

# お客さま本位の業務運営方針

当社では、従前よりMSTグループの行動指針「お客さまの喜びを最高の価値とする」に従い、お客さま本位の業務運営に取り組んでまいりましたが、更にこの取り組みを高度化させ、また、当社全体としての取り組みを強化させるために、「お客さま本位の業務運営方針」を策定・公表するとともに、本方針に基づいた取り組みを実践しています。

## 取組方針1:「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営の徹底により お客さまの最善の利益を追求

MSTグループの行動指針「MST Way」では、「お客さまの喜びを最高の価値とする」を掲げております。

当社ではこの行動指針に基づき、役職員全員がお客さまの声に真摯に耳を傾け、お客さまに真にお役に立てる商品・サービスの提供に取り組んでまいります。また、お客さま本位の業務運営方針に関する取組み状況を定期的に確認・検証し、常にレベルアップを図るための体制整備にも取り組んでまいります。

### 【取組状況(1)】

#### ① お客さま本位の業務運営方針の策定と浸透

- 「お客さま本位の業務運営方針」を定め、定期的に経営トップからのメッセージを発信する等、本方針の社内への浸透を図っています。

#### ② お客さまの声を活かした業務品質の向上

- 日常の活動の中でお聞きしたお客さまのご不満、ご要望、お褒めの言葉や、保険会社に寄せられたアンケートを通じたお客さまの声を収集し、重要な事項は経営と担当部が対応を検討する等、業務品質向上にお客さまの声を最大限活かす取り組みをしています。
- お客さまからの苦情につきましては、情報を一元化し、経営への報告を定期的におこない適切な対応に取り組んでおります。お客さまから寄せられた苦情のうち重要な事項については、取締役会に報告をおこない、再発防止等に組織的に取り組んでいます。

### 【お客さまの声の受付状況】

(件)

	総件数	ご不満	ご意見 ご要望	お褒め 感謝	お問合せ ご相談
2024年度	10,571	221	137	42	10,171
2023年度	11,755	265	217	51	11,222
2022年度	11,927	157	127	62	11,581

- ・「お客様の喜びを最高の価値とする」取組みに向けて、お客さまから寄せられたお褒め、ご要望、ご不満等の声を把握・分析し、業務運営に活かすものとして、「お客様の声」の取組状況を測る指標とします。
- ・お客様の声はお客さまからの受電総件数を集計しています。
- ・2024年度総受電件数は、前年比1割の減少となりましたが、お客さまのお話の中からより細かく、「ご不満」や「ご意見・ご要望」を収集する様に努めた結果、改善への貴重な気づきとなり、改善への取組みが促進されました。

### ③ お客さま本位の業務運営の推進体制

- お客さま本位の業務運営に関する活動の定期的な振り返りをおこない、その高度化に向けた課題を認識し、対応策を策定するため、業務品質向上会議を毎月運営しています。2024年度も業務品質向上会議を12回開催しました。
- 社内の関係部の協働により、取組み状況の確認・検証や、お客様の声を分析し業務品質改善に繋がっています。
- お客さまからの「ご不満」や「ご意見・ご要望」については「お客様の声シート」を作成し、1件毎に対応方針を検討し、改善に努めています。
- 2022年度からは、お客さまからの「ご不満」や「ご意見・ご要望」について、保険会社や関係取引先とも連携し、課題の共有と解決に向けた対応を図っています。2024年度についても関係先と連携するとともに、改善等につながった件数は33件に至りました。

## 取組方針 2:「お客様の喜びを最高の価値とする」企業文化の定着

当社は「お客様の喜びを最高の価値とする」企業文化の確実な定着のため、役職員の意識醸成、社内教育の徹底等に取り組んでまいります。

### 【取組状況(2)】

#### ① 行動規範の制定と徹底

- 金融事業者としての職業倫理の定着のため、当社役職員が日々いかに考え、判断し、行動すべきかの基準として行動規範を制定し、部署毎の取組みの振り返りや意識を高めるための研修を毎年度実施しています。
- 2024年度も、12月に一人一人が行動規範を自分の問題として捉えることを目的として研修を実施し、全社員が行動規範の徹底について確認しました。

#### ② コンプライアンスの徹底

- コンプライアンス教育では、ルールを教えるだけでなく、理解が定着するような研修を工夫しています。
- 2024年度は、最新のコンプライアンス事情や苦情・トラブルの事例等をテーマに、個人学習型のeラーニング研修や、少人数制の分散型研修、カスケード型研修などを活用して、実効性の高い研修を実施してまいりました。

### 【コンプライアンス・個人情報保護の徹底など知識・意識の向上】

研修実施状況	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研修実施の総回数	36 回	34 回	38 回
内 コンプライアンスに関する研修	16 回	14 回	10 回
内 個人情報保護研修	4 回	6 回	8 回
内 商品研修	3 回	4 回	5 回
内 苦情・トラブル事例研修	2 回	2 回	3 回
内 お客さま本位の業務運営方針研修	1 回	1 回	2 回
内 その他(DX推進研修など)	10 回	7 回	10 回

### ③ 保険代理店としての専門知識の習得、個人情報保護意識の徹底

- お客さまのニーズを的確に把握し、適切なアドバイス、ご提案ができるように、専門的な金融知識、商品知識に関する教育・研修を役職員に対しておこない、「お客さまに信頼されるリスクマネジメントサービス会社」、加えて、「クレジットカード会員向け保険代理店としての専門性向上」の実現に取り組んでいます。
- プライバシーマーク取得会社として、2024 年 9 月には、日本産業規格「JIS Q 15001」かつ日本情報経済社会推進協会の指針に準拠した個人情報保護マネジメントシステムの更新を完了し、個人情報を適切に取扱う企業文化を高めるとともに、その安全管理に努めています。

### 取組方針 3: 適切な利益相反管理

お客さまの利益が不当に害されることのないよう、取引におけるお客さま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。

### 【取組状況(3)】

#### ① 適切な保険募集体制の構築・管理

- お客さまのご意向の把握、比較推奨、重要事項の説明等の適切な実施により、お客さまの利益が不当に害される取引の発生を防止する保険募集体制の構築・管理に努めています。
- 意向の把握、比較推奨、重要事項説明等、一連の募集プロセスについて、実施ルールを詳細に定め、サンプリングによる募集行為の適切性や利益相反管理の状況を定期的に検証しています。

#### ② 利益相反に関する従業員の教育

- コンプライアンス研修により、お客さまの利益が不当に害される取引の発生防止に向けた役職員の教育に取り組んでいます。

## 取組方針 4: お客さまのご意向・ニーズに沿った商品・サービスの提供

当社ではお客さまに適した商品・サービスを提供するために、お客さまのご意向・ニーズを十分お伺いした上で、商品・サービスのご提案をおこなってまいります。

お客さまの保険商品に関する知識、理解度や過去のご経験も十分に踏まえた上で、情報の提供、商品・サービスの提案をおこなってまいります。

### 【取組状況(4)】

#### ① お客さまのご意向の的確な把握と適切なお提案

- お客さまの抱えるリスクやご意向等を把握し、適切な保険商品・プランをご提案します。
- お客さまへの保険商品の募集・販売にあたっては、手数料の多寡やその他いかなる関係等に影響されず、お客さまのご意向に沿った商品をお勧めします。
- お客さまのご意向に則した提案であることを確認するため、営業担当者の記録やモニタリングにより的確なご意向の把握に努めています。
- 市場リスクのある商品(外貨建保険、変額保険等)については、当社が直接お客さまにご提案させていただくことはありませんが、共同募集の非幹事代理店としてお客さまからのご照会に際して対応できるように体制整備を図っています。

## 取組方針 5: お客さまのご意向・ニーズに沿った適切かつわかりやすい情報の提供

当社では、お客さまに適した商品・サービスを選択いただけるよう、お客さま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、お客さまに提供する商品・サービスの特性に応じて、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。

### 【取組状況(5)】

#### ① お客さまへの必要な情報の提供と丁寧な説明

- 商品・サービスのご提案にあたっては、ご契約いただくことの適否を判断するために必要な情報を提供します。
- 商品・サービスの選定の理由等の重要な情報は、商品概要明示資料や商品パンフレット等を用い、分かりやすく説明します。
- 契約概要や注意喚起情報は、正しくご理解いただくため、「専門用語を平易な言葉に言い換える」「より重要な情報は特に強調する」等の工夫をします。
- ご高齢のお客さまにご説明するときには、複数回のご説明、複数担当者によるご説明、契約後のお礼状の発送等の方法により、お客さまの誤解の防止や理解の促進に取り組めます。
- 一連の募集プロセスおよびご高齢のお客さまへの対応ルールを社内手続に定め、その実施記録を営業組織内で確認するとともに、営業組織内においても毎月のモニタリング検証を実施し、従来からの管理部署によるモニタリング検証と合わせ、適切性確保に努めています。

- 特に 25 年以上前にご契約いただいた超長期火災保険契約の更新に際しては、2024 年度も引き続き、環境の変化、保障目的や範囲、生活設計など多面的な情報提供とニーズ把握に努め、更改率を前年比 2.5% 高めることができました。

【お客さま満足度の指標】

自動車保険満期継続率	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	97.8%	97.6%	96.8%

・各年度の指標については、年度毎に満期を迎えた契約に対する継続契約の割合を指します。

## 取組方針 6: お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

当社では、お客さまの保険商品に関する知識、理解度や過去のご経験を十分に踏まえた上で、情報の提供、商品・サービスの提案をおこなってまいります。

### 【取組状況(6)】

#### ① 契約締結前のお客さまのご意向の確認

- ご契約いただく直前にも、ご契約いただく商品がお客さまのご意向に沿うものか、契約内容をお客さまにご理解いただけているか等を確認します。
- 重要事項のご説明、ご意向の確認は最重要な募集プロセスの一つであり、特に新規契約については、実施日と実施状況の記録を残し、営業組織内で募集プロセスを確認するとともに、管理部署および営業組織内においてモニタリング検証も実施し、適切性を確保しています。

#### ② お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育

- お客さまのご意向・ニーズを踏まえた十分かつわかりやすい情報の提供及び商品・サービスのご提案ができるだけのスキルを各募集人に確実に身につけさせることを目的とした研修カリキュラムの整備等、社内教育体制の整備に努めています。

#### ③ ご契約後のアフターフォロー

- ご契約いただいた後もお客さまのご加入商品の契約概要等、お役に立つ情報の提供や、お客さまが潜在的に抱えるリスクに関する助言・提案をおこない、長期的な視野に立ってお客さまのお役に立てるように業務に取り組みます。そのため、各種規定整備・社内教育体制・検証体制の確保に努めています。また、適宜、商品改善に関わるお客さまの声を保険会社と連携します。
- 損害保険については、お客さまが万一事故にあわれたときに、迅速で円満な解決のため適切なアドバイスを提供すると共に、保険会社の事故専門担当部署を速やかにご案内いたします。
- お客さまのご契約の満期に関するご案内は漏れなくおこない、お客さまの意に反して無保険状態になることの防止に努めています。

## 取組方針 7:「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営への取組み確保

「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営への取組みを確保するために、組織・個人の業績評価等を取組み結果を反映するとともに、取組み内容の定期的な検証・改善に努めます。

お客さま志向のコンサルティングをおこなうために必要な知識・スキルを従業員が習得できるよう、充実した教育・研修に努めます。

### 【取組状況(7)】

#### ① 組織・個人の業績評価

- 社内の組織、個人の業績評価においては、営業実績のみならず、業務品質、コンプライアンス等の項目を取入れ、バランスの取れた評価とします。

#### ② 専門的な知識の習得に向けた教育

- 総合保険代理店として、多種多様なお客さまのニーズに適切にお応えできるように役職員の専門的な金融・保険知識習得に向けた教育体系の整備に努めています。
- クレジットカード会員向け保険を取扱う代理店として、カード付帯保険などのカード業務に対する専門的な知識習得に向けての教育体制の整備に努めています。

#### 【専門的な知識の習得に向けた取組状況】

資格保有者	2024 年度	2023 年度	2022 年度
損害保険大学課程	8 名	10 名	8 名
生命保険大学課程	10 名	11 名	10 名
FP2 級相当資格以上(※)	6 名	9 名	8 名

(※)1 級/2 級 FP 技能士・CFP/AFP・金融渉外 1 級/2 級を指します。

#### ③ 社内手続の整備と適切な業務運営に関するモニタリング

- お客さまのご意向の的確な把握、お客さまのご意向に沿った適切なご提案、お客さまへの十分かつ丁寧な情報の提供が確実におこなわれるように、社内の各種手続の整備し定期的に見直しをしています。また、継続的な品質向上に資するモニタリング体制の整備に取り組んでいます。
- 2023 年度より募集プロセス管理の高度化を目指し、モニタリングが適切かつ効率的に行えるよう、新たな顧客管理システムの運用をおこなっています。
- 社内の業績評価において「内部管理項目」を設け、業務品質・コンプライアンスを重視した評価体系を構築しています。
- 意向把握、提案、重要事項の説明、意向確認等の一連の募集プロセスにおける必須事項を社内手続に定めています。特に新規契約の募集においては募集プロセスの履行状況の詳細な記録を営業担当者に義務付け、自主検査や月例監査、モニタリング等により、適切性確保に努めています。

<ご参考> 当社「お客さま本位の業務運営方針」と  
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との関係

当社は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択のうえ、「お客さま本位の業務運営方針」を定め、取組みの徹底を図っておりますが、当社の取組方針と金融庁の原則の関係は以下のとおりです。

当社の取組方針	金融庁の原則（※）
取組方針 1、取組方針 2	原則 2、同（注）
取組方針 3	原則 3、同（注）
取組方針 4	原則 4、同（注）
取組方針 5	原則 5、同（注 1）・（注 3）～（注 5） ※1
取組方針 6	原則 6、同（注 1）・（注 4）～（注 7） ※2
取組方針 7	原則 7、同（注）

（※）金融庁の原則につきましては、金融庁ホームページをご確認ください。

金融庁の原則 1 は、顧客本位の業務運営に関する策定・公表等に関する内容であり、対応する取組方針はありません。

※1 お客さまへのご提案に際し、正しく平易に理解いただけるよう、当社が取扱う商品には原則 5（注 2）・原則 6（注 2）の「複数の金融商品・サービスをパッケージするもの」に該当するものではありません。

※2 当社は、組成された商品・サービスの販売をおこなう金融事業者であり、原則 6（注 3）・補足 1～5 の「金融商品の組成に携わる金融事業者」には該当しません。

なお、金融商品の販売・推奨等をおこなう場合には、その組成をおこなった金融事業者が想定した特定・公表された販売対象を十分理解し、お客さまの適合性を判断しおこなうよう努めます。

（注）当社は、2017 年 3 月に金融庁が公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択の上、当取組方針を定め、お客さま本位の取組みの徹底を図っております。「顧客本位の業務運営に関する原則」と当取組方針および取組状況の対応関係は、別添の金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表をご覧ください。

以上