

お客さま志向の業務運営方針

明治安田保険サービス株式会社（以下当社）は、「確かな安心を、いつまでも」という経営理念に基づき、「お客さま志向の業務運営方針」を以下のとおり定めます。

1. お客さま志向の業務運営

「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、お客さまから「信頼を得て選ばれ続ける保険代理店」をめざし、お客さまの最善の利益が図られるよう、高い倫理観のもと行動することをすべての業務運営における基本原則として定め、お客さまに寄り添い、お客さまの視点に立った業務運営に努めてまいります。

【主な取組内容】

- 「信頼を得て選ばれ続ける保険代理店」を「企業ビジョン」として掲げ、お客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動し、お客さまの満足を追求した最適な商品の提案に努めています。
- この企業ビジョンを中期経営計画の重点方針のひとつとして、お客さま志向の徹底に取り組んでいます。
- 全役職員が大切にする価値観である行動規範（バリュー）に、「お客さま志向・倫理観」を定め、日々の業務活動において徹底しています。
- お客さま志向の前提となるコンプライアンスを徹底し、定期的な教育・研修により、お客さま志向の意識を醸成しています。

2. お客さまの声を経営に活かすお客さま志向の業務運営

お客さまからのご意見やご要望を真摯に受け止め、誠実かつ迅速に対応するとともに、お客さまの声を経営に活かす取組みを推進し、お客さまの満足度向上に努めています。

【主な取組内容】

- お客さまからのお申し出は、お客さまお申し出「承り票」およびお客さまお申し出フォロー票（以下、「承り票」）にすべて起票し、当社の総務部において一元管理し、重要なものについては経営層に報告するとともに、お客さまの満足のさらなる向上のため、業務改善に努めています。
- リスク管理、情報保護・管理、コンプライアンス（R J C）委員会を設置し、月例の同委員会において、お客さまの声のうち、ご要望・苦情等について検証し、全社員が情報共有するとともに、再発防止および業務の改善に活かしています。
- 当社に寄せられたお客さまの声だけではなく保険会社が実施するお客さま満足度の指標も用いて、多方面からお客さまのご意見・ご要望を伺うよう努めています。

3. お客様のご意向に沿った商品とわかりやすい情報の提供

お客様に最適な商品を選択いただけるよう、お客様にとって重要な情報をわかりやすく丁寧にご説明するとともに、お客様にご提供する商品の特性に応じて、お客様に寄り添い、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。

【主な取組内容】

- お客様のご意向を的確に把握し、手数料の多寡に左右されることなく、お客様の視点に立ち、適切な商品とプランのご提案とわかりやすいご説明に努めます。
- お客様が最適な商品をご選択いただくために、契約の締結または加入の適否判断に必要な情報を提供に努めます。
- お客様に正しく理解していただくために、契約概要や注意喚起情報の専門用語を平易な言葉に言い換えてご説明するよう努めています。
- 特に、ご高齢のお客様等、特に配慮が必要と思われるお客様の状況に則したより丁寧な対応に努めます。
- お客様に適切な情報提供と商品のご提案をするために、商品に関する研修および勉強会を定期的に行なうことにより、社内教育を徹底し、募集人としてのスキルを高めています。
- ご契約後も、お客様のご意向の変化に応じ、常に最適な商品とアドバイスを提供することにより、継続的なアフターフォローに努めています。
- お客様が万が一事故にあわれた場合、迅速かつ適正に保険金が支払われるよう適切にアドバイスを提供いたします。

4. 利益相反の適切な管理

お客様の利益が不当に害されることのないよう、取引におけるお客様との利益相反の可能性について正確に把握し、適切に管理・対応するよう努めます。

【主な取組内容】

- お客様のご意向の把握、比較推奨販売、重要事項説明等を適切に行ない、お客様の利益が不当に害されることのないよう適切な保険募集体制を整備し、管理に努めてまいります。
- お客様の利益が不当に害されることのないよう、全役職員に利益相反のおそれのある取引を理解させる社内教育を行ない、利益相反防止に努めてまいります。

5. お客様志向の取組みの確保

お客様志向の各種取組みを確保するため、取組事項の定期的な検証および改善に努めます。また、お客様志向のコンサルティングを行なうために、必要な知識・スキルを全役職員が習得できるよう、教育・研修の充実に努めます。

【主な取組内容】

- 個人の業績評価について、お客様志向の前提となるコンプライアンス項目を評価基準に取り入

れ、評価に反映しています。

- お客さまのご意向に沿った最適な商品をご提案するために、保険知識はもとより周辺知識も習得するよう教育環境を整備し、有益な資格取得を推進しています。
- お客さま志向の各種取組みについて、定期的に進捗状況の検証を行ないます。

2021年6月1日制定

<品質指標（KPI）について>

KPI① お客さま数

- ・団体傷害保険本人加入者数
- ・団体扱い加入者数

KPI② お客さまとの絆

- ・お客さまお申し出「承り票」およびお客さまお申し出フォロー票（以下、「承り票」）の受付件数とそのうち「苦情」件数

KPI③ 従業員意識調査

お客さま志向の取組状況等を確認するKPIの状況について

当社のお客さま志向の取組状況や定着度合いを確認する
3つの指標（KPI）は順調に推移しています。

3つのKPIの状況

お客さま数

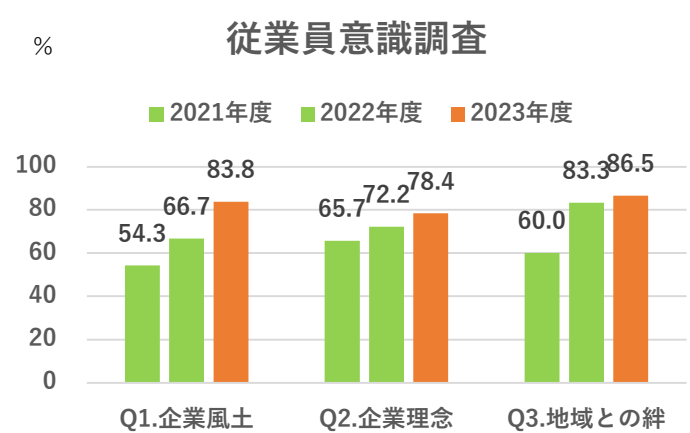
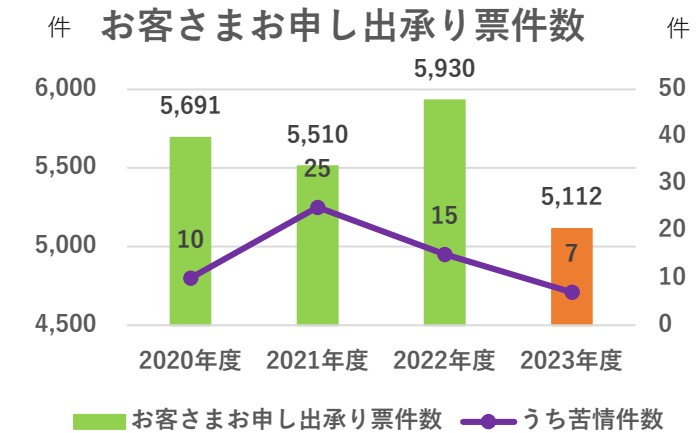
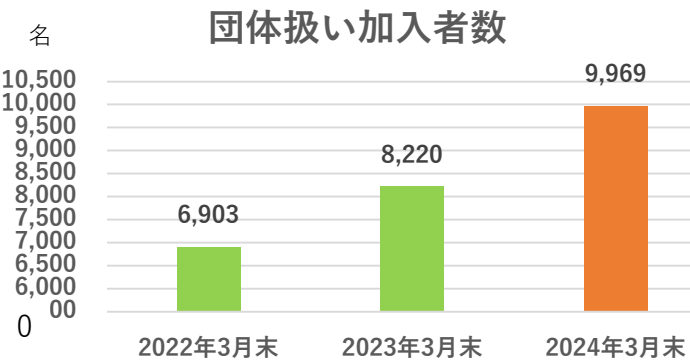
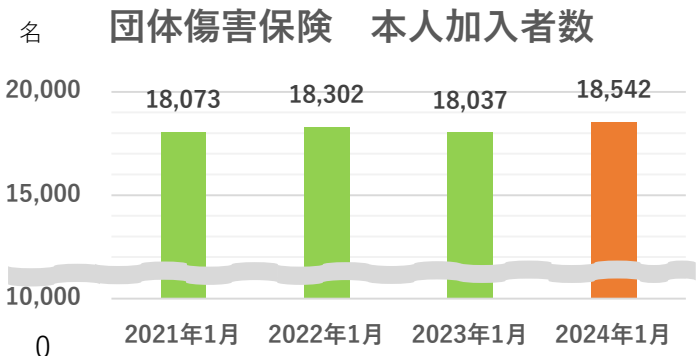
団体傷害保険 本人加入者数（2024年1月1日更改時点）： 18,542名
団体扱い加入者数（2024年3月末保有実績）： 9,969名

お客さまとの絆

お客さまお申し出承り票起票件数
5,112件
うち苦情： 7件

従業員意識調査結果

会社にお客さま志向の企業風土があると
肯定的な回答をした従業員
83.8%



注1 「団体傷害保険 本人加入者数」は明治安田損害保険㈱が元受の団体傷害保険1月1日更改時点の本人加入者数
注2 「団体扱い加入者数」は1人で火災保険と自動車保険とともに加入がある場合、1人とカウント。2023年3月末での扱い者数
注3 従業員意識調査結果（2021・2022年度実施）は以下の設問に対する回答の肯定的選択肢TOP2の回答割合
Q1.会社には、お客さま志向の企業風土があると思いますか。/Q2.あなたは、お客さまや働く仲間への対応のなかであなたの会社の企業理念・企業ビジョン等（フィロソフィー等）を意識したり、業務における判断基準にしていますか。/Q3.あなたは、「地域の元気プロジェクト」が、地方自治体や公民館・道の駅等との協働や「リーグ・日本女子プロゴルフ協会との関係を活かした取組みを通じて、「地域における社会的なつながりの創出」と「地域のお客さまとの接点拡大」をめざす取組みであることを理解し、地域の方々に喜ばれる具体的な行動（Kizuna運動等による地域社会との絆を深める活動への参加など）をしていますか。