

『お客さま本位の業務運営方針』



2025.7.1 策定

『お客さま本位の業務運営方針』

金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係

原則	対応する方針
原則1:顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等	当該方針に係る取組状況につき、定期的に見直しを実施。
原則2:顧客の最善の利益の追求	方針2/方針3/方針4
原則3:利益相反の適切な管理	方針3
原則5:重要な情報の分かりやすい提供	方針3
原則6:顧客にふさわしいサービスの提供	方針3/方針4
原則7:従業員に対する適切な動機付けの枠組み等	方針1/方針2/方針5

原則4は当社の取り扱う金融商品・サービス等に該当するものでないため、方針の対象としていません。

【お客さま本位の業務運営方針】

株式会社ニューズインシュアランスは、「お客さま第一」を会社運営の基本とし、より良い保険サービスの提供を目指すため、金融庁が2017年に公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」を踏まえ、「お客さま本位の業務運営方針」を策定しました。

以下の運営方針に基づきお客さま本位の業務運営体制を強化するとともに、保険サービスの向上に取り組み、その状況を定期的に見直し、公表してまいります。

※本方針は、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」に対応したものになります。

方針1. お客さまからの「ありがとう」を最大の喜びとする企業文化を醸成します。〔原則7に対応〕

当社は、お客さまからの「ありがとう」の声こそが最大の喜びであり、その「喜び」がお客さまへのより良いサービスを生み出すと考えています。当社の全ての人がこのような価値観を持ち、常にお客さまの立場に立った考えや判断、行動ができるよう、企業文化の構築に努めてまいります。

【主な取り組み】

(1) お客さま本位の業務運営の社内浸透

◇当社の存在意義や目指すべき姿を全社員が共有し、お客さま本位の行動に結びつけるため、企業理念「安心のよりどころ」行動指針「考動力」、価値観「NEWS INSURANCE CORE VALUES」を定めるとともに、理解浸透に努めます。

◇MS社のお客さまアンケートの活用、また日頃の営業活動の中でお聞きするお客さまの声を社内で共有し、上記「企業理念・行動指針・価値観」に対する理解・実践度を定期的に確認、お客さま本位の業務運営の定着度を定量的かつ客観的に把握することで、より一層の浸透を推進していきます。

『お客さま本位の業務運営方針』

(2) 人財育成

◇当社は、お客さまニーズに応えている社員を評価する仕組みを構築し、お客さま本位の行動が実践できる社員育成に努めています。

◇お客さまのニーズを的確に把握し、適切なアドバイスや最適なご提案ができるよう、定期的な教育・研修の実施に取り組めます。

また、階層別の研修、自己啓発の推奨・支援を行うことにより、社員一人ひとりの人財力強化へ取り組めます。

◇保険募集人が遵守すべき法令・監督指針・ガイドライン・業務運営ルールなどコンプライアンスに関する教育・研修を継続して実施します。

◇事故対応能力の向上のため、OJTは当然のこと、上下に関係なく社員同士が教え合う環境をさらに発展進化します。

(3) 内部管理態勢の構築

◇お客さま本位の業務運営の定着を図るため、各保険会社の各種自己点検システムを活用し、法令遵守ならびに保険募集プロセス等募集管理全般の有効性・適切性の評価、検証を行います。

◇発見された課題や問題点について改善策を検討・実行し、適正かつ自律した内部管理態勢の構築・強化に努めます。

方針2. お客さまの声に真摯に耳を傾け、日々のご対応や経営の改善に活かします。〔原則2, 7に対応〕

当社は、お客さまからの「ありがとう」の声はもちろん、お叱りやアドバイスの声まで幅広く真摯に受け止め、原因を分析し、迅速・適切に対応するとともに、積極的に事業活動に活かしていくことで、お客さまにご満足いただけるサービス品質の向上に努めます。

【主な取り組み】

(1) お客さま満足向上に向けた取り組み

◇当社では保険会社が実施するお客さまアンケートの結果を分析し、事業活動の検証・振返りを行い、お客さまの声を品質向上に最大限活かしていくように取り組めます。

『お客さま本位の業務運営方針』

(2)お客さまの声を経営・品質向上に活かす取組み

◇お客さまからの「ありがとう」の声を最大の喜びとし、その喜びを社内で共有・共感するため、ポータルサイトに「ありがとう」の声を投稿・共有できる仕組みを構築しています。

◇ご不満のお声に対しては、スピーディーかつ適切に連携・管理しています。案件の解決だけで終わらせることなく、全社での再発防止徹底という次なる課題に繋げ、品質向上に努めています。

方針3. お客さま一人ひとりにとって最適なサービスをご提案し、わかりやすい言葉・方法でご説明します。〔原則2, 3, 5, 6に対応〕

当社は、お客さまの「不安」を「安心」に変え、お客さまにとっての安心のよりどころとなることが、保険代理店としての使命だと考えます。その使命を果たすため、常にお客さまの立場に立って考え、お客さまの想い(ニーズ)を把握し、保険の枠に捉われず、お客さま一人ひとりにとって最適な解決策をご提案します。また、保険募集にあたっては、お客さまにとって重要な情報をわかりやすく、丁寧にご説明し、ご提案する保険商品の特性に応じて、十分な情報を提供することに努めます。

【主な取組み】

(1)お客さまのニーズに基づく商品・サービスのご提案

◇当社では、当社の行動指針や、当社がご提案できる商品・サービスおよびご提案の流れについてご説明のうえ、お客さまのご理解を得られてから、具体的なご相談を実施いたします。

◇お客さまの顕在的なニーズだけではなく、潜在的なニーズを把握するよう努め、これらを踏まえた商品やサービスをご提案します。

(2)適切な保険募集プロセスの確立

◇お客さまのご意向把握、比較推奨販売方針・重要事項のご説明などを適切に実施し、契約の締結または加入の適否を判断するために必要な情報をわかりやすく丁寧に説明します。

◇保険商品のご提案にあたっては、パンフレットやパソコン画面を活用し、わかりやすい説明に努めます。

『お客さま本位の業務運営方針』

(3)お客さまの特性に応じた対応

◇ご高齢のお客さまに対しては、対応ルールを定め、複数回の丁寧なご説明の実施や、必要に応じてご親族に同席いただくなど、正しくご理解いただくように努めます。

◇障がいのあるお客さまに対しては、合理的な配慮を心掛け、柔軟かつ丁寧な対応を行います。

方針4. お客さまの暮らしに寄り添い、ご契約後も末永くサポートします。〔原則2, 6に対応〕

当社は、ご契約後の「アフターサービス」をしっかりと続けることにこそ、保険代理店の存在価値があると考えます。したがって、ご契約後も、ご契約内容の適切な見直しや、もしもの時の事故対応のお手伝い、お客さまにとって有益な情報を提供し続けることにより、お客さまの暮らしに寄り添った、末永いサポートに努めます。

(1)お客さまの「暮らし」に寄り添ったアフターサービス

◇お客さまご自身やご家族の環境変化等に伴い、適切な補償(保障)になっているかのご確認および見直しのご提案を行います。

◇お客さまが万一事故に遭われた際は、保険会社担当者と連携し、迅速な解決に向けた適切なアドバイスや保険金支払いに向けたサポートを行うなど、お客さまに寄り添った対応に努めます。

(2)大規模自然災害に備えたサービス・態勢整備

◇ご契約満期到来時や災害発生時などお客さまと連絡がとれない場合に、あらかじめ登録いただいたご家族などに連絡することで安否確認や契約手続き漏れを防止するサービスを提供し、登録を推進しています。

◇地震や台風など大規模自然災害が発生した際に、当社から被災地域のお客さまへ連絡し、被害状況の確認や保険金請求に向けたサポートを行う「お見舞いコール」の実施を推進しています。

(3)お客さまを末永くお守りするための態勢構築

◇当社のお客さまのお住まいや所在地は全国にわたり、問題なく対応させて頂いています。状況によっては現地へ向かうことも厭わず活動しています。一方、お客さまのご要望に合わせて、お客さまのご了承のもと、全国代理店ネットワークを活かし、転居先お近くの、想いを一にする代理店に引継ぎ、変わらぬサービスをご提供する態勢を整えています。

『お客さま本位の業務運営方針』

方針5. 地域に根差した代理店として、社会貢献に取り組んでいきます。〔原則7に対応〕

当社は、保険という公共性の高い商品を扱う会社だからこそ、企業としての社会的責任を率先して果たすべきと考えます。保険商品の販売を中心としたサービスのご提供により、様々なステークホルダーの「安心・安全・健康」をサポートすることで社会貢献を果たすとともに、地域活動やボランティア活動を積極的に行い、地域に根差した代理店を目指します。

SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向け、当社事業の特性を活かした取組みを積極的に行ってまいります。

(1) 本業を通じたCSR活動

◇お客さまの生活や事業活動に潜むリスクを適切に把握し、最適な解決策をご提案することで、保険代理店としての本業を通じた社会貢献を果たしていきます。

◇MS社が提供する、各種の『補償前後のソリューションをお客さまにご案内し、事故防止、早期復旧に寄与します。』

(2) 社会貢献に向けた取組み

◇当社が運営する『絵本の森 ニューズブックス』により、心豊かで元気のある、地域の文化力の向上に寄与します。

◇全社員が認知症を理解し、「高齢者にやさしい会社」を目指します。

◇社会貢献に積極的に取組み、「地域に根差した会社」を目指します。

◇紙の使用量削減のため、eco証券・web約款・口座振替ペーパーレスの推奨等に取り組む、「環境にやさしい会社」を目指します。

<表1:金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係>

『お客さま本位の業務運営方針』

当社が定めるお客さま本位の業務運営の定着状況を評価するための指標（KPI）は以下のとおりです。
★印の各項目の指標は数値実績（2025.3.31現在）を公表します。それ以外は内部管理上用いる評価指標として活用してまいります。

方針	主な取組み	指標（Key Performance Indicator）
1	(1)	MS1「お客様の声」の状況
		MS社が実施するお客さまアンケート（推奨度割合）★8以上 91%
	(2)	MSカレッジ／SJ e-ラーニング／TN e-ラーニング受講状況／損保大学認定取得者数★5名
	(3)	各社自己点検結果
2	(1)	MS社が実施するお客さまアンケート（ご意見欄他各設問）
	(2)	MS1「お客様の声」の状況
3	(1)	MS1 Brain 分析おすすめ活動率／早期更改率
		還流率（自動車）／キャッシュレス率／クレカ払率
		車両セット率／ドラレコセット率／レンタカー特約セット率
	(2)	デジタル手続き率（自動車）／かんたんモード・ネット計上率（火災）
		Brain Video 活用率
	(3)	親族連絡先登録制度（家族Eye）登録状況
4	(1)	自動車保険継続率／生命保険継続率（IQA24ヶ月・IQA60ヶ月）／Web事故受付率
		MS1「お客様の声」の状況
		MS社が実施するお客さまアンケート
	(2)	GKオールリスク化率／地震セット率
		親族連絡先登録制度（家族Eye）登録状況
5	(1)	各種目損害率
	(2)	Eco証券選択率／Web約款選択率／読み聞かせイベント（毎月開催）