

顧客本位の業務運営方針

(フィデューシャリーデューティー方針)



ARICE ホールディングス グループ

株式会社 A.I.P

2014年6月1日制定

2014年7月1日施行

1. フィデューシャリー・デューティー方針

弊社の業務に関しては「保険を売る会社からお客様を守る会社へ」の大方針に基づいて、理念に定めるところの「お客様の真の満足」（安心・安全な経営・生活）を実現するため、リスクマネジメントの視点に立った顧客本位の業務運営を行う事とする。

尚、弊社においてはフィデューシャリー・デューティー原則の「顧客の最善の利益」を弊社の理念にある「お客様の真の満足」と言う表現に置き換えて実践するものとする。

2. お客様の真の満足の追求

私達はお客様の真の満足を「保険購入」ではなく、「安心・安全な経営・生活の実現」であるという認識に基づいて、最善のサービス提供を行います。

1) お客様の真の満足を追求するために「お客様に対する3つの宣言」を出しています。

- ①お客様の真の満足の追及⇒お客様の安心・安全な経営・生活の実現を追及します。
- ②情緒的価値の実現⇒責任感と使命感を持って安心と信頼を提供します。
- ③機能的価値の実現⇒知識を付け、能力を磨く事で安全・安定を提供します。

2) 弊社では上記を実質的に実践するために、以下の事項について特に留意します。

- ・お客様の真の満足を理解し、その実現のために保険商品の選択を行います。
- ・お客様の期待・要望に応える事が必ずしもお客様の真の満足の実現ではないこと。
- ・お客様の期待・要望が明らかに誤っている場合には正しくそれを指摘します
- ・お客様の期待・要望が曖昧な場合は一緒にお客様の真の満足の明確化に努めます。
- ・短絡的な目先の満足ではなく、長期的なお客様満足を踏まえた提案を致します。
- ・部分最適ではなく、全体最適を考慮して提案を行います。
- ・言うべき事を言わず、提案すべき提案をしない事はお客様への不利益と考えます。
- ・お客様の真の満足の実現は保険以外の対策によって達成されることもある。
- ・お客様の真の満足は保険に入っているにもかかわらず使わない事であることを理解します。
- ・究極的なお客様の真の満足は保険が不必要なリスク環境及び財務状況の実現です。

3. 利益相反の適切な管理

保険の手数料は取り扱う保険料との関係性が強く、情報の非対称性が強いという保険商品の特性から、私達の仕事はお客様との間に利益相反が生まれる可能性が高いと考えられます。そのため、私達は以下の禁止事項を徹底致します。

- ・私達は不必要な保険の提案は行いません。
- ・私達はお客様に不利益となる保険の提案を行いません。
- ・保険会社の手数料率等を商品選択の基準とはしません。
- ・保険会社等が実施するキャンペーン等を商品選択の基準としません。
- ・保険会社の担当者との関係等、商品性と関係の無いものを選択の基準としません。
- ・私達は自社の目標達成のために商品選択を行いません。

※特定の保険会社を推奨する場合

特定の保険会社の保険を積極的に販売すべき状況（保険会社からの紹介及び販売方針、経営上の必要性等）においても、絶えずお客様の真の満足を優先し、しっかりとご理解を頂いた上で契約する事が必要です。

4. 手数料等の明確化

弊社の手数料率は全社的な保険料及び手数料から以下の通りです。

損害保険：約 21.6%（収入保険料 約 25 億円 年間手数料 約 5.4 億円）

生命保険：約 8%（収入保険料 25 億円 年間手数料 2 億円）

※上記手数料率は 2017 年度の年間手数料と 2018 年 3 月末の保険料から算出したものであり、毎年変動しますし、保険商品毎に異なる手数料率の全ての保険商品の平均値です。また、単年度の手数料ではなく、過去から蓄積した保険契約の総平均値です。
※弊社は業務品質や保険料規模により保険会社より高い評価を頂いている関係で一般的な保険代理店と比較して多くの手数料を頂いております。

5. 重要な情報の分かりやすい提供

弊社では、複雑な保険商品を正しく理解して頂くために、以下の徹底事項を遵守すると共に、商品毎に以下のような工夫をしております。

1) 徹底事項

- ・お客様の理解を深めるために、パンフレット等の書面を用いて説明致します。
- ・私達は複雑な商品ほど詳しく説明することでお客様の理解度を高めます。
- ・私達は情報の重要性に応じて詳しく説明を行わせて頂きます。
- ・保険商品をパッケージ化したり、商品を変更したりする場合には、お客様にどちらが有利かを理解できるようにその比較を分かりやすく行います。

2) 商品毎の情報提供の在り方

【損害保険契約】

- ・個人の場合は会社として 6 つの保険会社を選定し、そのうちの 3 社までの商品比較をする支店と比較推奨をしない支店とに分かれます。
⇒個人契約は保険会社毎に大きな違いがないため、支店毎に総合的判断でお客様の利益に繋がる選択をしています。（特定の保険会社商品についてお客様が要望を持つ場合はその保険会社の見積りを作成し、提示いたします。）
- ・法人の場合は比較推奨販売を行います。その企業のニーズを満たす 3 商品をお客様と共に選択し、詳細な内容を提示して意思決定をして頂きます。

【生命保険契約】

個人・法人ともに所定のヒアリングシートでお客様のご要望や必要な補償及びリスク環境や財務環境を把握し「保険ナビット」というソフトを用いて比較推奨募

集を行います。

⇒生命保険は加入期間の長い契約であり、保険商品毎に内容や保険料が大きく違うため、ソフトを用いて取扱い保険会社の中からお客様に最適と思われる 3 商品を選択し、3 商品の詳細な内容を提示し、意思決定をして頂きます。

【その他の金融商品】

弊社においては、損害保険・生命保険のみならず少額短期保険や有資格者にしか販売できない変額保険等を取り扱っておりますが、それらの特殊な知識を有する商品については有資格者のみが募集することになっています。

6. 顧客にふさわしいサービスの提供

私達はおお客様の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客に相応しい保険商品・サービスの組成・販売・推奨を行うために、以下の事を実施します。

- ・私達はおお客様の資産状況（財務状況）や知識、取引目的やニーズに関して、必要なヒアリングを実施することでお客様にふさわしいサービスの提供に努めます。
- ・弊社は新規で取引をさせて頂くお客様及び商品については、継続のお客様より詳細に説明を行う事により、正しい理解を求めています。
- ・私達は複数の保険商品を組み合わせる場合には、それぞれの商品及び組み合わせたパッケージ全体がお客様に相応しいかについて留意します。
- ・弊社はセキュリティーの高いシステムによってお客様の情報管理を徹底する事で、お客様の期待や属性に応じた適切な情報発信を行います。
- ・お客様の知識と経験等に見合った平易な言葉を用いて丁寧にご説明致します。
- ・高齢者等には正しく契約内容を理解して頂くために、丁寧な説明を心掛けると共に一定年齢を超えた方（70歳以上）については2回以上の訪問手続き若しくは2親等以内の親族に同席をお願いしています。
- ・私達はおお客様に相応しいサービスを提供するために必要な保険商品に関する知識が十分に備わるように、適切な教育・研修を従業員に実施致します。

7. 従業員に対する適切な動機付けの枠組み

弊社においては顧客本位の業務運営を行うために、下記のような品質に基軸をおいた基本戦略に基づいて毎年の経営計画を作成し、それらを社員の働くインセンティブとして評価や報酬体系に組み込んでいます。

1) 弊社の基本戦略

- 1) サービス品質：安心・安全な経営・生活（真の満足）を実現するための品質
- 2) マネジメント品質：組織の相乗効果及び金融機関としてのガバナンスの品質
- 3) マーケティング品質：適切なコミュニケーションに基づいた共通価値の実現

2) 弊社の雇用及び評価制度

弊社は社内のメンバー及び業務提携先等の顧客本位の業務運営の阻害要因を排除する為に以下のような取組を行います。

- ・提携先に対しては、利益相反を助長する過度な紹介料を支払いません。
- ・社員の評価は品質を重視し、報酬は固定給を基本としております。
- ・ガバナンス体制の構築を評価基準及び罰則規程に盛り込み周知徹底を行います。

3) 教育・研修精度

弊社では顧客本位の業務運営に関する価値観共有のために、理念に基づいた教育・研修を継続的に実施しています。