資料２・別紙１

２０２５年6月２５日
株式会社ほけんの１１０番

お客様本位の業務運営に関する取組結果の公表について

株式会社ほけんの１１０番（社長：山本真一郎、以下「当社」）は、２０２４年度（２０２４年４月～２０２５年３月）におけるお客様本位の業務運営に関する取組結果をまとめましたので公表いたします。
当社は、今後も引き続き、長期的な視野に立ち、健全な経営に徹するとともに、高い倫理観と良き企業市民意識を持ち、当社の全業務運営において、お客様本位の業務運営をより一層推進してまいります。

＜「お客様本位の業務運営」の取組結果について＞

当社は、生命保険協会による乗合代理店業務品質調査の結果、評価基準の基本項目をすべて達成しております。（２０２６年３月３１日迄有効）
お客様により安心で品質の高いサービスを提供すべく、当運営に賛同して調査への申込を行い、協会の査定を受けたものです。

＜業務品質評価運営とは＞
「業務品質評価運営」とは、生命保険協会（以下「協会」）が主体となり、「業務品質評価基準」に基づいて生命保険乗合代理店（以下「代理店」）の業務品質向上をサポートする消費者のための取組みです。代理店・生命保険会社・消費者団体の代表等で構成される検討会にて、消費者にとって理想的な代理店に求められる取組が、「お客様対応」、「個人情報保護」、「代理店の管理体制」等の観点から「業務品質評価基準」としてとりまとめられました。
当運営の一環として、代理店は協会による「業務品質調査」に申し込むことができ、調査の結果、「業務品質評価基準」の基本項目をすべて達成した代理店が協会ホームページにて公表されます。

業務品質評価運営に関する詳細は、生命保険協会のホームページをご確認ください。
https://www.seiho.or.jp/quality_result/

取組結果１．お客様本位の業務運営

- ✓ 当社が「保険の専門家として、お客様に期待以上の安心をお届けすること」が出来ているかを総合的に判断するための指標（ＫＰＩ）として、「新契約取扱件数」「生命保険契約継続率」「損害保険契約更改率」「お客様の声件数」「お客様満足度」の５つを定め公表しております。
- ✓ ２０２４年度の取組みについては以下の通りです。
  ※掲載の数値については、当社における概念、定義に基づき算出しております。

○新契約取扱件数

生涯お付き合いしていただけるお客様の数やご契約の件数の着実な増加は、お客様からいただいた信頼の表れと考えております。２０２４年度は、ご加入いただいているお客様へのフォローを継続するとともに、新たなお客様との接点確保に努めてまいりましたが、生命保険は前年同期比で 3.5%減少、一方火災保険の料率改定等を背景に、損害保険は＋8.2%増加となりました。引き続き、提案品質の向上・お客様にとって有益な情報提供に努めてまいります。

	2024 年度 ※1	2023 年度 ※2	2022 年度 ※3
生命保険	約 2.7 万件	約 2.7 万件	約 2.7 万件
損害保険	約 5.4 万件	約 4.9 万件	約 4.4 万件

※１:対象期間 2024 年４月～2025 年３月契約
※２:対象期間 2023 年４月～2024 年３月契約
※３:対象期間 2022 年４月～2023 年３月契約

○生命保険契約継続率

ご案内した生命保険を長く継続いただくことは、ご意向を踏まえた提案・わかりやすい情報提供により、お客様にご満足いただけている結果と考えております。２０２４年度は、短期間でのご解約等に対するモニタリングや保険料の未納・契約の失効の抑制に努め、１３ヶ月目継続率は改善も、２５ヶ月目継続率は対前年同期比で悪化となりました。引き続き、より一層の提案品質向上やアフターフォローに努めてまいります。

	2024 年度	2023 年度	2022 年度
１３ヶ月目継続率	96.2% ※4	95.6% ※7	96.7% ※10
２５ヶ月目継続率	90.7% ※5	91.3% ※8	92.0% ※11
３７ヶ月目継続率	85.2% ※6	85.6% ※9	85.5% ※12

※４:対象期間 2023 年４月～2024 年３月契約
※５:対象期間 2022 年４月～2023 年３月契約
※６:対象期間 2021 年４月～2022 年３月契約
※７:対象期間 2022 年４月～2023 年３月契約
※８:対象期間 2021 年４月～2022 年３月契約
※９:対象期間 2020 年４月～2021 年３月契約
※10:対象期間 2021 年４月～2022 年３月契約
※11:対象期間 2020 年４月～2021 年３月契約
※12:対象期間 2019 年４月～2020 年３月契約

○損害保険契約更改率

満期が到来したご契約を再び当社を通じてご継続いただくことは、丁寧なアフターフォロー等により、お客様にご満足いただいた結果であると考えております。当社では、お客さまへの早期更改活動（満期日の１カ月前までに更改手続きを完了する活動）に取り組んでおります。引き続き、より一層のサービス向上に努めてまいります。

	2024 年度 ※13	2023 年度 ※14	2022 年度 ※15
損害保険更改率	91.9%	91.2%	90.4%

※13:対象期間 2024 年４月～2025 年３月満期更改分
※14:対象期間 2023 年４月～2024 年３月満期更改分
※15:対象期間 2022 年４月～2023 年３月満期更改分

○お客様の声件数

お客様から寄せられたご意見・ご要望・ご不満等を「お客様の声」として真摯に受け止め、社内で共有しております。引き続きお客様の声を大切にし、お客様サービスに関する制度・体制等の改善に生かしてまいります。

	2024 年度 ※16	2023 年度 ※17	2022 年度 ※18
ご不満	82 件	64 件	105 件
お褒めの言葉 その他ご意見	3,091 件	3,831 件	2,934 件

※16：対象期間 2024 年 4 月～2025 年 3 月受付分
※17：対象期間 2023 年 4 月～2024 年 3 月受付分
※18：対象期間 2022 年 4 月～2023 年 3 月受付分

〇お客様満足度

各種業務運営を適切にお客様本位で行えているかをお客様に評価いただき業務運営の改善・向上に活かすべく、総合的な満足度に関するお客様アンケートを実施しております。すべてのお客様に、高い満足度を実感いただけるよう、より一層のサービス向上に努めてまいります。

	2024 年度 ※19	2023 年度 ※20	2022 年度 ※21
お客様満足度	98.7%	98.7%	98.3%

※19：対象期間 2024 年 4 月～2025 年 3 月受付分
※20：対象期間 2023 年 4 月～2024 年 3 月受付分
※21：対象期間 2022 年 4 月～2023 年 3 月受付分
※５段階アンケートでの４点・５点の回答数を分子、回収数を分母として算出した数値

取組結果２．保険商品のご提案

当社は、保険商品の募集にあたっては、お客様のご意向を把握し、当該ご意向に対応した商品をご提案し、当該商品がお客様のご意向にどのように対応しているかも含めて分かりやすくご説明し、お客様自身に自らのご意向に対応したものであることをご確認いただくことが重要と考えております。また、お客様に商品内容を正しくご理解いただくために、適切な情報提供や分かりやすい説明が重要と考えております。これに関連し、当社では、従来より金融サービスの提供および利用環境の整備等に関する法律に基づき「勧誘・販売活動方針」の策定・公表を行ってまいりました。

特に、市場リスクが存在する商品については、保険会社から提供される商品特性等の情報を十分に理解し、お客様のご年齢、保険その他金融商品に関する知識及び取引経験、ご加入の目的、財産状況等を丁寧にお聞きするなかで適切な商品提案を行ってまいりました。

【社内研修体制の整備】

✓ お客様に保険商品を提案するにあたり、全社員が適切な対応を行えるよう、特に以下の項目に関する社内教育を実施しております。

- お客様のご意向の把握とその適切な記録
- お客様のご意向に沿った適切な商品提案
- お客様への情報提供と重要事項の説明
- 既存のご契約を減額・解約し、新たに保険契約にご加入いただく際の注意点
- 特定保険契約販売時の注意点
- ご高齢のお客様に対する保険募集ルール
- 障がいのあるお客様に対する保険募集ルール

✓ また、社員のスキル・経験等を踏まえて、特に以下の社内教育を実施しました。

・公的保険の補完の役割を担う民間の保険会社の代理店として、保険本来の目的である「保障」を正しく語り、お客様にお伝えしていくことに加え、金融リテラシー向上を目的とした研修を２０２４年２月～６月にかけて実施

・就業不能保険に特化した研修も実施

【保険料・保険金等に関する情報提供】

✓ ご加入時には、保険料・保険金額・支払事由等を「契約概要」を使って、保障（補償）の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等を「注意喚起情報」により、お客様のご意向に沿った内容であることをご確認いただき、ご不明点を残さないように丁寧なご説明に取り組んでおります。その内容を定期的に本部コンプライアンス部門が点検をしております。

✓ 保険金・給付金等に関するお支払い請求、その他契約に関する保全関係のご要望等が発生した際には、速やかに保険会社と連携を取り、適切なアフターフォローに取り組んでおります。

取組結果３．利益相反の適切な管理

当社は、お客様の利益の保護に万全を尽くすため、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反の可能性がある取引）を適切に把握・管理するための体制を整備しております。

【幅広い商品ラインナップの提供】

✓ 50 社の保険会社の中から、最新の商品を含めお客様のご意向に最適な商品をご提案できるよう努めております。

【本部組織による点検の実施】

✓ 当社営業社員がお客様との対話の中で把握した意向を記載する帳票を毎月サンプル抽出し、記載内容から、当時の募集経緯が適切であったかどうかについて、本部コンプライアンス部門が点検しております。

また、営業社員がお客様にどのようなご説明をし、保険商品のご加入に至ったか、さらにその経緯が適切であったかについて、本部コンプライアンス部門が直接営業社員へヒアリングし、点検・指導いたしました。

✓ 上記点検を通じて、お客様の意向を記載する帳票フォームの改訂やお客様との商談経緯の記載方法の変更等、適宜改正を行っております。

✓ 加えて、「お客様のご意向等を踏まえた商品提案」が適切に出来ているかを検証するため、本部コンプライアンス部門による定期的な点検を実施しております。特に、短期間で消滅したご契約については、主に以下の点を営業社員およびその上長へ事情を確認し、適正な募集が行われていたことを確認しております。

・短期間で契約が消滅になった理由

・募集時の説明状況（営業社員が募集時にお客様のご意向を把握していたことなど）

・申込書の自署押印・保険料支払いの確認

・その他（ご契約者様からの申し出事項など）

取組結果４．お客様の声を経営に活かす取組

- ✓ 当社で受け付けた「お客様の声」のうち、ご不満の申出については、役員・部長層が参加するコンプライアンス委員会にて全件共有し、発生原因や再発防止策を確認しております。また、当委員会での議論を踏まえ、特に全社的に共有が必要な案件については、毎月全社員が受講するコンプライアンス研修の中で事例共有を行い、再発防止に努めるとともに、半期に一度実施している全国の支社長・支店長等が参加する会議の場で、営業社員に指導すべきポイントを具体的に明示し、業務改善に反映させております。
- ✓ また、お客様から寄せられた「お客様の声」を通じ、お客様サービスに関する制度・体制の改善に向けた検討を進めております。
- ✓ 加えて、複雑さやリスク等のある保険商品に関しては、より良い商品の開発に役立ててもらうよう、当社より保険会社に対し、お客様からいただいた声を発信してまいります。また、当社より保険会社に対し、保険会社がお客様の最善の利益を実現するために実施している取組を把握し、お客様により充実したご提案ができるように努めてまいります。

取組結果５．方針の浸透に向けた取組

【研修・教育】

- ✓ お客様のご意向に対応した商品提案ができるよう、全国の店舗に対してオンラインによる、社員層別、テーマ別（保険商品のほか、社会保障制度、相続等ＦＰ全般）の各種研修を実施しております。
- ✓ お客様本位の視点に立った好事例を定期的に配信し、コンサルティング力の向上に取り組んでおります。

【理念・方針の浸透】

- ✓ 「経営理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向けては、役員が各部門長に対し、毎月の会議においてその意義や社員としてとるべき行動等について情報発信を行い、また役員が各営業拠点において直接社員に語りかける等を行っております。
- ✓ さらに、社員全員必携の「コンプライアンスカード」にこの方針を掲載のうえ常時携帯し、「お客様本位の業務運営がすべての業務の前提であること」が社員一人ひとりの中に浸透していくよう、努めております。

今後も、お客様本位の業務運営の取組状況・定着度合について定期的に検証・見直しを行い、お客様本位の業務運営をより一層推進してまいります。

○ 金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則（これらに付されている（注）含む）のなかで、「非該当」としている項目の理由

<table>
<tr><th colspan="3">金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則</th><th>弊社が非該当とする理由</th></tr>
<tr><td>原則5</td><td>注2</td><td>金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである
（（注２）～（注５）は手数料等の情報を提供する場合においても同じ）。</td><td>代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等は実施していない為「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td>原則6</td><td>注2</td><td>金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。</td><td>代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等は実施していない為「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td>補充原則1</td><td colspan="2">【基本理念】
金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">補充原則2</td><td colspan="2">【体制整備】
金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。
その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td>注1</td><td>金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクトガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために、管理部門等による検証の枠組みを整備すべきである。その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td>注2</td><td>金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなど PDCA サイクルを確立すべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">補充原則3</td><td colspan="2">【金融商品の組成時の対応】
金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。
また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td>注1</td><td>金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
</table>

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則			弊社が非該当とする理由
	注2	金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客（例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等）も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているか検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。	代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。
	注3	金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。	代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。
補充原則4	**【金融商品の組成後の対応】** 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。		代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。
	注1	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。	代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。
	注2	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実効性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる 金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。
	注3	金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである 。	代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。

<table>
<tr><th colspan="3">金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則</th><th>弊社が非該当とする理由</th></tr>
<tr><td rowspan="3">補充原則5</td><td colspan="2">【顧客に対する分かりやすい情報提供】
金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td>注1</td><td>金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて 、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供するべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
<tr><td>注2</td><td>金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。</td><td>代理店として金融商品の組成は実施していない為、「非該当」としております。</td></tr>
</table>

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との「対応関係表」は下記に掲載しております。
https://www.e-hoken110.com/files/img/information/fd_3.pdf?v=20250625

以　上