

	2024 年度の取組み状況	該当する指針
1	■WEB とお電話によるお客様の声の収集および分析 ①顧客のニーズと期待の理解：お客様の声を通じて、現在のニーズや期待を把握し、それに基づいた商品やサービスの改良点を見つけます。 ②満足度の向上を意識し顧客のフィードバックを基に提供する商品やサービスの品質や利便性を向上させるねらいもあります。 ③問題点の特定と解決：お客様の声を分析することで、現行の問題点や不満点を特定し、迅速に対応・解決します ④ブランドイメージの向上：顧客のフィードバックに真摯に対応する姿勢を示すことで、企業の信頼性やブランドイメージを向上させます。 【取組内容】 ① 取り組み状況の生かし方と分析の仕組みの確立：WEB や電話を通じて効率的にフィードバックを収集し、定量的および定性的な分析が行えるシステムを構築する。 ② 顧客満足度の定期的な測定：定期的に顧客満足度を測定し、その変動を追跡することで、継続的な改善を行う。（アンケート方式） ③ フィードバックに基づく具体的な改善策の実施：収集したデータを基に、具体的な改善策を立案・実施し、その効果を評価する。 ④ 顧客との信頼関係の構築：フィードバックへの対応を通じて、顧客との信頼関係を築き、リピート率	方針 1～3、5

や口コミの向上を図る。

お客様のご意見は苦情や問い合わせも含め全てご指摘と捉え、詳細な内容をログに残し、1 ヶ月に1 度程度「コンプライアンス・リスク委員会」にて、お客様の声を関係部署にて共有し、必要に応じて業務改善案を策定しています。また責任者会や取締役にも報告事項として情報を共有しています。

集計期間：令和6 年4 月～令和7 年3 月

お客様の声の数		31 件
ご意見の内容	システム関連	11 件
	商品サービス	2 件
	保険募集	12 件
	事故対応	4 件
	更新手続き	2 件

2	■重要な情報のわかりやすいご提供 ①顧客の理解と信頼の向上：顧客に対して明確かつ簡潔な情報を提供することで、理解を深め、信頼を築くねらいです。 ②透明性の確保：企業の活動や製品・サービスについての情報を正確かつ透明に提供することで、顧客との信頼関係を強化します。 ③迅速な意思決定支援：顧客が迅速かつ適切な意思決定を行えるよう、必要な情報をタイムリーに提供します。 ④顧客満足度の向上：情報提供を通じて顧客のニーズや期待に応え、満足度を向上させます。 【取組内容】 ① 一貫性のある情報提供システムの構築：各種チャネル（WEB サイト、カスタマーサポート、パンフレット等）を通じて、重要情報のわかりやすい、一貫性のあるシステムを確立する。 ② 情報のわかりやすさの向上：専門用語や複雑な情報を平易な言葉に置き換え、視覚的なサポート（図表、イラスト、動画等）を活用することで、情報のわかりやすさを向上させる。また地球や人間に優しいフォントや紙材料の採用 ③ フィードバックループの確立：顧客からのフィードバックを収集し、情報提供の改善に反映させる仕組みを確立します。 ⑤ 情報提供のタイムリー性の確保：新製品やサービスのリリース、重要なお知らせなど、顧客にとって重要な情報を迅速に提供する体制を整えています。 ⑥ 全社員への情報提供の重要性の浸透：社員教育を通じて、情報提供の重要性を全社員に理解させ、一	方針 2～3
---	--	--------

	丸となって顧客満足度向上に努める企業風土を築いていきます。 【主な例】 ① カスタマーサポートの強化：顧客対応のスク립トやトレーニングを見直し、わかりやすい説明と迅速な対応を徹底しています。 ② 情報提供の多様化：メールニュースレター、SNS、モバイルアプリなど、多様なチャネルを活用して情報を提供しています。	
3	■利益相反の適切な管理の取り組み 利益相反の可能性を把握し、適切に対応して参ります。 【取組内容】 ① 教育と研修：全社員及び保険代理店に対して定期的に利益相反に関する教育研修を通して実施し、その内容と重要性を周知徹底します。 ② 利益相反状況の監視と報告体制の構築：ログ監視システムの導入：利益相反の発生をリアルタイムで監視するためのシステムを導入し、社員の権限システムの変更や改ざんが見える化をし、社内環境整備に努めています。	方針 4
4	■お客様にふさわしいサービスの提供 ①顧客のニーズとライフステージに応じた提案：各顧客のライフステージや個別のニーズに合わせた保険商品やサービスを提案し、最適な保障を提供します。 ② 透明性と信頼性の確保：保険商品の内容や条件、リスクについて明確かつ透明な情報提供を行い、顧	方針 1、2

	客の信頼を獲得します。 【取組内容】 顧客ニーズに基づく商品開発 ① カスタマイズされた保険商品：顧客のライフステージやニーズに合わせた保険商品を提供しています。ご要望が多かった補償を拡充した商品に改定いたしました。（2023 年 12 月より販売開始） ② フィードバックの活用：顧客からのフィードバックを積極的に取り入れ、新商品の開発や既存商品の改善に反映させるよう検討を重ねています。	
5	■従業員に対する適切な動機付け枠組み ①経営理念の浸透：『お客様第一を旨とし、社会の発展に貢献する。』 従業員が常に顧客の利益を最優先に考える姿勢を養う。 ②業務効率の向上:高度な平凡性を保ち、高いモチベーションを持つ従業員が効率的かつ効果的に業務を遂行するようにする。 ③ 従業員の満足度向上:モチベーションを高めることで、従業員の仕事に対する満足度や職場への帰属意識を高める。 長期的な人材育成:将来的にリーダーシップを発揮できる人材を育成し、組織全体の成長を促進する。 【取組状況】 ① 個のレベルアップによる全体のボトムアップ：従業員が個のレベルアップに取り組もうとした場合の図書費や受験料などに対する一部の補助などを行ない、従業員のスキルアップを推奨しています。	方針 5

（ご参考）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営に関する取組状況」との関係について 本方針は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に照らして策定しております。 原則との関係は、対応関係表をご確認ください。 なお、原則4、原則5（注2）（注4）及び 原則6（注1）（注2）（注4）は当社の取引形態上、 または、投資リスクある金融商品・サービスの取扱いがないため、本方針の対象としておりません。