

2025 年度 お客さま本位の業務運営に関する取組状況

私たちは、2025 年度（2025 年 4 月～2026 年 3 月）「お客さま本位の業務運営方針」に基づき取り組んだ事項は以下のとおりとなっております。ここで、発見された課題等は改善に努め、よりお客さま本意で満足度の高い営業活動を目指してまいります。

1. お客さまの最善の利益の追求（金融庁原則 2）

①当社の経営理念、お客さま本位の業務運営方針、販売方針などを記載した「Proposal Passport」を常に携行し、毎月の定例会議などで確認して社員への浸透を図りました。

②お客さま本位の業務運営の推進状況を把握するために、ご契約いただいたお客さまの満足度を確認する「お客さまアンケート」を実施しました。※1

<お客さまアンケート結果>

顧客満足度 97.5%（回答数 79）

各項目 顧客満足度	
・挨拶・言葉遣いが良かった	97.4%
・身なり・態度が良かった	97.4%
・提供された情報が良かった	97.4%
・説明が分かりやすかった	97.4%

③不満（苦情）については、顧客管理システム「hokan」で集約して、社内で事例共有することで再発防止に取り組みました。

<お客さまの声（苦情）集計表>

	第 1 Q	第 2 Q	第 3 Q	第 4 Q	計
苦情数	14 件	9 件	15 件	15 件	53 件
うち 当社起因案件	8 件	5 件	13 件	11 件	37 件

2. 利益相反の適切な管理（金融庁原則 3）

①顧客管理システム「hokan」に記録してあるお客さまとのコンタクト履歴や意向把握シートを検証することで、保険募集や利益相反の適切な管理を行いました。

②2025 年度は早期消滅契約が 13 件あり、早期失効・解約報告書を検証することで募集品質に問題がないことを確認しました。

3. 手数料などの明確化（金融庁原則 4）

①お客さまが負担する各種手数料・費用を説明し、お客さまにご理解いただけたか「保険契約お申込み時の最終ご確認」を用いて確認しました。

②特定保険商品における保険関係費用や運用関係費用、為替手数料などを説明し、お客さまにご理解いただけたか「保険契約お申込み時の最終ご確認」を用いて確認しました。

4. 重要な情報の分かりやすい提供（金融庁原則5）

①契約概要や重要事項説明書、注意喚起情報を用いて、保険商品の仕組みや保障（補償）内容、お客さまにご負担いただく手数料、お客さまに影響のあるリスクに関する情報を分かりやすく説明して、お客さまにご理解いただけたか「保険契約お申込み時の最終ご確認」を用いて確認しました。

②顧客管理システム「hokan」に記録してあるお客さまとのコンタクト履歴や意向把握シートを検証することで、適合性の原則に則った保険募集の管理を行いました。

5. お客さまにふさわしいサービスの提供（金融庁原則6）

①顧客管理システム「hokan」に記録してあるお客さまとのコンタクト履歴や意向把握シートを検証することで、当社の販売方針に則り、お客さまのご意向を把握し、ご意向に沿った商品を提案しているか確認しました。

②契約後一定期間経過したお客さまに、契約内容の確認や生活環境の変化によって生じるご要望について、フォローアップを実施しました。

2024 年度に引き続き、実施率が大幅に低下しました。社員に契約後のアフターフォローの重要性を改めて周知するとともに、適切なフォローアップの実施を徹底してまいります。※2

対象件数	対応実施数	実施率
4,641 件	3,190 件	79.3%

③保険会社と継続的に情報を共有し、お客さまの声や販売状況をお伝えしました。

6. お客さま本位の行動を実践するための態勢整備（金融庁原則7）

①保険商品やコンプライアンスの研修会を実施して、保険募集品質の向上に取り組みました。

研修内容	実施回数
商品・サービス研修	70 回
コンプライアンス研修	12 回

②経営理念である「すべては心豊かな人生のために」を実現するため、人事評価制度である「成長支援制度」の評価項目に「クレドの実践」を設定しました。（A G 事業部を除く）

※1「お客さまアンケート」は生命保険の新規契約者が対象となります。

※2「フォローアップ」は契約後一定期間（3 年、5 年、以降 5 年毎）経過した生命保険契約が対象となります。

※3 金融庁原則 5（注 2）、原則 6（注 2）について、当社は複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨していないため非該当です。

※4 金融庁原則 6（注 3）、補充原則 1～5 について、当社は金融商品の組成に携わっていないため非該当です。

お客さま本位の業務運営のための KPI 設定について

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取り組みの進捗状況について定量的に把握し、その取組をより一層推進するため、成果指標（KPI）を以下のとおり設定しました。

（※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。）

	指標	目標	目的	取組 No
①	FP 資格取得率	60%	保険のプロフェッショナルとして高い専門性と職業倫理を保持し、「お客さまの最善の利益」の実現を追求するため、社員の FP 資格取得を推進し、この進捗状況を確認します。	1
②	短期失効・解約率 （ご契約後 3 か月以内）	1%未満	お客さまのご意向や経済状況、ライフプラン等を確認しているか、また社員が自らの実績確保のためにお客さまのご意向に反した契約をお勧めしていないか、ご契約直後の継続状況により確認します。	2
③	契約後のアンケート調査 における顧客満足度※1	95%	お客さまに分かりやすく、丁寧に、ご意向にそった最適かつ最善の商品をお勧めしたか、ご契約後のお客さまアンケートにより確認します。	3～5
④	契約後一定期間経過した お客さまへのフォローアップ対応率※2	100%	ご契約時だけでなく、ご加入後に訪れるお客さまの生活環境の変化によって生じるご要望について、適切なフォローアップを実施しているか、その状況を確認します。	5
⑤	研修実施回数	毎月 2 回	コンプライアンスや保険販売に必要な商品や販売ルールに関する最新の知識、スキルを習得するために行い、研修実施状況を確認します。	6

※1「お客さまアンケート」は生命保険の新規契約者が対象となります。

※2「フォローアップ」は契約後一定期間（3 年、5 年、以降 5 年毎）経過した生命保険契約が対象となります。

成果指標（KPI）に関わる対応状況

	指標	目標	2023 年度	2024 年度	2025 年度
①	FP 資格取得率	60%	55.5%	61.7%	62.3%
②	短期失効・解約率 （ご契約後 3 か月以内）	1%未満	0.5%	0.6%	1.0%
③	契約後のアンケート調査 における顧客満足度※1	95%	98.9%	97.7%	97.5%
④	契約後一定期間経過した お客さまへのフォローア ップ対応率※2	100%	97.3%	74.8%	79.3%
⑤	研修実施回数	毎月 2 回	月 6.2 回	月 7.0 回	月 6.8 回

※1「お客さまアンケート」は生命保険の新規契約者が対象となります。

※2「フォローアップ」は契約後一定期間（3 年、5 年、以降 5 年毎）経過した生命保険契約が対象となります。