

# 『お客様本位の業務運営方針』

取り組み状況について

(2025年度 年度末報告)

## 重要な指標（KPI）

当社では、『お客様本位の業務運営方針』の取組状況を測るため、  
**以下の10項目を指標（KPI）**として設定しており、社外に公表します。  
なお、各指標は当社『お客様本位の業務運営方針』と以下のとおり対応しています。

| KPI                  | 方針2 | 方針3 | 方針4 | 方針5 | 方針6 | 方針7 |
|----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| お客様の声の受付状況           | ○   |     |     |     | ○   |     |
| 損害保険の継続率             |     | ○   | ○   |     |     |     |
| 火災保険 水災担保付帯率・地震保険付帯率 |     | ○   | ○   |     |     |     |
| 生命保険の継続率             |     | ○   | ○   |     |     |     |
| グループ（団体）保険加入率 ※      |     | ○   | ○   |     |     |     |
| 分かりやすい説明の実施状況        |     |     | ○   |     |     |     |
| 損害保険契約の異例処理の状況       |     | ○   |     |     | ○   |     |
| 資格取得状況               |     |     |     |     |     | ○   |
| 社員への研修状況             |     |     |     |     |     | ○   |
| お客様への情報提供            |     |     |     | ○   |     |     |

※グループ（団体）保険加入率は、社内に公表する指標として活用します

## (参考) 当社『お客様本位の業務運営方針』と 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の対応関係

| 当社『お客様本位の業務運営方針』 |                               | 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」  |
|------------------|-------------------------------|---|
| 前文               | 基本的な考え方                       | 原則2【顧客の最善の利益の追求】および(注)  |
| 方針1              | お客様本位の業務運営を推進します              | 原則2および(注)   |
| 方針2              | 「お客様の声」を経営に活かします              | 原則3【利益相反の適切な管理】および(注)   |
| 方針3              | お客様のニーズに対応した最適な商品・サービスをご提供します | 原則5【重要な情報の分かりやすい提供】および(注1)(注3)<br>原則6【顧客にふさわしいサービスの提供】<br>および(注1)(注4)(注5)(注6)(注7) |
| 方針4              | お客様へのわかり易い情報提供、商品説明を行います      | 原則4【手数料等の明確化】<br>原則5および(注1)(注3)(注4)(注5)<br>原則6(注5)(注6)(注7)                        |
| 方針5              | お客様へのアフターフォローの充実に努めます         | 原則5<br>原則6(注1)  |
| 方針6              | 利益相反の適切な管理を行います               | 原則3および(注)<br>原則5(注1)  |
| 方針7              | 適切な教育・研修体制や公正な業績評価体系を構築します    | 原則2および(注)<br>原則6(注5)<br>原則7【従業員に対する適切な動機付けの枠組み等】および(注)                            |

※1 原則4【手数料等の明確化】について、当社では投資性商品を代理店手数料等の開示対象としていますが、現在、該当する商品を取り扱っておりません。

※2 当社では複数の金融商品・サービスをパッケージして販売・推奨等することがないため、原則5(注2)および原則6(注2)を当社方針の対象としておりません。

※3 当社は金融商品の組成に携わらないため、原則6(注3)および補充原則1～5を当社方針の対象としておりません。

## ● お客様の声の受付状況

当社では、契約いただいたお客様から苦情やさまざまなご意見・ご要望を承っております。これらのお客様の声の受付件数の推移や苦情等の分析により、お客様の声を業務改善につなげられているか、お客様の声を活かした経営ができているかを判断する指標とします。

|        | 2023年度通期 | 2024年度通期 | 2025年度 4月～ 2月          |
|--------|----------|----------|------------------------|
| 苦情受付件数 | 135件     | 142件     | <b>149件</b> (※2月28日時点) |

### 受け付けたお客様の声をふまえ、実施した業務改善点

#### ケーススタディの作成

過去の苦情事例をもとにした研修資料「ケーススタディ」を毎月作成し、各部門で未然防止や再発防止のための論議を行っています。

#### 実施している主な研修

- Web研修 ⇒ 「保険業法300条」、「高齢者対応」、「満期管理について」、「便宜供与」、「利益相反」を実施
- eラーニング ⇒ 三井住友海上社の「サイバーセキュリティ総合研修」、「商品基礎研修（自動車・火災・傷害・新種）」  
あいおいニッセイ同和社の「事故サポート認定制度（基礎・応用）」、「不正競争防止法」、「法令等遵守態勢・情報管理態勢（個人情報・不競法・独禁法）」  
損保ジャパン社の「顧客情報の適切な管理」を受講

受け付けた苦情は、取締役会にて報告しております。また、部門責任者に事案の概要や原因を通知し、全社で共有して議論する体制を整備しています。

## ● 損害保険の継続率

当社で契約いただいている自動車保険および火災保険の満期後にご継続いただいた割合（継続率）を、ニーズに対応した最適な商品サービスのご提供と、分かりやすい情報提供・商品説明ができているかを判断する指標の1つとします。

|         | 2023年度通期 |         |       | 2024年度通期 |         |       | 2025年度4月～9月満期  |                |              |
|---------|----------|---------|-------|----------|---------|-------|----------------|----------------|--------------|
|         | 満期到来件数   | 継続件数    | 継続率   | 満期到来件数   | 継続件数    | 継続率   | 満期到来件数         | 継続件数           | 継続率          |
| 自動車保険   | 15,931件  | 15,012件 | 94.2% | 16,243件  | 15,455件 | 95.1% | <b>9,557件</b>  | <b>9,098件</b>  | <b>95.2%</b> |
| 火災保険    | 3,298件   | 2,784件  | 84.4% | 2,733件   | 2,279件  | 83.4% | <b>3,941件</b>  | <b>3,420件</b>  | <b>86.8%</b> |
| 傷害・新種保険 | 744件     | 671件    | 90.2% | 599件     | 536件    | 89.5% | <b>1,188件</b>  | <b>1,069件</b>  | <b>90.0%</b> |
| 全種目合計   | 19,973件  | 18,467件 | 92.5% | 19,575件  | 18,270件 | 93.3% | <b>14,686件</b> | <b>13,587件</b> | <b>92.5%</b> |

※団体扱いの火災保険は含めておりません

※次回2026年6月に公表します

満期日までに余裕をもってご検討いただくため、現在は満期日の60日以上前のご案内に取り組んでおります。2025年度の目標値を継続率92%以上で設定し、2025年度4月～9月満期分では92.5%となっています。

大和ハウス施工の新築物件（戸建住宅・集合住宅）について、ご契約いただいた火災保険のうち、水災補償を付けられた割合（水災担保付帯率）、地震保険に加入された割合（地震保険付帯率）を把握します。

これらの割合を、ニーズに対応した最適な商品サービスのご提供と、分かりやすい情報提供・商品説明ができていのかを判断する指標の1つとします。

| 事業区分     | 戸建住宅   |        |                  |        |                  | 戸建住宅（木造）             |        |                  |        |                  | 集合住宅   |        |                  |        |                  |
|----------|--------|--------|------------------|--------|------------------|----------------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|--------|------------------|--------|------------------|
|          | 総契約件数  | 水災付帯件数 | 付帯率              | 地震付帯件数 | 付帯率              | 総契約件数                | 水災付帯件数 | 付帯率              | 地震付帯件数 | 付帯率              | 総契約件数  | 水災付帯件数 | 付帯率              | 地震付帯件数 | 付帯率              |
| 2025年度上期 | 1,820件 | 1,125件 | 61.8%<br>(目標60%) | 1,679件 | 92.3%<br>(目標90%) | ※2025年度より戸建住宅（鉄骨）に統合 |        |                  |        |                  | 609件   | 569件   | 93.4%<br>(目標90%) | 314件   | 51.6%<br>(目標60%) |
| 2024年度通期 | 3,652件 | 2,281件 | 62.5%<br>(目標60%) | 3,349件 | 91.7%<br>(目標90%) | 69件                  | 15件    | 21.7%<br>(目標50%) | 68件    | 98.6%<br>(目標95%) | 1,186件 | 1,090件 | 91.9%<br>(目標85%) | 675件   | 56.9%<br>(目標60%) |

※次回は2026年6月に公表します

2025年度より戸建住宅（木造）を戸建住宅に統合します。

2025年度上期は、集合住宅において地震保険付帯率が目標未達となりました。

目標達成に向けて、引き続き、業務運営方針に則り、お客様への分かりやすい情報提供・商品説明を実施し、各事業区分の付帯率向上に努めてまいります。

当社では、生命保険契約成立から一定期間経過した時点で、解約されず契約が続いている割合（継続率＝成立後24カ月、60カ月時点等の契約残存率）を、ニーズに対応した最適な商品サービスのご提供と、分かりやすい情報提供・商品説明ができているかを判断する指標の1つとします。

| 継続率<br>(※1) | 保険料ベース |       |        | 件数ベース |        |       |
|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
|             | M社     | T社    | F社     | A F社  | A S社   | N社    |
| 24カ月        | 96.7%  | 99.5% | 100.0% | 89.7% | 100.0% | 77.8% |
| 60カ月        | 90.7%  | 94.4% | —      | 77.1% | 75.0%  | —     |

※1 AF社・・・10月時点、AF社以外・・・11月時点

| 継続率<br>(※2) | 保険料ベース |       |        | 件数ベース |        |       |
|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
|             | M社     | T社    | F社     | A F社  | A S社   | N社    |
| 24カ月        | 97.5%  | 97.7% | 100.0% | 95.1% | 100.0% | 93.8% |
| 60カ月        | 90.8%  | 93.8% | —      | 88.2% | 80.9%  | —     |

※2 AF社・・・6月時点、AF社以外・・・7月時点

※継続率の算出方法は、保険会社によって保険料ベースと件数ベースに分かれています

※F社およびN社は、60カ月時点の継続率を算出していません

当社では、大和ハウス施工の物件（住宅・集合住宅）の火災保険より無作為に契約を選び、商品説明等が“**分かりやすさ**”のアンケートを実施しています。アンケート回答のうち、説明が「よく分かった」「だいたい分かった」と回答いただいた割合により、分かりやすい情報提供・商品説明ができているかを判断する指標とします。また、いただいたご意見は今後の保険募集における参考とさせていただきます。

【2025年度実施状況】 アンケート95件実施（回答総数：40件）

※2026年度実施分は2027年4月に公表します

| 設問             | 満足     | どちらかといえば満足 | どちらかといえば不満足 | 不満足     | 無回答・その他 |
|----------------|--------|------------|-------------|---------|---------|
| 満足度            | 45.0%  | 52.5%      | 2.5%        | 0.0%    | —       |
| 設問             | よく分かった | だいたいわかった   | わかりづらかった    | 説明がなかった | 無回答・その他 |
| 推奨商品・共同募集の説明   | 27.5%  | 67.5%      | 0.0%        | 5.0%    | —       |
| 個人情報の取り扱いについて  | 40.0%  | 52.5%      | 2.5%        | 2.5%    | 2.5%    |
| 商品の仕組み         | 40.0%  | 55.0%      | 2.5%        | 0.0%    | 2.5%    |
| 保険期間などの説明      | 40.0%  | 55.0%      | 2.5%        | 0.0%    | 2.5%    |
| 保険料の支払いの説明     | 45.0%  | 55.0%      | 0.0%        | 0.0%    | —       |
| 保険金をお支払いできない場合 | 22.5%  | 62.5%      | 5.0%        | 7.5%    | 2.5%    |
| クーリングオフ        | 27.5%  | 62.5%      | 0.0%        | 7.5%    | 2.5%    |

『保険金をお支払いできない場合』を除き、「よく分かった」「だいたい分かった」と回答いただいた割合が90%以上となりました。  
引き続き、わかりやすい情報提供・商品説明を行います。

当社にて契約いただいた後で、お客様のご意向と契約内容との不一致が判明した場合、異例な処理を行うことがあります。異例な処理の件数の増減により、お客様のご意向やニーズに対応した最適な商品・サービスのご提供を判断する指標の1つとします。

今年度は下記事案が発生いたしました。同事案を発生させないよう再発防止に努めます。

2025年 4月～2026年 2月

異例処理 1件

2024年度

異例処理 3件

## 火災保険の引受け誤り

賃借人が法人である建物の火災保険について、賃借人の使用用途の確認を怠ったため、誤った保険商品で保険契約を締結した。

お客様のご意向を正確に把握し、ニーズに対応した商品・サービスの提供を行えるよう、募集品質を日々改善してまいります。

当社社員は、損保大学課程（専門コース）、生命保険応用課程および生命保険大学課程、FP技能検定等の資格取得の推進により、商品知識等の向上に努めています。

これらの資格の取得状況を把握し、商品知識のレベルを判断する指標とします。

| 総従業員数<br>169名（171名） | 損害保険<br>募集人168名（170名） | 生命保険<br>募集人157名（158名） |                     |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
|                     | 大学課程 ※1               | 応用課程                  | 大学課程 ※2             |
| 資格保有者数              | 70名（64名）              | 98名（98名）              | 63名（63名）            |
| 保有率                 | <b>41.7%（37.6%）</b>   | <b>62.4%（62.0%）</b>   | <b>40.1%（39.9%）</b> |

※1：損保大学課程は専門コース認定者のみを集計

※2：生保大学課程は6科目合格者のみを集計

※2026年2月末日現在

（ ）内は2025年12月1日時点

今年度からは、損保大学専門コース資格保有者を増やすべく、取り組みを強化しており、9月時点より保有率が12.7%増加しました。

当社社員に対し、コンプライアンスに関する研修を定期的を実施しています。

研修の回数により、コンプライアンス研修の状況を把握し、コンプライアンスへの知識・意識のレベルを判断する指標の1つとします。

|                   | 2023年度   | 2024年度   | 2025年度4月～2月  |
|-------------------|--|--|--|
| 対象                | 12営業所  | 12営業所  | 12営業所  |
| 延べ実施回数<br>(営業所平均) | 329回<br>(27.4回)  | 335回<br>(27.9回)  | 319回<br>(26.6回)  |
| 内容                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンプライアンス研修 (各営業所実施)</li> <li>・コンプライアンスWeb研修 (全社)</li> <li>・eラーニング (対象の社員)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ケーススタディ研修 (部門ごと)</li> <li>・コンプライアンス研修 (全社)<br/>4月、5月、6月、9月、12月実施</li> <li>・eラーニング (対象の社員)<br/>5月、7月、8月、9月、12月実施</li> <li>・保険会社主催代理店向け研修 (全社)<br/>10月、11月、12月、2月</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ケーススタディ研修 (部門ごと)</li> <li>・コンプライアンス研修 (全社)<br/>4月、6月、9月、10月、1月、3月</li> <li>・eラーニング (対象の社員)<br/>5月、7月、9月、11月、12月、2月</li> <li>・保険会社主催代理店向け研修 (全社)<br/>5月、7月、9月、10月、11月、12月、2月</li> </ul> |

2025年度は、全社を対象にWeb研修を年4回予定、また保険会社のeラーニングを活用した研修を実施しています。また、実際に発生した事案を題材とした「ケーススタディ」を作成し、各部門の議論の内容を全社員へ共有しています。

ご契約から一定年数経過したお客様に対して Q & A 形式の情報提供を行い、契約内容の変更の必要性や保険金請求もれの有無等の確認と手続きを促しています。

この案内件数により、お客様へのアフターフォローの充実レベルを判断する指標とします。

|      |                            |                             |                             |                             |
|------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 発送時期 | 2024年5月20日                 | 2024年6月20日                  | 2025年3月24日～3月26日            | 2025年10月22日～10月23日          |
| 対象契約 | 2021年2月1日～<br>2021年7月31日始期 | 2021年8月1日～<br>2021年11月30日始期 | 2021年12月1日～<br>2022年9月30日始期 | 2022年10月1日～<br>2023年9月30日始期 |
| 発送件数 | <b>4,437件</b>              | <b>3,247件</b>               | <b>7,505件</b>               | <b>6,505件</b>               |

お客様へのアフターフォローの充実のため、ホームページをリニューアルしました。

2025年発送分からは、SMSの活用により、より多くのお客様へリレーションメッセージをご案内しております。

以上