

「お客様本位の業務運営に関する方針」にかかる具体的取組状況のご報告

株式会社 E 保険プランニングは、お客様本位の業務運営を一層推進するため、2021 年 6 月 25 日に制定した「お客様本位の業務運営に関する具体的な取組方針および具体的な取り組み」の取組状況、および「お客様本位の業務運営方針に係る評価指標(KPI)」の達成状況をご報告いたします。(取組状況を四角の枠内に記しております)

○お客様本位の業務運営に関する具体的な取組方針および具体的な取り組み

方針1. お客様の最善の利益の追求(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」(以下、「同原則」という)2に対応)

- ①弊社は、損害保険をメインに全国展開している保険代理店としては、全国トップクラスの規模を誇り、一定の募集経験、取扱保険料をお持ちの募集人の方々にのみご入社いただいております。また入社時研修および入社後のコンプライアンス研修、OJT 等を通じ、高度な専門性と高い職業倫理を保ちます。

取り組み 1

弊社では、上記基準に則り、2024 年度に新たに 109 名の方にご入社いただき、16 の支店・営業所を開設いたしました。ご入社いただいた全ての募集人の方に対し、損害保険、生命保険および少額短期保険の入社時研修を原則毎月実施するとともに、入社後、既存の従業員と合わせ毎月のコンプライアンス研修も実施いたしました。また、きめ細かい OJT を行うとともに、毎週の支店会議開催時に、商品研修を中心とした損害保険、生命保険および少額短期保険の研修を実施し、高度な専門性と高い職業倫理の維持に努めました。

加えて損害保険においては、本社営業統括本部による「全国統一損保勉強会」を複数回開催し、動画視聴も可能とすることで、高度な損保営業スキルの習得を図りました。「全国統一損保勉強会」の動画は、過去分も含め全て視聴できるようになっており、開催回数は計 24 回に上ります。損保大手 4 社との月次会議の動画も配信し、損保業界の動向や商品等の最新状況を募集人が常時把握できるよう努めました。

生命保険においても、本社営業統括本部による「生保会社 4 社による医療保険合同研修」や「生保会社 3 社による座談会形式の研修」、「優績募集人による研修」等を動画配信し、高度な生保営業スキルの習得を図りました。

- ②「お客様本位の業務運営に関する方針および具体的な取り組み」、「お客様本位の業務運営方針に係る評価指標(KPI)」を、「損害保険 募集必携」、「生命保険 募集プロセスガイド」、「コンプライアンス・マニュアル」等に掲載し、常時携帯させることで全従業員への周知・徹底を図ります。これらの周知・徹底を通じ、お客様に対し「誠実・公正」に接し、良質なサービスを提供するよう努めます。

取り組み 2

弊社では、「お客様本位の業務運営に関する方針および具体的な取り組み」、「お客様本位の業務運営方針に係る評価指標(KPI)」を、「損害保険 募集必携」、「生命保険 募集プロセスガイド」、「コンプライアンス・マニュアル」等に掲載し、常時携帯させることで全従業員への周知・徹底を図り、お客様に対し「誠実・公正」に接し、良質なサービスのご提供に努めました。

また募集時のお客様対応のみならず、お客様からの電話・メール等による各支店・営業所へのお問い合わせやご相談に対しても、「誠実・公正」かつ「丁寧・迅速」な対応を心掛けました。

上記について、周知・徹底の実効性を高めるため、コンプライアンス研修を始めとする各種研修を実施し、主要テーマとして取り上げ浸透を図ることで、形骸化の防止に努めました。

加えて 2024 年度の外部機関による内部監査時にも、各支店・営業所の責任者に対し「当社の FD 宣言の内容を理解しているか・どこに掲載されているか・内容を把握しているか」について確認し、更なる周知・浸透に努めました。

- ③損害保険や生命保険においては、主に事故発生時（保険金・給付金請求時）や契約時に、お客様からのお褒めや感謝、相談、要望、苦情等を通じて、お客様の最善の利益の実現が図れたか否かが明確になる傾向があります。このため弊社では、お客様の最善の利益の実現に向け、「お客様の声」を「お客様から寄せられたすべての声（問い合わせ、相談、要望、苦情、紛争、お褒め、感謝）」、「お客様からお寄せいただいた不満足の表明すべて」を「苦情」と、それぞれ定義します。苦情を含むお客様の声を積極的に収集することで、お客様の最善の利益が実現されているか否かを常に分析・検証します。

取り組み 3

コンプライアンス研修により、お客様の声の定義を改めて全社員に確認させるとともに、損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、全社を挙げてお客様の声の積極的な収集に努めました。毎月開催される全国エリア長会議において、お客様の声の起票状況を説明し、エリア長に対し積極的な起票を毎回要請しております。それを受け、各支店・営業所における毎週の支店会議では、支店長・営業所長・事務社員より、全ての募集人に対し定期的な（必要がある場合は即時）お客様の声の起票の呼びかけを継続いたしました。

弊社では、より多くのお客様の声を効率的に収集・起票するためインフラの整備にも努めており、2021 年 8 月に、それまでの「お客様の声報告書をファイル添付して社内起票」する形式から「お客様の声をワークフローに直接入力して起票」する形式に改良しましたが、さらなる起票増加に向け、2022 年 7 月、2024 年 10 月にも起票フォーマットを改訂いたしました。特に 2024 年 10 月の改訂は、エリア長会議におけるエリア長からの「起票促進・増加に向けた改善要請」を受けたものであり、募集人による起票の主体性・実効性が再確認できました。また併せて「お客様の声・重要事項報告受付票記録方法マニュアル」の改訂および周知も行っております。これらの総合的な取り組みにより、起票の利便性がさらに増しております。

また頂戴したお客様の声は、ワークフロー回覧にて役職員で共有するとともに、内容をコンプライアンス室において毎月全件分析し、お客様の利益の実現状況を検証しております。その結果、お客様の最善の利益の実現状況については、問題なく達成できていることを確認いたしました。

- ④お客様への積極的なコンタクトを心掛けます。お客様と接点を持つ機会を増やすことにより、「苦情」として表面化しない「潜在的な苦情（ご不満等）」を早期に把握することができます。潜在的な苦情（ご不満等）に早めに対応することで、お客様の満足度を向上させ、お客様の最善の利益の実現を図ります。

取り組み 4

損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、お客様との積極的なコンタクトを心掛け、苦情の発生防止に努めました。お客様へのアフターフォローの具体的な実施状況については、「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標（KPI）の達成状況の欄でご説明しております。

- ⑤上記を踏まえ、お客様の最善の利益の実現状況を測る指標として、「お客様の声の起票件数」および「お客様の声からの取組改善件数」を設定します。

- ⑥お客様の最善の利益の実現のため、お客様の声の起票を全社を挙げ徹底します。また、お客様から寄せられた苦情を真摯に受け止め、お客様の最善の利益にそぐわないものを排除し、改善を図ります。お客様より寄せられた苦情の撲滅および再発防止に向けた取り組みを徹底します。

取り組み 5

損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、全社を挙げてお客様の声の積極的な収集に努めました。各支店・営業所における毎週の支店会議では、「取り組み 3」のとおり、全ての募集人に、定期的にお客様の声の起票を呼びかけました。加えて、エリア長会議や営業統括本部からの全社連絡において好取組事例についても紹介し、起票意欲の醸成に努めました。内部監査時にも、支店長または営業所長に対し「お客様の声の起票の必要性」および「お客様の声のワークフロー起票方法を全員が理解しているか」を全件確認し、掛け声倒れにならないよう実効性の確保に努めました。

またお客様から頂戴した苦情については、内容を分析し撲滅および再発防止に取り組んでおります。経営会議（予算会議）においてコンプライアンス室より報告している他、親会社宛に、社内で発生した不祥事案についての毎月報告も行っており、光通信グループ全体での苦情共有も図っております。

具体的な「お客様の声からの取組改善件数」については、「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標（KPI）の達成状況の欄でご説明しております。

- ⑦経営会議（予算会議）およびエリア長会議において、全ての「お客様の声」および「お客様の声からの取組改善事例」、「お客様から寄せられた苦情」に加え「特筆すべき好取組事例」を社長以下経営層に報告し、全社で共有します。また上記①～⑥の取り組み等の成果や進捗については、定期的に検証・評価します。これにより、従前からの弊社の強みである損害保険のお客様基盤をより強固なものにし、安定的な収益の確保につなげます。

取り組み 6

お客様の声については、上記⑥のとおり、経営会議（予算会議）およびエリア長会議において経営層および主要役員に報告し、全社での共有を図りました。また「特筆すべき好取組事例」については、営業統括本部より適宜全店に発信し社内共有を図り、お客様基盤をより強固なものにし、安定的な収益の確保を目指しました。

方針2. 利益相反の適切な管理（同原則3に対応）

- ①お客様の利益の保護に万全を尽くすため、お客様の利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理いたします。
- ②弊社は複数の保険会社の商品を取り扱っており、比較可能な同種の保険商品がある場合には、お客様の意向を適切に把握し、お客様の意向に沿った販売・推奨を行うとともに、当該商品の提案理由に係るご説明を適切に行います。また、コンプライアンス室によるモニタリングを通じて、当該説明が適切か検証・評価する態勢を整えております。
- ③弊社は、保険代理店グループに属しており、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨する場合がございます。このため、経営会議（予算会議）において、当該取引がお客様の利益を不当に害していないか検証・評価する態勢を整えております。具体的には、コンプライアンス室を利益相反管理統括部署、コンプライアンス室室長を利益相反管理統括責任者とし、個別具体的な事情を総合的に勘案し、対象となる取引を特定し管理します。

取り組み 7

上記①③については、特に弊社が属する代理店グループの少額短期保険商品を販売する際の利益相反を防止するため、コンプライアンス室生保担当において顧客シート（意向把握シート）を検証いたしました。その結果、利益相

反の可能性がある、あるいは利益相反が疑われる事例はございませんでした。なお少額短期保険については、損害保険型商品、生命保険型商品いずれも販売実績がございました。

また上記②については、主に生命保険分野において比較推奨販売が適切に行われているかを、コンプライアンス室生保担当が契約をランダムチェックすることにより検証いたしました。その結果、お客様の意向にそぐわない不適切な販売は行われておらず、当該商品の提案理由に係るご説明が適切に行われていることを確認いたしました。

適切な比較推奨販売の実施は、弊社のように多くの保険会社の商品を取り扱う乗合代理店にとって最も重要なテーマの一つであることから、引き続きコンプライアンス研修等により、適切な比較推奨販売の実施に努めます。

なお、2025 年 3 月 3 日現在の乗合保険会社数は、損害保険会社 13 社、生命保険会社 21 社、少額短期保険会社 4 社となっております。

方針3. お客様が負担するコストの明確化および情報提供(同原則4に対応)

- ①弊社は、取扱保険会社数が多く取扱商品也多岐に渡るため、お客様が負担する手数料その他の費用等が発生する場合には適切に説明を行い、お客様に理解いただけるよう努めます。具体的には、お客様が負担されるコストにつき以下のように対応いたします。
- ②生命保険のうち、特定保険契約については、保険会社が作成する資料を用い、お客様にご負担いただく費用をわかりやすくご説明いたします。
- ③生命保険のうち特定保険契約以外の商品および損害保険、少額短期保険については、お客様に市場リスクをご負担いただくことがないことから、保険会社が作成する資料を用い、お客様からお支払いいただく保険料や解約返戻金額等をご説明いたします。
- ④弊社は、お客様が負担されるコストについて、お客様への説明が適切になされているか、外部機関による内部監査等を通じて、当該説明が適切か検証・評価する態勢を整えております。

取り組み 8

上記①②③については、いずれも、保険会社が作成する資料を用い、お客様に対して、ご負担いただく費用や保険料、解約返戻金等を適切にご説明いたしました。特に②については、現在の生命保険業界において特定保険契約の苦情が増加していることを鑑み、特に慎重かつわかりやすくお客様にご説明いたしました。その結果、特定保険契約に関する苦情の発生はございませんでした。

加えて②の特定保険契約全契約および③の生命保険の高齢者契約全契約については、毎年の取り組みとして、2024 年 8 月 6 日より 2024 年 9 月 30 日までの間、お客様へのアフターフォローを一斉実施いたしました。このアフターフォロー時に、お客様にご負担いただく費用についてもご説明し、お客様にご理解いただくよう努めました。お客様へのアフターフォローの具体的な実施状況については、「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標(KPI)の達成状況の欄でご説明しております。

また上記④については、主に 2024 年 7 月から 2024 年 12 月まで実施した外部機関による内部監査時の募集人へのロールプレイング等においてお客様への説明が適切になされているか検証・評価いたしました。その結果、お客様が負担されるコストは明確に説明されており、お客様に対する情報提供も適切に行われていることを確認いたしました。加えて、損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、お客様が負担されるコストおよび情報提供についての苦情が発生していないことを確認しております。

方針4. お客様にとって重要な情報の分かりやすい提供(同原則5に対応)

- ①お客様にとって重要な保険商品に関する情報を、お客様に正しくご理解いただけるよう、契約概要や注意喚起情報等により、わかりやすくご提供します。特に生命保険における特定保険契約においては、適合性の原則に照らし、お

お客様の取引経験や金融知識を考慮し、リスク許容度を正確に把握し、基本的な利益・損失、その他のリスク、取引条件などを含め丁寧に説明いたします。

- ②お客様にとって重要な情報とは、(1)お客様が保険商品の内容を理解するために必要な情報（保険金の支払い条件、保険期間、保険金額等）、(2)お客様に対して注意喚起すべき情報（告知義務の内容、責任開始期、契約の失効、セーフティネット等）、(3)その他お客様にとって参考となるべき情報、をいい、お客様の理解度を確認しながら説明いたします。
- ③複雑またはリスクの高い特定保険商品のご提案時に、比較可能な同種の商品がある場合は、お客様の意向を適切に把握し、お客様の意向に沿った販売・推奨を行うとともに、当該商品のご提案理由に係る説明を書面によりわかりやすく行います。単なる説明ではなくお客様の理解度を確認しながら進めるなど、情報の重要度に応じて説明方法を工夫いたします。

取り組み 9

上記①②③について、お客様にとって重要な保険商品に関する情報を、お客様に正しくご理解いただけるよう、契約概要や注意喚起情報等により、分かりやすくご提供することに努めました。

具体的には、わかりやすい情報提供の実効性を高めるため、コンプライアンス研修において本テーマを取り上げ周知徹底を図った他、生命保険における特定保険契約については、適合性確認を強化するための研修を実施いたしました。また適合性確認(狭義・広義)の重要性につき、「適合性確認に関するガイドライン」、「損害保険 募集マニュアル」、「生命保険 募集マニュアル」にて周知徹底を図りました。

なお、さらなる取り組みとして、生命保険においては、2023 年 7 月より「顧客シート」(意向把握シート)を全面改訂し、お客様属性の記入欄や適合性確認のチェック欄を新たに盛り込んでおりますが、当該顧客シートへの記入状況をコンプライアンス室にて適宜チェックしております。これにより、お客様にとって重要な保険商品に関する情報の、お客様への理解浸透を更に図っております。当該顧客シートは、顧客属性の管理・保管シートも兼ねており、特に「適合性確認(狭義・広義)」の確認徹底に寄与しており、結果としてお客さまの利益の実現につながっております。

- ④お客様との利益相反の可能性がある場合、(1)利益相反の対象となる可能性があるグループ会社名、(2)対象となる取引の特定、(3)利益相反の管理方法および管理体制をお客様にご説明いたします。

取り組み 10

方針2にも記載しておりますが、特に弊社が属する代理店グループの少額短期保険商品を販売する際の利益相反を防止するため、お客様への上記(1)(2)(3)の説明状況につき、コンプライアンス室生保担当において顧客シート(意向把握シート)を検証いたしました。その結果、利益相反の可能性がある、あるいは利益相反が疑われる事例はございませんでした。なお少額短期保険については、損害保険型商品、生命保険型商品いずれも販売実績がございました。

- ⑤お客様にとって重要な情報を、お客様が理解できるようわかりやすくご提供できているかについて、「お客様の声」やロープレ研修等により検証、評価いたします。

取り組み 11

上記⑤について、お客様にとって重要な情報を、お客様に正しくご理解いただけるよう、契約概要や注意喚起情報等により、分かりやすくご提供することに努めました。

具体的には、情報提供の実効性を高めるため、コンプライアンス研修において本テーマを取り上げるとともに、「損害保険 募集マニュアル」および「生命保険 募集マニュアル」にも当趣旨について記載し、周知徹底を図りました。

なおロールプレイングについては、これまでの支店・営業所内実施に加え、2024年7月から2024年12月までの間実施した外部機関による内部監査時に、損害保険、生命保険とも行っております。

具体的な内部監査の実施状況については、「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標(KPI)の達成状況の欄でご説明しております。

⑥なお弊社は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等することはありません。

方針5. お客様にふさわしいサービスの提供(同原則6に対応)

①お客様の意向やニーズの徹底的な把握に努め、お客様にふさわしい商品・サービスをご提供します。

また、お客様の意向やニーズに加え、資産状況、家族状況、住宅状況、保険料の支払い能力等、ライフプランの観点からも幅広く情報収集を行い、具体的な商品・サービスをご提供します。生命保険において特定保険契約をご提案する場合は、金融知識、金融資産の取引経験、取引目的・ニーズ、目標資産額、お客様の現在のポートフォリオ、期待収益率、リスク許容度などについても情報収集いたします。

取り組み 12

損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、意向やニーズの徹底的な把握に努めました。収入および資産の状況、ご家族の状況、お住まいの状況、お体の状況、保険料の支払い能力、お申込みの経緯、真に必要な補償(保障)ニーズ等について、ライフプランの観点から幅広く情報収集を行っております。お客様より収集した情報は、損害保険においては「意向把握アンケート」に、生命保険および少額短期保険(生保型商品)においては「顧客シート」に記載し、個人情報管理に十分留意した上で、全件、証跡として保管しております。

なお、お客様の意向を徹底的に把握するためのさらなる取り組みとして、生命保険において、2023年7月より「顧客シート」(意向把握シート)を全面改訂しております。お客様属性の記入欄を、項目をより細分化して儲け、また適合性確認のチェック欄も新たに盛り込みました。

この取り組みにより、お客様によりふさわしい商品・サービスのご提供に、これまで以上に努めます。

②ご高齢のお客様あるいは金融知識がないと思われるお客様に、複雑またはリスクの高い特定保険商品のご提案を行う場合は、お客様の属性に応じ、当該商品の販売・推奨が適切か否かを慎重に審査いたします。審査の結果、販売・推奨を行う場合は、お客様の理解度を確認しながら、より丁寧なご説明を行います。

取り組み 13

ご高齢のお客様あるいは金融知識がないと思われるお客様に、複雑またはリスクの高い特定保険商品のご提案を行う場合は、方針4③にも記載のとおり、適合性確認を強化し、慎重に対応いたしました。特に、現在の生命保険業界においてご高齢のお客様の苦情発生率が高い現状を鑑み、お客様に正しくご理解いただけるよう、コンプライアンス研修において本テーマを取り上げ、募集スキルの向上および全募集人への浸透を図った他、「損害保険 募集マニュアル」および「生命保険 募集マニュアル」にも本旨について記載し、周知徹底を図りました。

加えて、特定保険契約全契約および生命保険の高齢者契約全契約について、2024年8月6日より2024年9月30日までの間、お客様へのアフターフォローを一斉実施いたしました。このアフターフォロー時に、お客様の理解度を確認しながら、改めて、お客様に現在ご加入いただいているご契約の内容についてご説明いたしました。

お客様へのアフターフォローの具体的な実施状況については、「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標(KPI)の達成状況の欄でご説明しております。

③長期的なお客様満足度の向上のため、ご契約後の定期的なフォローアップを行います。特にご高齢のお客様のご契約および生命保険における特定保険契約においては、最低でも年一回のフォローアップを行います。また弊社は、フォローアップが適切になされているか検証・評価する態勢を整えております。

取り組み 14

損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、ご契約後の定期フォローアップを実施し、フォロー不足による苦情発生防止に努めました。特に、損害保険や少額短期保険に比し保険期間の長い生命保険については、保険料未収契約を毎月全件チェックし、全ての対象契約について、お客様にご事情を伺い、入金をお願いする他、失効中の契約については復活勧奨し、対応結果を記録し毎月コンプライアンス室へ報告する取り組みを前年度に引き続き行いました。

また、生命保険の特定保険契約全契約および生命保険の高齢者契約全契約については、取り組み 8 および取り組み 13 にも記載のとおり、2024 年 8 月 6 日より 2024 年 9 月 30 日までの間、お客様へのアフターフォローを一斉実施いたしました。弊社では、アフターフォローの実効性を高めるため、「特定保険契約のお客様およびご高齢のお客様に対するアフターフォローに関するガイドライン」も制定しております。これらのアフターフォローの実効性については、コンプライアンス室にて常時検証を行い、必要があれば改訂・修正する態勢を整えております。

④弊社は、生命保険分野においては毎年推奨商品を定めております。推奨商品選定においては、会社として4つの方針を定めており、当方針に則って改定を行います。お客様に対しては、概要明示用資料を用い、この方針を必ずご説明いたします。また推奨商品は年一回洗い替え、概要明示用資料を更新いたします。ただし今後、当方針については変更する可能性がございます。

取り組み 15

生命保険分野における、「推奨商品選定における会社方針」については、従前より概要明示用資料および「生命保険 募集マニュアル」に掲載し、常時携帯させることで全従業員への周知・徹底を図っております。また周知・徹底の実効性を高めるため、入社時研修でも説明する他、既存の従業員に対しても、コンプライアンス研修の中でテーマとして取り上げ、形骸化の防止に努めました。なお生命保険分野の推奨商品については、2024 年 7 月に洗い替えております。ただし今後、当方針については変更する可能性がございます。

⑤弊社は、損害保険分野においては、募集人毎に推奨保険会社を定めております。推奨保険会社に変更が生じた場合はお客様に速やかにご説明いたします。ただし今後、当方針については変更する可能性がございます。

取り組み 16

損害保険分野における、「募集人毎の推奨保険会社設定」については、従前より入社時の設定が徹底されており、これに則った適切な損害保険募集を行っております。また推奨保険会社に変更が生じた場合のお客様へのご連絡の徹底についても、「損害保険 募集マニュアル」に掲載しており、周知徹底されております。ただし今後、当方針については変更する可能性がございます。

⑥弊社は、お客様に販売・推奨を行った商品や、販売・推奨方法が、お客様に相応しいか外部機関による内部監査等を通じて検証する態勢を整えております。また、早期消滅契約のモニタリングも行っており、商品や販売・推奨方法がお客様に相応しいか、同様に検証する態勢を整えております。

取り組み 17

損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、お客様に販売・推奨を行った商品や、販売・推奨方法が、お客様に相応しいかを、コンプライアンス室にて検証いたしました。具体的には、損害保険においては「意向把握アンケート」を、生命保険および少額短期保険においては「顧客シート」を確認し、お客様にふさわしいサービスの提供がなされているかを検証いたしました。生命保険及び少額短期保険のこの「顧客シート」については、2024年10月から12月にかけて、各支店・営業所ともサンプルとしてランダムに契約を抽出し、募集内容について確認を行いました。「顧客シート」の書面からでは判断できない場合は、担当募集人に照会あるいは面談し、内容の確認を行いました。

その結果、当該商品自体および当該商品の販売・推奨の適切性が担保されていることを確認いたしました。加えて、損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、本適切性についての苦情が発生していないことを確認しております。

また早期消滅のモニタリングについては、特に、保険期間の長い生命保険について、上記⑥のとおりコンプライアンス室にて常時検証を行っております。継続率および早期消滅率は、近年の生命保険業界の重要なテーマであり、特に早期消滅はお客様の利益の実現と相反する事項といえます。弊社では、生命保険における早期消滅を「契約後1年以内の失効・解約」と定めており、毎月の保険料未収納リストの全件起票を全支店・営業所に義務付けております。保険料未収納契約への早期の対応に加え、下記⑦のとおり、特に第一次選択を強化することにより、早期消滅の発生防止に努めております。

⑦弊社は、第一次選択の強化に努めております。当該商品がお客様の意向やニーズ、リスク許容度に相応しくないと判断した場合は、販売は行いません。

取り組み 18

弊社では、特に保険期間の長い生命保険について、過去より第一次選択が不十分であることに伴う早期消滅契約の発生が散見されており、継続的な注意喚起を行っております。早期消滅の防止が現在の保険業界の重要テーマの一つであり、また保険会社からも「継続率の上昇、早期消滅率の低下」について指導・要請いただいている現状を鑑み、第一次選択の強化に向けての取り組みについて、経営会議（予算会議）およびエリア長会議において複数回テーマとして取り上げ、全社として課題意識を共有いたしました。また第一次選択が不十分と思われる場合は、保険会社とも連携し、個別に事情確認するなど、第一次選択強化の周知徹底に引き続き努めました。新型コロナウイルス流行後の企業のリストラなどで就業環境が厳しくなったお客様もおられる状況を踏まえ、適合性確認強化と相まって、引き続き第一次選択の強化に注力いたします。

⑧弊社は、生命保険分野における推奨商品、損害保険分野における推奨保険会社を選定するプロセスが適切か、外部機関による内部監査等を通じて検証する態勢を整えております。ただし今後、上記④および⑤と併せ、プロセス自体を変更する可能性がございます。

取り組み 19

推奨商品を定めている生命保険および少額短期保険については、営業統括本部での推奨商品決定プロセスについてコンプライアンス室にて検証いたしました。その結果、適切なプロセスに基づいて選定が行われていることを確認いたしました。ただし今後、当プロセスについては変更する可能性がございます。

- ⑨弊社は、販売商品に対する従業員の理解を深めるため、積極的に商品研修を行います。また、お客様に対しても、契約後の定期的なアフターフォロー時に、お客様の属性を見極めた上で、お客様それぞれの理解度に応じ、お客様が金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行います。

取り組み 20

損害保険、生命保険、少額短期保険いずれの分野においても、各募集人の理解を深めるため、積極的な商品研修を実施いたしました。商品研修の具体的な実施状況については、「取り組み 1」に詳しく記している他、「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標(KPI)の達成状況の欄でもご説明しております。

またお客様に対する「金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供」については、取り組み 8、取り組み 13 および取り組み 14 にも記載のとおり、特に苦情発生を防止する観点から、ご高齢のお客様および生命保険における特定保険契約のお客様に対し、2024 年 8 月 6 日より 2024 年 9 月 30 日までの間、アフターフォローを一斉実施いたしました。こちらには、公的年金を含む公的保険の情報提供も含まれます。この情報提供は、方針4①の適合性確認強化に則り、お客様それぞれの理解度に応じて実施いたしました。

「公的保険制度に関する情報提供」については、特に損害保険よりも生命保険についてその必要性が極めて高いことを鑑み、また監督指針の改正内容(お客さまに対し保険募集人より(公的年金の受取額試算等を含めた)公的保険制度についての情報提供を適切に行うことを義務付ける)および、同情報提供が顧客本位の業務運営に関する原則の運営においても大変重要であること、また生命保険協会の協会共通自己点検項目の基本項目(必須項目)にも本件が盛り込まれていることを受け、生命保険継続教育や社内コンプライアンス研修時において周知した他、2024 年 7 月から 2024 年 12 月まで実施した外部機関による内部監査時の募集人へのロールプレイング等においてお客様への説明が適切になされているか検証・評価いたしました。その結果、説明が不十分な事例も見られたため、改善取り組みを行っております。

公的保険については、制度のアップデートや最新の状況を絶えず把握しておく必要がございますため、研修等を今後も継続的に実施し、募集人の理解を深めるとともに、お客様への適切な情報提供を強化いたします。なお今後、生命保険「顧客シート」において、公的保険制度説明のエビデンス強化(例えば、説明時使用ツールの名称や具体的な説明内容を記入する欄を設ける等)も検討しております。

- ⑩なお弊社は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等することはありません。

- ⑪また弊社は、金融商品の組成には携わっておりません。

方針6. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等(同原則7に対応)

- ①お客様本位の業務運営を実現するため、従業員に対し、「お客様本位の業務運営に関する方針および具体的な取り組み」、「お客様本位の業務運営方針に係る評価指標(KPI)」を、全国朝礼や支店会議、コンプライアンス研修等を通じて周知徹底し、従業員に対する適切な動機づけの枠組みおよびガバナンス体制の構築を図ります。また従業員への浸透度合いについても定期的に検証・評価いたします。

取り組み 21

弊社が 2021 年 6 月 25 日に改定・公表した「お客様本位の業務運営に関する方針および具体的な取り組み」、「お客様本位の業務運営方針に係る評価指標(KPI)」については、ホームページの掲載を周知する他、毎月第一月曜日の全国朝礼や毎週の支店会議、コンプライアンス研修、毎月の入社者向け研修等を通じて従業員に周知徹底い

たしました。加えて 2024 年 7 月から 12 月にかけて実施した外部機関による内部監査時にも、各支店・営業所の責任者に対し「当社の FD 宣言の内容を理解しているか・どこに掲載されているか・内容を把握しているか」を全件確認し、更なる周知・浸透に努めました。蛇足ながら、近年の内部監査時には本テーマについては必ず全件確認を行っております。

「お客様本位の業務運営に関する方針および具体的な取り組み」、「お客様本位の業務運営方針に係る評価指標 (KPI)」は、各支店・営業所にも掲示されており、従業員に対する適切な動機づけの枠組みおよびガバナンス体制は構築されております。ただし、従業員への浸透度合いについては、一部不完全なケースが見られました。このため、改善取り組みを実施しております。

- ②コンプライアンス・マニュアルを始めとする各種マニュアルに基づき、従業員の法令遵守を徹底いたします。コンプライアンスに関する重要事項が経営陣に適切に共有される態勢を整備し、また従業員への周知徹底を図ります。

取り組み 22

弊社では、「コンプライアンス・マニュアル」を始め、「個人情報取扱マニュアル」、「損害保険 募集マニュアル」、「生命保険 募集マニュアル」、「お客さまの声対応マニュアル」等の各種マニュアルを整備しております。これらマニュアルを用いたコンプライアンス研修を適宜実施し、従業員の法令遵守徹底を図りました。

また、前年に続き 2024 年度も、全支店・営業所を対象に毎月コンプライアンス・プログラム運営を実施し、コンプライアンス運営の形骸化を防ぐとともに、全従業員を対象に業務自主点検を行い、コンプライアンス運営についての当事者意識を持たせました。コンプライアンス・プログラム運営については、内部監査時にも支店長または営業所長に対し「コンプライアンスプログラムの内容を理解し、年度末までに達成すべき目標を定め推進しているか」を全件確認いたしました。加えて、コンプライアンスに関する重要事項については、損害保険、生命保険、少額短期保険とも、全国朝礼にてコンプライアンス室より発信する他、コンプライアンス室より掲示板等で適宜連携し、また支店会議の教材とすることにより全従業員への周知徹底を図りました。

コンプライアンスに関する重要事項についてはさらに、方針1⑦同様、経営会議(予算会議)および毎月開催の全国エリア長会議において経営層および主要役職員に報告し、全社での共有を図りました。

「コンプライアンスに関する重要事項が経営陣に適切に共有される態勢の整備」は、損害保険、生命保険とも近年保険会社により強く求められている事項であることを鑑み、全ての事案に対し適切に対応しております。

- ③支店・営業所の業績評価および保険募集に携わる従業員の人事評価につき、お客様の最善の利益を追求する観点から、お客様の声のうち苦情やお褒め・感謝のお言葉等の起票状況や、コンプライアンスの遵守状況、下記⑤に掲げる資格取得状況等を考慮した評価体系といたします。

取り組み 23

支店・営業所の業績評価および保険募集に携わる従業員の人事評価については、お客様の声のうち苦情やお褒め・感謝のお言葉等の起票状況や、コンプライアンスの遵守状況等も評価に考慮いたしました。下記⑤に掲げる資格取得状況についても、段階的に人事制度への反映を行っております。

- ④従業員に対する教育・研修に積極的に取り組むため、保険商品研修およびコンプライアンス研修の実施状況をKPIに設定いたします。
- ⑤高度な専門性を担保し、お客様の利益の実現を図るため、保険募集に携わる者以外の者も含めた全従業員へ資格取得を促します。目標資格の取得状況を管理し、資格取得率の目標をKPIに設定します。
- ⑥上記の取り組みについて、経営会議(予算会議)において成果や進捗を検証・評価いたします。

取り組み 24

上記④⑤については、「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標(KPI)の達成状況の欄でご説明しております。また上記⑥については、経営会議(予算会議)において成果や進捗を検証・評価し、問題ないことを確認いたしました。

(本件に関する照会先)
株式会社 E 保険プランニング コンプライアンス室
担当: 上田・一色
電話番号: 03-6630-8277

以上

○「お客様本位の業務運営方針」に係る評価指標(KPI)の達成状況のご報告

1. 「お客様の声の起票件数」および「お客様の声からの取組改善件数」

お客様の最善の利益の実現を図るために、「お客様の声の起票件数」および「お客様の声からの取組改善件数」を評価指標に設定いたします。

達成状況

- ・2024 年度の「お客様の声の起票件数」は 218 件(損保 177 件、生保 41 件)となりました(2025 年 3 月 3 日現在)。
 - ・2024 年度の「お客様の声からの取組改善件数」は 3 件となりました(2025 年 3 月 3 日現在)。
- ⇒お客様の声の起票件数は、過去の実績を鑑みるに、損害保険・生命保険とも不十分と言えます。
- お客様の最善の利益の実現を図るべく、引き続き、お客様の声の積極的な収集・起票に努めます。
- また、お客様サービスの向上に向け、頂戴したお客様の声からの取組改善にも引き続き注力いたします。

2. お客様への定期フォローアップの実施状況

お客様の最善の利益の実現を図り、お客様満足度を向上させるため、お客様への「定期フォローアップの実施状況」を評価指標に設定いたします。

達成状況

- ・損害保険については、毎年の契約更改時を中心に、引き続きお客様への定期フォローアップを行いました。
 - ・生命保険については、保険料未収納のお客様へのフォローアップは、引き続き全支店・全営業所において対象全契約に対して行い、実施率は 100%となりました。
 - ・高齢のお客様および生命保険の特定保険契約のお客様への定期フォローアップについては、取り組み 8、取り組み 13 および取り組み 14 にも記載のとおり、ご高齢のお客様および生命保険における特定保険契約のお客様に対し、2024 年 8 月 6 日より 2024 年 9 月 30 日までの間、アフターフォローを一斉実施いたしました。実施率は 100%となっております。もちろん、実施記録を残し全件証跡化しております。定期フォローアップは、「お客様本位の業務運営方針」の中でも重要な位置付けにあることから、2025 年度も実施いたします。
- ⇒保全対応については、受付および保険会社への取次等の一連の流れを社内統一し、お客様のご要望に遅滞なくお応えいたします。保険料未収納のお客様に対しては、引き続き毎月全件フォローアップを行い、保全対応漏れが発生しない態勢を構築いたします。高齢のお客様および生命保険の特定保険契約のお客様に対しては、定期フォローアップ制度により、今後も定期的に全件フォローアップを行います。これらの対応を遅滞なくかつ漏れなく行うことで、苦情発生を防止し、お客様満足度の向上を図ります。
- ⇒また保全対応について、損害保険に比し案件記録・管理が全般に不十分であった生命保険について、損害保険にない、2024 年 8 月 2 日より「保全対応履歴簿(お客様対応記録簿・お問い合わせ管理表)」の運用を開始いたしました。これにより、主に対処遅延・失念等による苦情の発生を防止し、お客様の最善の利益の実現・お客様満足度の向上を図ります。

3. 商品研修等の実施状況

お客様にとって重要な保険商品に関する情報を分かりやすくご提供し、お客様に商品内容を正しくご理解いただくため、損害保険・生命保険の商品研修、ロープレ研修など各種研修の実施状況を評価指標に設定いたします。

達成状況

- ・2024 年度についても、営業統括本部やコンプライアンス室主催の研修および各支店・営業所が独自に実施する商品研修を積極的に実施いたしました。また、商品発売に付随する商品研修と一体となったコンプライアンス研修も漏れなく実施しております。
 - ・ご入社いただいた全ての募集人の方に対しては、損害保険、生命保険および少額短期保険の入社時研修を原則毎月実施するとともに、入社後、既存の従業員と合わせ毎月のコンプライアンス研修も実施いたしました。また毎週の支店会議開催時に、商品研修を中心とした損害保険、生命保険および少額短期保険の研修を実施し、高度な専門性と高い職業倫理の維持に努めました。
 - ・損害保険においては、本社営業統括本部による「全国統一損保勉強会」を複数回開催し、動画視聴も可能とすることで、高度な損保営業スキルの習得を図りました。「全国統一損保勉強会」の動画は、過去分も含め全て視聴できるようになっており、開催回数は計 24 回に上ります。損保大手 4 社との月次会議の動画も配信し、損保業界の動向や商品等の最新状況を募集人が常時把握できるよう努めました。
 - ・生命保険においても、本社営業統括本部による「生保会社 4 社による医療保険合同研修」や「生保会社 3 社による座談会形式の研修」等を動画配信し、高度な生保営業スキルの習得を目指しました。
- ⇒引き続き損害保険、生命保険、少額短期保険とも積極的に商品研修等を実施し、商品内容の習得や商品販売スキルの更なる向上に努めます。

4. 高齢者募集のモニタリング状況

ご高齢のお客様へより丁寧な保険募集を行っているかを確認するために、高齢者募集についてのモニタリング・セルフチェック等の実施状況を評価指標に設定いたします。

達成状況

- ・高齢者募集については、2024 年 7 月から 12 月にかけて実施した内部監査において確認いたしました。同監査において、不適切な高齢者募集は確認されておられません。
 - ・また 2024 年 8 月に全募集人を対象に業務自主点検を実施し、その中で高齢者募集についての確認を行いました。不適切な高齢者募集は確認されませんでした。
 - ・生命保険については、高齢者募集時に「高齢者募集チェックリスト」を作成することが必須となっておりますため、コンプライアンス室において顧客シートおよび高齢者募集チェックリストのサンプルチェックを行いました。いずれも、不適切な高齢者募集は確認されませんでした。
- ⇒高齢者募集は、現在の保険業界の最も重要なテーマの一つであることから、引き続き上記方策を漏れなく行うことにより、適切な高齢者募集の実施に努めます。

5. 内部監査およびコンプライアンス研修等の実施状況

コンプライアンスに関する従業員の知識・理解を深めるとともに、周知状況を確認するため、内部監査の実施状況および従業員に対するコンプライアンス教育・研修の実施状況を評価指標に設定いたします。

達成状況

- ・内部監査については、コンプライアンス室の監査資源および同室との利益相反回避に鑑み、昨年度に続き外部機関(株式会社プログレス)に委託し、2024年7月から12月にかけて内部監査を実施いたしました。
(2023年度はニュートン・フィナンシャル・コンサルティング体制整備推進事業部に外部監査を委託しておりましたが、2024年度は株式会社プログレスに委託変更しております)
- ・重点監査事項は、主に以下の四点です。
 - ①失念等による対応放置撲滅のための取り組みの有効性と効率性
 - ②事務疎漏による契約計上不備撲滅のための取り組みの有効性と効率性
 - ③情報セキュリティの確認
 - ④過去監査等での是正・改善事項等のフォローアップ
- ・監査に際しては、内部監査人が、60項目におよぶチェックリストをもとに、支店・営業所の責任者(支店長または営業所長)、事務社員、募集人と面談し、また事務所内をチェックして情報セキュリティ対応状況を確認する形式で実施いたしました。募集人とはロールプレイングを全件実施いたしました。2024年12月末までに、対象全店の監査が終了しております。
- ・内部監査人からは、監査結果(総評)および各店毎の監査報告書およびチェックリストを提出いただき、それを受け、対象全店に監査報告書を送付しております。改善が必要な支店・営業所に対しては「改善計画書 兼 改善措置実施報告書」(エリア長・支店長または営業所長のコメントおよび確認要)を徴求し、期日までに対象となる全店より提出を受けております。
- ・内部監査人からの指摘事項については、会社として真摯に受け止め、引き続き全社一丸となり改善を図ります。全般に、内部監査は有効に機能していると思われ、2025年度も同様の内部監査を実施する予定です。
- ・従業員に対するコンプライアンス教育・研修については、毎月のコンプライアンス・ワンポイント研修およびEラーニングによるコンプライアンステストを毎月実施した他、コンプライアンス通信を用いた研修、保険会社の教材を用いた研修、生命保険協会の継続教育研修等を実施し、従業員が高いコンプライアンス意識を保つよう努めました。
- ・生命保険においては、生保会社各社より提供されるコンプライアンス通信を全て開示し、現在の生保コンプラ業界のテーマや実際の事例を確認することにより、コンプライアンス知識の向上、コンプライアンスマインドの強化に努めました。
- ・保険業界が変革期を迎え、当社のような大規模代理店に求められるコンプライアンス意識や取り組みおよび業務品質基準は、ますます高度化・多様化・複雑化しております。引き続き内部管理態勢の一層の強化・充実に努め、大規模代理店の責務を果たしていく所存でございます。

6. 営業スキルを高めるために必要な資格の取得率

営業スキルを高めるために、従業員に専門資格（FP 資格等）の取得を推進し、資格取得率を新たに評価指標に設定いたします。資格取得率は「50%以上」を目標といたしますが、「3 年以内に 80%以上」とすることを併せて目指します（専門資格（FP 資格等）とは、FP 技能検定 1～3 級、AFP 認定者、CFP®認定者、損害保険大学課程、生命保険専門課程のいずれかとします）。

達成状況

・2025 年 3 月 3 日現在、上記資格のうち 50%を超過しているのは「生命保険専門資格」のみとなっており、以下の資格については、取得率がまだ 50%未満となっております。

①FP 資格（FP 技能検定 1～3 級、AFP 認定者、CFP®認定者）

②損害保険大学課程（専門コースまたはコンサルティングコース）

⇒現状、当 KPI を充足しているとはいえ、全社的な課題ととらえ、FP 資格、専門資格いずれにおいても、引き続き資格取得を促し、募集知識および営業スキルの向上に努めます。

なお、上記評価指標（KPI）については、現在の業務状況に合わせ、必要な場合は改定いたします。

各指標の遂行状況については、引き続き定期的に公表いたしますとともに、各指標の改善を通じて、お客様本位の業務運営方針に基づく具体的な取組みの実効性を高めてまいります。

（本件に関する照会先）

株式会社 E 保険プランニング コンプライアンス室

担当：上田・一色

電話番号：03-6630-8277

以上