

2022年度

「お客さま中心の業務運営方針」に
係る基本方針および具体的な取組内容

2022年6月30日

株式会社 創企社



2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針1.

方針1. 企業文化としてのお客さま志向の醸成・定着

- A) 株式会社 創企社（以下、当社という。）は、「保険という安心を通じて、お客さまの豊かな人生の実現をサポートする」という使命のもと、「お客さまに最も信頼され、選ばれる、これまでにない新しいタイプの保険代理店」を実現し、常にお客さま視点で物事を考え、誠実にお客さまに向き合い、約束を守り行動することを企業理念としています。お客さまにとって常に最善の利益が図られるよう、「お客さま中心の業務運営」を企業文化として定着させるとともに、役職員一人ひとりが高い倫理観のもとで、継続的かつ高水準のサービスをご提供できるよう努めます。
- B) 当社は、保険を軸にお客さまの利益の最大化に資する提案を行い、常にお客さまに寄り添った対応を行います。

主な取組み

1. 「お客さま中心の業務運営方針」策定にあたり、策定の背景や目的とともに方針の内容を全従業員に周知し、当方針に則った業務運営を行うことを全従業員に徹底しました。
2. 2022年度 経営方針の発表に際し、経営理念および理念に即した業務運営の徹底について、コロナ禍を配慮しオンライン会議にて全社員に周知いたしました。
3. 当社の経営理念・存在意義（ミッション）・目指すべき方向性（ビジョン）・行動指針（バリュー）を各拠点の壁面や、各自の机上に掲示するなど全社員への浸透を推進しています。
4. 企業理念を社内に定着させ、全社員が企業理念に沿った行動をとるよう、定期的に経営理念の浸透度を図る確認テストを行うなど、定着化を図っています。

2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針2.

方針2. お客さま満足向上のための最適なサービスの提供

- C) 当社は、保険商品の提案時において、お客さまのご意向を十分に把握したうえで、お客さまご自身を取り巻く環境や社会環境の変化をふまえつつ、最も適切なご提案を行うよう努めます。また、保険契約のお申込み、および成立後においても、お客さまに対して継続的な情報提供等のサービスを通じて、お客さま満足の向上を図ることに努めます。
- D) 「お客さまの声」を経営に活かし、日々業務改善に取り組めます。
- E) 当社は、保険商品は永くご継続いただくことで、真にお客さまのお役に立つことができ、ひいては豊かな人生の実現を可能にできると考えています。ご契約後においても、継続的な情報提供や保険金・給付金の請求勧奨等を行い、お客さまに寄り添った十分なアフターフォローに努めます。

主な取組み

- 5. 保険にお申込みいただいたお客さま全員に対し、後確認コール（※）を実施して申込内容が意向に添っているか、不明な点や質問等がないか確認を行っています。
- 6. ご契約いただいた全てのお客さまに「お客さま満足度アンケート」を2022年1月から実施し、「お客さまからの評価」を今後の業務改善に役立てるよう推進します。
- 7. 専門知識を有した社員がお客さまに適切な情報提供・対応を行う体制を整備します。
- 19. コンプライアンス意識の醸成と定着には、継続的な啓蒙が重要と考え、コンプライアンスマインドの醸成・確保をテーマとした研修（コンプライアンスに関する研修・お客様の声の事例に関する苦情再発防止研修等）を定期的（毎月）に実施しています。

※お申込みの御礼とご契約が成立するまでの流れ、保険料の収納方法のご案内およびお客さまのご意向の確認等をお電話にてご説明

2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針3.

方針3. 保険募集時における十分な情報の提供

F) 当社は、保険を提案するにあたりお客さまの資産保有状況、投資経験および余裕資産等の経済状況を適切に把握します。また、お客さまの意向に沿った商品・サービス等の説明を丁寧に行い適切な勧誘を行います。

主な取組み

8. ご高齢のお客さまへは、原則、親族の同席を必須にするなど、お客さまのご親族に対しても、検討している保険商品について積極的に説明しています。2021年11月より活動を強化し、訪問した際の同席率が強化前の平均(※)32.3%から、強化後の平均が39.2%まで向上しました。
9. お客さまが保険への加入を検討するにあたり重要な情報を適切に提供しているか、「意向チェックシート」を使用して、募集人とお客さまが内容を確認できるようにしています。
10. お客さまの保険および関連する金融商品に関する知識に応じた適切な勧誘を行うため、年齢に問わず「親族」の同席をお客さまにお願いしています。2021年11月より活動を強化し訪問した際の同席率が強化前の平均(※)30.4%から、強化後の平均が35.1%まで向上しました。
11. お申込み受付後、後確認コールとして募集時と違う募集人から申し込み内容の確認を意思の確認を実施。同時に重要事項の理解促進を図っています。

※強化前の平均：2021年4月～2021年10月、強化後の平均：2021年11月～2022年3月

2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針4.

方針4. お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー

- G) 当社は、お客さまに正しい情報とサービスを提供するため、企業理念に基づいた社員教育を経営上の重要課題と捉え、お客さまを中心とした行動および専門知識の習得を優先します。
- E) 当社は、保険商品は永くご継続いただくことで、真にお客さまのお役に立つことができ、ひいては豊かな人生の実現を可能にできると考えています。ご契約後においても、継続的な情報提供や保険金・給付金の請求勧奨等を行い、お客さまに寄り添った十分なアフターフォローに努めます。

主な取組み

12. 当社社員は、お客さまに保険のご提案を行うにあたり、会社が定める研修プログラムを履修することを条件にしています。また、自己啓発を促すため、資格等保有に奨励規程を設け自己啓発の推進を行っています。
13. 加入期間に応じて定期的に、ご加入中の保険の再説明や給付金の請求漏れがないか等の確認を行い、各種お客さまサポートをお電話やご自宅等への訪問にて行っています。
14. お申込みいただいた契約の早期消滅率・継続率等を募集品質およびカスタマーサービスのバロメーターと捉え、毎月社内で共有し、業務品質改善に取り組んでいます。（早期消滅率：2020年度3.0%、2021年度2.4%、MOF13※：2020年度89.7%、2021年度 90.5%）
15. ご高齢のお客さまには、ご親族の同席、複数回の面談機会を設けるなどの対応を推進しています。お申込み受領後も、募集時と別の者が内容の確認の機会を設けるなどの対応を実施しています。

※MOF13・・・集計対象期間に成立したご契約のうち、保険料払込回数が13回以上継続された割合
（集計対象期間：現在を起算点として14ヶ月前までの1年間）

2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針5.

方針5. 利益相反の適切な管理

- H) 当社は、お客さまの利益を保護するために、利益相反の可能性のある取引を適切に管理するための態勢を整備し、対応に努めます。また、お客さまの利益保護の観点から、当社の根幹業務である保険募集の適切性を確保するための保険募集管理態勢やお客さまから寄せられる様々な声を網羅的に把握し、真摯に対応する顧客サポート態勢を整備し、対応に努めます。
- I) 当社は、お客さまの意向に基づいた最も適切な商品を提案します。

主な取組み

16. 保険募集の適切性を確認・管理するため、営業部門とは別に募集管理部門を設置し、お客さまとの架電および訪問ログのモニタリングを行い、適切な募集が行われているかの確認を行なっています。

2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針6.

方針6. お客さま志向実現のための教育・報酬体系

J) 当社は、当原則および経営理念の実現には、社員の報酬・評価制度、教育制度等が重要であることを深く認識します。お客さまの利益を最優先とする行動が会社および社員一人ひとりの成長と自己実現に繋がると確信します。

主な取組み

17. 全社員の報酬・評価制度内にコンプライアンスに関わる項目を設け、適切な行動を促すとともに、万が一、不適切な行動等あった場合は、経営陣による「賞罰委員会」にて処分等を行っています。また、不適切な事案は社内に周知するとともに改善策を策定し、改善を図っています。（2021年度は0件）
18. お客さま中心主義に基づいた保険募集を実現すべく、お預かりした保険のお申込み状況だけでなく、成立状況やご継続状況等も社員評価に反映していくことを検討していきます。
19. コンプライアンス意識の醸成と定着には、継続的な啓蒙が重要と考え、コンプライアンスマインドの醸成・確保をテーマとした研修（コンプライアンスに関する研修・お客様の声の事例に関する苦情再発防止研修等）を定期的（毎月）に実施しています。
20. お客さま中心主義に基づいた保険募集を実現すべく、保険契約の成立状況やご継続状況といったお客さま満足度と相関関係にある項目について、定期的に状況を確認しています。（成立率：2020年度91.6%、2021年度91.9%、早期消滅率：2020年度3.0%、2021年度2.4%）
21. 全社員が「認知症サポーター資格」を取得し、高齢のお客さまと接する際の留意すべき事項や対応について習得する機会を設けています。

2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針7.

方針7. お客さま中心の業務運営品質の維持・向上

K) 当社は、当原則の趣旨、内容について全社員が正しく理解し、それに基づいた行動をとることが重要であると考え、全社員が策定した原則に基づいた行動をとるための仕組みを整備し、行動を適切に把握・評価します。また、「お客さま中心の業務運営」に係る諸取り組みについて、その品質の維持・向上を図るために、経営陣が主導となり実施状況を定期的に把握し、必要に応じて改善を図る全社レベルのPDCAサイクルの実践に努めます。

主な取組み

22. 「お客さま中心の業務運営」の推進を、経営陣をはじめとする全ての従業員が一丸となって取り組んでおり、NHSインシュアランスグループおよびグループ各社のコンプライアンス部門がその取り組み状況をお互いにチェックしています。
23. NHSインシュアランスグループ各社の取り組み状況を横断的に把握し、グループ各社間の業務運営品質のばらつきを極小化するための指示・指導を行うために、グループの経営陣や責任者が一堂に会する「グループコンプライアンス委員会」を開催しています。2021年度は四半期毎に計4回実施しました。
24. 今後、取り組み状況を踏まえ、本運営方針の見直しを協議するとともに、見直し結果については、適時に開示します。

2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 成果指標（K P I）

2022年度、当社は「お客さま中心の業務運営方針」の成果を確認するための指標として、以下の4項目を設定しました。



指標1.

お預かりしている契約件数

お預かりしている契約件数が増えていくことは、「お客さまに当社サービスをご満足いただけている事」を表す数値と考えます。

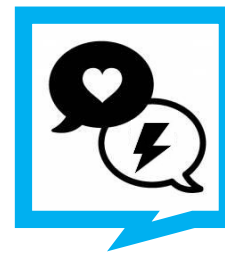


指標2.

早期消滅率

早期消滅率は、保険のお申込にあたり「真にお客さまのご意向に沿ったご提案をすることにより、当社を選んでいただいた事」を表す数値であると考えます。

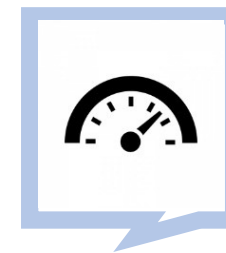
※契約日より3ヶ月以内に消滅(解約・失効)した契約の割合



指標3.

お客さまの声の受付件数

お客さまの声（苦情・ご意見・ご要望・お褒めの言葉）は、当社が業務を運営するにあたり「綻びを教えていただく最良の機会」であると考えます。



指標4.

お客さま満足度アンケート

当社がご提案する商品およびサービスに関して、お客さまに満足していただくことが最も大切だと考えています。よって、お客さま満足度アンケート等の実施を推進してまいります。

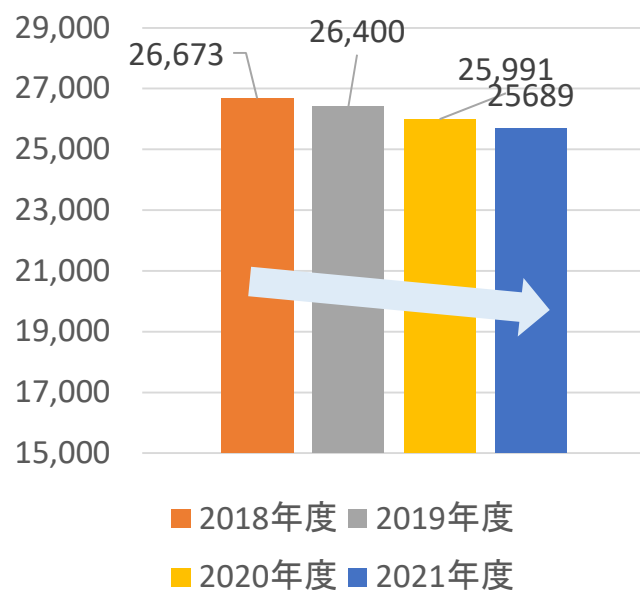
2022年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る取組状況の振り返りと今後の取組みおよび成果指標（K P I）の結果

株式会社 創企社

「お客さま中心の業務運営方針」の成果指標の状況は、以下のとおりです。

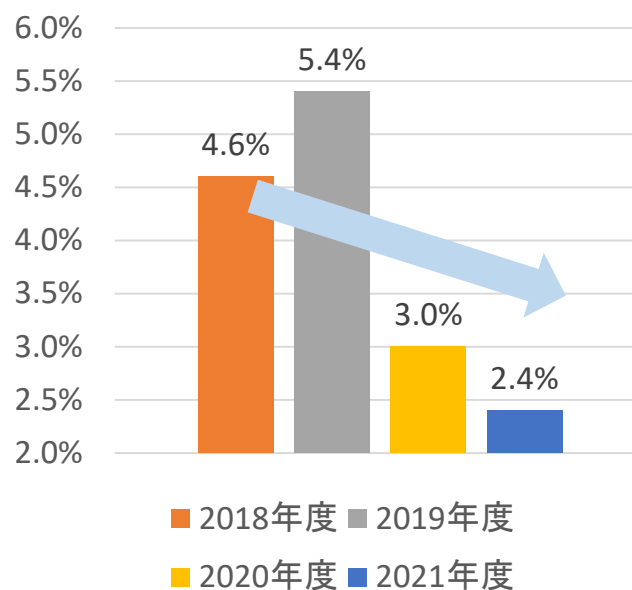
指標1.

お預かりしている契約件数



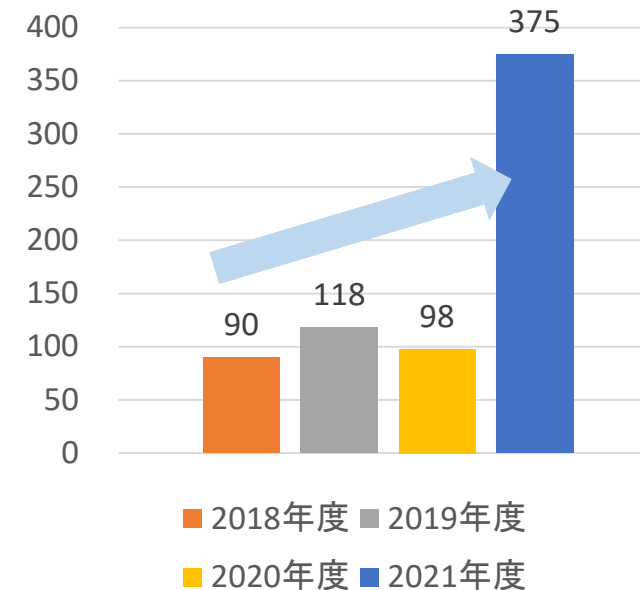
指標2.

早期消滅率



指標3.

お客さまの声の受付件数

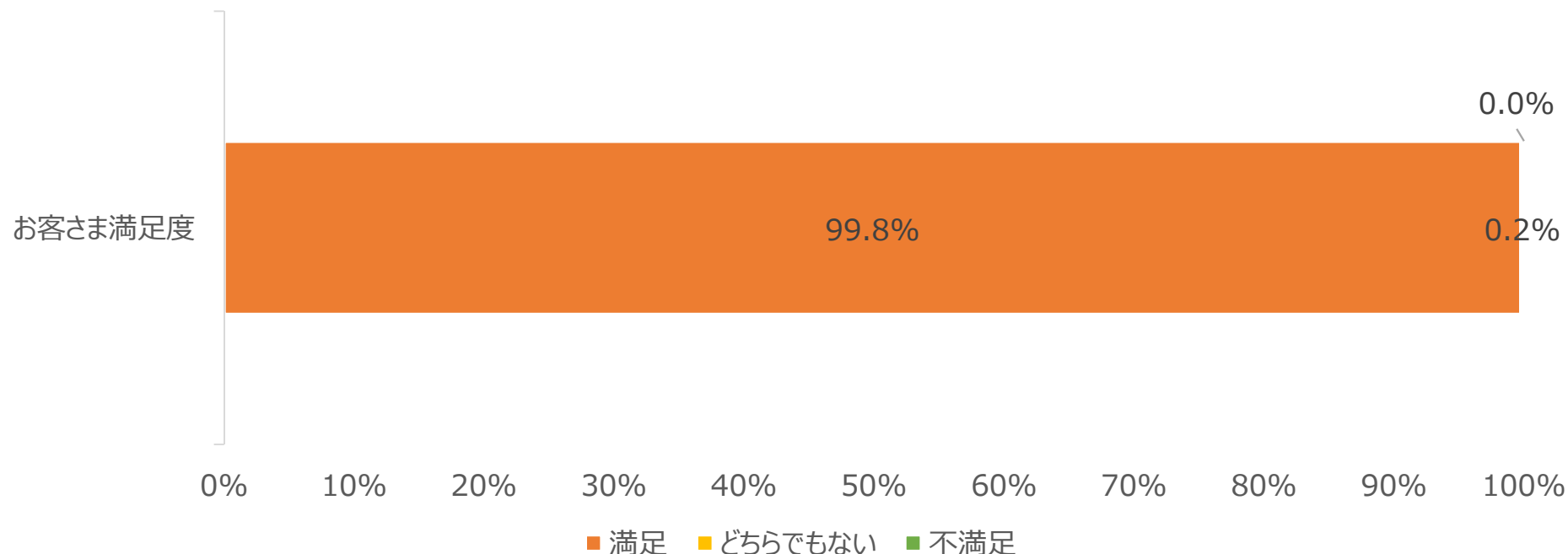


指標4.「お客さま満足度アンケート」

2022年1月から「お客さま満足度アンケート」を開始しました。

2022年1月～2022年3月にご契約いただいたお客さま467名のうち442名から回答をいただきました。

（質問）今回ご契約した保険に満足いただけましたか？



■ 金融庁が2021年1月に公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」と本編との対応関係

	実施・不実施	取組方針	具体的な取組内容
【顧客の最良の利益の追求】			
原則2	実施	1頁 (A・B)	1頁 (1～4)
(注)	実施	2頁 (C～E) / 4頁 E	2頁 (5～7・19) / 4頁 (13・14)
【利益相反の適切な管理】			
原則3	実施	5頁 H	5頁 16
(注)	実施	5頁 I	5頁 16
—			
原則4	—(非該当)	特定保険契約を取り扱っていないため	特定保険契約を取り扱っていないため
【重要な情報の分かりやすい提供】			
原則5	実施	3頁 F	3頁 (8・9)
(注1)	—(非該当)	特定保険契約を取り扱っていないため	特定保険契約を取り扱っていないため
(注2)	—(非該当)	複数の金融商品・サービスをパッケージで販売・推奨していないため	複数の金融商品・サービスをパッケージで販売・推奨していないため
(注3)	実施	3頁 F	3頁 10
(注4)	実施	3頁 F	3頁 10
(注5)	実施	3頁 F	3頁 11
【顧客にふさわしいサービスの提供】			
原則6	実施	3頁 F	3頁 9
(注1)	実施	3頁 F	3頁 (9・11)
(注2)	—(非該当)	複数の金融商品・サービスをパッケージで販売・推奨していないため	複数の金融商品・サービスをパッケージで販売・推奨していないため
(注3)	—(非該当)	金融商品の組成に携わることはないため	金融商品の組成に携わることはないため
(注4)	実施	3頁 F	4頁 15
(注5)	実施	4頁 G	4頁 12
【従業員に対する適切な動機付けの枠組み等】			
原則7	実施	6頁 J	6頁 (17～21)
(注)	実施	7頁 K	7頁 (22～24)

※ 詳細については金融庁HP (<https://www.fsa.go.jp/index.html>) をご覧下さい。