

# お客様本位の業務運営に向けた 取り組み状況についてのご報告 (2020年9月度)

当社が2017年6月に策定いたしました「お客様本位の業務運営に関する方針」および「お客様本位の業務運営に向けた取り組み」につきまして、2019年度(2019年10月～2020年9月)の取り組み状況を主要成果指標(KPI)と共にご報告いたします。

今後も、「最適・快適な購買環境で、簡単便利に保険をご購入いただく」ことを基本理念とし、常にお客様の利便性と満足を追求しながら、新たな保険販売の在り方を創造して参ります。

2021年2月  
株式会社アドバンスクリエイト



1. 当社が考える「お客様本位の業務運営」とは ……3P
2. お客様満足の向上への取り組み ……8P
3. 人材育成・生産性向上への取り組み ……14P
4. コンプライアンス体制強化への取り組み ……18P
5. 当社が独自に定める主要KPI(成果指標) ……23P

※主要KPIを除く各種の数値は直近、または集計可能な最新のものを採用しております。

# 1. 当社が考える「お客様本位の業務運営」とは

---

## ～当社の基本理念～

「最適・快適な購買環境で、簡単便利に保険を購入いただく」

当社は創業以来、基本理念に基づき「新たな保険流通市場の創造」を実現すべく、精励して参りました。

『保険を「売りに行く」ものから「買いに来ていただく」ものへ』

||

新しいライフスタイルの確立

このようなコンセプトのもと、「保険市場」を当社の統一ブランドとしております。

これまでの保険販売の概念を変え、日本中のあらゆる保険商品と「賢い消費者」であるお客様との間に新たな流通市場を創造し続けることこそが、「お客様本位の業務運営」とであると当社は考えております。

# 1 当社が考える「お客様本位の業務運営」とは（当社の歴史について）

当社は「人とテクノロジーを深化させ、進化させる会社」を標榜して参りました。

- ・消費者のライフスタイルへの変化にともなって保険を買うライフスタイルを進化させてきた歴史
- ・最先端のテクノロジーと当社独自のノウハウを融合することによりマーケティング手法を深化させてきた歴史

1997年  
ポスティング開始



2004年  
保険ショップの展開



2007年  
Webマーケティング



2013年  
コンサルティングプラザ



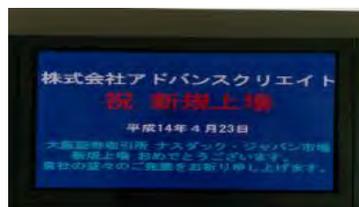
2016年  
メディアレップ事業



2020年3月  
オンライン面談



1995 2004 2009 2013 2020



2002年  
大阪証券取引所  
ナスダックジャパン上場

2002年  
メディア事業



2008年  
再保険事業



2016年  
東京証券取引所一部指定

2018年  
ASP事業

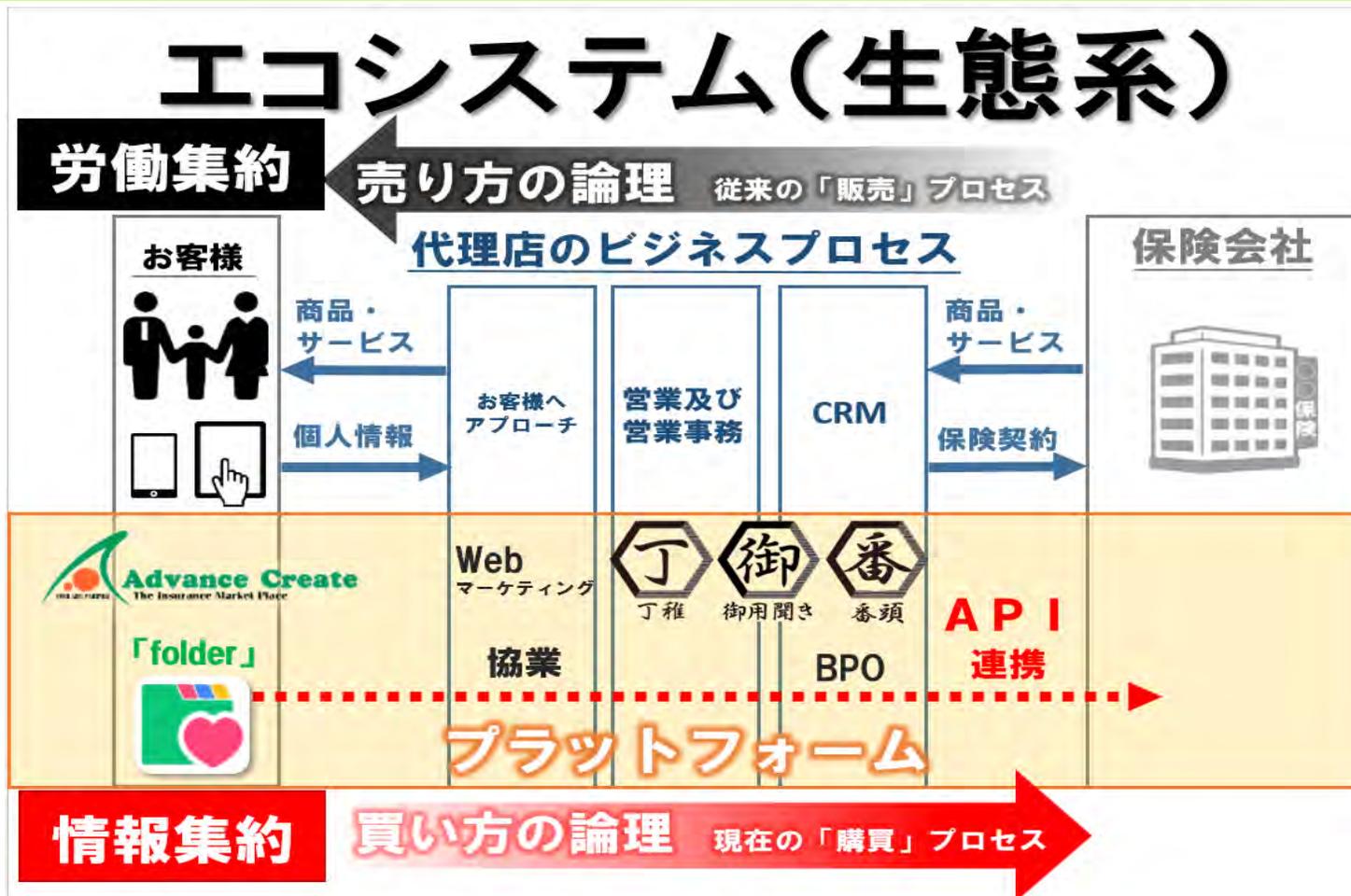


# 1 当社が考える「お客様本位の業務運営」とは（事業戦略について）

基本理念・当社の歴史をふまえて、当社が推進する事業戦略である「エコシステム」と「OMO」についてご説明します。

## エコシステム(生態系)

当社はおお客様の購買意欲を発端とし、自分で選び、自分が望むスタイルでスピーディーに保険商品を購入できるシステムを作ることが、お客様、保険代理店、保険会社にとっても最適な環境「エコシステム※(生態系)」であると考え、そのためのプラットフォームを構築してまいります。



※エコシステム(生態系)とは、ある一部の地域や空間において、動植物が互いに依存して生態を維持する状態を指します。

- 丁稚 (DECHI)  
各保険会社の保険料試算・申込システムに、お客様の基本情報を一括入力することができる申込情報の共有システムです。営業社員の入力時間とお客様にお待ちいただく時間を短縮できます。
- 御用聞き(GOYOUKIKI)  
当社のデータベースマーケティングを支えてきた「顧客管理システム」です。お客様情報の管理のみならず、保険業法に対応する意向の把握～登録機能、社内通達等グループウェア機能から各種集計機能までシステムで一元管理することができます。
- 番頭 (BANTO)  
お申込みいただいた契約の成立状況や、既契約の異動情報を自動的に保険会社システムに照会し、顧客管理システムに入力します。営業社員の照会作業を短縮し、契約確認などをよりスムーズに行えます。

※「folder」については10ページに詳述しております。



## 2. お客様満足の上向への取り組み

---

### ①「オンライン」の利便性向上

当社が運営するWebサイト「保険市場」は、各種保険の「人気ランキング」や、ネット保険を一括で比較できる「一括見積りサービス」など、多様なニーズにお応えするコンテンツを豊富に取り揃えております。

#### ●WEBサイトの充実

より幅広い選択肢からお客様にとっての最適な保険をお選びいただけるよう、取扱い可能な保険会社、保険商品の拡充に努めております。

取扱い保険会社数

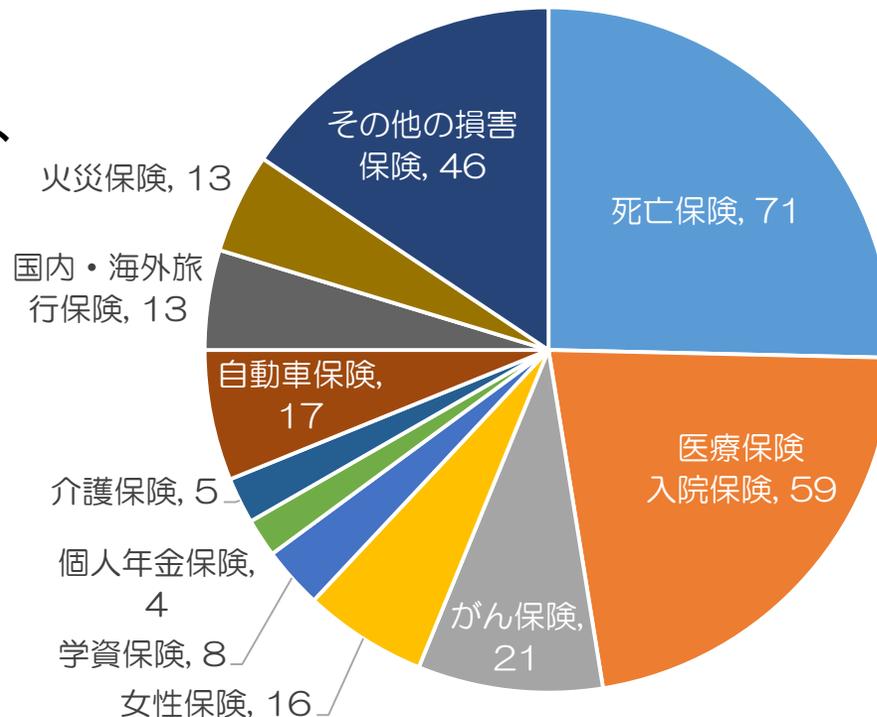
87社

(2021年2月1日現在)

WEBサイト掲載保険商品数

271商品

(2021年2月1日現在)



#### ●「チャット」「LINE」で相談

チャットコミュニケーションや「LINE」での相談窓口など、お客様にとっての利便性を重視し、お気軽にご相談いただける環境を提供しています。



## 2 お客様満足の上への取り組み

### ①「オンライン」の利便性向上



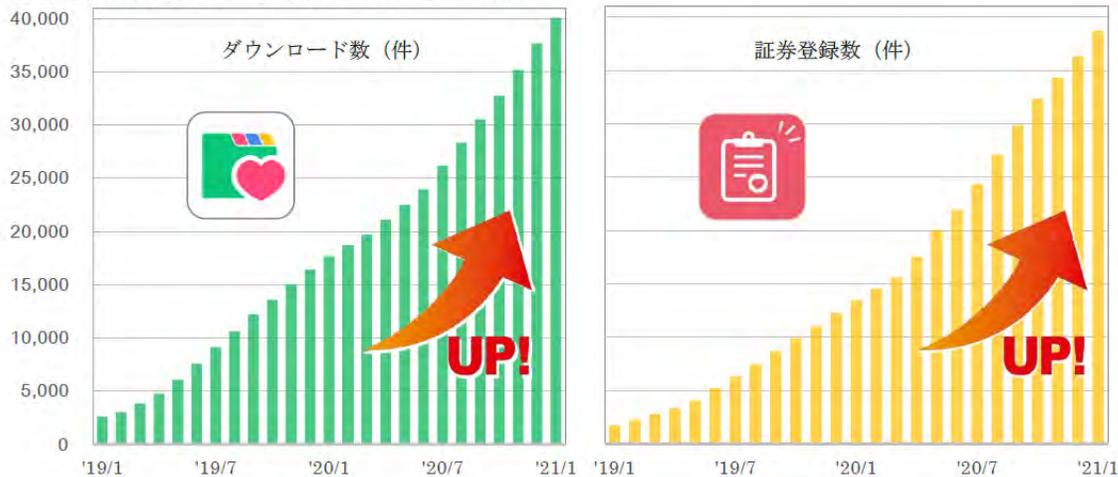
folder

#### ● 保険証券管理アプリ「folder」

万が一を想定した金融商品である「保険」がお役に立てるよう、2018年9月に保険証券管理アプリ「folder」を開発しました。単に保険証券を管理するだけでなく、ご家族や大切な人と保険証券を「共有」でき、契約している保険会社との連絡先連携機能などを備え、お客様のお声を反映させながら、日々改善を重ねています。



■ 証券管理アプリ「folder」のダウンロード数推移



### folderアプリ機能

- ・保険証券管理 / 自動データ化
- ・家族共有機能
- ・死亡保障分析機能
- ・教育費・年金シミュレーション機能
- ・チャット機能
- ・御用聞き連携機能
- ・満期案内機能
- ・保障見える化(あんしんバロメーター)
- ・資料共有ボックス機能

アプリ ダウンロード数

40,392件

登録保険証券数

39,087件

※ともに2021年1月末時点

## 2 お客様満足の上への取り組み

### ②高品質な「オフライン」環境 ～保険市場コンサルティングプラザ～

コンサルティングプラザ「保険市場」は、都市の公共交通機関に隣接した「ランドマーク」ビル内にあり、お客様のプライバシーに配慮した相談スペースとなっております。

また、キッズスペース、授乳室やおむつ交換スペースを備え、お子様連れのお客様もゆっくりとご相談いただける環境を整備しております。2020年3月よりコンサルティングプラザの高品質なサービスをご自宅で体験いただける「オンライン保険相談」サービスを開始しました。2020年5月に横浜コンサルティングプラザを増床リニューアルオープンしております。

### コンサルティングプラザに関するお客様の声 (申込後アンケートより、店舗環境に関する声を抜粋)

- ・丁寧な分かりやすい説明で保険の見直しもでき、来店して良かったです！授乳室が完備しており、中もすごく綺麗で授乳クッションまで用意してあったのがすごく助かりました！赤ちゃん連れで不安でしたがゆっくり話を聞いて良かったです。(本店コンサルティングプラザ)
- ・店舗の内装・装飾も落ち着いた雰囲気、スタッフの方々の対応やドリンクサービスなどもあり、リラックスしながら、疑問点などをはじめ、ゆっくりと質問・相談する事が出来ました。(福岡コンサルティングプラザ)
- ・落ち着いた雰囲気の中、大変丁寧に相談に乗って頂きました。中央のキッズスペースで遊ぶ子供の姿を見ながらお話しできたのも、良かったです。(東京コンサルティングプラザ)



大阪:4支店、札幌、仙台、東京、横浜、名古屋、神戸、福岡:各1支店・・・全11支店  
(2021年1月1日現在)

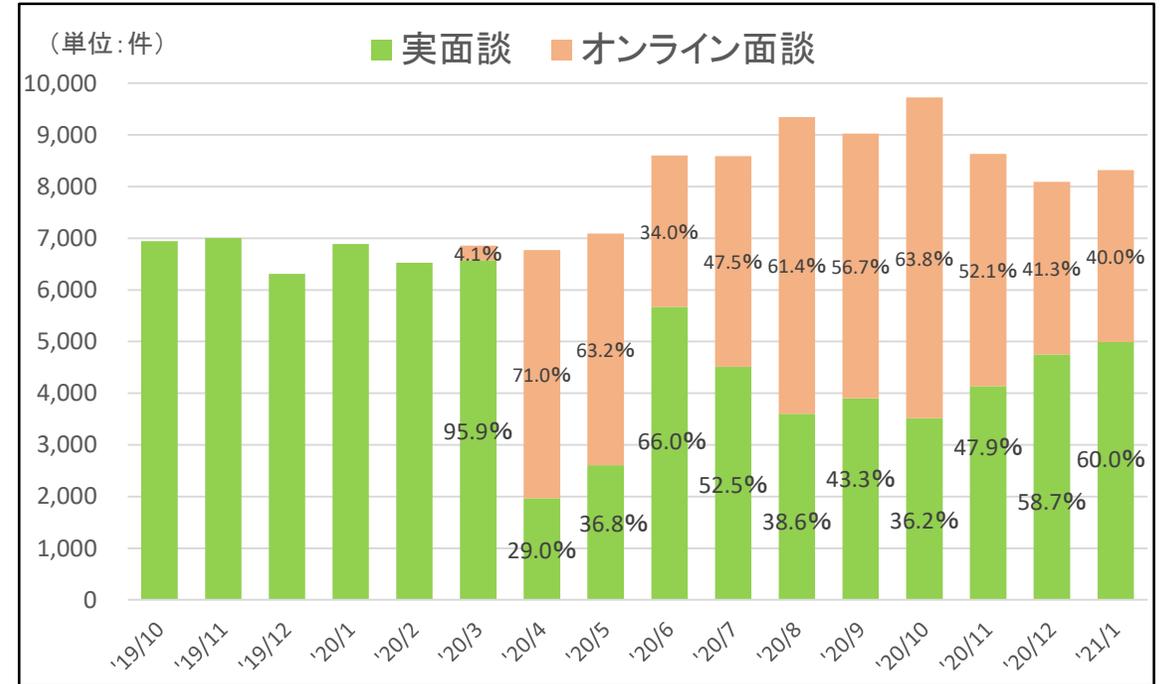
### ③オンライン保険相談サービスの開始

5G時代の到来を睨んで、従前より対応を進めてきた「**オンライン保険相談**」サービスを2020年3月から開始しております。対面相談と同水準のサービスを実現し、新型コロナウイルス感染症の拡大を防止しながら、真にお客様の役に立つ情報の提供とコンサルティングの実現を図っております。

#### オンライン保険相談に関するお客様の声 (申込後アンケートより抜粋)

- ・遠隔地のためネットでの相談でしたが、窓口で相談するのと変わらない相談ができて安心しました。(名古屋コンサルティングプラザ)
- ・オンライン相談は、今回が初めてでしたが、思っていたより会話がスムーズでした。とても便利でした。便利なアプリも教えて頂いたので有意義な時間でした。(あべのハルカスコンサルティングプラザ)
- ・説明を聞きながらon timeで設計書を見られるのはコロナ禍には適したサービスです。(横浜コンサルティングプラザ)
- ・対面だと契約しなくてはいいのではないかと思います、オンラインで面談しました。オンラインでも対面と全く問題なく理解でき、説明、言葉遣いも大変丁寧で感動しました。送られた資料に目を通し、契約に進みたいと思います。(福岡コンサルティングプラザ)

### アポイント取得件数の推移



### ④オンライン保険相談システムの開発・運用開始

2020年3月のサービス開始以降、**30,000件以上**(2021年1月末現在)のオンライン保険相談を行ってきた当社が、**保険相談に特化したビデオ通話システム機能を新たに独自開発**しました。オンライン保険相談サービスを利用されるお客様の多くがスマートフォンを使用されていることから、スマートフォンの小さな画面でも、保険の詳細で多岐にわたる資料の閲覧を可能とし、保険募集の透明性確保の観点から、商談内容を自動で録画・録音する機能を設けるなど、30,000件以上のオンライン保険相談を行ってきた当社ならではの知見を結集し、社内で独自開発したビデオ通話システムとなっております。



※画面は開発中のものにつき、実際の仕様とは異なる場合があります。

### 3. 人材育成・生産性向上への取り組み

---

#### ①生産性向上にむけて

##### ●コンサルティングプラザの交代制勤務全廃

当社の全コンサルティングプラザ(支店)は、2019年3月まで、土日祝日もスタッフが交代制勤務を行い営業しておりましたが、2019年4月より、全コンサルティングプラザ(支店)において、交代制勤務を廃止し、平日のみの営業としております。

当社支店はあくまで「組織一体」となり、1人1人のお客様に対する「最高のサービス」を提供することを重視しております。社員がメリハリのある働き方をすることで、お客様へのよりきめ細やかなサービスの実現に寄与できると考えております。



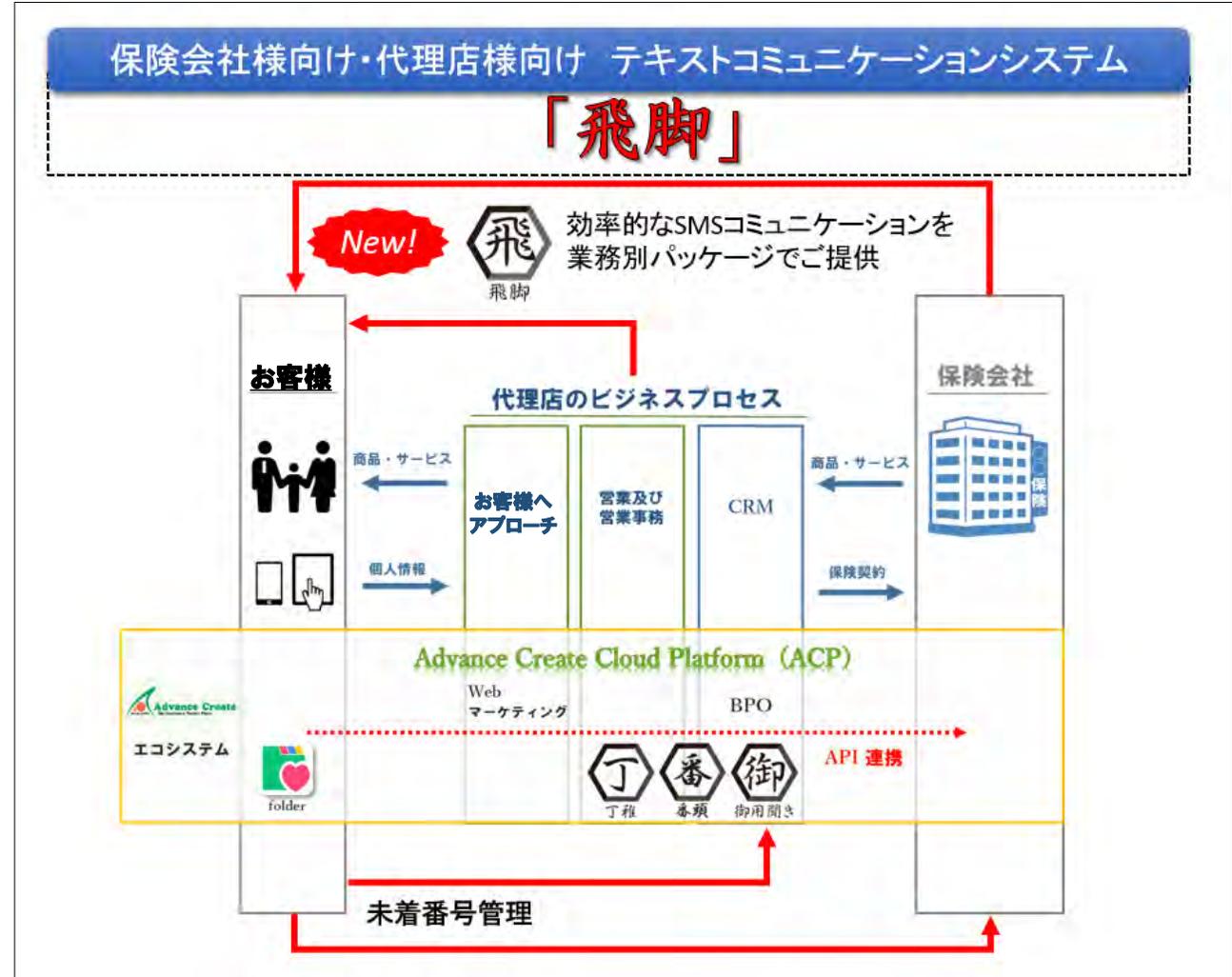
①生産性向上にむけて

●共通プラットフォーム(ACP)の連携推進

保険会社様と乗合代理店を結んで運用する「共通プラットフォーム」・ACP(Advance Create Cloud Platform)を開発し、当社のみならず、当社と提携関係にある代理店様にも順次導入いただいております。当社が長年使用し、改良を重ねてきた顧客データベース「御用聞き」と、共通プラットフォームでの連携システムである「丁稚(DECHI)」や「番頭(BANTO)」「飛脚(HIKYAKU)」により、お客様、保険会社様、提携代理店様、それぞれの立場で事務手続きの大幅な軽減を実現します。

●飛脚(HIKYAKU)

お客様とのテキストコミュニケーションを当社が代行し、安価でスピーディにSMS等を発信するサービス(AI CROSS株式会社と開発)です。お客様との接触を、お客様にとって親しみやすい手法で行いながら、保険業界全体の業務効率改善に貢献します。



※ACP連携に対応した保険会社数14社  
(2020年12月1日現在)

## ②人材育成

当社は、従来より人材育成こそが企業の根幹と位置付けております。「愛情の経済的表現手段」ともいえる「保険」を販売するにふさわしい知性と品性を兼ね備えた人材を育成していくことが、お客様に対する適切な保険募集、最高のサービスにつながると考えております。当社は役職員の自己啓発を促進する制度を設け、「主体的に学ぶ人材」の育成に取り組んでおります。

### ●自己啓発の補助制度について

#### 【自己投資支援手当】

2016年度から新たに導入。入社(社会人経験)1年目～3年目の社員に、読書や通信教育等の自己投資支援として、月額一定額を支給

#### 【自己啓発補助制度】

資格取得等のための教材やスクールなどの費用を補助

#### 【通信教育制度】

127コースから選択。一定条件で修了すれば受講費半額を補助



(参考)

ファイナンシャルプランニング技能士  
(2級以上)資格取得率

89.7%

※コンサルティングプラザ所属の社員に限る  
※入社3年未満の社員は除外  
※2020年11月末時点

### ●教育研修実績

研修区分	2019年度
①階層別研修	10
②職能別研修	13
③コンプライアンス研修 (①②の研修内で実施されたコンプライアンス研修を含む)	43

今後も、当社の基本理念の浸透、倫理観の醸成、専門性の向上を軸とした教育研修を継続して参ります。

※2018年度に制定した「管理職登用制度」により、随時アセスメントを実施しています。適性のある管理職が各部署において正しく社員教育を行えるよう、社長室において継続的に指導を行っています。

## 4. コンプライアンス体制強化への取り組み

---

### コンプライアンス体制

当社は、コンプライアンスを経営の最重要課題の一つと位置付けており、組織としてのコンプライアンス体制確立への取り組みを明確にすべく以下のように「コンプライアンス基本方針」を定めております。

#### 「コンプライアンス基本方針」

当社は、コンプライアンスの実践を経営の最重要課題の一つと位置付け、コンプライアンスの徹底は当社の経営の基盤であることを強く認識し、企業活動において求められるあらゆる法令等の遵守はもとより、当社の行動指針である「スピード」・「信用」・「気配り」に従い「凡事徹底」を実践した誠実かつ公正で透明性の高い企業活動を遂行します。

#### ●コンプライアンス関連研修の実績(2019年度)

研修区分	対象者区分	主な研修内容	実施回数
コンプライアンス研修(全社員)	全社員	告知の重要性、重要事項説明、個人情報の取扱い インサイダー取引規制、ハラスメントなど	18
コンプライアンス研修(階層別)	新入社員・管理職・特定階層 役員	(新入社員)企業規律、職業倫理、保険募集基礎など その他階層に応じたコンプライアンス研修を実施	9
コンプライアンス研修(職能・部門別)	営業部門 (支店・コンタクトセンター)	重要事項説明研修、お客様の声・モニタリング結果の フィードバック研修など	16
合計			43

### コンプライアンス体制

#### ● 募集状況モニタリング体制

当社では、適切な保険募集が行われているかの確認と、保険募集品質の向上を目的として「募集状況モニタリングマニュアル」を制定し、コンプライアンス部が保険募集状況のモニタリングを行っております。

下記の通り、様々な角度から保険募集のモニタリングを日々実施し、指摘事項や好事例のフィードバックを細やかに行うことで、継続的に募集品質の向上に取り組んでおります。

区分	モニタリング対象	モニタリング主項目
募集状況モニタリング	顧客対応履歴(データベース)チェック	意向把握や比較推奨が適切に記録されているか
	申込後アンケート(ハガキ、WEB、SMS)	申込内容についてご理解いただいているか、不明点はないか
	モニタリングコール(早期消滅契約等)	早期消滅契約について不手際や不適切な説明がなかったか
	重要事項説明時の録音チェック	重要事項説明を漏らさず、ご理解いただけるように説明しているか
	オンライン面談チェック	商品提案や申込受付にて不適切な説明、行為がないか
通話・テキストコミュニケーションモニタリング	アポイント取得時の通話ログ	アポイントに際し必要な内容をお伝えしているか 不適切な表現や誤案内はないか
	ライブログ	
	テキストコミュニケーションログ	
その他	社員の理解度モニタリング(CMS研修)	年間策定したコンプライアンステーマについて研修と理解度テストを実施(月に1回)

### コンプライアンス体制

#### ● 役職員に対する適切な動機付け

当社は全ての正社員を総合職にて採用しており、事業戦略と社員の適性を総合的に鑑みながら、積極的なジョブローテーション(本社・支店間の人事異動)を実施しております。したがって、給与体系においても、全社統一の「固定給制」を採用しております。

これにより、営業部門の役職員に対しては、個人の営業インセンティブではなく、あくまで「保険市場の社員」として、お客様にとって最適で高品質なサービスを提供することを最優先とするような動機付けを行っております。

また、「機会均等」「信賞必罰」「敗者復活」の人事三原則のもと、業績のみに偏らず、誠実性や企業文化に対する理解度等も評価する人事考課制度を導入しています。

加えて、お客様からのご不満のお声や事務過誤の発生状況を募集人ごとに検証したうえで、それらの保険募集品質や事務品質を人事考課と連動させることにより、適切で高品質な業務を遂行させるための動機付けを行っております。



## コンプライアンス体制

### ●情報セキュリティ管理体制

当社では、保険代理店事業を営む企業として、個人情報の保護を最重要課題と考え、従来より情報セキュリティレベルをさらに高めるための取り組みを実施しております。

#### 【取り組み内容】

- セキュアプリンタの導入
- 複合機の監視カメラの設置
- クライアントPCの操作ログの定期的な確認
- 標的型攻撃メールに対する訓練(継続実施)
- 情報セキュリティの注意喚起のための定期的な「情報セキュリティ通信(社内啓蒙広報物)」の発行など

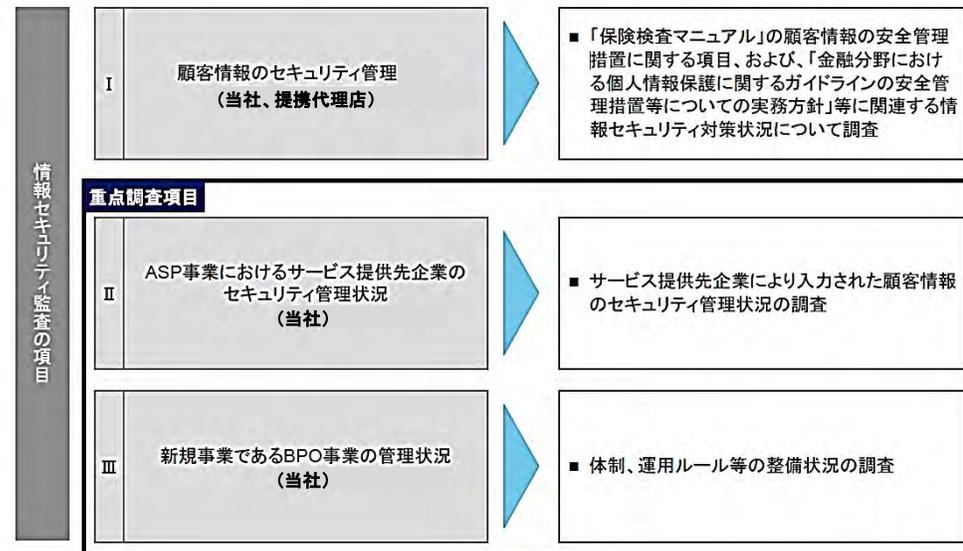
情報セキュリティ監査の項目と重点調査項目

#### ✓ 第三者による評価

2012年より継続して、当社および提携代理店の情報セキュリティ管理体制について独立した第三者の立場による評価を受けるべく、有限責任監査法人トーマツによる情報セキュリティ監査(助言型)を受けております。

今年度は、BPO事業およびASP事業におけるサービス提供先企業における情報セキュリティ管理状況を重点調査項目に加えております。

※BPO・・・ビジネスプロセスアウトソーシング  
 ※ASP・・・アプリケーションサービスプロバイダ



## 5. 当社が独自に定める主要KPI(成果指標)

---

### 当社が独自に定める主要KPI

当社はこれまで挙げた各取り組みについて実質が伴うように継続しつつ、お客様のニーズに最適に対応できるよう、これらの取り組みを常に新たに進化させて参ります。

そして、各取り組みが実質を伴い、定着しているかの度合いを客観的に評価できるようにするために、当社独自の成果指標(KPI)を以下のように定めております。2019年度の指標結果の概要は下記の通りであり、次ページ以降に詳細を記載しております。

#### ①保有契約

2019年度においては、2018年度対比で**6.4%増の579,724件**となり、当社を選んでいただけるお客様を着実に増やすことが出来ております。今後もさらにお客様満足と保険募集の品質を高めて参ります。

#### ②ご意向の合致度

2018年度:98.4% → **2019年度98.4%**と、前年と横ばいの結果となり、オンライン面談の比率が高まる中においても、ご意向の合致度は前期と同様に高水準で推移しております。今後もお客様のご意向を細やかにヒアリングし最適な商品を提案して参ります。

#### ③ご契約継続率

2019年度においては、2018年度対比で**算出対象期間のそれぞれについて継続率を高めることが出来ました**。担当支店を中心に行う積極的なアフターフォローの結果であると考えております。今後も定期的なアフターフォロー等を実施し、末永く当社にてご契約を継続いただけるよう努めて参ります。

#### ④お客様の声

2019年度後半からはオンライン面談直後のアンケートを新たに実施したことでより多くのお客様の声を収集することに努めました。その結果、**件数は2018年度対比で12%増の3,176件**となり、内容の構成比はお褒めの言葉からご不満に至るまで、2018年度と同水準の結果となりました。今後もより多くのお客様の声を収集し、お客様対応の改善や相談環境の品質向上に努めて参ります。

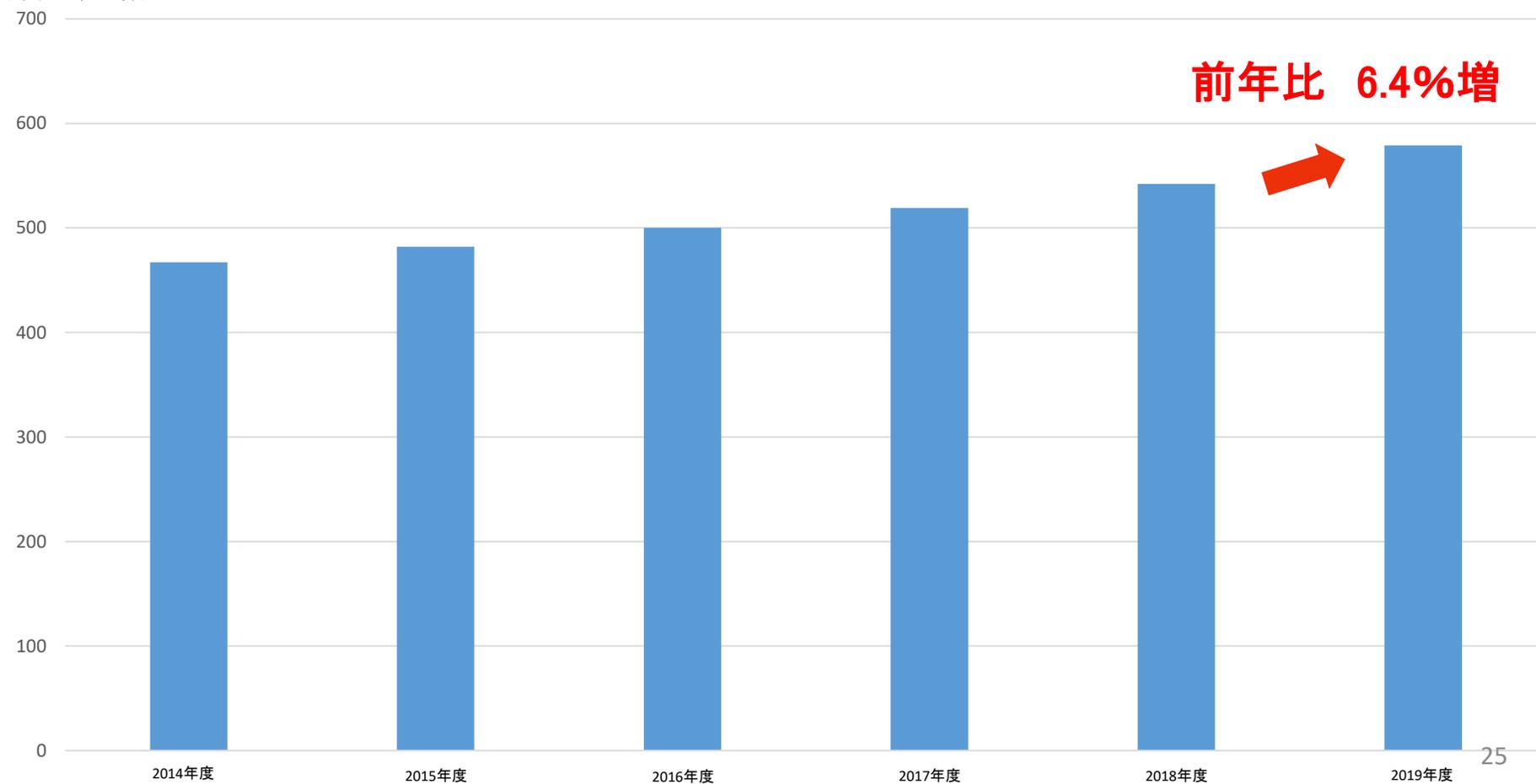
### ①保有契約件数

より多くのお客様に選んでいただき、一生のお付き合いをしていただけることが、当社の保険募集の品質に対する評価であると考えております。

# 579,724件

※2020年9月末現在

(単位: 1,000件)



### ②ご意向の合致度

当社では、従来より保険募集品質向上のために、お申込みをいただいたお客様から、アンケートを頂戴しております。このアンケートを通じて、お客様の申込みされた保険商品がご意向と合致していたかを確認し、相違があった際は、お客様へのヒアリング、保険募集プロセスの確認を行い、品質向上に取り組んでおります。

#### Q お申込みいただいた保険商品は、最終的なご希望に沿ったものとなっていますか？

	2017年度	2018年度	2019年度
到着件数	2,602	3,490	3,801
「はい」の数	2,564	3,434	3,740
ご意向合致度	98.5%	98.4%	98.4%

※質問の回答が「いいえ」だったお客様に対しては、コンプライアンス部において、お客様との対応履歴を確認のうえモニタリングコールを実施しております。そこで、ご希望に沿っていない点を詳細におうかがいし、ご不明点・ご不安点について改めて説明を行うことで、最終的に、ご意向との一致を確認しております。

### ③ご契約継続率

当社では、お客様のニーズや環境が変化する中で、お客様に合った保険商品をお選びいただき、必要な保障を継続してお持ちいただけるよう努めております。

	2018年度	2019年度
契約13ヶ月目	94.2%	95.7%
契約25ヶ月目	91.1%	93.1%
契約37ヶ月目	89.1%	91.5%

【継続率の算出について】※2018年度より算出基準を変更しているため2017年度の報告を記載していません。

当社では、保険商品の改定や新商品の発売に伴い、より良い商品に見直したいというお客様のニーズに応える中、保険商品が変わっても代理店として当社を選び、ご契約を継続していただけるお客様の人数で、ご契約継続率を算出しております。

算出基準(2019年度)

- ・契約13ヶ月目継続率: 契約日が2018年10月から2019年9月の契約があるお客様の、13ヶ月目の当社有効契約残存率
- ・契約25ヶ月目継続率: 契約日が2017年10月から2018年9月の契約があるお客様の、25ヶ月目の当社有効契約残存率
- ・契約37ヶ月目継続率: 契約日が2016年10月から2017年9月の契約があるお客様の、37ヶ月目の当社有効契約残存率

※2018年度については、上記の期間のそれぞれ1年差し引いた期間での継続率となります。

### ④お客様の声

当社は「お客様の声」を、以下のように定義しております。

①お客様からのご不満・ご指摘      ②お客様からのご意見・ご要望      ③お客様からのお褒めの言葉

「お客様の声」は広く収集され、日次で全件を代表取締役社長、一部の役員・関連部署に共有しております。特にご不満に関しては、重要度やリスクの高い事案は、3カ月に一回開催される「コンプライアンス委員会」(議長:代表取締役社長/社内取締役・一部の監査役も出席)にて報告されます。現場の課題を正確に把握すると共に、経営として再発防止・改善に取り組んでおります。

### 【お客様の声受付状況】

	2017年度		2018年度		2019年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
お褒めの言葉	58	6%	1,887	67%	2,230	70%
ご意見・ご要望	256	24%	285	10%	210	7%
ご不満・ご指摘	733	70%	648	23%	736	23%
合計	1,047	100%	2,820	100%	3,176	100%

2018年度から、申込後アンケートにお客様のコメント欄を追加し、またWEBアンケートからもお声の収集を新たに開始した結果、多くのお褒めの言葉をいただきました。いただいたお声はお客様から当社への期待であると捉え、更なるサービスの向上に努めて参ります。

## お問い合わせ先

---

株式会社アドバンスクリエイト  
コンプライアンス部  
TEL:06-6204-1193(代表)