

お客さまに真の価値を提供する会社宣言

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく
取組状況について～成果指標・KPI～

2022年1月1日～2022年12月31日実績報告

KPI監修：金融規制法外部監査機関「LEGAL@法務」CBP

2023年2月1日

株式会社シズオカエージェントオフィス

静岡県静岡市葵区昭和町9-5 第2大石ビル5F

はじめに

株式会社シズオカエージェント（静岡市葵区 代表取締役 山本英俊、以下（「当社」）は、「お客さま本位の業務運営方針」の取組み・定着度合いを定量的に評価する成果指標・KPI（Key Performance Indicator）を次のとおり設定し、公表すると同時に定期的な集計と検証を通じて、更なるお客さま本位の業務運営の推進・浸透に努めております。

2022年度 アクションプラン	1	シズオカエージェントオフィスの目指す姿-----	P.3		
	2	お客さまに真の価値を提供する取組方針-----	P.4		
	3	真の価値を提供するアクションフローと企業醸成	P.6		
	4	アフターフォロー・モニタリング-----	P.7		
2022年度 成果指標・KPI (Key Performance Indicator)	1	新規契約／年度末保有契約状況 < 損害・生命保険 > -----	P.8	7	高齢者への配慮対応状況----- P.24
	2	損害保険更改率 < 法人・個人契約合算 > -----	P.14	8	定期アフターフォロー状況----- P.25
	3	損害保険早期更改率 < 法人・個人契約合算 > -----	P.16	9	保険募集人教育・研修実施状況----- P.26
	4	損害保険始期前証券発行率 < 法人・個人契約合算 > -----	P.18	10	内部点検・監査及び金融規制法外部監査 実施状況----- P.28
	5	生命保険継続率 < 法人・個人契約合算 > -----	P.19	11	企業価値の向上に資する取組み参画状況 ----- P.29
	6	お客さまの声を経営に活かす取組み	P.20		

《別表1》金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について

《別表2》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

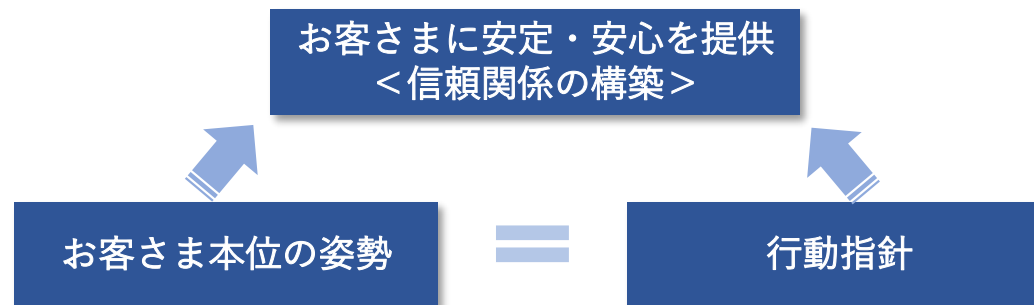
アクションプラン1

シズオカエーજェントオフィスの目指す姿

シズオカエーજェントオフィスは、損害保険・生命保険を総合的に提案する地域密着型の総合保険代理店として、「事業には安定を」「家庭には安心を」の言葉をスローガンに、お客さま本位の姿勢でお客さまの最善の利益を追求し続ける企業文化の定着を目指しております。その実現のために毎週火曜日・木曜日に経営理念の唱和を行うとともに、当社の「真の価値を提供」するための行動指針を定め、組織全体の浸透に取り組んでおります。

経営理念

わたしたちは、保険を通じ、安定した事業経営と、安心して暮らせる社会の実現に貢献するためにお客さま、社員、地域社会、取引保険会社との絆を大切に、共存共栄 お互いに尊敬・信頼しあえる関係を目指します



アクションプラン2

お客さまに真の価値を提供する取組方針

▶取組方針

当社はお客さま本位の姿勢でお客さまの最善の利益を追求し続ける企業文化の醸成ならびに、お客さま本位の業務運営の実現を目指すため「お客さまに真の価値を提供する会社宣言（お客さま本位の業務運営）」を策定・公表しております。それに加え、「5つの行動（行動指針）」を定め遵守してまいります。

▶アクションプラン（1）（お客さま本位の業務運営／定量指標KPI）

- ・「お客さま本位の業務運営」の実践を通じて、お客さまへより良い満足を提供し、信頼獲得を目指します。
- ・お客さまの信頼から得られるお取引基盤の拡大を通じ、私たちの成長を更なるお客さまサービスの向上に繋げていき、安定した事業経営と安心して暮らせる社会への貢献を目指します。
- ・お客さまに真の価値を提供し続けるため、「お客さま本位の業務運営」に関する定量指標（KPI）を定期的にモニタリングを行い、必要な改善を行ってまいります。

「お客さまに真の価値を提供する」
ためのお客さま本位の取組み

自らの行動

- ・高齢者への親族同席、複数名、複数回対応状況
- ・定期的アフターフォロー
- ・保険募集人教育・研修実施状況
- ・内部点検及び金融規制法外部監査実施状況

お客さまの安心と満足、
社会・経済への貢献

お客さま・社会からの評価

- ・「お客さまの声」共有・分析

シズオカエージェントオフィスの
持続的・安定的な成長

評価の表れ

- ・新規/保有契約状況（生損保）
- ・損害保険更改率
- ・損害保険早期更改率
- ・損害保険始期前証券発行率
- ・生命保険継続率

アクションプラン2

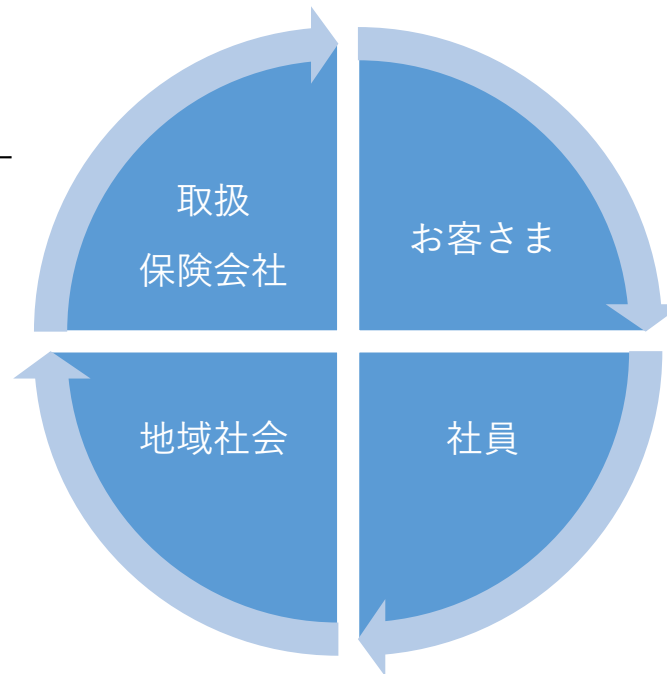
お客さまに真の価値を提供する取組方針

▶アクションプラン（2）（行動指針）

当社ではお客さまに真の価値の提供を実現させるため、行動指針を定めております。またその実現のために毎週月曜日・水曜日・金曜日にの唱和を行うなど、組織全体の浸透に取り組んでおります。当社の社員が日々これらを念頭におき行動することで好循環へと繋がり、お客さま本位の業務運営の実践に大きく寄与することに繋がるものと考えております。

●顧客満足と共に追求するパートナーとして、共生・共創に努めます

●企業市民として、地域の人・財物・利益を守り、地域文化の発展に努めます



●お客さまのニーズを的確に対応し、お客さまの最優先のサービスの提供を心掛けます

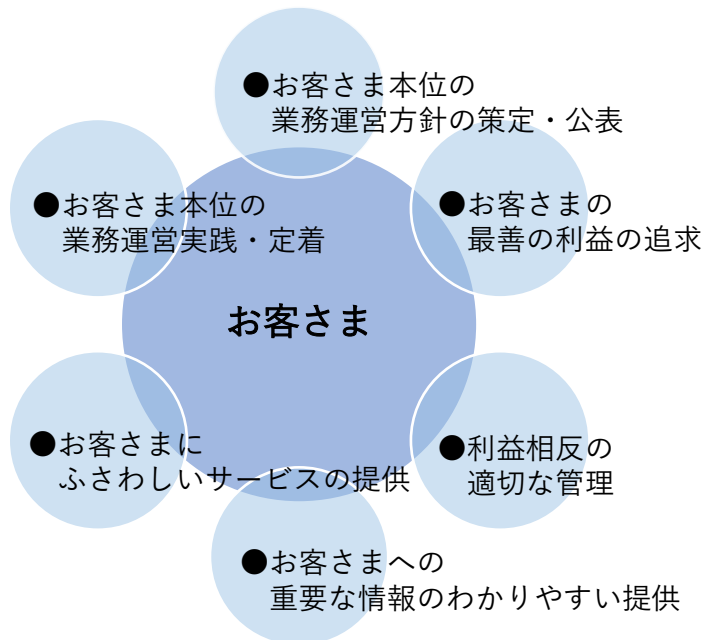
●常に学ぶことを怠らず、保険代理店の存在意義を確立し、物心両面の満足を追求します

アクションプラン3

真の価値を提供するアクションフローと企業文化の醸成

▶アクションフロー

当社では「お客さまに安心を提供し信頼関係を構築する」ため、お客さまを中心に囲むアクションフローを定め、お客さま本位の姿勢でお客さまの最善の利益を追求し続ける企業文化が「お客さま本位の業務運営の実現」に繋がると捉え、持続的な企業文化の醸成を目指しております。



企業文化の醸成の流れ

シズオカエーгентオフィス（自らの行動）

- ・お客さまに適切な保険商品、サービスの提供
- ・お客さまの最善の利益の追求

お客さま・地域社会（評価）

- ・お客さまの日常の不安、心配、リスクの解消
- ・保険業の公共性による社会貢献

お客さまの満足・信頼の向上

- ・お取引基盤の拡大

シズオカエーгентオフィス（成長）

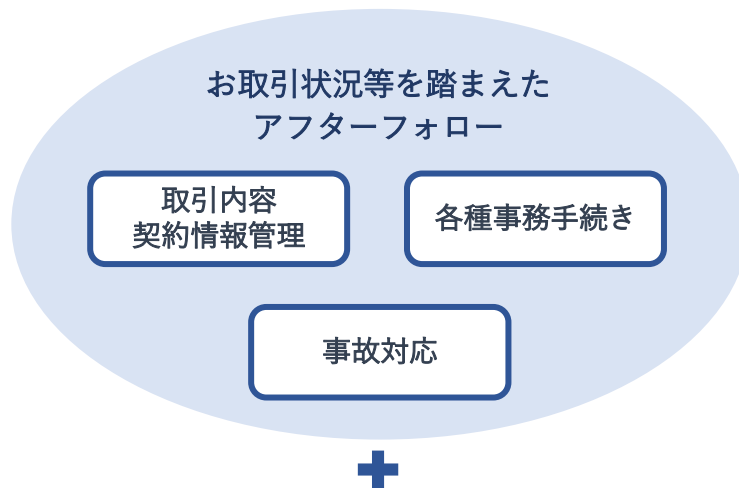
- ・お客さまサービスの向上
- ・中長期的な成長

アクションプラン4

アフターフォロー・モニタリング

1. お客様に合わせてアフターフォロー

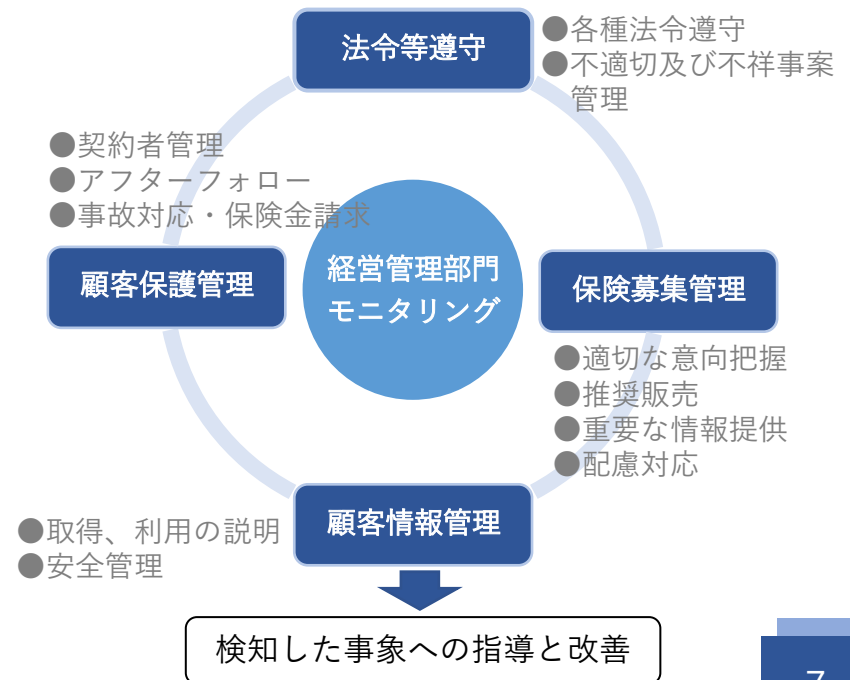
当社ではお客さまのお取引状況等を踏まえ、情報提供等を目的としたアフターフォロー及び、環境の変化や個々の事故、保険金・給付金請求に応じたアフターフォローを丁寧に実施しております。



- 保険会社の新サービスのご案内、保険金請求漏れ等が発生していないか。状況を確認
- ご高齢など配慮が必要なお客さまに対して、よりきめ細やかかつ、継続的なアフターフォローを実施

2. ポイントを絞った体系的なモニタリング

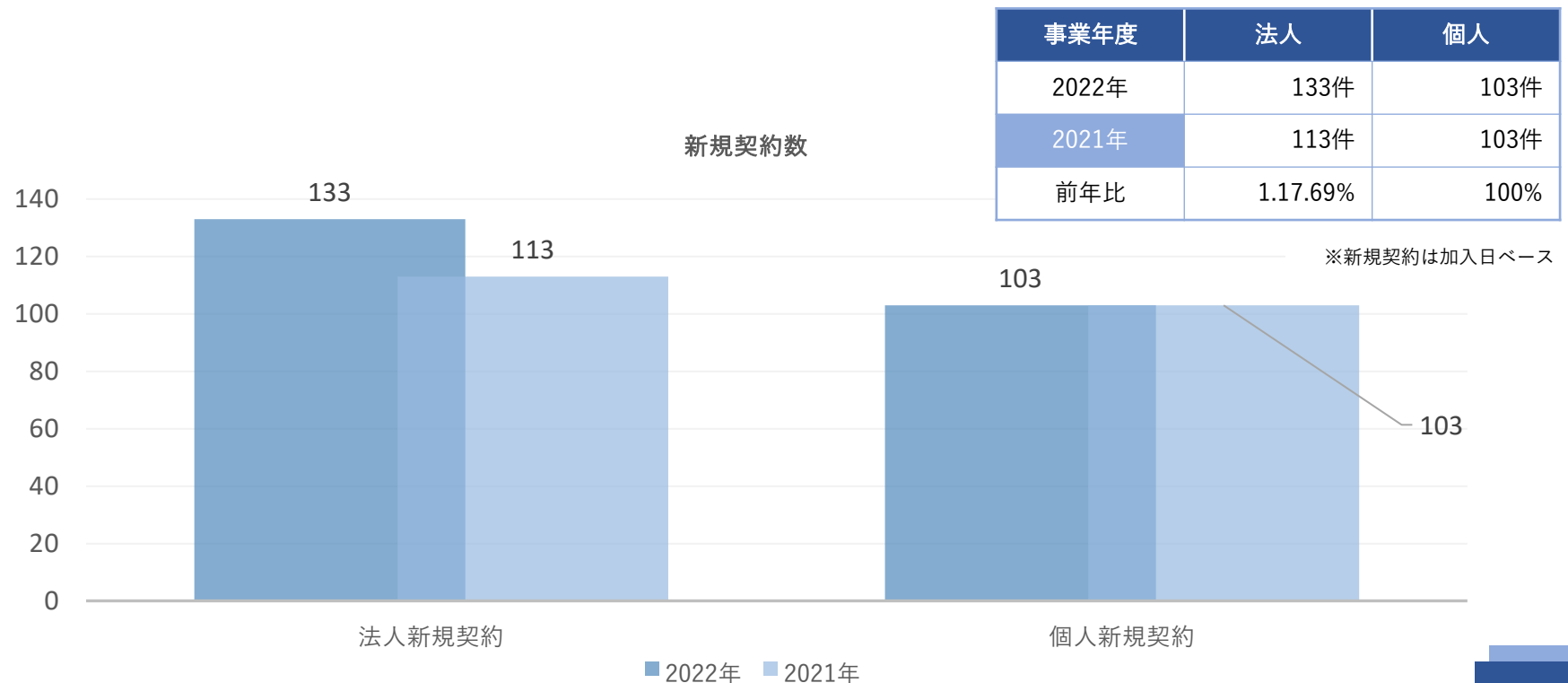
当社ではお客さまに適した保険商品・サービスのご提供、情報管理、アフターフォロー、事故対応が行えているか等の観点から、経営管理部門で適切なモニタリングを実施し、検知した事象への指導と改善を徹底しております。



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

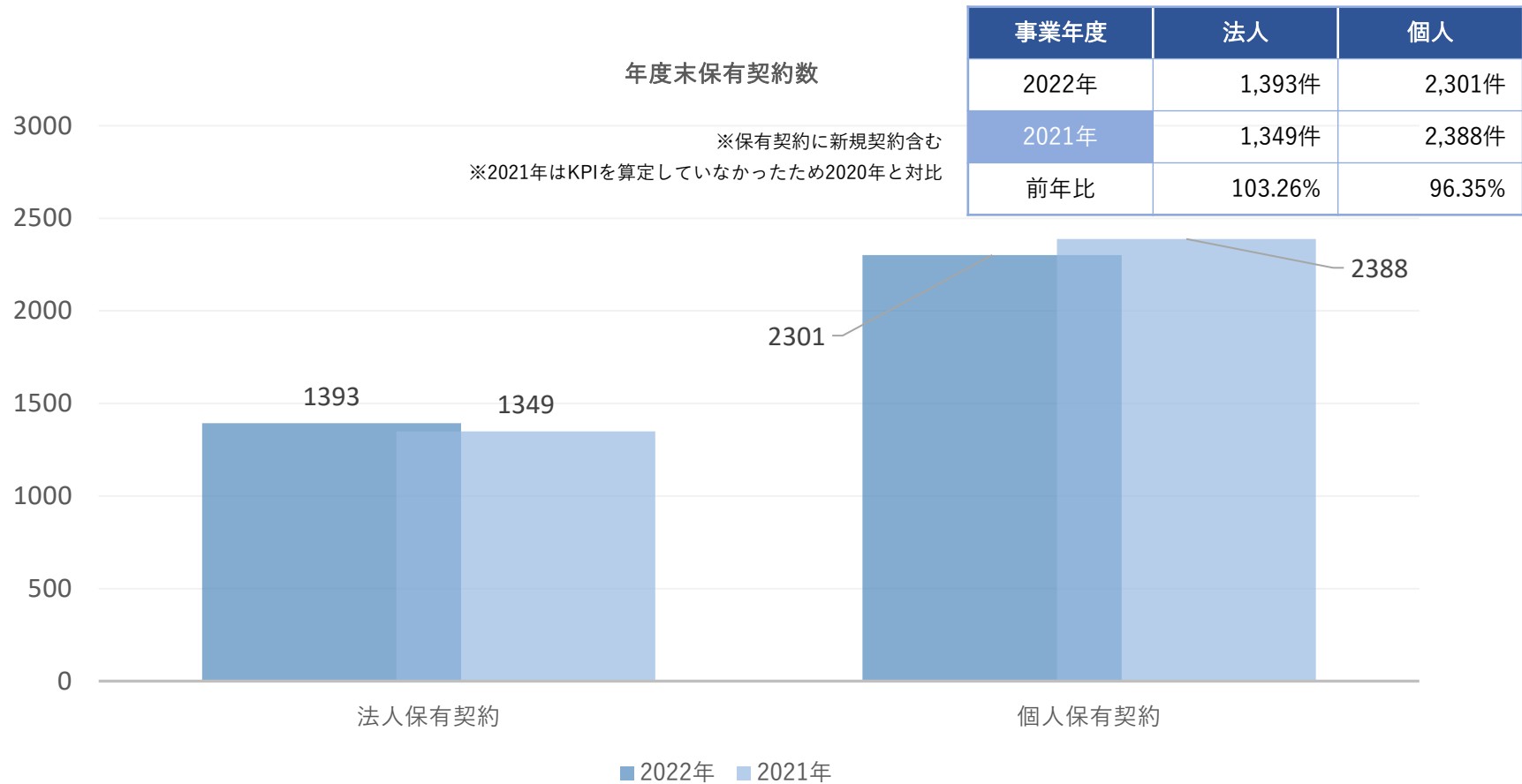
当社では損害保険、生命保険の新規契約／年度末保有契約状況について、お客さま本位の姿勢で真摯にお客さまに向き合い、お客さまの最善の利益の追求と専門性高いコンサルティングによる保険商品のご提案、募集品質に一定の評価をいただき、お客さまの信頼のもと保険商品にご加入いただいた証であると考えております。

1. 損害保険新規契約数



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

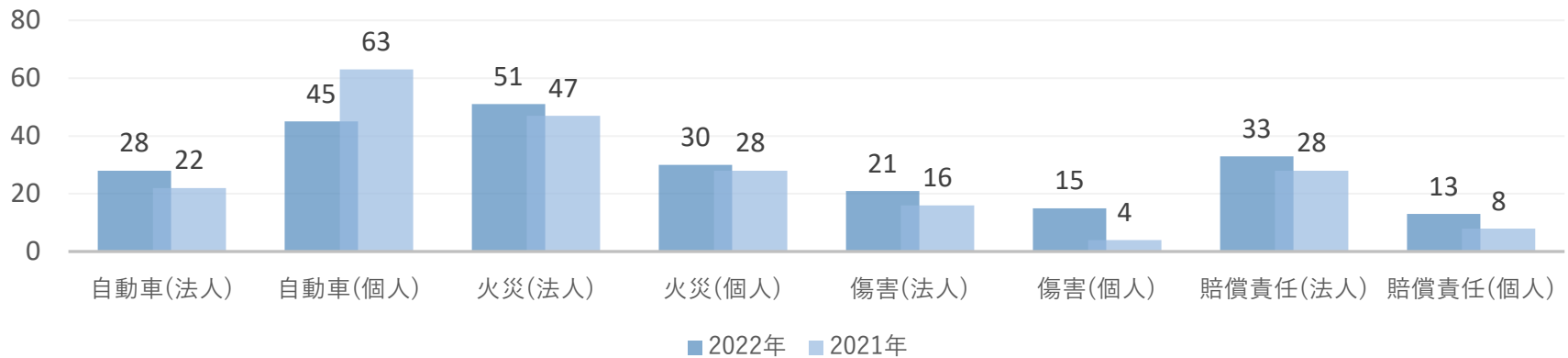
2. 損害保険年度末保有契約数



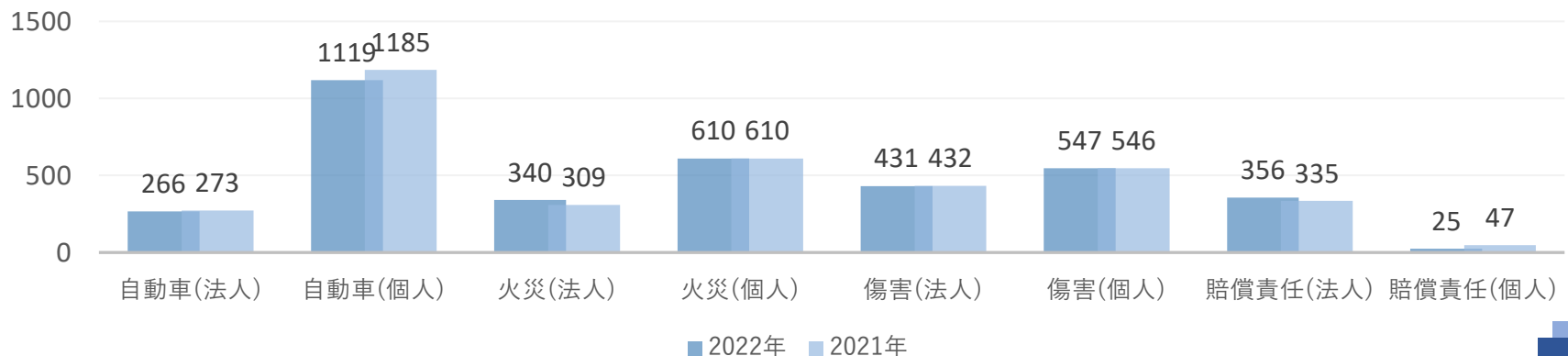
1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

3-1. 損害保険種別新規/保有契約数

商品ライン別新規契約数



商品ライン別保有契約数



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

3-2. 損害保険種別新規/保有契約数

新規契約商品ライン	2022年	2021年	前年比
自動車保険／法人	28件	22件	127.27%
自動車保険／個人	45件	63件	71.42%
火災保険／法人	51件	47件	108.51%
火災保険／個人	30件	28件	107.14%
傷害保険／法人	21件	16件	525%
傷害保険／個人	15件	4件	375%
賠償責任保険／法人	33件	28件	117.85%
賠償責任保険／個人	13件	8件	162.50%

※新規契約一覧表及び保有契約一覧表の個人契約区分の中には個人事業主を含む
 ※新規契約一覧表は加入日ベースとしている

保有契約商品ライン	2022年	2021年	前年比
自動車保険／法人	266件	273件	97.43%
自動車保険／個人	1,119件	1,185件	94.43%
火災保険／法人	340件	309件	110.03%
火災保険／個人	610件	610件	100%
傷害保険／法人	431件	482件	89.41%
傷害保険／個人	547件	546件	100.18%
賠償責任保険／法人	356件	335件	106.26%
賠償責任保険／個人	25件	47件	53.19%

※保有契約一覧表の中に新規契約数を含む

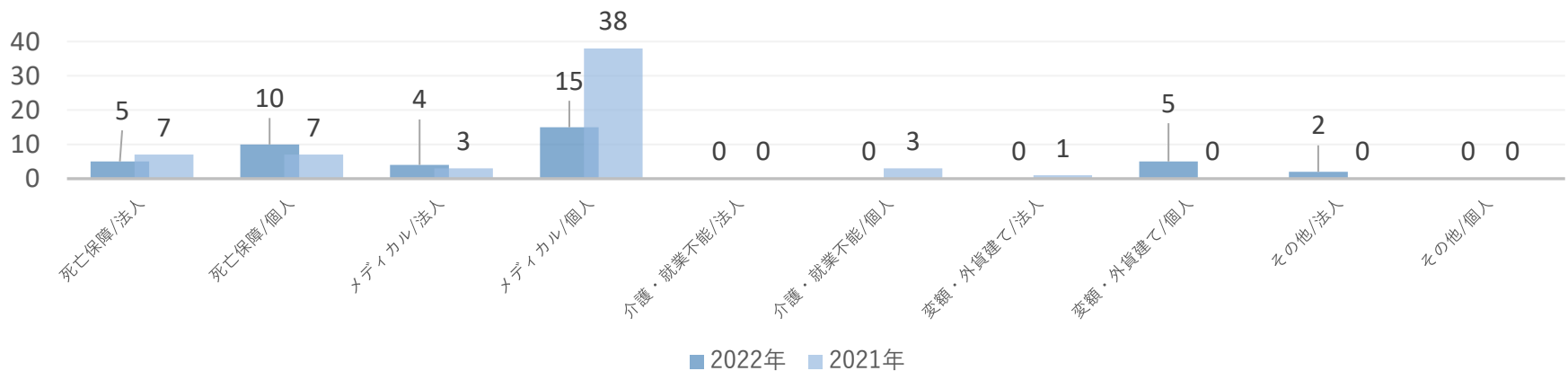
取組状況

損害保険商品のご提案にあたっては、お客さまの現在の生活環境、業務内容等だけではなく、保険に対する知識や価値観を把握することを第一とした「お客さまを知ること」に徹底するコンサルティングを通じて、お客さまにとって最善の利益を追求のご提案及び重要な情報の提供を心掛け、お客さまの理解度を確認しながら次のプロセスに進めていく保険募集に努めております。

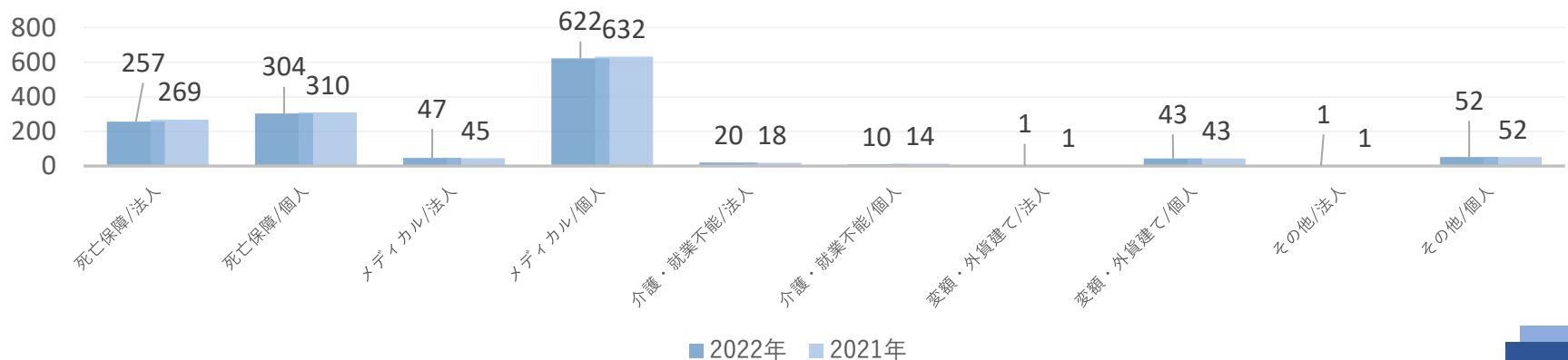
1. 新規契約／年度末保有契約状況<生命保険>

4-1. 生命保険・ライフプランコンサルティング

新規契約数



保有契約数



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜生命保険＞

4-2. 生命保険・ライフプランコンサルティング

新規契約商品ライン	2022年	2021年	前年比
死亡保障／法人	5件	7件	79.02%
死亡保障／個人	10件	7件	142.85%
メディカル／法人	4件	3件	133.33%
メディカル／個人	15件	38件	39.47%
介護・就業不能／法人	0件	0件	—
介護・就業不能／個人	0件	3件	—
変額・外貨建て／法人	0件	1件	—
変額・外貨建て／個人	5件	0件	—
その他／法人	2件	0件	—
その他／個人	0件	0件	—

※新規契約一覧表及び保有契約一覧表の個人契約区分の中に個人事業主を含む
 ※新規契約一覧表は責任開始日ベースとしている

保有契約商品ライン	2022年	2021年	前年比
死亡保障／法人	257件	269件	95.53%
死亡保障／個人	304件	310件	98.06%
メディカル／法人	47件	45件	104.44%
メディカル／個人	622件	632件	98.41%
介護・就業不能／法人	20件	18件	111.11%
介護・就業不能／個人	10件	14件	71.42%
変額・外貨建て／法人	1件	1件	100%
変額・外貨建て／個人	43件	43件	100%
その他／法人	1件	1件	100%
その他／個人	52件	52件	100%

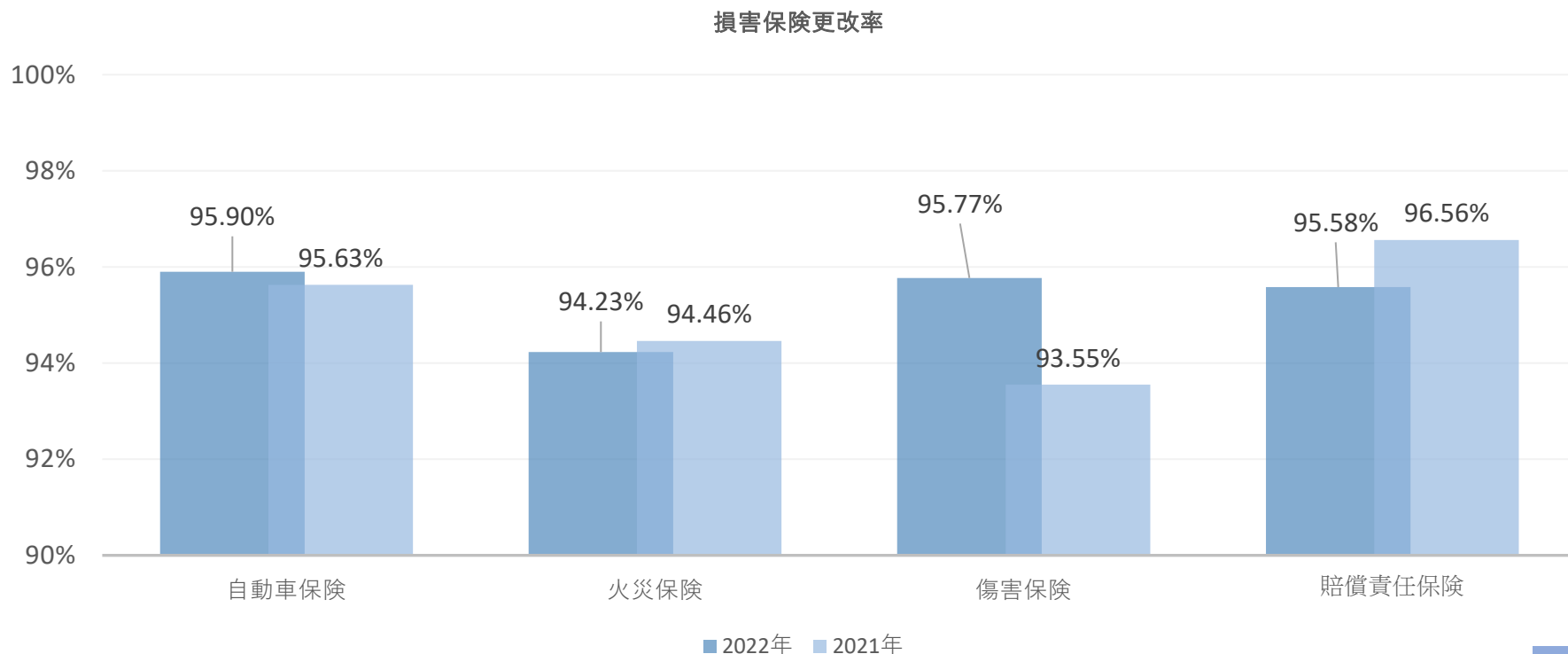
※保有契約一覧表の中に新規契約数を含む
 ※その他の区分には「個人年金」「学資保険等」が含まれている

取組状況

生命保険商品のご提案にあたっては、資産状況、環境、保険料の支払能力等の情報収集と重要な情報の提供が大切であること。特に複雑又はリスクの高い特定保険契約をご提案する場合には、適合性の原則に照らし、お客様の理解度を確認しながら、経験、取引目的、ニーズ、リスクの許容度について情報収集を行い、丁寧な説明と正確な情報の提供及びご提案に努めております。

2. 損害保険更改率＜法人・個人契約合算＞

当社では損害保険の更改率について、お客さま本位の姿勢でご意向に沿った提案、適切な情報提供及び、ご契約内容に対するご理解ならびに丁寧なアフターフォロー等に対する、お客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。



2. 損害保険更改率＜法人・個人契約合算＞

商品ライン	2022年更改率	2022年更改率算定基礎	2021年更改率	2021年更改率算定基礎
自動車保険	95.90%	満期件数：1,121件／更改件数：1,075件	95.63%	満期件数：869件／更改件数：831件
火災保険	94.23%	満期件数：433件／更改件数：408件	94.46%	満期件数：379件／更改件数：358件
傷害保険	95.77%	満期件数：449件／更改件数：430件	93.55%	満期件数：465件／更改件数：435件
賠償責任保険	95.58%	満期件数：385件／更改件数：368件	96.56%	満期件数：349件／更改件数：337件
合 計		満期件数：2,388件／更改件数：2,281件	合 計	満期件数：2,062件／更改件数：1,961件

全体平均更改率 (法人・個人契約合算)	2022年	2021年	前年比
	95.52%	95.10%	100.44%

※全体平均更改率とは主要4ラインの保険商品の満期件数の合計に対する更改件数の合計によって算定している割合をいう

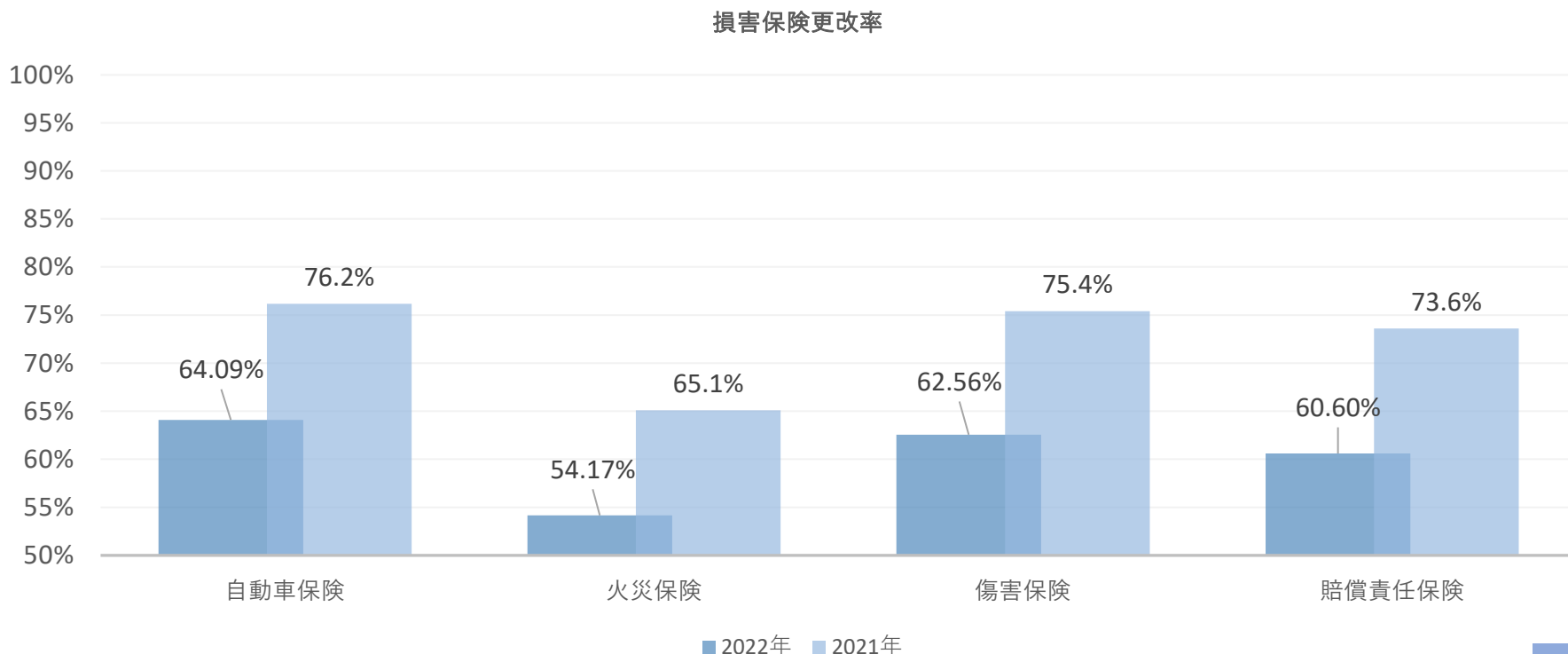
※満期件数とは当該契約の満期日を迎えた年間満期件数をいう ※更改件数とは満期件数に対して更改手続きを行った件数をいう

取組状況

お客さまと永続的な共存共栄、信頼し合える関係を目指していることから、ご契約後の契約管理、アフターフォロー、事故対応及び、お客さまを取り巻く環境の変化に合わせたわかりやすい情報提供に努めております。また、お客さまに不利益となる既契約保険商品の改定等により、明らかに他の取扱保険会社の同一保険商品に対する劣後性が認められる場合は、お客さまにその内容をわかりやすくご説明し、改めてお客さまのご意向に沿ったご提案に努めております。

3. 損害保険早期更改率＜法人・個人契約合算＞

当社では損害保険の更改手続きの早期のご案内に積極的に取り組んでおります。早期のご案内により、お客さまへより丁寧な説明とご提案の時間の確保ができること。ならびにお客さまご自身においても更改契約内容について熟考していただける時間の確保にも繋がります。そのため、早期の更改手続きに対するご理解ならびに丁寧なアフターフォロー等に対する、お客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。



3. 損害保険早期更改率<法人・個人契約合算>

商品ライン	2022年 早期更改率	2022年早期更改率算定基礎	2021年 早期更改率	2021年早期更改率算定基礎
自動車保険	64.09%	更改件数：1,075件／早期更改件数：689件	76.17%	更改件数：831件／早期更改件数：633件
火災保険	54.17%	更改件数：408件／早期更改件数：221件	65.08%	更改件数：358件／早期更改件数：233件
傷害保険	62.56%	更改件数：430件／早期更改件数：269件	75.40%	更改件数：435件／早期更改件数：328件
賠償責任保険	60.60%	更改件数：368件／早期更改件数：223件	73.59%	更改件数：337件／早期更改件数：248件
合 計		更改件数：2,281件／早期更改件数：1,402件	合 計	更改件数：1,961件／早期更改件数：1,442件

全体平均更改率 (法人・個人契約合算)	2022年	2021年	前年比
	61.46%	73.53%	83.58%

※全体平均早期更改率とは主要4ラインの保険商品の更改件数の合計に対する早期更改件数の合計によって算定している割合をいう

※更改件数とは満期件数に対して更改手続きを行った件数をいう ※早期更改件数とは更改件数に対して満期30日前までに手続きを完了した件数をいう

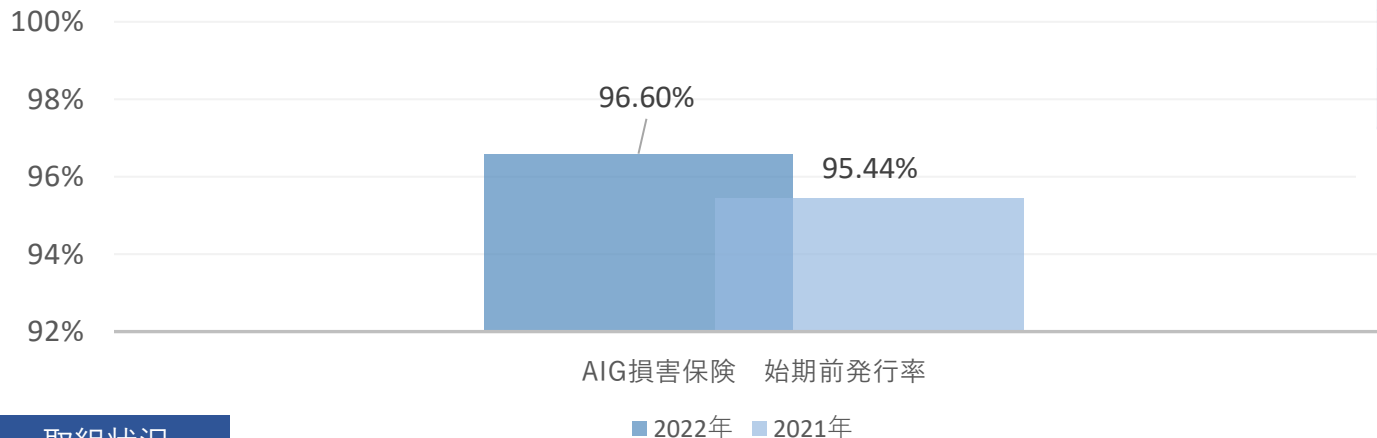
取組状況

お客さまと永続的な共存共栄、信頼し合える関係を目指していることから、ご契約後の契約管理、アフターフォロー、事故対応及び、お客さまを取り巻く環境の変化に合わせたわかりやすい情報提供及びは当然のこと、既契約満期60日前よりお客さまへの案内、発送を開始し、順次お客さまへ到着確認のご連絡を差し上げ、更改内容の熟考のお時間の提供に努めております。また案内、発送以後は組織全体で進捗管理表による管理を徹底しております。

4. 損害保険始期前証券発行率<法人・個人契約合算>

当社では損害保険における始期前証券発行率は、保険募集ならびに保全業務上の重要な指標として位置づけております。始期前証券発行率を高めることで、お客さまからのご意向や当社からの情報提供に十分な日数を確保している証と考え、保険始期日前までに保険証券がお客さまのお手元に届くことは、お客さまからの信頼、ご満足に繋がる指標の一つの証であると考えております。

損害保険始期前証券発行率



※推奨保険会社「AIG損害保険」のみで算出

取組状況

保険始期日前までに保険証券がお客さまの手元に届き、一日でも早く安心をしていただく保険募集を心掛けていることから、保険募集人には保険商品の正しい知識、情報提供内容等の教育及び、お客さまからいただくご契約関係書類に不備、エラーが発生しないための事務手続き教育に努めております。また事務管理部において、ご契約関係書類の不備管理を徹底しております。

5. 生命保険継続率＜法人・個人契約合算＞

当社では生命保険の継続率について、お客さま本位の姿勢でお聴きしたお客さまのご意向に加え、お客さまの一生涯にわたるライフプランの実現に沿った提案、適切な情報提供ならびにご契約内容に対するご理解と丁寧なアフターフォロー等に対するお客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。

取扱保険会社	2022年継続率		2021年継続率		前年比
大同生命保険株式会社	MOF継続率25か月	99.24%	MOF継続率25か月	99.86%	99.37%
メットライフ生命保険株式会社	MOF継続率25か月	96.69%	MOF継続率25か月	94.76%	91.00%
三井住友海上あいおい生命保険株式会社	IQA継続率24か月	87.18%	IQA継続率24か月	100%	78.95%
アフラック生命保険株式会社	MOF継続率25か月	100%	MOF継続率25か月	100%	100%
オリックス生命保険株式会社	MOF継続率25か月	100%	MOF継続率25か月	76.20%	100%

※継続率の基準は各保険会社で定めるところによる

※「MOF継続率」は、対象期間を契約日とする契約について一定期間（表中のか月）の保険料が払い込まれた契約の割合を表しています。

※「IQA継続率」は、集計対象期間に成立した契約について前月末まで継続した契約の割合を表しています。

取組状況

生命保険の特性上、契約期間が長期に渡ることから、定期的な情報提供及びご契約内容の確認などアフターフォローに努めております。またアフターフォローの際、お客さまを取り巻く環境や資産、収入等、ライフプランに変化が生じていることを把握した場合には、変化に応じたアフターフォローなど不必要な保障の解約や変更等のご提案に努めております。

6. お客様の声を経営に活かす取組み

当社ではお客様の声を経営に活かす独自の取組みにより、多くのご意見、ご要望を頂いております。お客様から頂いた苦情、ご不満、ご相談、お褒めの言葉は真摯に耳を傾け、情報の一元管理を行い、組織全体で共有し、再発防止策の検討を行い、お客様の声の“見える化”により“気づき”を得やすい体制により、お客様の最善の利益の追求の実現に努めております。そのため、NPS（Net Promoter Score）調査では、いずれもお客様の推奨度（No.1年代アンケートは除く）が平均値以上であることから、当社のお客様本位の姿勢及び商品、サービスに対する信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。

NPSアンケート NO.1

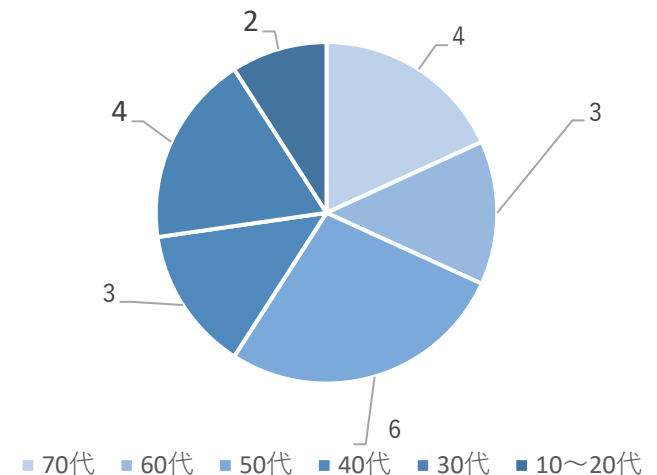
お客様の年代を教えてください

評価	70代	60代	50代	40代	30代	10~20代	合計
回答数	4	3	6	3	4	2	22

取組状況

幅広い世代に渡るお客様の声をいただきながら、お客様を知ること
に徹底するコンサルティングを心がけております。また、保険を通じて、
お客様と共存共栄、お互いに尊敬し合える関係の構築に努めております。

独自アンケート調査回答割合



6. お客様の声を経営に活かす取組み

NPSアンケート NO.2

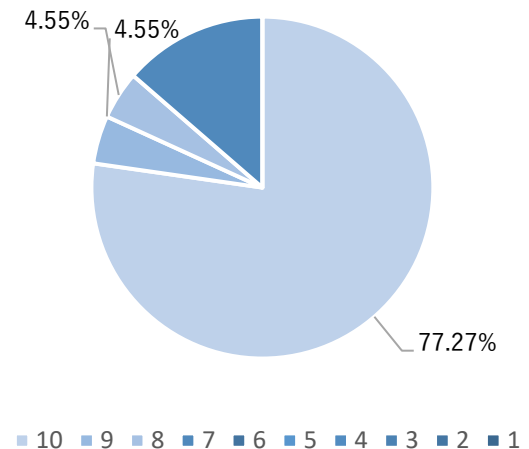
担当者の提案および説明はわかりやすかったですか

評価	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	合計
回答数	17	1	1	3	0	0	0	0	0	0	22

取組状況

新規、ご継続のお客さま問わず、日頃から感染症予防、対策を講じたうえで、対面によるご説明を基本としております。お客さまには保険専門用語を使うことなく、わかりやすい言葉でご説明し、真のお客さま本位にこだわり続けております。特に配慮が必要と思われるお客さまについては、ご契約者ご本人のほか、親族の同席又は保険募集人による複数人、複数回のご説明に努めております。

独自アンケート調査回答割合



6. お客様の声を経営に活かす取組み

NPSアンケート NO.3

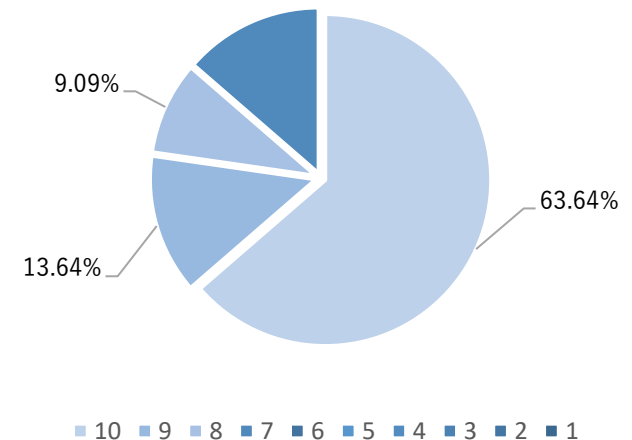
ご家族や知人の方に当社担当者をお勧めしたいと思いますか

評価	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	合計
回答数	14	3	2	3	0	0	0	0	0	0	22

取組状況

お客様本位の業務運営にふさわしい知識・提案力・サポート力・モラルに誇りを持ち、「お客様に安心を提供し信頼関係を構築する」ことを経営の最重要課題のひとつとしてと考え、お客様の最善の利益の追求したご提案及び、環境の変化や個々の事故、保険金・給付金請求に応じたアフターフォローに努めております。

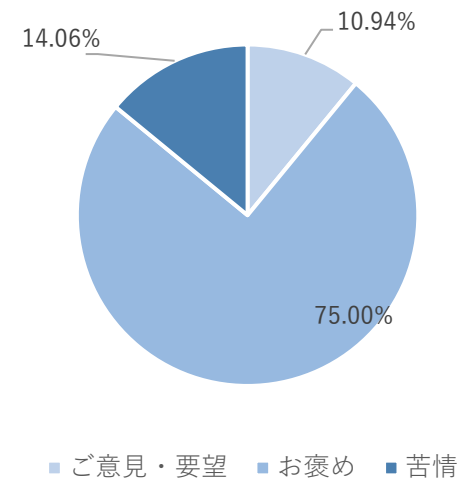
独自アンケート調査回答割合



6. お客様の声を経営に活かす取組み

お客様の声区分	2022年	2021年	前年比
ご意見・要望	7件	0件	—
お褒め	48件	14件	342.85%
不満足 of 表明（苦情）	9件	10件	90.00%
お客様の声受付合計	64件	24件	266.66%

2022年お客様の声受付割合



お褒めの言葉

※いただいたお声の一例

- 思っていた以上の給付金をいただきました。良い保険を勧めてもらい感謝しています
- 自動車保険の内容説明をここまで細かく受けたのは初めてです。安心して任せられます。
- いつも迅速丁寧に事故対応してくれてありがとうございます。

取組状況

お客様おひとり一人から寄せられたお客様のご意見・要望、お褒め、苦情等を「お客様の声」として、毎月の営業会議等において集約、分析を行い、当事者や関係者にフォードバック後、社内で共有し、お客様の満足度向上に繋げる誠実・公正な経営改善の反映に努めております。

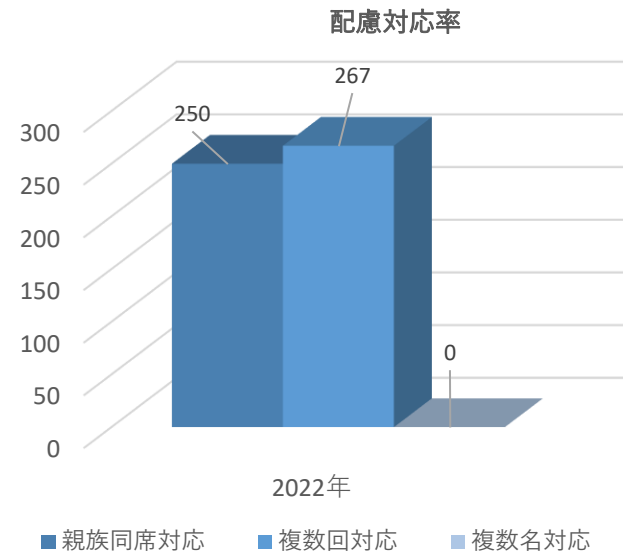
7. 高齢者への配慮対応状況

当社では一般的に高齢になるにつれて認知能力、意思能力の低下等の変化が生じること踏まえ、70歳以上のお客さまが保険にご加入される際には、ご親族の同席のお願いや当社の保険募集人複数名又は複数回の対応により、ご加入意思などをより丁寧に確認させていただいております。そのため親族同席・複数対応率は、当社の高齢者の特性に配慮したきめ細やかな対応やトラブル未然防止に対するご理解による、お客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。

対応区分	2022年	2021年	前年比
親族同席対応	108件	104件	103.84%
保険募集人複数回対応	267件	119件	224.36%
保険募集人複数名対応	0件	0件	—

※保険募集人複数名対応とは、保険募集人2名によって対応したものをいう

※保険募集人複数回対応とは、保険募集人1名によって複数回対応したものをいう



取組状況

高齢者のお客さまなど特に配慮が必要は方に対して、保険商品のご提案を行う場合には、保険商品の内容や仕組みについて誤解が生じることがないように、特性に応じて親族同席又は保険募集人複数名、複数回の面談対応を行い、わかりやすく丁寧な説明とご理解の確認を行いながら慎重な対応に努めております。

8. 定期アフターフォロー状況

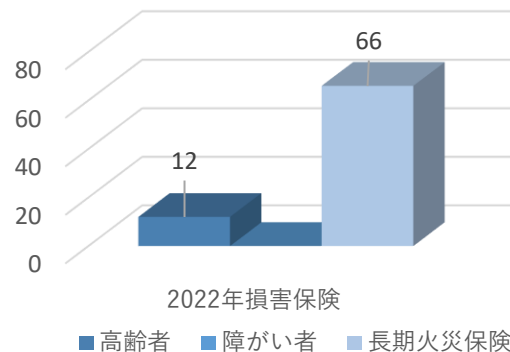
当社ではご加入いただいたお客さまに対して定期的に保険契約に関する内容のお知らせを行い、適宜、変化に応じたフォローアップ活動に努めております。特に高齢のご契約者、障がいをお持ちのご契約者、特定保険ご契約者と長期火災保険ご契約者の方へは、毎年現況に変化がないか等の確認を実施しております。継続的なアフターフォローがお客さまとの信頼関係の構築に必要不可欠であり、お客さまからの信頼、ご満足の指標の重要なファクターであると考えております。

損害保険 フォロー対応区分	2022年	2021年
高齢者	12件	0件
障がい者	—	—
長期火災保険契約者	66件	67件
合計	78件	67件

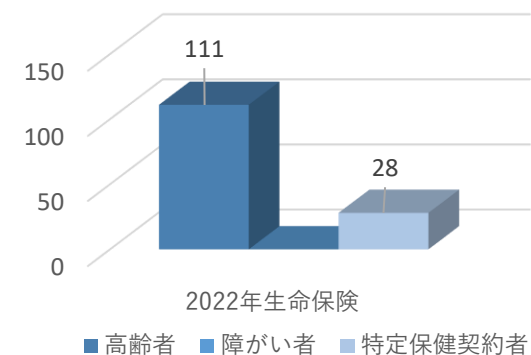
生命保険 フォロー対応区分	2022年	2021年
高齢者	111件	112件
障がい者	—	—
特定保険契約者	28件	0件
合計	139件	112件

※損害保険・生命保険共に障がい者該当契約者なし

定期アフターフォロー状況



定期アフターフォロー状況



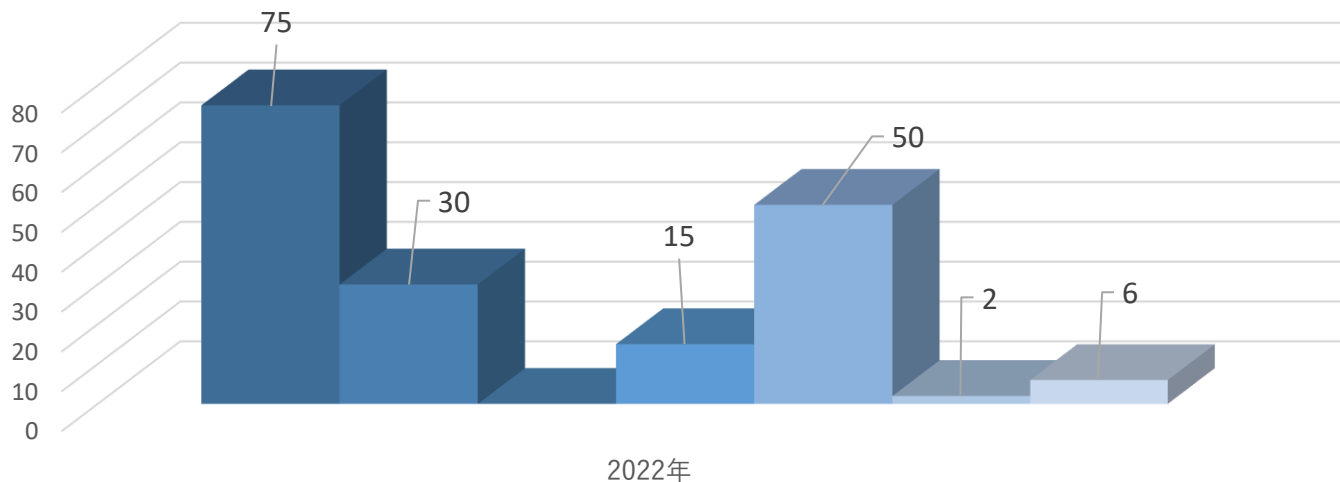
取組状況

お客さまへご契約内容照会シートを活用し、書面郵送、電話連絡、訪問によるアフターフォローに努めております。また、ご契約後のお客さまの環境の変化、補償（保障）の見直し、保険金・給付金のご請求漏れ等、保全事項として対応履歴として記録し、組織全体で長期的視野の管理に努めております。

9. 保険募集人教育・研修実施状況

当社では金融事業者として職業倫理の定着をはかるため、お客さま本位の業務運営の本質に言及し、お客さま本位の姿勢及び、真の価値の提供の実現に向け、月に1回以上の教育・研修を通して人材の育成に努めております。この人材の育成こそが、お客さまに安心を提供し信頼関係を構築できる「人財」になるものと考えております。

保険募集人教育・研修



- 保険商品知識等(当社・保険会社講師)
- コンプライアンス(当社・保険会社講師)
- 営業技能 (ロープレ等)
- 事務・保全関連
- 体制整備・お客さま本位の業務運営関連
- 体制整備eラーニング (中級)
- 体制整備eラーニング (上級)

9. 保険募集人教育・研修実施状況

教育・研修区分	2022年	2021年	前年比
損害保険・生命保険商品知識等	75回 保険会社64回/社内講師11回	58回 保険会社47回/社内講師11回	129.31%
法令等遵守・コンプライアンス	30回 保険会社3回/社内講師27回	21回 保険会社1回/社内講師20回	142.85%
事務・保全関連	15回 保険会社5回/社内講師10回	5回 社内講師5回	300%
体制整備・お客さま本位の業務運営 (体制整備eラーニング除く)	50回 社内講師49回/外部講師1回	63回 社内講師50回/外部講師13回	79.36%
体制整備eラーニング・中級/社内規程(独自システム) 2022/1/1~2022/2/28 1か月+昇級Webテスト1回	2回	6回	33.33%
体制整備eラーニング・上級/募集実務(独自システム) 2022/3/1~2022/8/31 5か月+完了Webテスト1回	6回	4回	150%
教育・研修実施合計	178回	157回	113.37%

取組状況

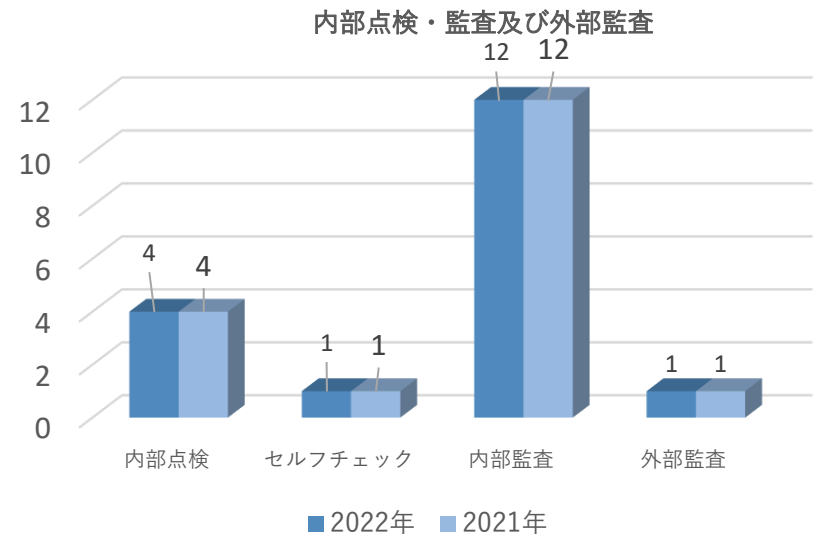
昨今のコロナ禍において、役職員の健康、安全性の確保及び感染症防止対策を優先した教育・研修をしてきました。そのため体制整備の基本であるP D C Aサイクルの原理原則の理解及び、保険募集人自身がいつでも振り返り、自己学習に取り組める独自のEラーニングシステム、オンライン教育・研修方式を導入し、全員が法令遵守、品質基準を十分に満たし、受講完了するなど、お客さま本位の業務運営の定着に向けた教育に努めております。

10. 内部点検・監査及び金融規制法外部監査実施状況

当社では定期的にコンプライアンス推進体制の維持、継続状況の確認ならびに保険募集人の適切な募集プロセス、情報管理状況等の確認を含めた自主的な内部点検・監査の実施に努めております。また金融規制法対応外部監査機関との顧問契約により、必要に応じて内部管理・監督態勢の有効性、お客さま本位の業務運営評価の外部監査が実施できる体制を整備しております。

内部点検・内部監査 外部監査実施種別	2022年	2021年	前年比
管理責任者内部点検	4回	4回	100%
保険募集人セルフチェック	1回	1回	100%
内部監査人による内部監査	12回	12回	100%
外部監査機関による外部監査	1回	1回	100%
内部点検・監査・外部監査合計	18回	18回	100%

※前年対比できないものは「-」表示



取組状況

自主的な内部点検及び内部監査の結果における指摘・課題事項等については、都度、全体・営業会議で評価、分析し、内部管理、監督態勢の改善に取組み、保険募集人に対しては改善指示、改善報告体制を強化するなど、健全性及び実効性を高める体制整備に努めております。

1 1. 企業価値の向上に資する取組み参画状況

当社では企業価値の向上に資する取組み参画が、安定経営とお客さまから継続的に選びいただける企業として信頼関係に繋がり、ひいてはお客さまに満足していただける良質な情報提供とサービスの価値の向上に繋がるものと考えております。そのため以下のプロジェクト等に参画、認定、登録等企業として取り組んでおります。

●経済産業省

【事業継続力強化計画】

近年多発している大規模な自然災害に対する事前対策の取組みとして中小企業庁が推進している事業継続力強化計画の認定を受けました。

[中小企業庁：事業継続力強化計画 \(meti.go.jp\)](https://www.meti.go.jp)



【お客さま本位の業務運営方針の取組状況についてのお問合わせ先】

保険代理店 株式会社シズオカエージェントオフィス
代表取締役 山本英俊
所在地 静岡県静岡市葵区昭和町9-5 第2大石ビル5階
電話番号 054-653-2870

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（1）

※顧客本位の業務運営に関する情報につきましては、下記リンクの金融庁WEBサイトでご確認いただけます。

[顧客本位の業務運営に関する情報：金融庁 \(fsa.go.jp\)](https://fsa.go.jp)

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則2】顧客の最善の利益の追求	
<p>原則2 金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。</p>	<p>【方針1-1】お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針1-2】お客さま本位の企業文化を醸成 【方針2-1】お客さまと知ること徹底するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの永続的な信頼を得るためのご契約管理 【方針2-3】お客さまの声を活かすお客さまの最善の利益の追求 【方針3-2】利益相反に関する従業員の教育 【方針6-1】継続的な教育体制の整備</p>
<p>(注) 金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。</p>	<p>【方針1-1】お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針1-2】お客さま本位の企業文化を醸成 【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの永続的な信頼を得るためのご契約管理 【方針2-3】お客さまの声を活かすお客さまの最善の利益の追求 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針6-1】継続的な教育体制の整備</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（2）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所	
【原則3】 利益相反の適切な管理		
<p>原則3</p>	<p>金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。</p>	<p>【方針3-1】 適切な利益相反管理 【方針3-2】 利益相反に関する従業員の教育</p>
<p>(注)</p>	<p>金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・ 販売会社が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 (※1) ・ 同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合 (※2) 	<p>【方針3-1】 適切な利益相反管理 (※1) 当社における組織形態上、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨することがないため対象としていません。 (※2) 当社における組織形態上、同一主体またはグループ内の運用部門が、資産の運用先に営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶことがないため対象としていません。</p>
【原則4】 手数料等の明確化		
<p>原則4</p>	<p>金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。(※3)</p>	<p>(※3) 当社の取扱商品の特性上ならびに手数料等の開示義務がないため対象としていません。</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（3）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
<p>【原則5】重要な情報のわかりやすい提供</p> <p>原則5 金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。</p>	<p>【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】 お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(注1) 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益 (リターン)、損失その他のリスク、取引条件 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由（顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む） ・ 顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容（第三者から受け取る手数料等を含む）及びこれが取引又は業務に及ぼす影響 	<p>【方針3-1】 適切な利益相反管理 【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】 お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（4）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエーજントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則5】重要な情報のわかりやすい提供	
<p>(注2) 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）。(※4)</p>	<p>(※4) 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・推奨することはありません。</p>
<p>(注3) 金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。</p>	<p>【方針2-1】お客さまを知ることに徹底するコンサルティング 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（5）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則5】 重要な情報のわかりやすい提供	
<p>(注4) 金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配慮した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである</p>	<p>【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】 お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(注5) 金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。</p>	<p>【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（6）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則6】顧客にふさわしいサービスの提供	
<p>原則6</p>	<p>金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。</p> <p>【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(注1)</p>	<p>金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと 具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容（手数料を含む）と比較しながら行うこと 金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと <p>【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの持続的な信頼を得るためのご契約管理 【方針5-2】定期的なフォローアップおよび万全な保全対応</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（7）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則6】顧客にふさわしいサービスの提供	
<p>(注2) 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。 (※5)</p>	<p>(※5) 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・推奨することがないため対象としていません。</p>
<p>(注3) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。 (※6)</p>	<p>(※6) 当社における業務形態上、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため対象としていません。</p>
<p>(注4) 金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。</p>	<p>【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針5-1】ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(注5) 金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。</p>	<p>【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針6-1】継続的な教育体制の整備</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（8）

顧客本位の業務運営に関する原則		シズオカエーજェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則7】 従業員に対する適切な動機づけの枠組み		
原則7	金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	【方針1-1】 お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針3-2】 利益相反に関する従業員の教育 【方針6-1】 継続的な教育体制の整備
(注)	金融事業者は、各原則（これらに付されている注を含む）に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	【方針1-1】 お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針6-1】 継続的な教育体制の整備

【ご留意】

※当社は保険代理店であるため、金融商品の組成を行うことはございません。

※当社は保険会社から販売を委託されている保険商品を始めとする当社が取扱う金融商品・サービスについて、当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売推奨をしておりません。

※当社の取扱商品の特性上ならびに販売手数料等の開示義務がある保険代理店ではございません。

<別表2> 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（1）

		取組方針1	取組方針2	取組方針3	取組方針4	取組方針5	取組方針6	
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	原則2	顧客の最善の利益の追求	◎ <1-1,2>	◎ <2-1,2,3>	◎ <3-2>			◎ <6-1>
		(注)	◎ <1-1,2>	◎ <2-1,2,3>		◎ <4-2>		◎ <6-1>
	原則3	利益相反の適切な管理			◎ <3-1,2>			
		(注) ※【対応関係表の補足参照】			◎ <3-1>			
	原則4	手数料の明確化※【対応関係表の補足参照】						
	原則5	重要な事項のわかりやすい提供				◎ <4-1,2>	◎ <5-1>	
		(注1)			◎ <3-1>	◎ <4-1.2>	◎ <5-1>	
		(注2) ※【対応関係表の補足参照】						
		(注3)		◎ <2-1>		◎ <4-1,2>		
		(注4)				◎ <4-1,2>	◎ <5-1>	
	(注5)				◎ <4-1>	◎ <5-1>		

<別表2> 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（2）

		取組方針1	取組方針2	取組方針3	取組方針4	取組方針5	取組方針6		
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	原則6	顧客にふさわしいサービスの提供		◎ <2-1>	◎ <3-1>	◎ <4-1,2>	◎ <5-1>		
		(注1)		◎ <2-1,2>			◎ <5-2>		
		(注2) ※【対応関係表の補足参照】							
		(注3) ※【対応関係表の補足参照】							
		(注4)			◎ <3-1>	◎ <4-1>	◎ <5-1>		
	(注5)			◎ <2-1>		◎ <4-1,2>		◎ <6-1>	
	原則7	従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	◎ <1-1>		◎ <3-2>				◎ <6-1>
		(注)	◎ <1-1>						◎ <6-1>

※【対応関係表の補足】

- 金融庁の原則3（注）について、当社における組織形態上、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨することがないこと、及び当社における組織形態上、同一主体またはグループ内の運用部門が、資産の運用先に営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶことがないため一部対象としていません。
- 原則4について、当社は取扱商品の特性上ならびに手数料等の開示義務がないため対象としていません。
- 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・推奨することがないため対象としていません。
- 原則6（注3）について、当社における業務形態上、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため対象としていません。