

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：2025年 1月 4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	P20
3.	ご契約後のフォローアップ	P28
4.	業務品質向上	P32
5.	保険募集・フォローアップ・業務品質 向上の取組状況	P34
6.	お客様の声	P39
7.	数値指標の取組状況と実績	P46
8.	私たちが目標とする数値指標	P50

※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 <https://livelus.co.jp>

※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。

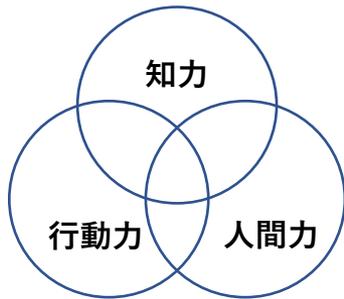
<企業理念について>

- 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ます。
- 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。

<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、お客様の立場に立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 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 現在業務実態との適合性からISOからPマークへ切り替えて取得対応中です。
- 4 情報セキュリティに関する知識向上の為、2か月に1度は社内勉強会を実施しています。

健康経営に対する私たちの考え方

社員の健康こそが最も大切な財産と考え、健康増進に取り組みます。

* 当社健康宣言より

【宣言補足】

- 1 リブラスは、社員の健康こそが最も大切にすべき資産であると考えます。
- 2 リブラスが目指す3つの豊かさ（経済的豊かさ・時間的豊かさ・精神的豊かさ）は、すべて健康の上に成り立っていると考えます。
- 3 リブラスは、社員の健康的な社会生活を過ごせるよう常にその環境づくりに努めます。
- 4 リブラスは、社員の健康増進に積極的に取り組みます。

社員の健康増進が広い意味でお客様本位の業務運営に繋がると考えています。

DE&Iについての私たちの考え方

リブラスは「国籍、信条、人種、性的少数者、バックグラウンド、価値観、個性」など様々な多様性を尊重する組織として存在していきます。

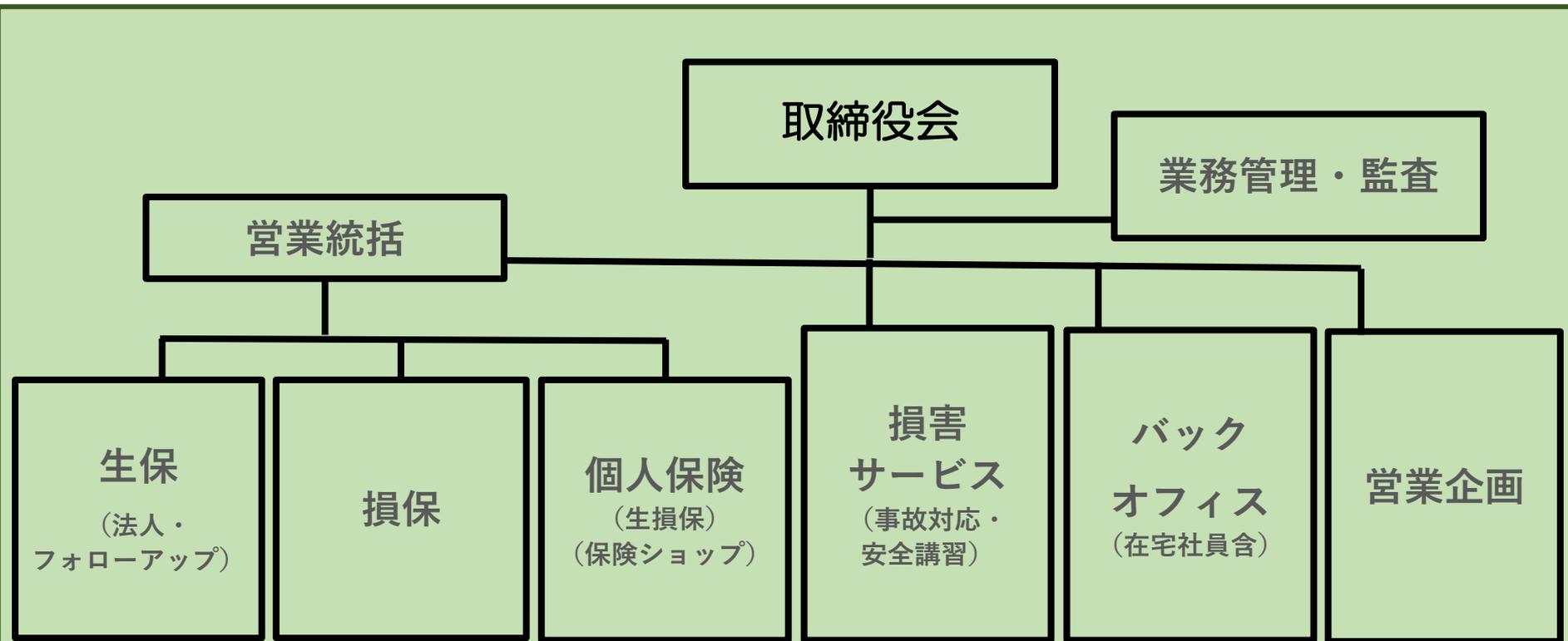
* 当社DE&I宣言より

リブラスのDE&Iの実践

- ・ 多様な人々が活躍できる環境を作る
- ・ 無意識の偏見を認識し、改善する
- ・ 柔軟な働き方を導入し実践している

DE&Iの実践が広い意味でお客本位の業務運営に繋がると考えています。

2024年10月～2025年9月年度 社内組織体制



* 自分たちの考えを仕組み化する為に、組織化が大切と考えます。
その為に毎年小さな組織変更を繰り返し、組織改善をしています。

「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 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。
水曜日は社長を含む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。
全体会議も数字の管理ではなく、理念や指針の浸透に繋がる題材を用いて考える場となるように開催。

2 PDCAの実践

毎週、マネージメント会議・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。

「会議・勉強会」について

< 企業理念・行動指針の実践の為の会議・勉強会 >

社内の会議・勉強会は企業文化の構築に大きく関わると考えています。毎日の会議・勉強会はそれぞれ目的を明確にして1回30分程度（短い時間）で毎週定期開催しています。

月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日
損害保険 チーム別 勉強会	リーダー会議	マネジメント プラス会議 (取締役+リーダー1名参加)	損害保険 チーム別 会議	損害保険 合同会議	保険クリニック 会議
管理部門会議	コンプライアンス・態勢整備 情報セキュリティ勉強会	ウィークリー ミーティング	生命保険 勉強会	生保営業統括 会議	保険クリニック 勉強会
生命保険 個人保険 休日			バックオフィス 会議		

様々な取り組み

< 私たちの企業文化作り >

1 リーダー合宿の実施

基本的な考えや方向性を議論しています。
経営計画や方向性はリーダー合宿を通して議論しています。

2 移動オフィスの3つの役割

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。

※2024年寄付額 総額 153,250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 合計25名分のポリオワクチンとなりました。

- 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。

遠藤北斗選手東日本ライフル射撃選手権大会3位入賞。

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
- 7 お客様の意向に基づく商品の絞り込み

お客様の意向に基づく保険募集の為に

- 1 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。
- 7 正しく商品を絞り込み出来る知識、丁寧に意向を傾聴する姿勢、お客様の立場にたった視線を大切にします。

お客様の最善の利益に適った商品提供等を 確保するために

<前提として>

- 1 最も大切にすべきはお客様の意向です。
- 2 当社の理念・方針に基づき、お客様の利益を優先します。
- 3 お客様の選択に適った商品を提供する為に、当社は複数の商品を取り扱います。
- 4 お客様と当社社員との商品に関する情報量や理解度、周辺知識の非対称性（様々な差）を踏まえて丁寧に情報を提供します。

<確保するために>

- 1 先ずは傾聴すること。
- 2 話す（説明する）ためには、知力が大切。その知力を高める為には日々のトレーニングを行う。
- 3 お客様対応を営業一人に任せず、組織としてそれぞれの強みを活かして対応させていただく。
- 4 ご契約後の継続した対応
- 5 継続してご意見（アンケート）をいただく。
- 6 お客様から商品に関するご不満やご意見を頂いた時には、速やかに保険会社にご意見として連携いたします。

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商品の絞り込みが出来るようにサポートします。
- 6 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。

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商品が絞り込み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、さらにご希望によってルーペ、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P25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。
※毎週火曜日に保険業法・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 フォロアアップは私たちの理念・方針に基づき行います。
- 2 フォローアップと呼び、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 コンプライアンス・態勢整備・情報セキュリティーに関する勉強会は年間36回、営業部門は年間32回の勉強会を実施いたしました。

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

毎週勉強会と打ち合わせを行い（P18に記載）、学習と共有を習慣化しています。

2 プロフェッショナルであり続ける為の社内認定制度改定

より実際の業務に即した認定制度になるよう改定を行い、2025年1月に実施予定

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。

4 保険募集書類のダブルチェックの徹底

5 お客様アンケートの実施

お客様の最善の利益に適った商品提供等を 確保するための取組

<商品知識の向上>

- 1 独自開催や保険会社協力など、様々な商品勉強会を行いました。
- 2 生損保共に営業対応力向上が必要と考え、高橋専務取締役を営業統括として組織変更を行いました。
- 3 損害保険を2つのチームに分け、専門的トレーニングを行っています。
- 4 毎週様々な勉強会を行っています。
- 5 態勢整備勉強会で、「お客様の最善の利益」や「商品提供等」について学習しています。

<確認作業>

- 1 お客様対応履歴で「その商品に至った経緯」を確認しています。
(新規は全件、更新はサンプリング)
- 2 募集人ごとに商品の偏りが無いかを確認しています。
(偏りが見受けられる場合は個別に指導)
- 3 外部監査で商品の偏りの確認をしていただいています。
- 4 商品に関するご意見は、保険会社と連携をさせていただきました。

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。

【NPS設問】 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。

個人				
			件数	割合
10とてもそう思う	34.5%	135	184	47.1%
9	12.5%	49		
8	23.3%	91		
7	9.2%	36		
6	3.8%	15	80	20.5%
5	14.1%	55		
4	0.8%	3		
3	0.5%	2		
2	0.3%	1		
1全くそう思わない	1.0%	4		
回答数		391		

法人				
			件数	割合
10とてもそう思う	50%	58	80	69.0%
9	19%	22		
8	14%	16		
7	8%	9		
6	4%	5	11	9.5%
5	4%	5		
4	0%			
3	1%	1		
2	0%			
1全くそう思わない	0%			
回答数		116		

【個人法人合算】				
			件数	割合
10とてもそう思う	49.4%	193	264	52.07%
9	18.2%	71		
8	27.4%	107		
7	11.5%	45		
6	5.1%	20	91	17.95%
5	15.3%	60		
4	0.8%	3		
3	0.8%	3		
2	0.3%	1		
1全くそう思わない	1.0%	4		
回答数		507		

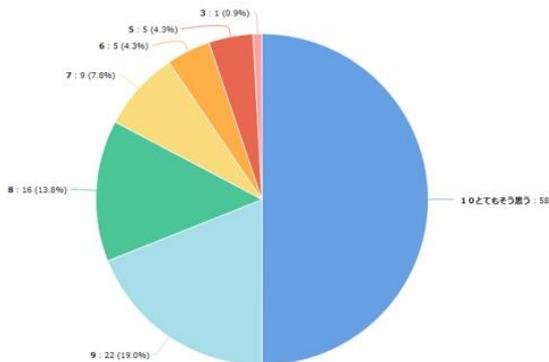
NPS全件	34.1
-------	------

	出状	回収	回収率
個人	2,908	391	13.4%
法人	498	116	23.3%

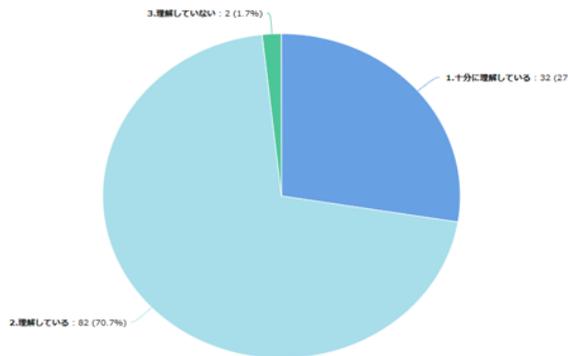
※ NPSとは、お客さまのロイヤリティを測る指標のひとつです。

法人

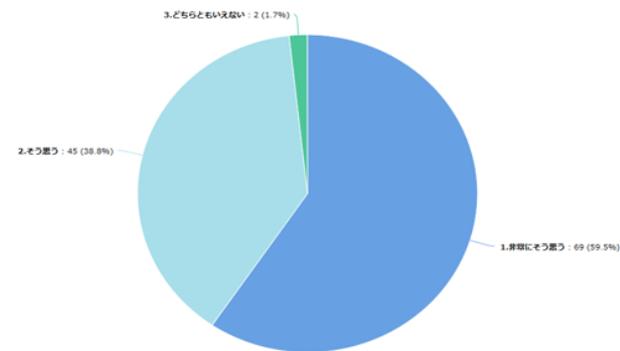
法1) もしお客さまが他の企業の方から保険の加入について相談を受けた場合、リプラスをお薦めしたいと思いますか? ※「1」を全くそう思わない、「10」をとてもそう思う、とした時、1から10の間で最も当てはまるものをお選びください。



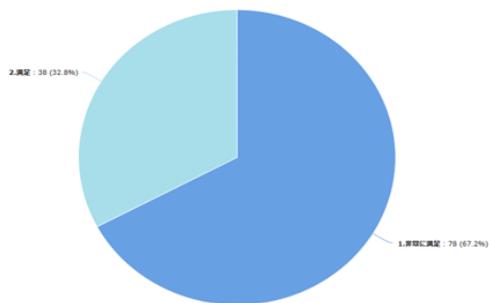
法2) 現在ご契約の保険契約についての補償(保障)について、ご理解いただいておりますでしょうか?



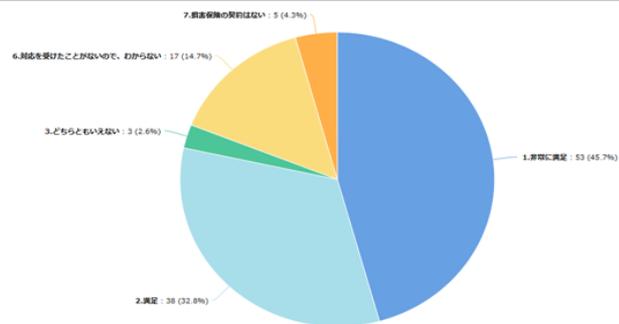
共1) 「営業担当者」の保険商品に関する説明は、わかりやすかったですでしょうか。



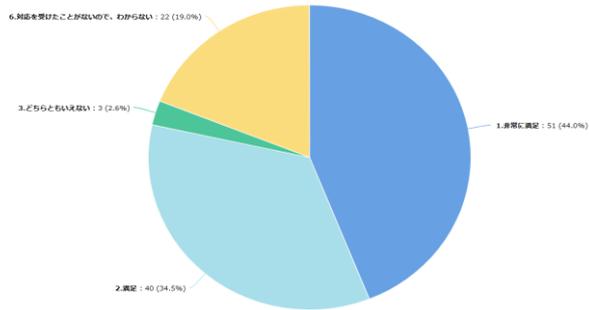
共2) ご契約のお申込み手続きの際、「営業担当者」の対応について総合的な満足度はいかがでしたか。



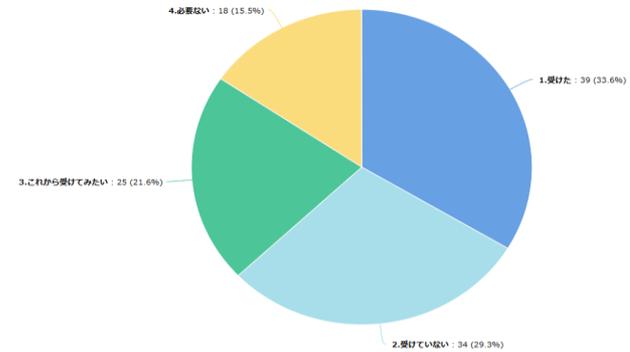
共3) 保険金請求の手続きのご案内などの「事故担当者」の対応について、総合的な満足度はいかがでしたか。 対応を受けたことがない方は「対応を受けたことがないので、わからない」をお選びください。



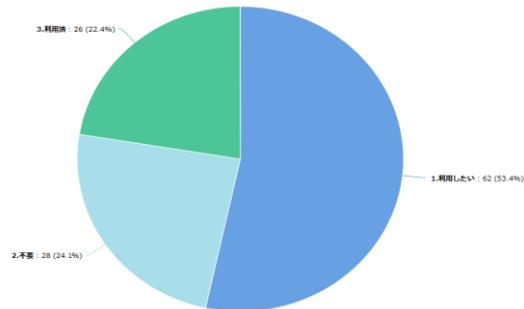
共4) 手続きのご案内や問い合わせの際などの「事務担当者」の対応について、総合的な満足度はいかがでしたか。 対応を受けたことがない方は「対応を受けたことがないので、わからない」をお選びください。



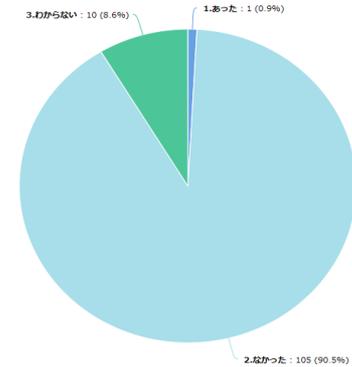
法3) 営業担当者より「リスクコンサルティング」を受けていらっしゃいますか。



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？

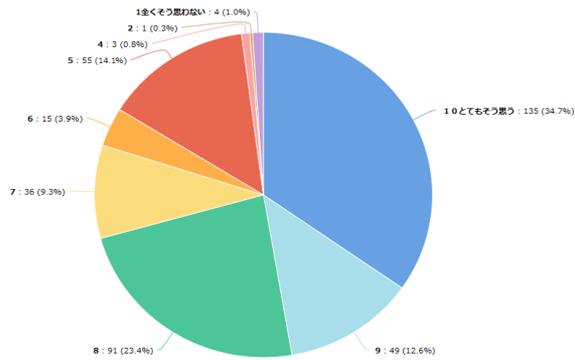


共6) お客様情報の取り扱いに関して、不安になることがありましたか？

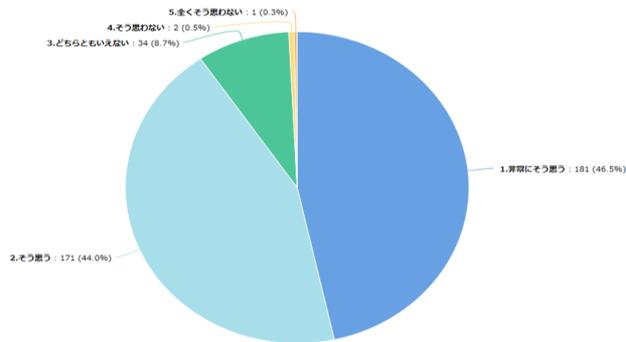


個人

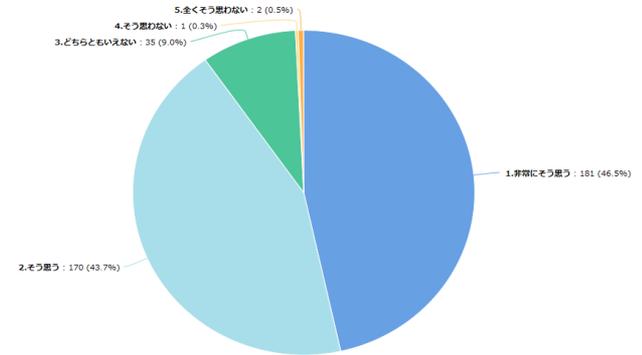
個1) もしお客さまがご家族やご友人から保険の加入について相談を受けた場合、リプラスをお薦めしたいと思いますか? ※「1」を全くそう思わない、「10」をととてもそう思う、とした時、1から10の間で最も当てはまるものをお選びください。



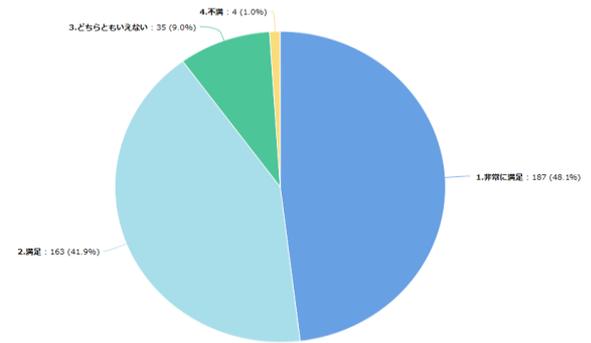
共1) 「営業担当者」の保険商品に関する説明は、わかりやすかったですか。



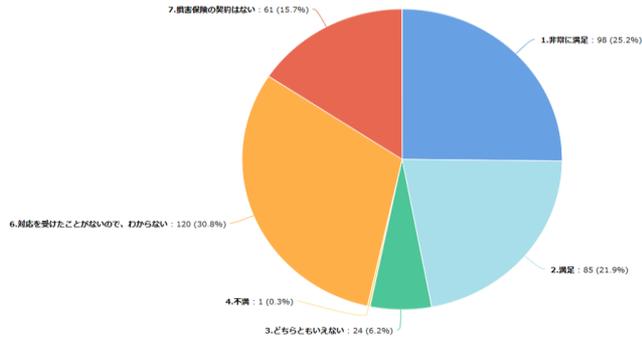
個2) 「営業担当者」の対応は、お客様のお気持ちに寄り添ったものでしたか。



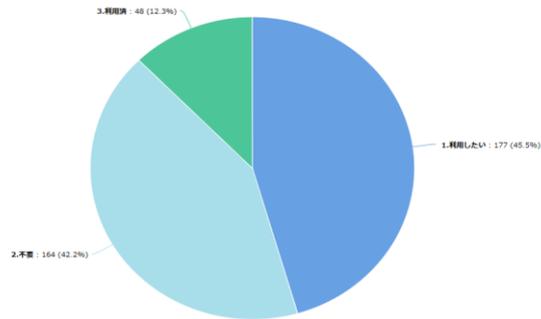
共2) ご契約のお申込み手続きの際、「営業担当者」の対応について総合的な満足度はいかがでしたか。



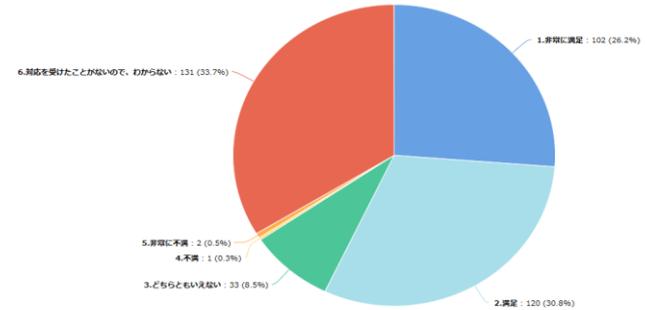
共3) (損害保険について) 保険金請求の手続きのご案内などの「事故担当者」の対応について、総合的な満足度はいかがでしたか。 対応を受けたことがない方は「対応を受けたことがないので、わからない」をお選びください。損害保険のご契約がないお客様は「7.損害保険の契約はない」をお選びください。



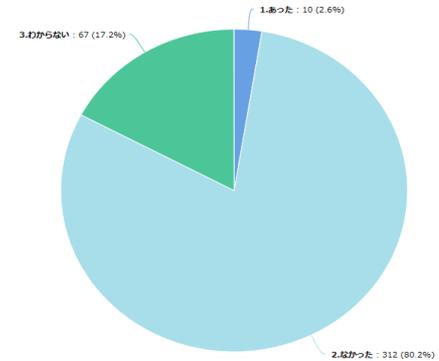
共5) 当社では、現在ご加入されているご契約を一覧表にまとめる「保険管理表作成」という無料サービスを提供しています。ご利用されたいと思いますか？



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？



7 数値指標の取組状況と実績

2024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	2024年9月決算期目標	2024年9月決算期結果
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	マイスター制度改定の為、2025年1月に実施
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%実施
	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	237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	全件コンタクトを実施済み（全件の面談及び電話等でのコミュニケーション実施は未達成）
	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	安全講習 10回 BCPサポート 2社 その他独自開催セミナー12回
業務品質向上	2	営業不備率 損害保険	5%	9.67%
	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%	59.46%
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）	個人13.4%（389件） 法人23.3%（116件）
	2、7	お客様アンケート（年一回実施）NPS数値 ※2	40P	34.1P
	2、7	お客様の声（「怒り」、「不満」、「お褒め」）を日常的に耳を傾ける。収集件数。	300件	218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（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・・・目標の300件に対して218件で終わってしまった。
小さな不満を不満としていない。再度勉強会の実施やお客様対応履歴のチェックなどで小さな不満を拾う事が出来るよう改善していく。
- 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。
アンケート回収率は、法人が目標の20%を達成出来たが、個人の回収率が、13.4%で終わってしまった。
フォローアップの中で、アンケートの重要性や必要性をお伝えしていく。
- 早期更新・不備率・・・年度末には改善傾向にはなってきたが、損害保険の2項目は業務品質において極めて重要である。
小チーム単位での管理で効果が出始めているが、引き続き管理を徹底していく。

数値指標の結果に対して〈達成項目〉

〈達成〉

お客様アンケート（法人部門）・・・お客様のご協力もあり目標の20%を達成。
法人は評価も高く、今後も中小企業へ強さを自分たちの強みとしていき、より高いお客様満足を得られるよう努力していく。

募集点検・・・目標としていた率は達成したが、以下の2点の課題が残った。

- ・お客様対応履歴の内容
点検自体の目標は達成出来たが、お客様対応履歴の内容が第三者が読んで理解しにくい者もあり、その際は業務管理責任者が指摘をして修正を行っている。
特にお客様の発言や意向を丁寧に記載する必要がある。
- ・商品の絞り込み
「どうしてその商品に辿り着いたのか」という部分を丁寧かつお客様とのやり取りがしっかりと書いていない時が見受けられた。より高いプロダクトガバナンスが必要。

8 私たちが目標とする数値指標

2025年9月期 私たちが目標とした数値指標

項目	原則	内容	2025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	リブラスマイスター認定（社内認定）取得者数	マイスター認定 5名以上
	2、5、7	商品勉強会 生保・損保合計の回数	年間100回
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% 商品の絞り込みに関する指摘を 10%以下にする
	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	500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 その他独自開催セミナー15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。収集件数。	500件