

お客さま本位の業務運営方針～経営理念の実現に向けて
～2019年度取組み状況報告～

株式会社朋栄（以下、「当社」といいます）は、「地域の皆様の安心と発展を支え、社会に貢献しお客さまと「朋（ともに）に栄える」保険代理店を目指します」との経営理念を掲げるとともに、五つの基本指針（行動指針）を定め、経営理念の実現に向けて日々の業務に取り組んでいます。

更に当社は、「勧誘方針」「コンプライアンス基本方針」「保険募集管理基本方針」「お客さまの声対応基本方針」等を定め、コンプライアンスの実践、正確でわかりやすい説明、最適な保険商品の提供、適正な保険募集の確保など、お客さま満足度の向上に日々努力をしております。

こうした中、2019年（平成31年）3月、当社は経営理念および五つの基本指針（行動指針）をより一層具体的に実践するための取組みとして、「お客さま本位の業務運営方針」を定め、経営理念および五つの基本指針（行動指針）とともに公表いたしました。

2020年6月、本方針に係る2019年度取組み状況や定着度合いについて公表するとともに、今後も経営理念の実現に向けて取り組んでまいります。

経営理念

地域の皆さまの安心と発展を支え、社会に貢献し
お客さまと「朋に（ともに）に栄える」保険代理店を目指します

当社の「K P I」と3つの指標について

当社の「お客さま本位の業務運営方針」に対する取組みが、お客さまからどのように評価され、品質の向上や新たなご契約に繋がっているのかを確認する3つの指標を定めるとともに、これらの指標が結果として反映する「お客さまの数」を当社の「K P I」*として設定しています。

* K P Iとは、Key performance indicatorの略、企業目標の達成度を評価するための重要業績評価指標のこと

お客さまの数* 79,007 顧客	お客さま満足度 85.9%	お客さまアンケートで、「満足」「ほぼ満足」と回答したお客さま* ²
	当社の推奨度 73.9%	お客さまアンケートで、「紹介したい」「どちらかといえば紹介したい」と回答したお客さま* ³
	新規契約件数 2,351 件	新規のご契約で、契約締結に至るまでの一連のプロセスを当社単独で行った件数* ⁴

*1 2020年3月末現在（個人顧客数：73,640、法人顧客数：5,367）

*2 2019年7～8月、12月、2020年1～3月実施のお客さまアンケート調査結果より（全回答数687件）

*3 同上

*4 住宅ローン窓販火災保険など横浜銀行との共同募集による新規契約は除く。

基本指針

（社会に対して）：保険を通じてお客さまに安心・安全を提供し、社会に貢献します

（お客さまに対して）：勧誘方針に則り、お客さまを第一に考え、常に最高のサービスを提供します

【具体的取組み】

1. 意向把握および比較・推奨販売方針の遵守

当社は、複数の保険会社の商品を販売する保険代理店です。保険商品のご提案にあたっては、お客さまの意向を的確に把握したうえで、取扱商品の中からお客さまの意向に基づき特定の保険会社の商品を選別しお客さまに推奨して販売しています。当社は、その商品を選別した理由等について、分かりやすい説明に努めてまいりました。

その取組み状況については、部門責任者による「比較説明・推奨販売記録」の全件点検および管理部門によるサンプリング調査を通じて、その実効性の確保に努めてまいりました。

【比較・推奨販売記録の件数】

2017年度	2,415件	2018年度	2,791件	2019年度	2,351件
--------	--------	--------	--------	--------	--------

2. お客さまの意向と実情に応じた商品の販売

当社は、お客さまの知識・経験、保険の加入目的、資力状況等を総合的に勘案し、お客さまの意向と実情に応じた商品の販売に努めてまいりました。その結果として、生損保ともに高い継続率を維持しています。

【自動車保険継続率・生命保険 25 月目継続率】

自動車保険 継続率	2018年度	95.7%	生命保険 25月目継続率	2018年度	88.9%
	2019年度	94.6%		2019年度	88.0%

3. 重要事項等の説明

お客さまへの商品・サービスのご提案にあたっては、お客さまに対して、契約の締結または加入の適否を判断するのに必要な情報を提供してまいりました。特に、契約概要や注意喚起情報である重要事項等の説明に関しましては、保険契約の内容をご理解いただくために、商品の仕組み、補償（保障）内容、保険料に関する事項等を記載した書面を提供し、明確・平易であって誤解を招くことのない分かりやすい説明に努めてまいりました。

具体的には、ロールプレイングによる募集実務研修や各種商品研修会を積極的に開催し、募集人のスキルアップとその実効性の向上に努めてまいりました。

【主な商品研修実施記録（2019年度）】

ロールプレイング研修	2019年7月	6グループ（比較・推奨販売）
	2020年2月	7グループ（商品説明スキルアップ）
損保商品研修	45回	火災保険、自動車保険、新種保険、他
生保商品研修	33回	委託保険会社ごとの商品研修、他

4. 高齢者・障がい者への適切な対応

ご高齢のお客さまには、お客さまの理解度・判断力と保険商品の特性を勘案したよりきめ細やかな対応を行い十分にご理解いただけるよう配慮してまいりました。また、障害のあるお客さまには、本人がどのような対応を望んでいるのかを丁寧に聞き取ったうえで、合理的配慮の具体例を参考にしながら柔軟に対応してまいりました。具体的には、部門責任者による募集人のお客さま対応記録点検や、管理部門による（損保）80歳以上の高齢者等へ対応状況点検を通じて、よりきめ細やかな取組みの浸透に努めてまいりました。

【（損保）80歳以上の高齢者および障害のあるお客さまへの対応記録点検件数】

2017年度	912件	2018年度	1,038件	2019年度	1,007件
--------	------	--------	--------	--------	--------

5. 「お客さまの声」の収集と活用

お客さまからの「苦情」「ご意見・ご要望」「お褒めの言葉」など、すべてのお客さまからの声に真摯に耳を傾け、「苦情」の低減のみならず品質向上に資するすべてのお客さまの声の収集に努めてまいりました。具体的には、当社独自の「お客さまアンケート」を実施するとともに、損害保険会社が実施する「お客さまアンケート」を分析し、再発防止策の策定など苦情の低減、品質の向上およびお客さま満足度の向上に向けた諸施策に活かしてまいりました。

【当社独自のお客さまアンケート結果概要】

2019年度 第1回実施			
1	満期継続案内の時期	丁度よい	89.4%
2	補償内容・保険料の説明	分かりやすい	87.4%
3	付帯サービスの説明	分かりやすい	86.1%
4	お客さま満足度	満足	85.8%
5	当社推奨度	紹介したい	72.6%

(1) アンケート実施月：2019年7月～8月
(2) 対象者：9月満期のお客さまを中心に、新規・更改、個人・法人を問わずに実施
(3) アンケート回答件数：310件
(4) 生損保別解答件数：損保295件・生保15件
* 2・3「補償内容・保険料の説明」「付帯サービスの説明」の「分かりやすい」には「概ね分かりやすかった」を含む
* 4・5「お客さま満足度」「当社推奨度」の「満足」には「ほぼ満足」を、「紹介したい」には「どちらかといえば」を含む

2019年度 第2回実施			
1	満期継続案内の時期	丁度よい	87.0%
2	補償内容・保険料の説明	分かりやすい	90.3%
3	付帯サービスの説明	分かりやすい	87.9%
4	お客さま満足度	満足	86.9%
5	当社推奨度	紹介したい	79.4%

(1) アンケート実施月：2020年1月～3月
(2) 対象者：3月満期のお客さまを中心に、新規・更改、個人・法人を問わずに実施
(3) アンケート回答件数：239件
(4) 生損保別解答件数：損保238件・生保1件
* 2・3「補償内容・保険料の説明」「付帯サービスの説明」の「分かりやすい」には「概ね分かりやすかった」を含む
* 4・5「お客さま満足度」「当社推奨度」の「満足」には「ほぼ満足」を、「紹介したい」には「どちらかといえば」を含む

【「お客さまの声（苦情）」受付件数】

当社が受付けた	2017年度	2018年度	2019年度
苦情件数	10件	14件	22件

保険会社が受付けた	2017年度	2018年度	2019年度
当社苦情件数	7件	5件	6件

【「お客さまの声」を反映した業務改善取り組み事例】

事例1	(1)	お客さまの利便性の向上	当社ホームページに「お問い合わせフォーム」を新設
	(2)	お客さまの声	当社ホームページに掲載されているメールアドレスに問い合わせをしたが返事がない。
	(3)	改善内容	当社ホームページに代表メールアドレスを公開していましたが、宣伝勧誘メールや開封リスクの高いメールが多数を占めていました。今回の確認もれに対する改善策として、代表メールアドレスを廃止し新たに「お問い合わせフォーム」を新設しました。お客さまからの問い合わせに迅速に対応する態勢を再整備いたしました。

事例2	(1)	お客さまの利便性の向上	退職社員のメールアドレス廃止
	(2)	お客さまの声	社員の名刺に記載されているアドレスに照会したが返事がない。
	(3)	改善内容	退職時対応マニュアルに退職者アドレスの閉鎖手続きについてのルールが明記されていませんでした。退職時のチェックリストにメールアドレスの廃止と処理要領を明記して再発防止を図りました。

基本指針

(朋栄は) : 「リスクコンサルティング力」「サービス対応力」を兼ね備え、お客さまのベストパートナーとして選ばれる会社を目指します

(朋栄は) : 全ての役職員が高い倫理観、責任感を持ち、コンプライアンスを確実に実践します

(社員に対して) : 社員が誇りを持って生きいきと働ける会社を目指します

【具体的取組み】

1. コンサルティング活動の実践

当社は、お客さまを取り巻くリスクの分析やコンサルティング活動等を通じて、お客さまの意向と実情に応じた適切な商品設計、販売・勧誘活動を実践してまいりました。

【リスク分析提案件数・証券診断分析件数】

リスク分析提案件数・証券診断分析件数	339 件
--------------------	-------

2. 資格取得の推進ならびに研修の実施

当社は、生損保の総合保険代理店として、正確で分かりやすい説明、お客さまのニーズに合った最適な保険商品の提供および保険事故への対応など、「サービス対応力」の向上に向けて、資格取得を推進するとともに各種研修を実施してまいりました。

【資格取得率】

損害保険大学課程認定者率	22.4%
生命保険専門課程認定者率	63.4%

【事故対応力向上研修実施状況】

台風災害事故受付対応力向上研修	8 回
-----------------	-----

3. ご契約の適切な管理

当社は、社会情勢の変化を踏まえ、お客さまにとって必要な補償（保障）やサービスをタイムリーに提供していく態勢を整備するとともに、お客さまの保護や利便性の向上に向けて、ご契約を適切に管理してまいりました。具体的には、満期を迎えるご契約に対する募集プロセスの管理、満期時に不継続となったお客さまのご意向記録の保管、契約期間中のお客さまからの申し出（変更や解約）内容の管理等を徹底するとともに部門責任者による月次点検および管理部門による検証などを通じて、手続き放置を発生させない管理を継続的に実施してまいりました。

4. 保険事故対応力の向上

当社は、「事故受付マニュアル」を整備するとともに事故受付の専門スタッフ 3 名を配備し、事故発生時の初期対応から保険金支払いまでの援助を「迅速」かつ「丁寧」に行う態勢を整備してまいりました。また、2019 年秋に発生した台風災害の当社対応状況について、お客さまアンケートを実施した結果、たくさんのお客さまの感謝の言葉を頂戴するとともに、頂戴した声を今後の取組みに繋げてまいりました。

【2019 年秋に発生した台風災害における「お客さまアンケート」による当社対応の評価】

		良い	(1) アンケート実施月：2019 年 12 月
事故受付対応時の評価	当社で受付たお客さま	83.3%	(2) 対象者：台風 15 号・19 号の被害者で、 12 月 4 日時点でお支払いが完了しているお客さま
	参考：当社以外で受付たお客さま	(63.3%)	
事故対応全般に対する評価	当社で受付たお客さま	73.9%	(3) アンケート発送件数：208 件
	参考：当社以外で受付たお客さま	(63.0%)	(4) アンケート回答件数：138 件（回収率 66.3%）

5. 利益相反の適切な管理～お客さま利益の確保とお客さまの意向と実情に応じた商品の販売
当社は、お客さまへの商品選定や情報提供にあたり、当社の意向把握および比較・推奨販売方針を遵守し、お客さまの利益を不当に害することのないよう、適切に販売してまいりました。また、元受保険会社から支払われる代理店手数料にとらわれることなく、お客さまを第一に考えお客さまの意向と実情に応じた商品の販売に努めてまいりました。具体的には、「意向把握および比較・推奨販売記録」の点検、検証を通じてその実効性向上に努めてまいりました。
（【具体的取組み】1. 意向把握および比較・推奨販売方針の遵守と同じ）

6. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等の確保
当社は、社員の事業活動を通じたお客さまと社会への貢献、ならびにそのための活動を積極的に評価していく態勢を整備してまいりました。また、社員自身の自己研鑽やスキルアップを支援してまいりました。具体的には、各種資格取得に係る補助金支給制度を運営し環境整備に努めてまいりました。

補助金支給件数	10件
---------	-----

以上