

2024年度
「お客さまへの約束」
(お客さま第一の業務運営方針)
に関する取組状況について

2025年6月

三井住友海上エイジェンシー・サービス株式会社

はじめに <2025年4月「お客さまへの約束」の改定について>

- ◆ 当社は、三井住友海上火災保険株式会社（以下、三井住友海上）の子会社であるM S K保険センター株式会社と、2025年4月1日付で経営統合しました。同社は、法人のお客さまを中心として保険・サービスを提供する保険代理店として、企業向けリスクソリューションの提案や従業員向け団体保険の分野で当社にない強みを有しており、本統合を通じて、当社は、より一層、お客さまに対するリスクソリューション力を強化、お客さまの安心と満足を追求め、地域社会に貢献してまいります。
- ◆ 上記の経営統合、および昨今の損害保険業界を取り巻く環境変化等を踏まえ、「お客さま本位」の重要性を再認識し、「お客さま本位」すなわち「お客さまの最善の利益」の追求に、全社を挙げて取り組む姿勢を明らかにするため、2025年4月1日付で「お客さまへの約束」の名称を「お客さま第一の業務運営方針」から「お客さま本位の業務運営方針」に変更、あわせて内容を一部改定しました。本方針に全社員が最大の価値観を持ち、日常業務の判断の基点として、「お客さまのためにできることは何か」を常に考え、日々活動してまいります。

2025年4月改定 お客さまへの約束（お客さま本位の業務運営方針）

私たちは、「お客さま本位」の価値観のもと、常にお客さまに寄り添い、
「お客さまの最善の利益の追求」に取り組めます。

方針1 お客さまのリスクやニーズに応える最適な商品・サービスをお届けします

お客さまのリスクやニーズを十分に把握し、お客さまに合わせたわかりやすい説明やご希望に沿った手続方法により、お客さまに最適な商品・サービスの提供に努めます。

【金融庁の原則（※） 2、5、6に対応】

方針2 リスクからお客さまを守り、事故の際には寄り添い、サポートします

お客さまを取り巻くリスクを把握し、事故を未然に防ぐとともに、被災後の迅速な回復を支援します。お客さまが事故に遭われた際は、お客さまに寄り添い、丁寧かつ迅速にサポートします。

【金融庁の原則（※） 2、5に対応】

方針3 お客さまの声に真摯に耳を傾け、業務品質の向上に活かします

お客さまの声に広く耳を傾け、寄せられた声に誠意をもって迅速・適切・真摯に対応します。お客さまからいただいたご要望などを、継続的に業務改善に活かします。

【金融庁の原則（※） 2、6に対応】

方針4 法令等を遵守し、あらゆる人に誠実、親切、公平、公正に接します

あらゆる場面で法令や社会規範等を遵守し、あらゆる人に対して誠実、親切、公平、公正な態度で接するよう、社員教育や内部管理態勢の強化に取り組めます。

【金融庁の原則（※） 2、3、7に対応】

方針5 地域社会に安心と安全をお届けし、お客さまの挑戦を支えます

身近な頼りになる存在として、地域社会が抱えるさまざまな課題を解決し、個人や企業の多くの挑戦を支えます。

【金融庁の原則（※） 2に対応】

（※）本方針は、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則（以下、金融庁の原則）」に照らし作成しています。金融庁の原則と当社方針の関係は、上記に記載しています。金融庁の原則の詳細は、金融庁WEBサイト（[URL:https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html](https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html)）をご参照ください。

2024年度 主な取組み

- ◆ 当社は2023年4月、三井住友海上の各地域の直資代理店（12社）の全国統合（事業統合）により誕生しました。統合を機に、経営理念や経営ビジョン等の策定とあわせて、「お客さま第一の価値観のもと、いつもお客さまに寄り添い行動していく」という考え方にに基づき、それまでの「お客さま第一の業務運営方針」を「お客さまへの約束」として刷新、公表いたしました。
- ◆ 「お客さまへの約束」は、当社のもっとも重要な経営方針の1つと位置付けられており、2024年度も全社で、「お客さまの安心と満足」の向上に向けた取組みを進めました。今後も、「お客さま本位の業務運営方針」として、お客さまに選ばれ続ける会社、「ありがとう」があふれる会社を目指し、取組みを進めてまいります。

お客さまへの約束（お客さま第一の業務運営方針）

私たちは「お客さま第一」の価値観のもと、いつもお客さまに寄り添い行動します。

方針1 お客さまニーズに応える商品・サービスをお届けします

お客さまのニーズを十分に把握し、お客さまが必要とされる商品・サービスを確実にお届けします。

方針2 リスクからお客さまを守り、事故の際には寄り添いサポートします

お客さまを取り巻くリスクを見つけ、事故を未然に防ぎ、被災後の迅速な回復を支援します。
万一の事故の際には、お客さまに寄り添いサポートします。

方針3 お客さまの声に真摯に耳を傾け、業務品質の向上に活かします

お客さまの声に広く耳を傾け、寄せられた声に誠意をもって、迅速・適切・真摯に対応します。
お客さまからいただいたご要望などを継続的に業務改善に活かします。

方針4 法令を遵守し、あらゆる人に誠実、親切、公平、公正に接します

法令遵守はもとより、あらゆる人に対して、誠実、親切、公平、公正な態度で接することができるよう、社員教育、内部管理態勢の強化に取り組めます。

方針5 お客さまの挑戦を支え、地域の安心と安全のために取り組みます

地域が抱える様々な課題について、地域をよく知る当社社員が身近な頼りになる存在として、個人や企業の多くの挑戦を支えます。

<ご参考（当社営業部門の組織体制）>

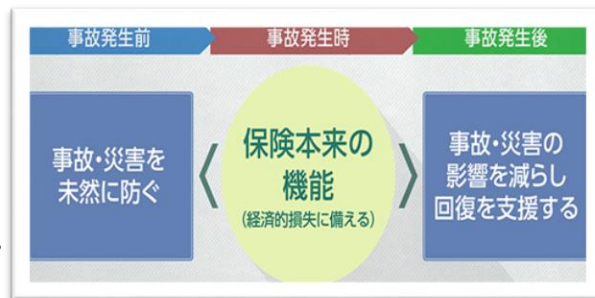
当社は、日本全国に127の拠点（2025年4月現在）を擁しています。これらの拠点からなる営業部門（リテールマーケット事業部）の組織体制の概要は、以下のとおりです。次項からの各方針に関する取組みにおいては、当社の組織名称（「エリア」、「統括」、「支店」）を一部使用して、取組事例等をご紹介します。

組織名称	概 要
エリア	12エリア（北海道、東北、関東甲信越、千葉埼玉、東京、神奈川静岡、北陸、中部、関西、中国、四国、九州）
地域統括	50統括（上記エリアの管下に、概ね各県単位に設置）
支店	全国各地に、上記の地域統括の管下組織として設置

方針 1 お客様ニーズに応える商品・サービスをお届けします

1. お客様ごとのニーズ・リスクに応じた商品・サービスの提案

- ◆ 個人、法人のお客様それぞれに、お客様のニーズやリスクに応じた商品・サービスの提案や情報提供等を行っています。個人のお客様には、お客様のリスクやライフステージに応じた、法人のお客様には経営課題や事業リスクに応じた商品・サービスをご提供しています。
- ◆ 損害保険に関しては、ドラレコ型自動車保険を中心に、三井住友海上の「DX valueシリーズ」の商品（※）を積極的にご提案しています。
（※）経済的損失に備える保険本来の機能に加え、事故・災害を未然に防ぐ機能や、事故・災害の影響を減らし回復を支援する機能を有するサービス一体型商品。



＜「DX valueシリーズ」コンセプト＞

2. お客様に役立つ情報の提供

- ◆ PCやスマートフォンを活用して、お客様へ有益な情報を発信しています。定期的な情報提供を行うためのプラットフォームとして、三井住友海上の「ご契約者さま専用ページ」(※)のご利用を推進しています。
（※）ご契約内容の確認や住所変更、事故の連絡等のほか、防災に関するお役立ち情報等を提供する三井住友海上のインターネットサービス。

「ご契約者さま専用ページ」のご利用推進に向けた取組み（神奈川静岡エリア）

お客様に寄り添った保険案内・手続きを一層充実させるためのガイドライン「神奈静岡エリアスタンダード手続き」を策定し、ご契約の更新時には、お客様に「ご契約者さま専用ページ」に登録したときの各種メリットを必ずご説明する取組みを行っています。その結果として、多くのお客様にご登録、活用いただいています。

- ◆ 保険商品に関する情報のほか、お客様を取り巻くリスクや防災・減災対策、法人のお客様には各種経営課題の解決に向けた情報、その他、各種セミナーやイベントに関する情報等をご案内しています。



＜「ご契約者さま専用ページ」のご案内＞

3. お客様の安心に繋がる契約手続き、お手続きの利便性向上

- ◆ 満期日までに継続手続きが行われていない場合、その間に事故が発生してしまう場合もあります。いざというときに補償が切れてしまっていたといったことがないよう、早期に漏れなくお客様への満期案内を行うとともに、ご継続に関する意思確認を確実に行うことで、お客様の安心につなげています。
- ◆ 損害保険のお手続きに際しては、お客様のご意向を踏まえ、PCやお客様のスマートフォン等を活用いただく「デジタル手続き」をお勧めしています。デジタル活用により、分かりやすい画面での契約内容説明や、時間・場所を問わないお手続きをお勧めしています。

デジタル手続きの推進（中国エリア）

損害保険のお手続きに際して、お客様のご希望に沿った手続方法をご案内し、「対面」でわかりやすくご説明するため、「デジタル手続き」を積極的に活用しています。また、お客様が「対面」以外のお手続きをご希望される場合には、エリア内にあるコンタクトセンターをご利用いただき、高品質なリモートによる「デジタル手続き」をご案内しています。その結果、2024年度に「デジタル手続き」をお選びいただいたお客様の割合は、約85%となっており、お客様から高い評価をいただいています。

方針2 リスクからお客さまを守り、事故の際には寄り添いサポートします

1. 事故対応に関する取組み

- ◆ お客さまが万一、事故に遭われた際は、迅速な事故受付、定期的なご連絡、保険金請求に関するお手続きのサポート、アフターケア等、適切かつ均質なサービスの提供に努めています。
- ◆ 標準的な対応方法等を社内マニュアルで定め全社員に周知しているほか、社内勉強会やeラーニング等を通じて、社員の事故対応力強化に取り組んでいます。

事故対応に関するお客さまの感謝の声（盛岡支店）

初めて大きな事故を起こしてしまい、不安や心配が大きかったなか、代理店の担当者の方が親身に相談にのってくださりました。適切なアドバイスやサポートをいただいたおかげでスムーズに手続きを進めることができ、大変満足しております。心から感謝申し上げます。

2. 防災・減災、事故防止に向けた取組み

- ◆ お客さまに自然災害等へ備えていただくため、お客さまと一緒に防災グッズの準備状況、家具の固定状況、保険の加入状況等を確認する「防災チェックサービス」に取り組んでいます。
- ◆ 自動車事故の防止に向けては、お客さまの年令や過去に事故に遭われた方など、お客さまの特性に応じた安全運転啓発チラシ等をご案内し、注意喚起しています。

3. 法人のお客さまの事故の未然防止等、各種の課題解決に向けた取組み

- ◆ 自動車事故の防止に向けては、お客さまの状況や業種等に応じて、社員の皆さま向けの安全運転講習等を実施しています。

安全運転講習会の開催（鹿児島統括）

ご希望をいただいた法人のお客さまに対して、社員の皆さま向けに安全運転講習会を実施しています。事故映像等を活用し、事故の原因や対策、危険予測、加害者が負う責任などをクイズを交えながら説明し、安全運転の励行に繋げていただいています。

- ◆ その他、例えばサイバーセキュリティ対策、事業継続計画（BCP）や事業継続力強化計画の策定等のご支援等、課題解決に向けた取組みを推進しています。

法人のお客さまの課題解決に向けた取組み（東北エリア）

東北エリアでは「なりわい再建支援補助金」（※）の支給条件である事業継続力強化計画の策定を支援しています。2024年度は64社の認定をご支援し、自然災害に対する備え、財務力の強化等に繋げていただきました。

（※）自然災害などによって被害を受けた事業者が事業を再開し、再建するための費用を支援する、地方自治体による制度。

MS&AD 安全運転アドバイス
三井住友海上

高齢運転者標識編

70歳以上のドライバーの方は、自動車に「高齢運転者標識」を表示しましょう

◆70歳以上のドライバーによる交通事故件数は、
10年前の2倍以上に増えています。
（警察庁交通局「平成20年度の交通事故の発生状況」）

最近こんなことはありませんか？

- ◎ 後続車がおどってくるような感じがする...
- ◎ 自車の前に割込んで来る車が多い気がする
- ◎ 急ブレーキの回数が増えた...

自動車に「高齢運転者標識」を表示することで...

- ★他のドライバーに注意を促すことができます
- ★道路交通法上、他の自動車から保護されます
- ★「高齢運転者標識」を表示している自動車に「幅寄せ」や「割込み」することは、道路交通法で罰せられています！

「高齢運転者標識」の表示は70歳以上の方が対象です。自動車事故を起こさないために、また、もらい事故に巻き込まれないために、高齢運転者標識の表示をお願いします。

<「安全運転啓発チラシ」の一例>

災害時の公的セーフティネット
「なりわい再建支援補助金」をご存知ですか？

自然災害に被災した事業者の、施設・設備復旧等の費用を補助する制度です。*

*すべての自然災害等で補助が行われるわけではありません。

自然災害への備え

「なりわい再建支援補助金」の活用イメージ

建物の屋根や外壁が破損
↓
復旧費用 7,500万円

機械装置が故障
↓
復旧費用 2,500万円

施設・設備復旧
設備修理に1億円が必要

自己負担 (1/4以上) 2,500万円

なりわい補助金 (補助率3/4以内) 7,500万円

復旧費用の3/4の7,500万円を補助金受給し、活用

近隣の「なりわい再建支援補助金」の公募事例

年度	災害名	主な被災地
2024年	令和6年 能登半島地震	石川県・富山県・新潟県・福井県
2024年	令和6年 奥能登豪雨	石川県

<「なりわい再建支援補助金」ご案内（イメージ）>

方針3 お客さまの声に真摯に耳を傾け、業務品質の向上に活かします

1. お客さまの声（「お客さまアンケート」等）の収集

- ◆ お客さまの声に広く耳を傾けるため、ご契約時に「お客さまアンケート」を積極的に収集しています。
※アンケートは、お客さまがスマートフォン等で当社の推奨度等を三井住友海上に回答いただくもの。
- ◆ 上記アンケートのほか、当社の社員が直接いただいたお客さまの声は、専用システム（三井住友海上が提供する「お客さまの声管理システム」）等で一元管理し、共有や検証を行っています。
- ◆ お客さまのニーズや期待を常に把握し、日常業務の改善を図るため、お客さまの声の収集に高い価値観を持って取り組んでいます。
※本方針に関する取組全体の定着度を評価する指標として、「お客さまアンケート収集件数」、同アンケートによる「代理店推奨度」、および「お客さま数」を採用しています（詳細はP 8をご参照ください）。

<お客さまアンケート回答：お褒めの声（徳島支店）>

担当の方は男性なのですが、清潔感があり、しかも気さくで腰も低く、説明もとてもわかりやすい。会話のスペックも高く、保険会社はここよりも安いところは他にもありますが、少々他より高くても、こちらで保険に加入したいと思っております。2年前に知人を紹介し、知人と一緒に代理店事務所を訪問して保険に加入、以後こちらの代理店で更新をしております。わたしの契約している代理店は対応も早く、しっかりしていて、本当にお勧めできる！商品もよいけど、やっぱり代理店の担当者の人柄が大事だと思いますので、満足しています。（お客さま：50代・女性）



<お客さま向けアンケート案内チラシ>

2. お客さまからの声の共有、業務改善への活用

- ◆ お客さまからいただいたアンケート結果（ご回答）は、本社および営業部門で共有のうえ、営業部門の各組織で四半期毎にミーティングを開催し、業務改善やお客さまサービスの向上に活用しています。
※当社では7～8月を「企業品質の月」と称して、支店単位の職場ミーティング等を実施しています。
- ◆ 特に、お客さまからのご不満の声（苦情）については、迅速・適切にお客さま対応を行うことはもとより、専用システムに登録することで社内でも共有、ご不満の原因等を振り返り、再発防止や業務品質の向上に活かしています。

お客さまの声の活用（埼玉統括）

「お客さまの声の収集を業務品質の向上に繋げる」という取組みの意義を全メンバーで共有したうえで、アンケート収集状況を組織内で共有することなどにより、取組みの定着を図っています。特に、お客さまからのネガティブなお声を大切にして、そこから原因や課題をしっかりと共有したうえで、改善を図っています。

3. お客さまからの評価に関する指標（代理店推奨度）

- ◆ お客さまアンケートの回答項目の1つである「代理店推奨度」は、お客さまが実感されている当社の評価を反映した数値として、本方針に関する取組みの定着度合いを評価する指標としています。
- ◆ 質問項目「仮に保険加入を検討しているご家族や友人・知人の方がいらっしゃったら、ご契約の「代理店」をどの程度おすすめしたいと思いますか」について、11段階（10～0）で回答いただいています。
- ◆ 2024年度の当社の代理店推奨度（10～6評価の回答割合）は、90.5%となっています。

方針4 法令を遵守し、あらゆる人に誠実、親切、公平、公正に接します

1. コンプライアンス最優先とする内部管理態勢の構築

- ◆ 当社は「3ラインモデル」(※)の考え方をもとに、営業部門(第一線)、管理部門(第二線)、内部監査部門(第三線)が、それぞれの役割を果たすことで、コンプライアンスを推進しています。
(※) 3つの組織部門がそれぞれの役割を果たしつつ相互に確認やけん制等を行うことで、内部統制やリスク管理等を有効に機能させる枠組み。
- ◆ 営業部門においては、年度初めに策定、半期ごとに検証・総括を行う「コンプライアンス・アクションプログラム」、各組織で四半期ごとに開催する会議体「企業品質コンプライアンスPT」、月次で全組織で実施する「自己点検」を「3本柱」として、内部管理態勢(PDCAサイクル)を構築・強化しています。

職場における「自己点検」の実効性向上に向けた取り組み(滋賀統括)

独自の補助シートを活用し、月1回の点検を待たず、不備等が発生した都度、各社員が記録に残し、毎週のミーティング等で共有しています。また、実際に発生した不備だけでなく、いわゆるヒヤリ・ハット事例を含めてタイムリーに共有することで、メンバーで幅広く発生原因等を考え、未然防止を図っています。

2. 社内制度「AS-Pro」による営業部門の内部管理態勢強化

- ◆ ASプロフェッショナル制度「AS-Pro」は、保険会社が求める最高レベルの代理店経営を確保したうえで、お客さま本位の業務運営、当社の「中長期的な目指す姿」を実現していくための当社の社内制度です。
- ◆ 全国の各エリアにおいて、年度を通じて基準達成に向けたPDCAサイクル(課題抽出、改善取組、セルフチェック等)を実践し、その結果を本社部門が現地訪問等によるモニタリングを実施することで、実効性のある制度運営を行っています。
※各領域・項目の評価総点数を100点とし、点数が一定以上のエリアを基準充足としています。

「AS-Pro」の対象領域

- | |
|--------------------------|
| 1. サステナブル経営、ブランド戦略 |
| 2. 財務基盤、生産性 |
| 3. 内部管理態勢、企業品質 |
| 4. 人事戦略、人材育成 |
| 5. ビジネススタイル変革、DX推進・業務効率化 |
| 6. お客さま体験価値の向上 |
| 7. マーケット拡大戦略 |

「AS-Pro」を通じたエリア経営の高度化(中部エリア)

本制度は、当社営業部門の各組織(支店、地域統括、エリア)で取り組むべき事項やレベルが充足基準として見える化され、エリア経営の道標となるものです。年度初めのセルフチェックから、モニタリングによる検証等、年度を通じて組織横断的に取り組むことで、エリア経営のレベルアップ(自立・自律)を図っています。

3. <生命保険> お客さまの意向把握・確認に関する専用システムの導入

- ◆ 当社では、特に生命保険の募集において、お客さまのご意向をしっかりと把握・確認したうえで、それらを確実に記録・保存・検証等することで、適切な募集プロセスの確保に取り組んでいます。
- ◆ これらの取組みをさらに強化するため、生命保険の一連の募集プロセスを管理するための専用システムを、2025年1月から全店に導入しました。
- ◆ 本システム活用により、法令等に沿った適切な保険募集はもとより、お客さま本位の生命保険販売を、より一層推進していきます。

専用システムを活用した生保募集 プロセス管理の高度化(北海道エリア)

当エリアでは、兼ねてよりお客さまのご意向を丁寧にうかがい、ご意向に合致した適切な生命保険のご提案とその記録に高い価値観を持って取り組んできました。システムの導入により、お客さま対応状況を上司等がタイムリーに確認、助言・指導等を行うことができるようになり、これまで以上に組織としてお客さまをお守りする態勢を整えています。

方針5 お客さまの挑戦を支え、地域の安心と安全のために取り組みます

1. 地方創生に向けた取り組み

- ◆ 当社は、「お客さまの挑戦を支え、地域とともに成長します」を存在意義として掲げています。保険を販売することだけでなく、地域が抱える様々な課題について、地域をよく知る社員が身近な頼りになる存在となるべく、個人や企業の皆さまの多くの挑戦を支え、地域に安心と安全をご提供したいと考えています。
- ◆ このようなことから、各地域において、SDGsを道標とした地方創生活動として、自治体・商工団体等と連携した取り組みを進めています。



＜青森統括むつ支店の取り組み＞
むつ市との大阪・関西万博チケット寄附贈呈式

2. サステナビリティ（環境保全等）に関する取り組み

- ◆ 当社では、サステナビリティ取組みの一環として、デジタル化（お客さま向け通知物の電子化等）を通じて、紙などの資源の使用量を削減し、お客さまとともに、環境負荷の低減に取り組んでいます。
- ◆ 保険契約に関して、お客さまの利便性向上と紙資源の節約による環境負荷低減の観点等から、ペーパーレスによるご契約手続や、保険証券や保険約款の電子化を推奨しています。
- ◆ 当社では、社員が新たに購入した業務使用車両の対象車種がエコカーに該当する場合、「エコ奨励金」を支給することで、エコカーの普及に努めています。



＜eco保険証券（スマ保での表示）＞

＜Web約款＞

3. 社会貢献活動

- ◆ 全国各地で、地域の安心と安全、地方創生、サステナビリティ（環境保全等）に関するセミナーやイベント、ボランティア活動等に積極的に取り組んでいます。



＜棚田みらい応援団ボランティア活動参加の当社社員＞
（左から、2番目が井川社員、3番目が鈴木社員）

脱炭素推進（新潟統括）

当社は、佐渡市と「脱炭素推進に関する連携協定」を締結し、佐渡島の活性化ならびに多様化する課題解決のため、佐渡市と連携した脱炭素推進取組を推進しています。取組の一環として、過疎・高齢化による耕作放棄地を防ぐことを目的とした「棚田みらい応援団ボランティア活動」に参加しています。棚田の保全を通じて、良質な米づくり、美しい景観や生態系の維持、地滑り・洪水など自然災害の未然防止、森林の保全等に貢献できるよう、活動しています。

地域環境美化活動（北陸エリア）

当社は、美しい海岸線を未来につなぐ取組みとして、三井住友海上と連携し、石川県白山市のビーチで清掃活動を実施しました。朝からの社会貢献活動は清々しく、気持ちの良い時間を参加者全員が感じることができました。この取組を通じて、地域の自然環境保全と住民の安心・安全な暮らしの実現に貢献してまいります。



＜石川県白山市のビーチでの清掃活動＞

「お客さまへの約束」に関する業務運営の定着度合いを評価するための指標

- ◆ 当社では、「お客さまへの約束」（お客さま第一の業務運営方針）の定着度合いを評価するための指標を設定しています。当該指標は、本方針に基づく社員の行動、取組全体に関するお客さまの総体的な評価、およびその結果と考えられる、以下の3項目としています。
 - ・「お客さまアンケート」収集件数
 - ・代理店推奨度（「お客さまアンケート」結果：10～6割）
 - ・お客さま数
- ◆ これらの指標の2024年度末の状況は以下のとおりです。今後も、これら指標に継続的に着目し、本方針に関する取組みの実践、定着を進めてまいります。

1. 取組み全体の定着度合いを評価するための指標（2024年度末の状況）

	お客さまアンケート 収集件数（※1）	代理店推奨度 （※2）	お客さま数（※3）
指標の状況 （前年度対比）	29,023件 （+11.8%）	90.5% （+1.7pt）	521,669 （+31,473）

- （※1）「お客さまアンケート」の収集により、日常活動についての評価や、お客さまの期待や要望を幅広く収集し、これらの声に真摯に耳を傾け、業務品質の向上に活かすことは、本方針の基本となる取組みと考えられることから、三井住友海上の契約時「お客さまアンケート」の収集件数を、社員の行動に関する指標と位置付けています。
- （※2）「お客さまアンケート」の回答項目の1つである「代理店推奨度」は、質問項目「仮に保険加入を検討しているご家族や友人・知人の方がいらっしゃったら、ご契約の「代理店」をどの程度おすすめしたいと思いますか」（11段階：10～0）のうち、10～6評価の回答割合を示すものです。本指標は、お客さまが実感されている評価を、より実態に近い形で反映したものと考えられることから、お客さまからの評価に関する指標と位置付けています。
- （※3）お客さま数（個人のお客さま、法人のお客さまの合計値）は、本方針に沿った行動・取組みがお客さまから評価され、支持・信頼を積み重ねた結果が現れたものと考えられることから、お客さまからの評価の結果に関する指標と位置付けています。

2. 各方針に関する取組みについて参考とする指標

上記1.の指標のほか、以下の3つの指標を各方針に関する取組みについて着目する指標としています。

方 針	指 標	2024年度末の状況
方針3	お客さまからの「お褒め」等の収集件数	5,344件
方針3	お客さまからの「ご不満」（苦情）の受付件数	322件
方針4	「損害保険トータルプランナー」認定取得者数	401名

【ご参考（金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との関係）】

- ◆ 当社の「お客さまへの約束」（お客さま第一の業務運営に関する方針）は、金融庁の原則に照らし作成しています。金融庁の原則と、当社方針の関係は以下のとおりです。
- ◆ 当社方針につきましては、原則の趣旨・精神を踏まえつつ、今後の環境変化や当社における取組み状況等に応じ、お客さま本位の業務運営を実現していくため、定期的に見直しを検討してまいります。

【金融庁の原則と当社方針との関係】

原 則		対応する方針
原則 1	顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等	本方針を策定・公表、取組状況を定期的に公表、方針を定期的に見直します。
原則 2	顧客の最善の利益の追求	方針 1、方針 2、方針 3、方針 4、方針 5
原則 3	利益相反の適切な管理	方針 4
原則 5	重要な事項の分かりやすい説明	方針 1、方針 2
原則 6	顧客にふさわしいサービスの提供	方針 1、方針 3
原則 7	従業員に対する適切な動機付けの枠組み等	方針 4

※本方針は、金融庁の原則に照らし作成しています。金融庁の原則と当社方針の関係は、上記に記載しています。金融庁の原則の詳細は、金融庁WEBサイト
(URL:<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>)
をご参照ください。

以 上