」「管理（募集点検・コンプライアンス・態勢整備）」「営業企画」「バックオフィス（事務）」「経営」という役割に分かれています。

2 ウェブ会議システムの利用

オフィスを越え横断的に共有を行う為にウェブ会議システムを多用しています。

3 毎年の見直し

社員の能力を活かしお客様本位の業務運営の実践に繋げる為に毎年見直しを行っています。昨年度も新たな部門を設立。

4 組織一体となってお客様対応

部門内ミーティングと部門間の共有を繰り返し組織の一体を高めています。

2年計画のスローガンポスターを社内で作成



菅原チーム



佐藤真菜チーム



大山チーム

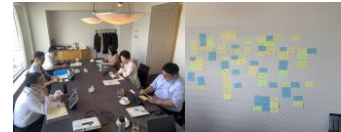
私たちの企業文化の一つに独創性と楽しむことができます。
部門の枠を超えてチームを作り、新入社員がリーダーとなり「スローガンポスター」を作成しました。このように当社の全体会議の多くはワークショップ型で「知恵を育てる事」や「チームビルディング」をベースに行っています。

様々な取り組み

< 独創的な発想で企業文化作り >

1 リーダー合宿の実施

基本的な考えや方向性を議論し、経営計画はリーダー合宿からスタートしました。



2 移動オフィス

1) 移動する保険ショップとして

地域での金融リテラシー格差是正に貢献します

2) 移動する安全講習車として

自社でドライブシミュレーター、VRを所有しています。

3) 災害時の移動する災害対策本部として

ソーラーパネル付きバッテリーも用意しており、いち早く保険金支払いが出来るよう活用します。



3 営業企画部門の設立

募集人による提案格差が出ないようにセールスパーソンへの教育だけではなく、新規提案の資料作成部署として「営業企画部門」を設立しました。

* 生命保険は保険比較専用システムを導入しているので、営業企画部門は損害保険の提案を担当しています

「私たちの社会貢献活動」

< 目的 >

- 1 社会にとってもプラスになる企業として存在していきます。

< この一年で実施した社会貢献活動 >

- 1 お客様からいただくご契約1件（新規契約・更新契約）につき当社が50円をファンドとして拠出し、年一回「あしなが育英会様」と「メイクアウィッシュオブジャパン様」に按分して寄付をいたしました。

※2023年寄付額 総額 149,000円を寄付しております。

- 2 エコキャップを集めポリオワクチンに変える運動に参加。

※社外からの持ち込みも受付

- 3 Livelus Sports Clubを立ち上げ、（社外の）スポーツ選手のサポート・育成に貢献。選手4名が鹿児島国体入賞。



2 お客様の意向に基づく保険募集

私たちが大切にしている基本姿勢

- 1 お客様本位の業務運営の実践
- 2 在り方とやり方の両輪を回す
- 3 行動の継続
- 4 新たな価値を創造し続ける
- 5 社員の3つの豊かさの実現
- 6 本業こそが最大の社会貢献である

お客様の意向に基づく保険募集の為に

- 1 哲学・理念・方針に基づき保険募集を行うよう周知徹底を行います。
- 2 様々な外部教育の機会を作り、商品だけではなく周辺知識や公的保険を含めて学習しています。
- 3 社内ではアドバイス・指摘・チェックをする文化があります。
- 4 専門性をもって各部門がお客様対応をさせていただきます。
- 5 営業は見積作成をせず、営業企画（新規案件）もしくはバックオフィス（更新案件と異動案件）が作成しています。
- 6 商品はおお客様の意向に基づき決定する事を強化するため、保険会社の取り扱いを地域でもトップクラスの数にいたしました。

私たちのご契約までの基本プロセス

<事業者様向け>

- 1 既契約者様の意向、心配事、現時点での課題などの再確認をしっかりと行います。
- 2 業種や業務内容のヒアリングを徹底していきます。
- 3 リスクの見える化をします。
- 4 保険管理表で保険の見える化をします。
- 5 お客様の意向確認をもとに複数の商品をご提案し、最終的にお客様がご自身で判断出来るようにサポートします。
- 6 ご担当者様の知識や理解の度合いに合わせて、保険の仕組み、考え方、周辺知識、公的保険などの説明を進めます。

私たちのご契約までの基本プロセス

<個人向け>

- 1 年齢、家族や資産状況、意向、心配事などをしっかり確認いたします。
- 2 お客様の知識や理解の度合いに合わせて、保険の仕組み、考え方、周辺知識、公的保険などの説明を進めます。
- 3 保険管理表の作成で保険の見える化をお手伝いします。
- 4 お客様の意向確認をもとに複数の商品をご提案し、最終的にお客様がご自身で判断出来るようにサポートします。

高齢者のお客様・障がいのあるお客様への対応

- 1 可能な限りご親族や成年被後見人の同席をお願いし、当社も常に複数名で面談出来るようにしていきます。
(WEB会議システムの利用も含めて対応)
- 2 お客様の状態に応じたコミュニケーションを大切にし、丁寧に相互理解に努めます。
- 3 正しく理解をいただけるよう平易な言葉を使い、資料も分かりやすくして、さらにルーペ、ミニホワイトボード、A3版用紙への拡大コピー、マーカーペンなども併せて利用していきます。
- 4 複数回の面談を行うなど、理解の度合いに合った対応を努めます。

※上記4項目はP22の基本プロセスに加えて行うものです。

保険募集社内点検について

- 1 募集点検を営業を行っていない管理部門が実施。
※新規契約は全件、更新契約はサンプリングチェック。
- 2 コンプライアンス、方針、社内ルールに抵触していないかを確認。
※毎週水曜日に保険業法・態勢整備・社内ルールの勉強会を実施。
- 3 募集行為自体が当社の理念・哲学から逸脱していないかを確認
- 4 対応履歴は担当者以外も理解できるよう、分かりやすくやり取りや意向が書かれているかを確認
- 5 上記2～4で指摘された場合は改善教育を行う。
- 6 その他に、定期点検、内部監査、外部監査を実行しています。

3 ご契約後のフォローアップ

フォローアップについて

- 1 フォロアップは私たちの理念・哲学に基づき行います。
- 2 フォロアップと呼び、常にアップ（お客様の満足の向上）を目的として行います。
- 3 お会いをして様々な事をお聞きする事が基本であると考えます。
- 4 損害保険、生命保険、損害サービスとそれぞれの専門性を持ってフォローアップ活動を行います。

お客様フォローアップの各種取り組み

<事業者様向け>

1 損害サービス部門の事故対応

事故の専任者である損害サービス部門がお客様と保険会社の間で専門知識を活かしてスピーディーかつ的確な対応を心がけています

2 安全講習の実施

ドライブシミュレーターやVRを自社で所有し、より満足していただきお役に立つ講習を行います。

3 リスクコンサルティングサービスのご提供

企業の業態・規模・組織の変化が無いかを確認（業務フロー図）、6 BOXという当社独自の簡易リスク表でのリスク確認、保険管理表での保険加入状況の確認を実施。

お客様フォローアップの各種取り組み

<個人向け>

1 損害サービス部門の事故対応

事故の専任者である損害サービス部門がお客様と保険会社の間で専門知識を活かしてスピーディーかつ的確な対応を心がけています

2 フォローアップ専任者

フォローアップの専任者が定期訪問をいたします。特定保険契約者及び高齢者の契約者には年1回の面談を基本としています。

3 保険管理表サービスのご提供

保険管理表を作成し、家族構成の変化に応じた契約になっているかを確認いただきます。保険管理表は自社以外の契約も含め作成します。

4 SNSの定期配信

S N Sを利用して情報配信をしています。

5 当社保険ショップのお客様も対象です。

来店ショップのお客様も同様にフォローアップの対象。

4 業務品質向上

業務品質向上の各種取り組み

- 1 業務品質の向上は「お客様本位の業務運営」の基本です。
- 2 保険募集書類の不備や訂正は、お客様に時間的ご負担や保険証券のお届けを遅らせてしまい、多大なるご迷惑をおかけしてしまいます。
- 3 品質の向上は当たり前で、そのスピードも重要であると考えます。

以上を自覚し私たちは下記の5項目を実施します。

- 1 学習の習慣化
- 2 チェック体制の強化
- 3 バックオフィス（事務）と営業のコミュニケーション
- 4 お客様情報の共有（対応履歴）
- 5 お客様対応を属人化させない
- 6 申込書のダブルチェック

5 保険募集・フォローアップ・業務品質向上 の取組状況

保険募集の取り組み

- 1 高齢者募集・障がい者への募集は、ご親族の同席・2名の募集人での手続き・複数回の面談で行い、募集後にその旨を報告し管理部門が実態を全件確認いたしました。
- 2 特定保険契約は全件管理部門がその募集の流れを全件確認いたしました。
- 3 新規契約は全件管理部門がその募集の流れを全件確認いたしました。
- 4 更新契約はサンプリングチェックで管理部門がその募集の流れを確認いたしました。
- 5 営業部門は年間20回を超える勉強会を実施いたしました。
- 6 保険会社の協力を得て、早期更新率を改善いたしました。

フォローアップの取り組み

- 1 損害サービス専任者が事故対応を行っています。
- 2 全員固定給として、募集人は挙績目標を持たず、「お客様本位の業務運営」や「企業理念」の実践をベースに多角的な評価によって給与が決定します。
- 3 特定保険契約や高齢者のお客様には全件訪問もしくは連絡をさせていただきました。
- 4 VRやドライブシミュレーターを使用して安全運転講習を実施。実施後にはレポートを作成し提供いたしました。BCP作成もお手伝いを行いました。
- 5 SNSでの情報発信
※毎月1日と15日に発信をしています。
- 6 保険管理表は営業企画部門が作成をしています。

保険募集品質改善の取り組み

1 学習と共有の習慣化

月曜日：バックオフィスと営業の打ち合わせ

火曜日：ウィークリーミーティングで情報共有 リーダー会議

水曜日：コンプライアンス・お客様本位の業務運営の勉強会

木曜日：生保・損保・バックオフィスに分かれて部門勉強会

金曜日：マネジメント会議、チーム内会議

2 プロフェッショナルであり続ける為の社内認定制度運用

2023年リブラスマイスター制度 4名がマイスター認定を取得

3 募集点検とフィードバック

管理部門が募集点検後に改善指導を行い、定期的に社内共有や勉強会を実施
新規契約は全件募集点検、更新契約はサンプリング点検を実施しています。

2023年9月末決算期 外部監査 1回 内部監査 1回 定期点検 5回

4 保険募集書類のダブルチェックの徹底

6 お客様の声

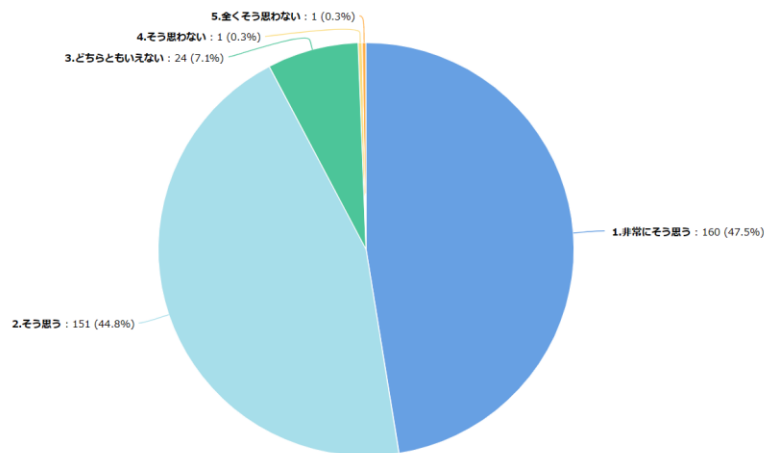
私たちはお客様の声を大切にします

<取り組み>

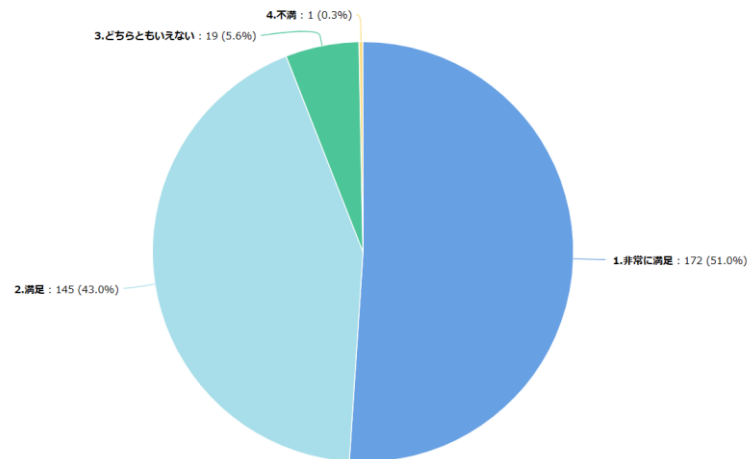
私たちは「お客様の声」に耳を傾ける事が、私たちの成長の礎となり私たちの企業理念・行動指針の実践に繋がると信じております。

- 1 日常的にお客様の声に耳を傾ける社内文化を確立します。
- 2 年に一度必ずお客様アンケートを実施し、その分析と結果の共有をし、改善に努めて参ります。

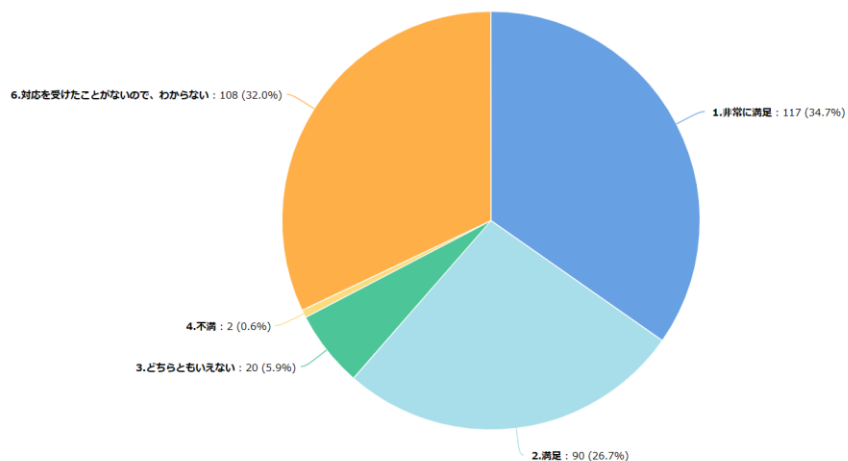
共1)「営業担当者」の保険商品に関する説明は、わかりやすかったですか。



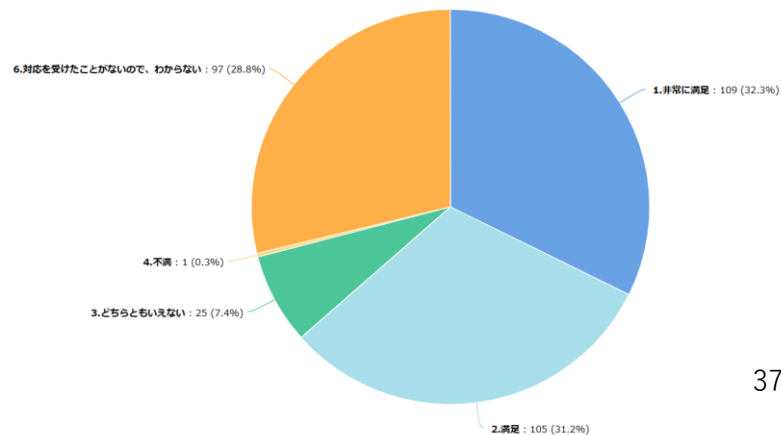
共2) ご契約のお申込み手続きの際、「営業担当者」の対応について総合的な満足度はいかがでしたか。



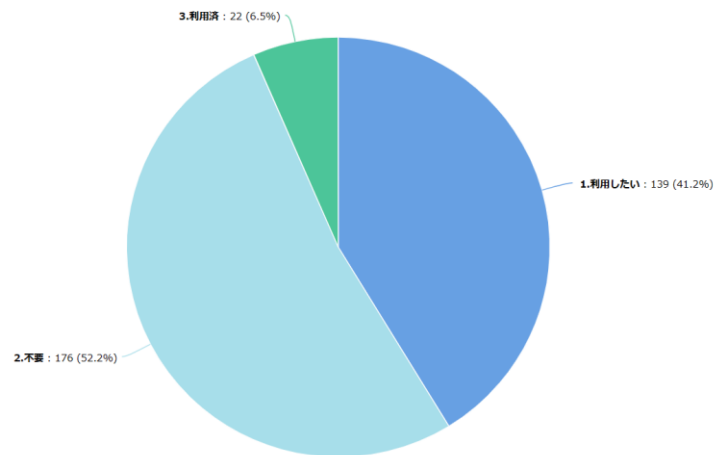
共3) 保険金請求の手続きのご案内などの「事故担当者」の対応について、総合的な満足度はいかがでしたか。 対応を受けたことがない方は「対応を受けたことがないので、わからない」をお選びください。



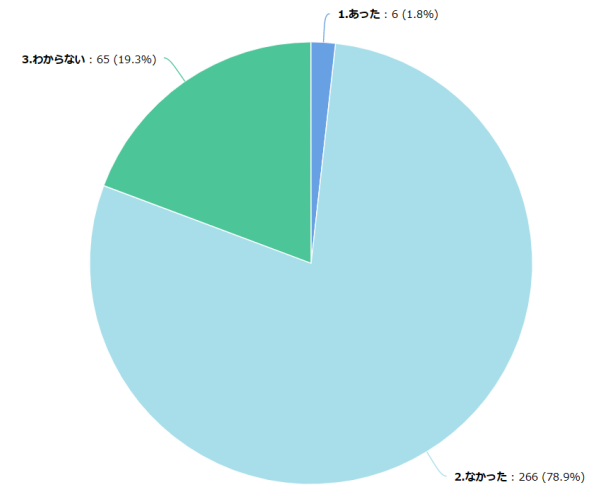
共4) 手続きのご案内や問い合わせの際などの「事務担当者」の対応について、総合的な満足度はいかがでしたか。 対応を受けたことがない方は「対応を受けたことがないので、わからない」をお選びください。



共5) 当社では、現在ご加入されているご契約を一覧表にまとめる「保険管理表作成」という無料サービスを提供しています。ご利用されたいと思いますか？

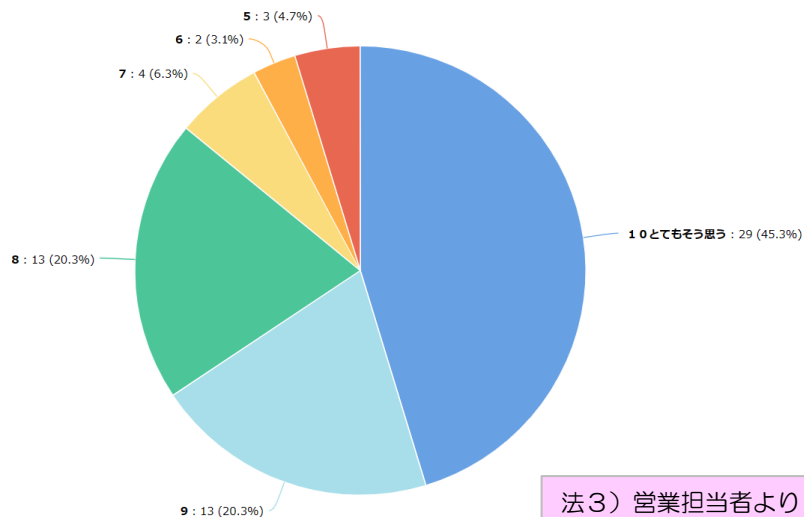


共6) お客様情報の取り扱いに関して、不安になることがありましたか？

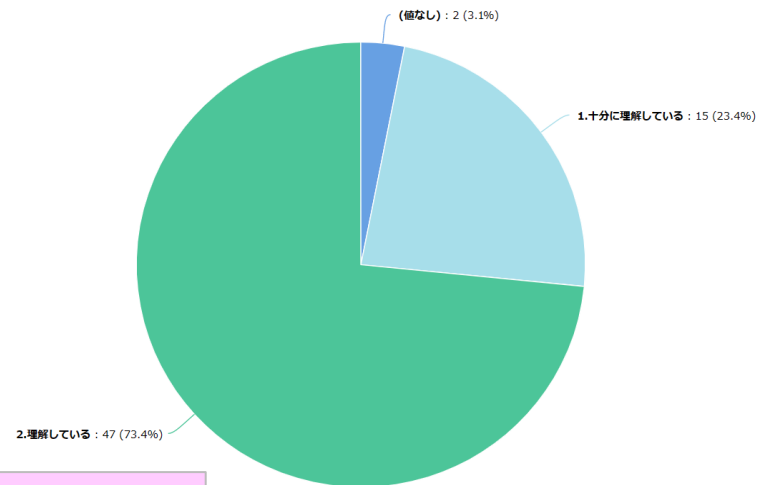


お客様の声 (取組状況)

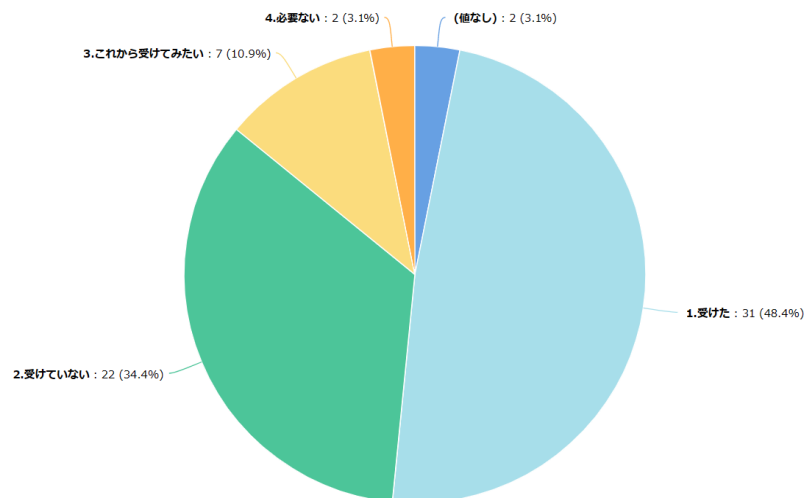
法1) もしお客さまが他の企業の方から保険の加入について相談を受けた場合、リプラスをお勧めしたいと思いますか？ ※「1」を全くそう思わない、「10」をととてもそう思う、とした時、1から10の間で最も当てはまるものをお選びください。



法2) 現在ご契約の保険契約についての補償（保障）について、ご理解いただいておりますでしょうか？



法3) 営業担当者より「リスクコンサルティング」を受けていらっしゃいますか。



個人

もしお客さまがご家族やご友人から保険の加入について相談を受けた場合、リプラスをお薦めしたいと思いますか？ ※「1」を全くそう思わない、「10」をとてもそう思う、とした時、1から10の間で最も当てはまるものをお選びください。

	前年割合	割合	件数		
10とてもそう思う	39.9%	36.6%	100	134	49.1%
9	10.9%	12.5%	34		
8	20.7%	19.0%	52		
7	11.2%	8.8%	24		
6	3.6%	5.9%	16		
5	10.5%	14.3%	39		
4	1.1%	0.7%	2		
3	0.7%	1.1%	3		
2	0.7%	0.7%	2		
1全くそう思わない	0.7%	0.4%	1		
回答数			273		26.0%

個人は
7.3P低下。
6と5を
つけた人
の割合が
増加。

法人

もしお客さまがご家族やご友人から保険の加入について相談を受けた場合、リプラスをお薦めしたいと思いますか？ ※「1」を全くそう思わない、「10」をとてもそう思う、とした時、1から10の間で最も当てはまるものをお選びください。

	前年割合	割合	件数		
10とてもそう思う	48.7%	45%	29	42	65.6%
9	15.4%	20%	13		
8	21.8%	20%	13		
7	5.1%	6%	4		
6	2.6%	3%	2		
5	6.4%	5%	3		
4	0.0%	0%	0		
3	0.0%	0%	0		
2	0.0%	0%	0		
1全くそう思わない	0.0%	0%	0	5	7.8%
回答数			64		57.8%

個人法人合算

	前年割合	割合	件数		
10とてもそう思う	53.6%	47.3%	129	176	52.2%
9	15.2%	17.2%	47		
8	26.8%	23.8%	65		
7	12.7%	10.3%	28		
6	4.3%	6.6%	18		
5	12.3%	15.4%	42		
4	1.1%	0.7%	2		
3	0.7%	1.1%	3		
2	0.7%	0.7%	2		
1全くそう思わない	0.7%	0.4%	1		
回答数			337		20.2%

NPS全体

年	NPS	前年比
2023	32.0	-6.1
2022	38.1	

NPS個人

年	NPS	前年比
2023	26.0	-7.3
2022	33.3	

NPS法人

年	NPS	前年比
2023	57.8	2.7
2022	55.1	

回収率

	出状	回収	回収率
個人	2,250	273	12.1%
法人	507	64	12.6%
合計	2,757	337	12.2%

※ NPSとは、お客さまのロイヤリティを測る指標のひとつです。

7 数値指標の取組状況と実績

2023年9月期 私たちが目標とした数値指標と結果

項目	原則 ※1	内容	2023年9月決算期目標	2023年9月決算期結果
企業文化の 創造と人作り	2、7	リプラスマイスター認定（社内認定） 取得者数	シニアマイスター 1名 マイスター 3名	マイスター 4名
お客様の意向に基づく 保険募集	2～6	お客様対応履歴の確認など募集点検	新規全件 更新10%	新規全件 更新10%
ご契約後の フォロー	2、5、 6	生命保険契約者へ最低年1回以上の面談もしくは何らかのコミュニケーション実施	全件	高齢者、特定保険契約者のみ 全件
	2、6	法人向けサービス提供 （BCP作成サポート・安全講習実施など）	安全講習 10回 BCP作成サポート 5社 その他独自開催セミナー 3回	安全講習 8回 BCP作成サポート 2社 その他独自開催セミナー 4回
業務品質向上	2	営業不備率 損害保険	5%	7.7%
	2	保険証券始期日前お届けの為に一か月前更新の実施	80%	54.1%
お客様の声	2	お客様アンケート（年一回実施）回収率	個人20%（400件以上） 法人20%（120件以上）	個人12.1% 法人12.6%
	2	お客様アンケート（年一回実施）NPS 数値 ※2	40P	32.0P
	2	お客様の声（「怒り」、「不満」、「お褒め」）を日常的に耳を傾ける。 収集件数。	700件	110件

※1 項目は昨年度の「お客様本位の業務運営の宣言」のものです。

※2 原則5（注2）、原則6（注2）（注3）は、当社の取引形態上、当社の宣言の対象としていない為数値指標や取組状況報告はありません。

数値指標の結果＜要改善項目＞

＜振り返りと改善＞

お客様の声・・・大きな不満や苦情も少なく、きちんと対応し社内でも共有が出来たが、「お客様からの小さな不満」を逃している。
その為お客様の声の報告が少なすぎると認識しています。
再度社内の教育を徹底し改善は図って行くことが必要。

アンケート回収・・・年末感謝状と共にアンケート入力二次元バーコードを送付。
アンケート回収率が毎年10％程度の回収で停滞。
お客様の声が改善の大切な一歩である事を再度教育をして、
営業担当から一言の声をかけもさせていただき回収を促していきます。

早期更新・・・損害保険において早期更新は重要なお客様本位の業務運営の一つであるにも関わらず、数値結果は大いに反省すべき結果となってしまった。
今年度は更新の進捗管理に社長が関わり大きく改善を図る。
保険証券を確実に更新日には届けるために一ヶ月前の更新を行なっていきます。

数値指標の結果に対して＜達成項目＞

＜達成＞

マイスター認定者・・・4名がマイスター認定を取得。

勉強会の内容も変え、理解度を上げていった。模擬試験の実施も有効であった。

今期は7名以上のマイスター認定取得を目指し、10名を超えた時点で上位資格シニアマイスターの認定を再開する予定。

募集点検・・・・・・・・目標としていた率を達成。

・対応履歴

管理部門が募集点検を行い、改善が必要なものは都度フィードバックし不明瞭な部分は確認と訂正の指導をし、その結果対応履歴の内容が分かりやすく社内共有もしやすくなった。

・特定保険契約

年度当初は意向や経緯がしっかりと書かれていないもの散見したが、点検の強化、監査での指摘・改善指導をもとに再教育をし、意向把握の状況や商品の決定に至る経緯が確認出来るレベルになった。

8 私たちが目標とする数値指標

2024年9月期 私たちが目標とする数値指標

項目	原則 ※1	内容	2024年9月決算期目標
私たちの考え方・ 企業文化の構築	2、5、 7	リプラスマイスター認定（社内認定）取得者数	マイスター認定 7名以上
お客様の意向に 基づく保険募集	2～6	お客様対応履歴の確認など募集点検	新規全件 更新10%
	2	「お客様本位の業務運営の実践」の為に 自らが考え能動的に行なった行動を報告し、 ウィークリーミーティングで共有する	300件
ご契約後の フォローアップ	2、3、 4、5、 6	生命保険契約者へ最低年1回以上の面談もしくは 何らかのコミュニケーション実施	全件
	2、6	法人向けサービス提供 （BCP作成サポート・安全講習実施など）	安全講習 30回 BCP作成サポート 5社 その他独自開催セミナー 10回
業務品質向上	2	営業不備率 損害保険	5%
	2	保険証券始期日前にお届けする為に一か月前更 新を強化	80%
お客様の声	2、7	お客様アンケート（年一回実施）回収率	個人20%（400件以上） 法人20%（120件以上）
	2、7	お客様アンケート（年一回実施）NPS数値 ※2	40P
	2、7	お客様の声（「怒り」、「不満」、「お褒 め」）を日常的に耳を傾ける。収集体数。	300件