

永続的に最高のあんしんを提供し続ける会社宣言

[お客さま本位の業務運営方針に基づく取組状況報告書(成果指標・KPI)]

2023年度(2023年1月1日～2023年12月31日) / 2024年3月1日公表



株式会社 ビシサポ

はじめに

お客さま本位の啓発、浸透、定着への取組状況

株式会社ビジサポ(京都市伏見区 代表取締役 橋爪宏明、以下「当社」)は、2023年度(2023年1月1日～2023年12月31日期間)における、「永続的に最高のあんしんを提供し続ける会社宣言(お客さま本位の業務運営方針)」の啓発、浸透、定着への取組状況、及び成果指標・KPI(Key Performance Indicator)を公表いたします。

※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サイトにてご確認いただけます。

<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>

01	[はじめに] -----P2 お客さま本位の啓発、浸透、定着への取組状況
02	[取組状況1] -----P3 お客さま本位の業務運営方針の策定・公表
03	[取組状況2] -----P4 お客さまの最善の利益の追求
04	[取組状況3] -----P12 利益相反の適切な管理
05	[取組状況4] -----P13 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供

06	[取組状況5] -----P14 お客さまにふさわしいサービスの提供
07	[取組状況6] -----P18 お客さま本位のガバナンス態勢と人財教育
08	[取組状況7] -----P21 お客さま本位を実現する職場環境づくり
09	[参考] -----P26 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に対する 当社取組方針・取組状況の一部実施・非該当一覧

KPI報告書監修：金融規制法外部監査機関「LEGAL@法務」

[取組状況1] お客様本位の業務運営方針の策定・公表

当社では、お客様本位の業務運営を推進し、啓発、浸透を図るにあたり、「永続的に最高のあんしんを提供し続ける会社宣言(お客様本位の業務運営方針)」を策定し、これらの業務運営が企業文化として定着・継続することを目指し、以下の取組みを行っています。

▶▶【主な取組み】

- (1) 「永続的に最高のあんしんを提供し続ける会社宣言(お客様本位の業務運営方針)」を社内に掲げ、従業員の意識の醸成、並びに「お客様本位の業務運営」の倫理観向上を目的とする従業員教育・研修の実施
- (2) 当社のウェブサイト(<https://bizo.jp>)を通じて、「永続的に最高のあんしんを提供し続ける会社宣言(お客様本位の業務運営)」及び取組方針に基づく取組状況報告書を定期的(原則 年1回)に更新・公表
- (3) 「永続的に最高のあんしんを提供し続ける会社宣言(お客様本位の業務運営方針)」の改訂、及び取組状況の評価・検証に係る成果指標(KPI)を変更等する際は、経営陣による経営会議で十分に協議、検討したうえで決定

株式会社ビジサポ / ウェブサイト

株式会社ビジサポ

お気軽にお問い合わせ下さい
075-644-6646
受付時間 9:00～17:00

ホームページからのお問い合わせ
お問い合わせフォーム



トップページ top ビジサポの強み about 保険のご相談 insurance スタッフ紹介 staff よくある質問 faq 会社案内 company

株式会社ビジサポならではの卓越したサービス
「全てビジサポにご相談ください」そう言えるだけの強みがあります

私たちが親切・丁寧に対応いたします。
気になるところはお気軽にお尋ねください。

Management Policy
お客様本位の業務運営方針

お気軽にお問い合わせ下さい
075-644-6646
受付時間 9:00～17:00

ホームページからのお問い合わせ
お問い合わせフォーム



トップページ top ビジサポの強み about 保険のご相談 insurance スタッフ紹介 staff よくある質問 faq 会社案内 company

お客様本位の業務運営方針

株式会社ビジサポ(京都府京都市伏見区 代表取締役 橋爪圭明、以下「当社」)は、「知らないと損をする」のスローガンの下、相談まで知識と知識を磨き抜け、永続的にお客様の「最高のあんしん」を守り続けることで安定的な社会の発展に貢献することを企業理念に掲げ。2009年7月に創設(2011年1法人登記)し、被保険者の損害補償、生命保険を販売する総合保険代理店として、「プロ知識を身近に」をテーマに、弁護士・司法書士・税理士・石谷健士・社会保険労務士などを分野の法律のプロフェッショナルメンバーとの連携を重ねながら、「できれば「では何で」「できる方法を考える」というスタンスで、お客様の確かなライフプランの実現やリスクマネジメントサービスの提供に努めています。

さらに当社では、これらが「お客様の最高の利益」に繋がるため、2017年3月30日に会社設立より公表された「顧客本位の業務運営方針(以下「本方針」)」を策定し、2020年6月29日に本方針を採択するとともに、「お客様本位の業務運営方針(以下「本方針」という。)」を策定・公表し、これらの実績と従業員の意識の定着に向けております。

本方針は、お客様の最高の利益を実現するための、以下の4項目(以下「方針」)が表明されたことにより、改めて当社の取扱業者らが、常にお客様の最高の利益を守る責任を負う(コンカルティックの実践)と貴重なサービスを提供することの重要性を認識し、「お客様本位の業務運営方針」をこれまで以上に真剣なものと確信・実感させるため、本方針の策定し、決定を行いました。

なお、本方針が会社の「最高本位の業務運営方針(以下「本方針」という。)」をふまううに策定しているのかを、添付資料の別途説明表で表示しており、その取扱状況についても、添付資料にて定期的に報告を行っており

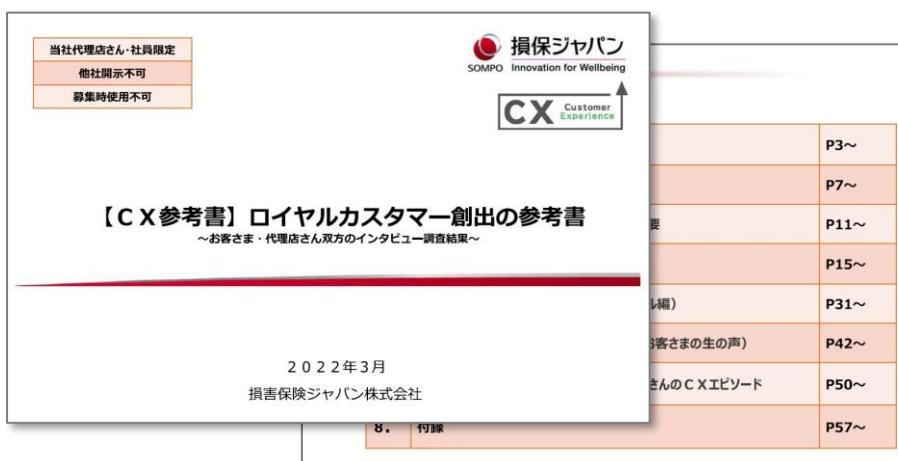
[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

当社では、永続的にお客さまの「最高のあんしん」を守り続けることのできる金融コンサルティングを通じて、お客様の最善の利益を追求する保険商品のご提案に努めています。これらの結果として契約数の増加やお客様の満足度は、当社の理念に共感をいただき、信頼のもとご加入いただいていることを示す指標のひとつと考えています。

▶▶【主な取組み】

- (1) お客様の最善の利益に資する行動を理解・意識する従業員教育・研修を実施
- (2) お客様の声(ご意見・要望・お褒め・苦情等)を毎月の全体会議等で報告、共有、更に苦情等については従業員全員で再発防止策の検討を行い、その後の改善結果を共有
- (3) お客様から的重要なご指摘事項は、特に経営会議等で報告・共有、更に経営課題・業務品質改善事項として、次月の全体会議で共有、並びに指導教育を実施
- (4) 新商品の適切な提案、及び正確な保険商品説明を行うための従業員教育・研修を実施
- (5) ロイヤルカスタマー創出に向けた従業員教育・研修を実施

従業員教育・研修資料例



【CX参考書】ロイヤルカスタマー創出の参考書
～お客様・代理店さん双方のインタビュー調査結果～

2022年3月
損害保険ジャパン株式会社

8. 何課



MS&AD
三井住友海上

ビジネスJネクスト 2023年4月改定
商品改定について

2022年11月
三井住友海上火災保険株式会社
新種保険部・SMEビジネスチーム

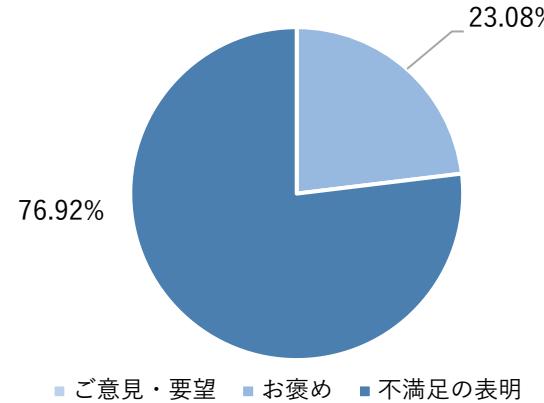
No. 2 ビジネスJネクスト 2023年4月改定 商品改定研修

[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

1.お客様の声の受付状況

成果指標・KPI

お客様の声の区分	2023年度	2022年度	前年比
ご意見・要望	0件	6件	—
お褒め	3件	1件	300.00%
不満足の表明	10件	16件	62.50%
合計	13件	23件	56.52%



(1).お客様からいただいた感謝のお言葉

他の保険代理店で長年加入していましたが、ビジサポさんに契約の切替えを相談したら、保険料が安くなりました。同じ保険でもこんなにも変わることがあることに驚きました。本当にありがとうございました。<40歳代 男性>

いつも担当の方には良くしてもらっています。保障内容の見直しの機会を作ってくれたり、分からぬことや、細かいことまでいつも丁寧な対応をいただき、本当に安心させてもらっています。ありがとうございます。<50歳代 女性>

(2).お客様からいただいたご不満のお言葉

担当者が退職されたことを知らなかった。退職の挨拶もなければ、定期的訪問や情報提供といったフォローもなかった。新しい担当者に代わったこと、もっと早めに知らせてほしい。<40歳代 男性>

対応

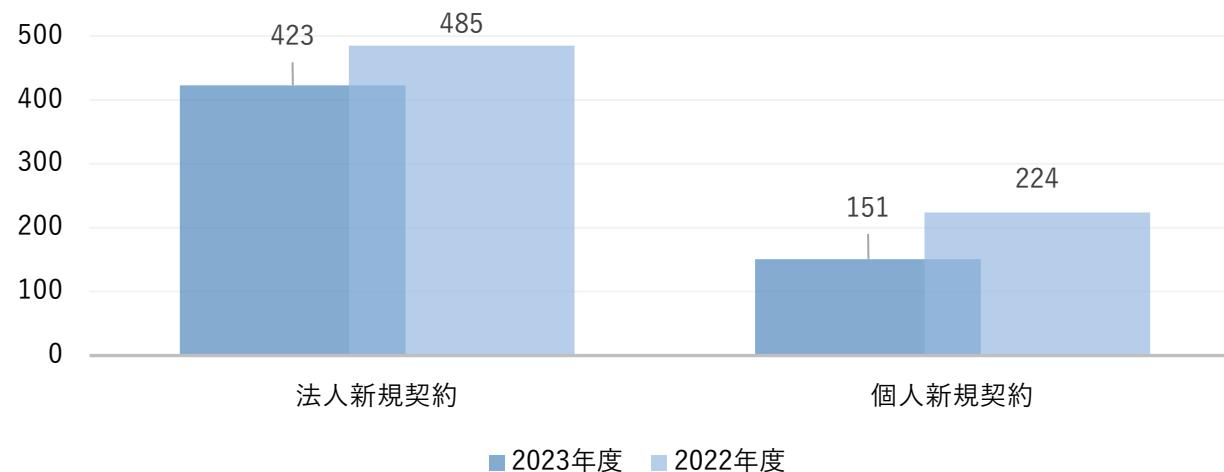


当社で原因等を調査したところ、当該お客様へ退職に伴う担当者変更の連絡がされていない事実が判明。後日、役員と後任者でお客さま宅を訪問し、謝罪と今後の対応、再発防止等を説明のうえ、ご理解をいただいた。
[再発防止]: 組織による定期アフターフォローモードの見直しのほか、アフターフォロー実施後の履歴管理の定期的検証

[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

2.損害保険 新規契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI

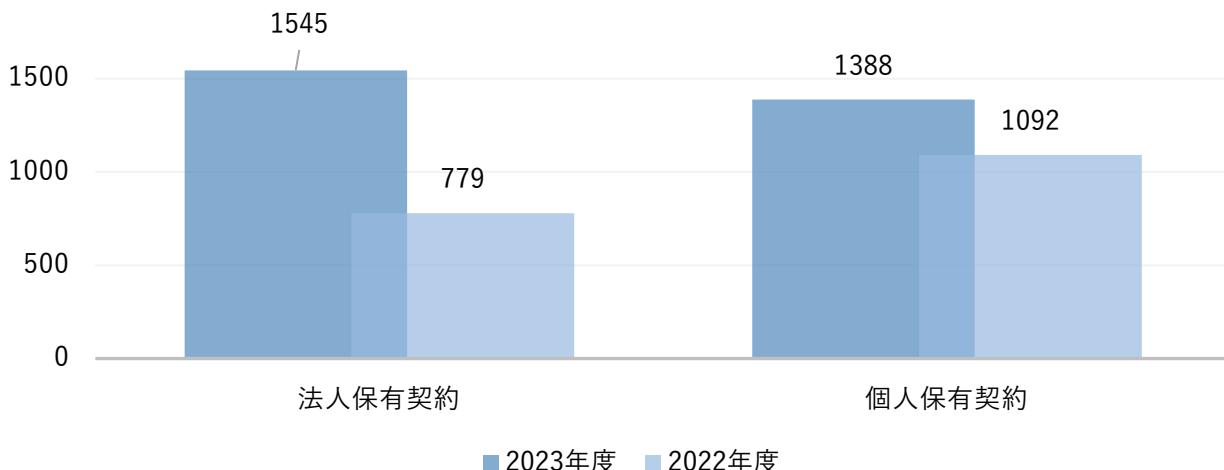


事業年度	法人	個人
2023年度	423件	151件
2022年度	485件	224件
前年比	87.21%	67.41%

- 法人契約区分に個人事業主を含む
- 保険加入日ベースで算定
- 2023年度期間によるKPI数値

3.損害保険 保有契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI



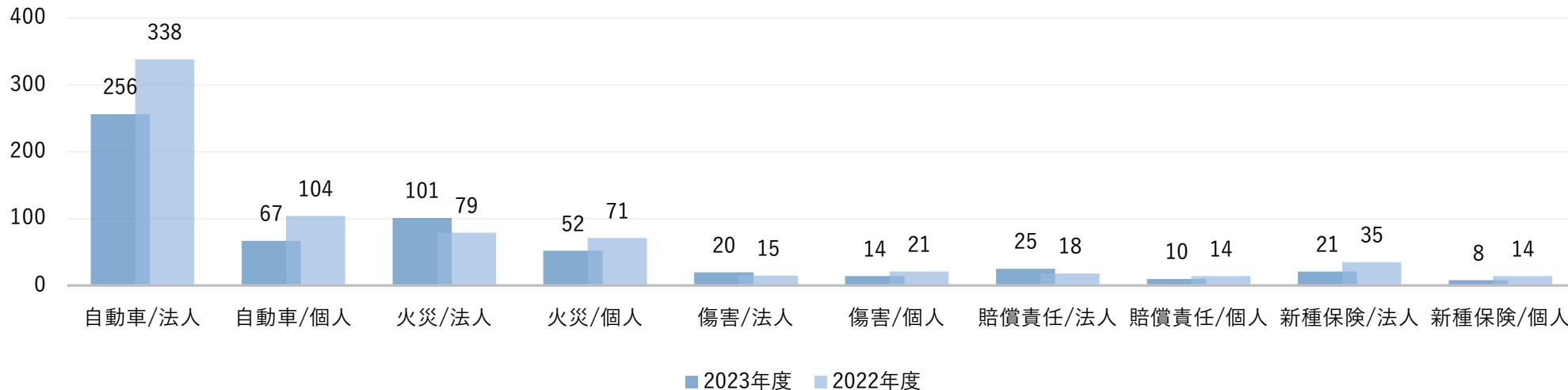
事業年度	法人	個人
2023年度	1,545件	1,388件
2022年度	779件	1,092件
前年比	198.33%	127.10%

- 法人契約区分に個人事業主を含む
- 保有契約数に新規契約数を含む
- 2023年度末時点によるKPI数値

[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

4.損害保険 保険種目別新規契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI



事業年度	新規契約 保険種目									
	自動車保険 /法人	自動車保険 /個人	火災保険 /法人	火災保険 /個人	傷害保険 /法人	傷害保険 /個人	賠償責任保険/法人	賠償責任保険/個人	新種保険 /法人	新種保険 /個人
2023年度	256件	67件	101件	52件	20件	14件	25件	10件	21件	8件
2022年度	338件	104件	79件	71件	15件	21件	18件	14件	35件	14件
前年比	75.73%	64.42%	127.84%	73.23%	133.33%	66.66%	138.88%	71.42%	60.00%	57.14%

■ 法人契約区分に個人事業主を含む

■ 保険加入日ベースで算定

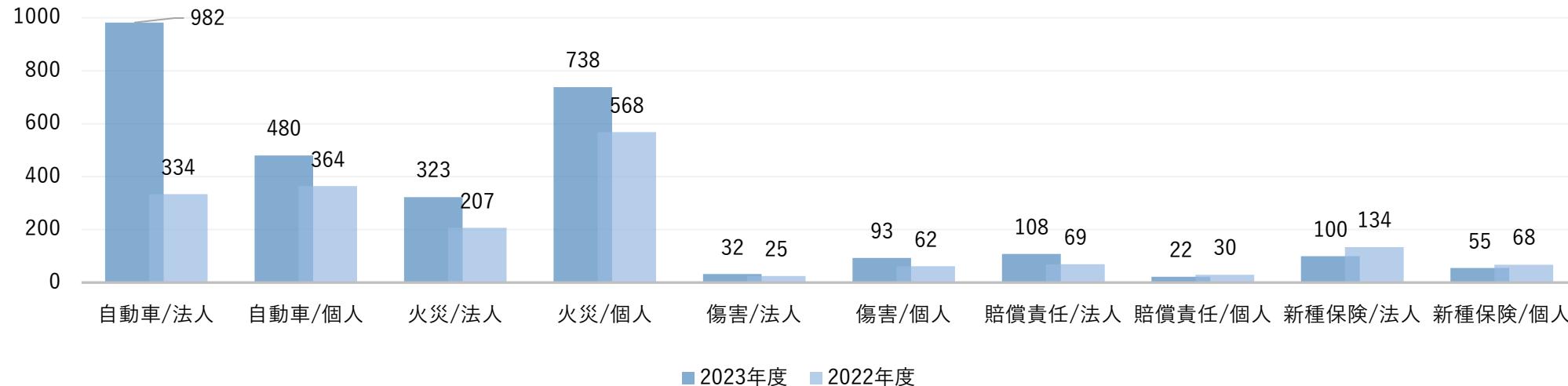
■ 新種保険区分に「超シリーズ」を含む

■ 2023年度期間によるKPI数値

[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

5.損害保険 保険種目別保有契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI



事業年度	保有契約 保険種目									
	自動車保険/法人	自動車保険/個人	火災保険/法人	火災保険/個人	傷害保険/法人	傷害保険/個人	賠償責任保険/法人	賠償責任保険/個人	新種保険/法人	新種保険/個人
2023年度	982件	480件	323件	738件	32件	93件	108件	22件	100件	55件
2022年度	334件	364件	207件	568件	25件	62件	69件	30件	134件	68件
前年比	294.01%	131.86%	156.03%	129.92%	128.00%	150.00%	156.52%	73.33%	74.62%	80.88%

■ 法人契約区分に個人事業主を含む

■ 保有契約数に新規契約を含む

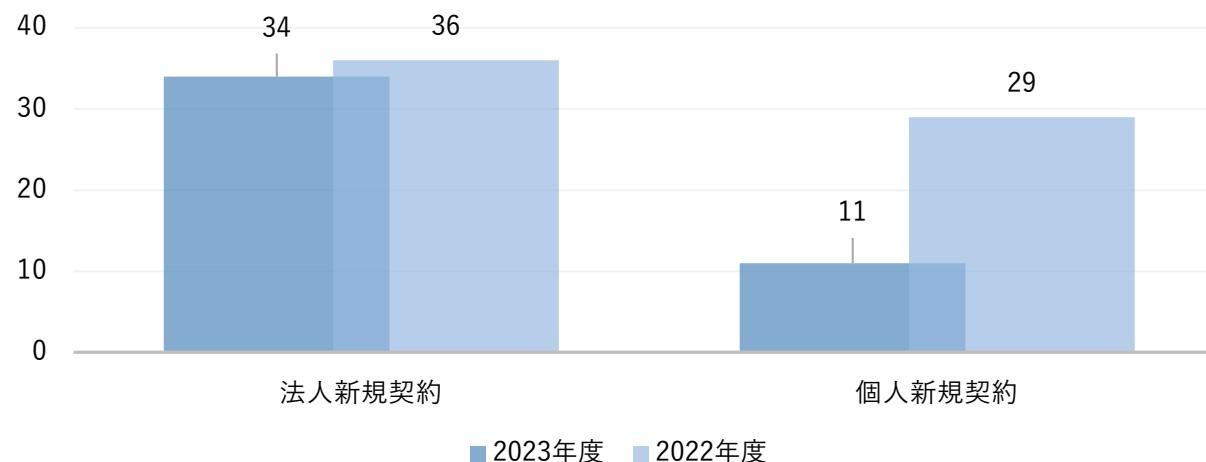
■ 新種保険区分に「超シリーズ」を含む

■ 2022年度末時点によるKPI数値

[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

6.生命保険 新規契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI

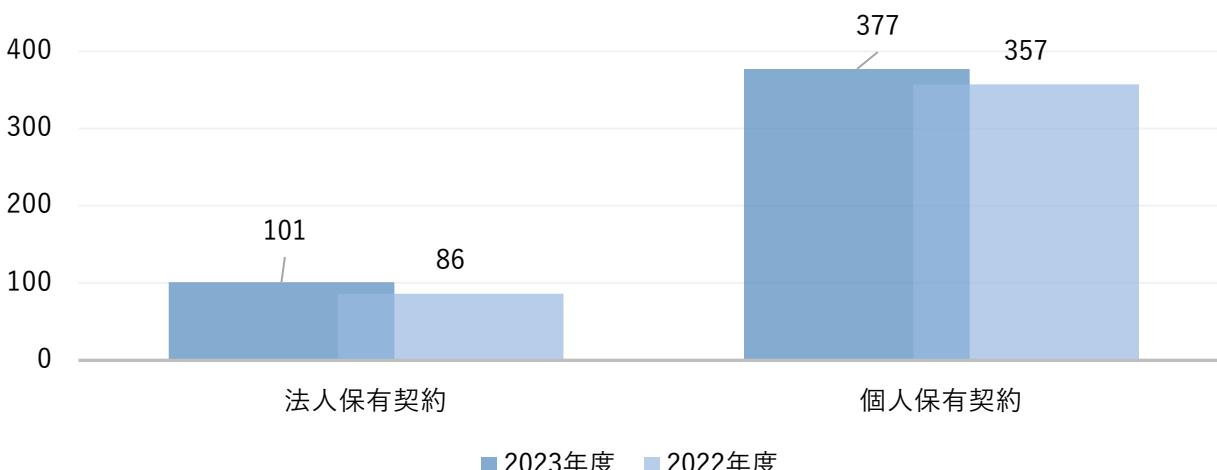


事業年度	法人	個人
2023年度	34件	36件
2022年度	11件	29件
前年比	309.09%	124.13%

- 法人契約区分に個人事業主を含む
- 加入日日ベースで算定
- 2023年度期間によるKPI数値

7.生命保険 保有契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI



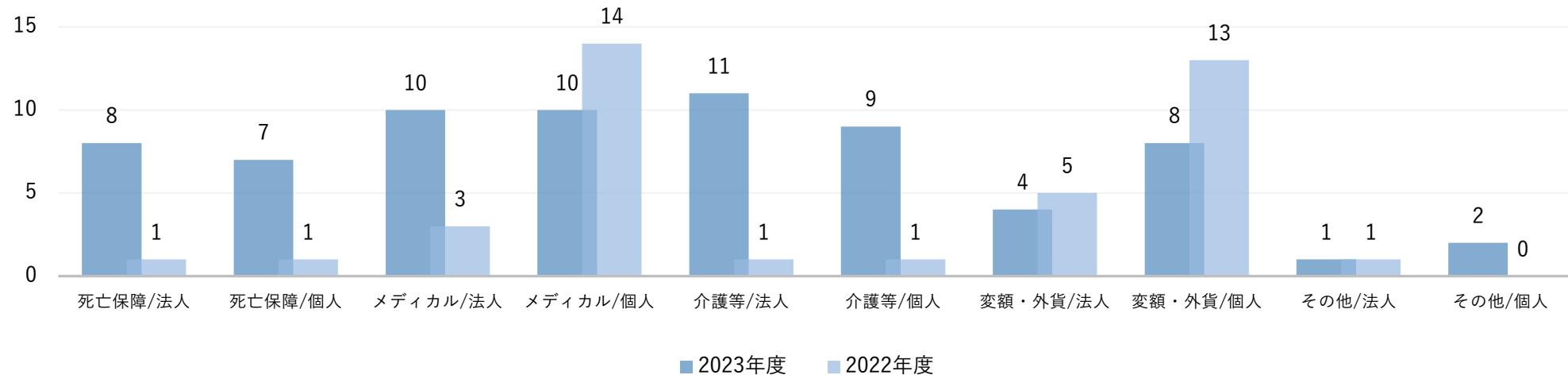
事業年度	法人	個人
2023年度	101件	377件
2022年度	86件	357件
前年比	117.44%	105.60%

- 法人契約区分に個人事業主を含む
- 保有契約数に新規契約数を含む
- 2023年度末時点によるKPI数値

[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

8.生命保険 保険種目別新規契約状況

成果指標・KPI



事業年度	新規契約 保険種目									
	死亡保障/法人	死亡保障/個人	メディカル・疾病/法人	メディカル・疾病/個人	介護・就業不能/法人	介護・就業不能/個人	変額・外貨建て/法人	変額・外貨建て/個人	その他/法人	その他/個人
2023年度	8件	7件	10件	10件	11件	9件	4件	8件	1件	2件
2022年度	1件	1件	3件	14件	1件	1件	5件	13件	1件	0件
前年比	800.00%	700.00%	333.33%	71.42%	1,100%	900.00%	80.00%	61.53%	100.00%	—

■ 法人契約区分に個人事業主を含む

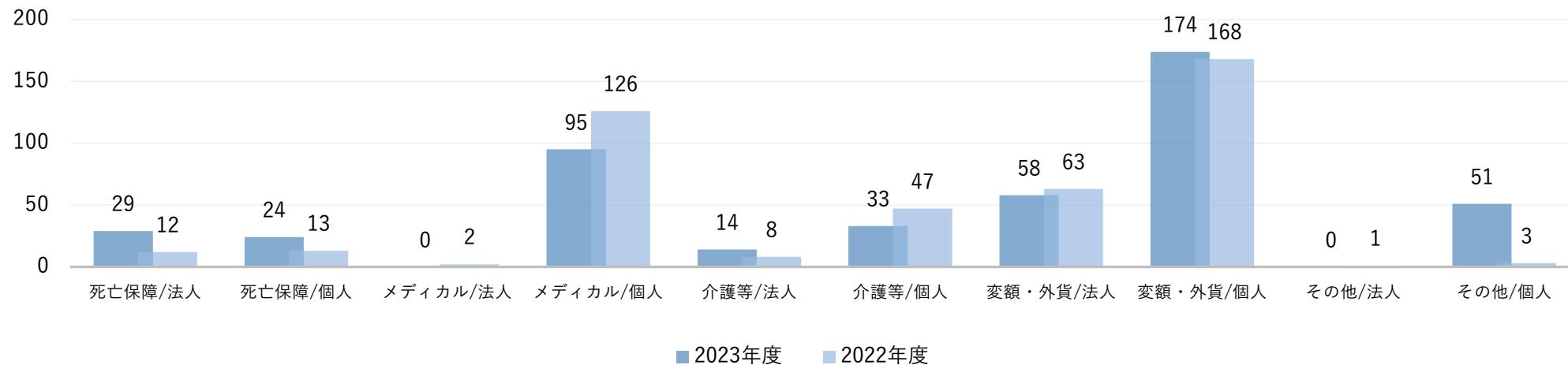
■ 加入日ベースで算定

■ 2023年度期間によるKPI数値

[取組状況2] お客様の最善の利益の追求

9.生命保険 保険種目別保有契約状況

成果指標・KPI



事業年度	保有契約 保険種目									
	死亡保障/法人	死亡保障/個人	メディカル/法人	メディカル/個人	介護・就業不能/法人	介護・就業不能/個人	変額・外貨建て/法人	変額・外貨建て/個人	その他/法人	その他/個人
2023年度	29件	24件	0件	95件	14件	33件	58件	174件	0件	51件
2022年度	12件	13件	2件	126件	8件	47件	63件	168件	1件	3件
前年比	241.66%	184.61%	—	75.39%	175.00%	70.21%	92.06%	103.57%	—	1,700%

■ 法人契約区分に個人事業主を含む

■ 保有契約数に新規契約を含む

■ 2023年度末時点によるKPI数値

[取組状況3] 利益相反の適切な管理

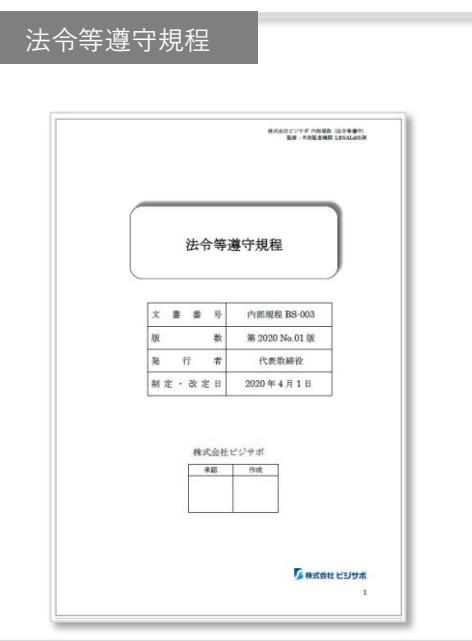
当社では、お客様の利益が不当に害される取引が行われることのないよう、法令諸規則のみならず社会通念や良識に照らし合わせ、高い倫理観に基づく強い自己規律を持って業務に取り組み、保険商品販売手数料の多寡などでご提案することなく、利益相反を常に意識する活動に努めています。

▶▶【主な取組み】

- (1) 現行法の法令等に適合する当社独自の「内部規程」及び「業務・コンプライアンスマニュアル」の改定、整備、及び周知徹底
- (2) 適正な意向把握義務の遂行を目的とする実践型(ロールプレイング等)の従業員教育・研修の実施
- (3) 「顧客情報管理システム」に記録化された「対応履歴」により、適切な意向把握や比較推奨販売が実施されているか、お客様の利益を不当に害する取引が行われていないかなど、管理責任者による定期的点検、検証

また、常時対象取引の有無の確認をしていますが、2022年度においても対象取引は認められていません

法令等遵守規程

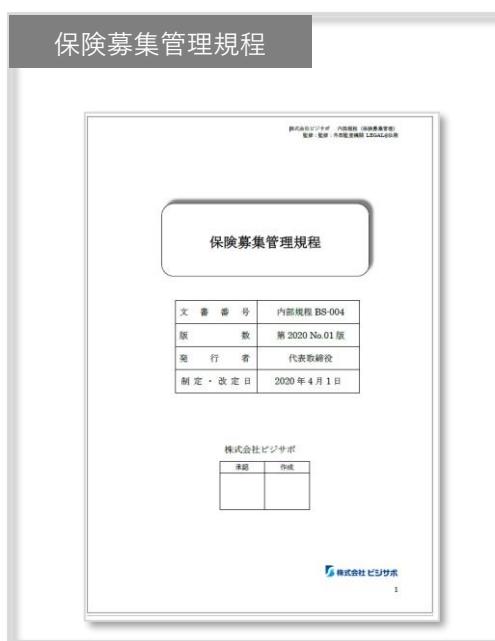


文書番号 内部規程 BS-003
版数 第2020 No.01版
発行者 代表取締役
制定・改定日 2020年4月1日

株式会社ビジサポート
■ ■

株式会社ビジサポート

保険募集管理規程



文書番号 内部規程 BS-004
版数 第2020 No.01版
発行者 代表取締役
制定・改定日 2020年4月1日

株式会社ビジサポート
■ ■

株式会社ビジサポート

業務・コンプライアンスマニュアル



株式会社 ビジサポート
■ ■
■ ■
■ ■
■ ■

株式会社 ビジサポート

[取組状況4] お客様への重要な情報の分かりやすい提供

当社では、お客様へ適切な保険商品をご提案するため、当社所定の「意向把握シート」を用いて、お客様の状況やご意向をしっかりと把握したうえで、お客様が保険商品の加入の可否の正確な判断を行うことに重要な情報の提供に努めています。

また、特に特定保険契約(外貨建て保険・変額保険)をご案内する際には、お客様のお取引の経験や金融商品に関する知識、ご加入の目的、お客様の年齢、資産状況等を把握し、適合性の確認を行ったうえで、お客様一人ひとりに合わせてわかりやすい説明に努めています。

▶▶ 【主な取組み】

- (1) 推奨販売方針に基づいて生命保険商品を推奨する場合、「コンサルティングマップ」を用いて、保険商品を選定、推奨し、具体的な選定理由等について、お客様に十分にご理解いただける説明の徹底
- (2) お客様の補償の重複や補償(保障)漏れを防ぐ「保険の見える化」を目的とする従業員の教育・研修の実施
- (3) 特定保険商品(外貨建て保険・変額保険)をご案内するお客様に対して、リスク・リターンの関係性や基本的構造をはじめ、お客様が負担すべき手数料などの費用が生じる場合には、当該手数料に関する情報提供及び適合性確認の実施
- (4) 「顧客情報管理システム」に記録化された「対応履歴」により、適切な意向把握・情報提供が実施されているか、また特定保険商品を販売したお客様には、これらのほか、適切な適合性確認や誤解のない情報提供、リスク・リターンの説明まで実施されているか、管理責任者による点検、検証の実施

[取組状況5] お客様にふさわしいサービスの提供

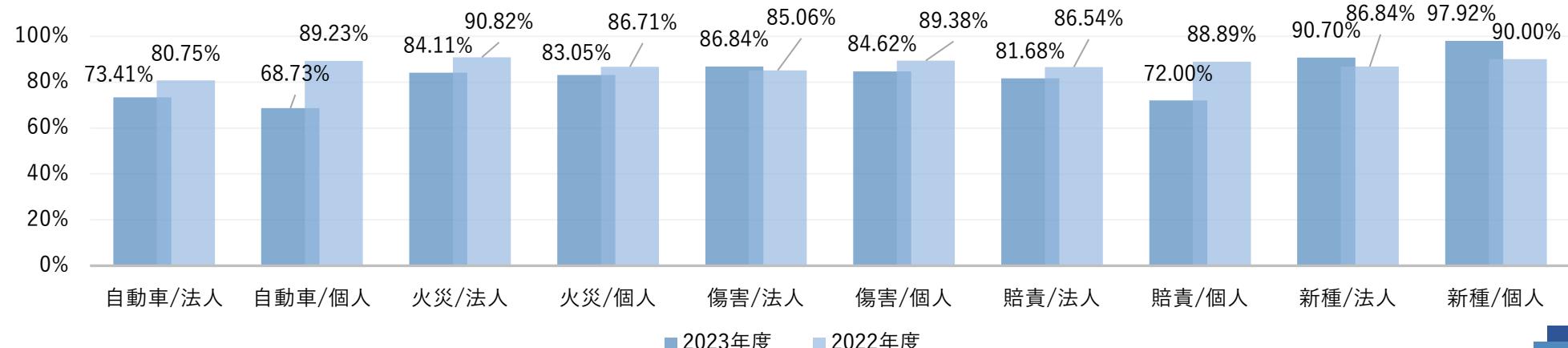
当社では、お客様の「最高のあんしん」を守り続けていくために、お客様に一人ひとりにふさわしい保険商品の販売・サービスの提供に努めています。これらの結果として損害保険の更改契約率、及び生命保険の継続率の数値は、お客様による補償(保障)内容のご理解、並びに加入後の適切なアフターフォロー活動等にご満足と信頼をいただけていることを示す指標のひとつと考えています。

▶▶【主な取組み】

- (1) 「専門性知識と知恵を最大限に活かす独自のコンサルティング手法(生命保険・損害保険一括見直し術)」を十分に活かすための従業員教育・研修を実施
- (2) お客様への「有益な情報提供の均一化(標準化)」を図るための従業員教育・研修を実施
- (3) 損害保険の「満期45日前までの1度目の連絡率90%以上」をKGI(目標)として設定、早期更改率向上の推進体制を構築
- (4) Instagram(インスタグラム)、Tik Tok(ティックトック)などのSNSを活用し、お客様が安心に暮らすための有益な情報提供や、当社の近況など共有できる情報を定期的に発信

1.損害保険 更改契約状況 [保険種目別]

成果指標・KPI



[取組状況5] お客様にふさわしいサービスの提供

1.損害保険 更改契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI

区分	保険種目	2023年度	2023年度更改率算定基礎	2022年度	前年比
法人	自動車保険	73.41%	満期数:440件/更改手続数:323件	80.75%	90.91%
	火災保険	84.11%	満期数:107件/更改手続数: 90件	90.82%	92.61%
	傷害保険	86.84%	満期数: 76件/更改手続数: 66件	85.06%	102.09%
	賠償責任保険	81.68%	満期数:131件/更改手続数:107件	86.54%	94.38%
	新種保険	90.70%	満期数:129件/更改手続数:117件	86.84%	104.44%
	平均更改率	79.61%	満期数:883件/更改手続数:703件	84.84%	93.83%

区分	保険種目	2023年度	2023年度更改率算定基礎	2022年度	前年比
個人	自動車保険	68.73%	満期数:291件/更改手続数:200件	89.23%	77.02%
	火災保険	83.05%	満期数:118件/更改手続数: 98件	86.71%	95.77%
	傷害保険	84.62%	満期数:104件/更改手続数: 88件	89.38%	94.67%
	賠償責任保険	72.00%	満期数: 25件/更改手続数: 18件	88.89%	80.99%
	新種保険	97.92%	満期数: 48件/更改手続数: 47件	90.00%	91.91%
	平均更改率	76.96%	満期数:586件/更改手続数:451件	88.83%	86.63%

- 満期数とは当該契約が満期日を迎えた数をいう
- 平均更改率は合計の満期数に対する更改手続数で算定

- 更改手続数とは満期数に対して更改手続きを行った数をいう
- 2023年度期間によるKPI数値

[取組状況5] お客様にふさわしいサービスの提供

2.生命保険 継続契約状況 [販売上位3社]

成果指標・KPI

保険会社	2023年度	2022年度	前年比
ソニー生命保険株式会社	24か月継続率 99.64%	24か月継続率 100%	99.64%
東京海上日動あんしん生命保険株式会社	24か月継続率 98.90%	24か月継続率 97.50%	101.43%
アクサ生命保険株式会社	MOF25か月継続率 100%	MOF25か月継続率 83.80%	119.33%

- 保険会社の表示順不同によるもの
- 継続率の基準は各社で定めるところ
- 法人契約・個人契約合算による数値
- 2023年度末時点によるKPI数値
- 「24か月継続率」は、2021年1月1日～2023年12月31日成立日の契約を100として、2024年1月1日時点で継続されている率をいう
- 「MOF継続率」は算定期間を契約日とする契約について、一定期間の保険料が払い込まれた率をいう

[取組状況5] お客様にふさわしいサービスの提供

当社では、お客様に「最高のあんしん」をお届けするため、社内に事故専任担当者を複数名配置し、お客様に寄り添った事故対応サービスの提供に努めています。事故専任担当者は、保険会社と迅速な連携を図り、事故解決及び適切な保険金が支払われるまで、お客様の不安やストレスを軽減するアドバイスに尽力しています。

これらの結果として保険金事故・付帯サービスの対応数は、よりお客様へ寄り添う機会であり、日頃から信頼をいただけていることを示す指標のひとつと考えています。

▶▶ 【主な取組み】

- 事故専任担当者が事故対応・事故内容・保険金請求等のすべてを履歴として記録、これらの一元管理化
- 事故対応、進捗状況を社内全体で共有・確認し、対応漏れの未然防止、及び長期・ペンディング事案の早期解決を図る

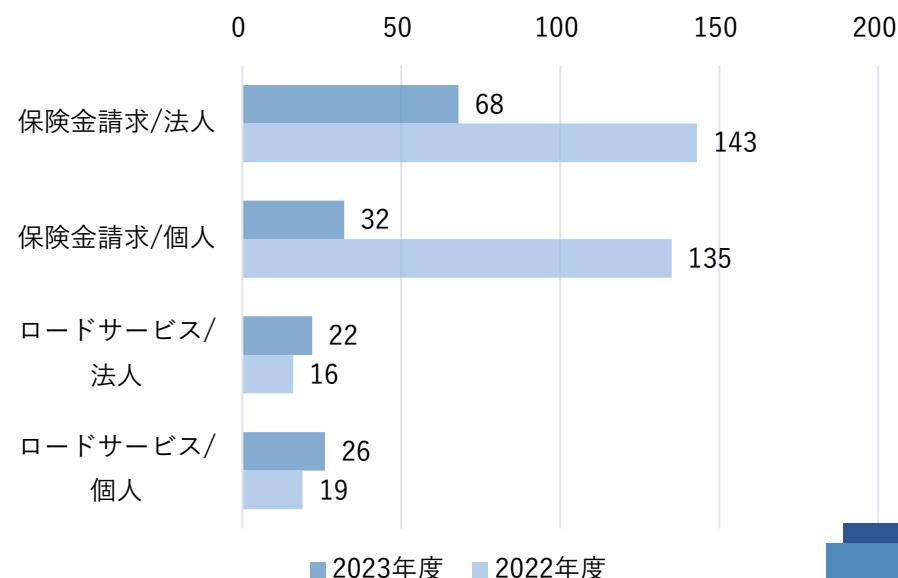
4.損害保険事故・保険金請求対応サービス状況

成果指標・KPI

事業年度		対応サービス区分		
		保険金請求	ロードサービス	合計
2023年度	法人	872件	519件	1,391件
	個人	178件	78件	256件
2022年度	法人	1,650件	485件	2,135件
	個人	910件	124件	1,034件
前年比	法人	52.84%	107.01%	65.15%
	個人	19.56%	62.90%	24.75%

■ 事故発生日・ロードサービス利用日ベースで算定

■ 2023年度期間によるKPI数値



[取組状況6] お客様本位のガバナンス態勢と人財教育

当社では、永続的にお客さまの「最高の安心」を守り続けていくためには、金融事業者として職業倫理の定着とガバナンス態勢は必要不可欠と考え、すべての従業員の意識の醸成を図る従業員教育の継続に努めています。これらの結果として従業員教育の徹底が、より一層お客様の身近な存在(担当者)へと成長し、理念を真に共有できる「人財」育成の機会となるほか、お客様本位の業務運営の啓発と定着に向けた改善の機会を示す指標のひとつと考えています。

▶▶ 【主な取組み】

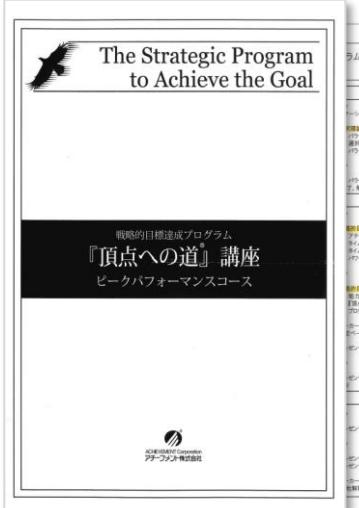
- (1) 経営者会議を毎月開催、業務運営における課題改善事項の抽出及び解決策を共有し、ガバナンス態勢の維持・管理の徹底
- (2) アチーブメント社(人財育成コンサルティング会社)の「人間関係の改善」、「売り上げの増大」、「顧客満足の向上」、「営業力強化」、「理念浸透の推進」、「幹部人財の育成」等の外部講師・研修を導入し、従業員の思考習慣・行動習慣と向き合う人財の育成の強化
- (3) 外部専門家等との顧問契約で、コンプライアンス推進態勢の維持・強化

アチーブメント社 従業員教育・研修資料例



アチーブメント社 従業員教育・研修資料例

The Strategic Program to Achieve the Goal

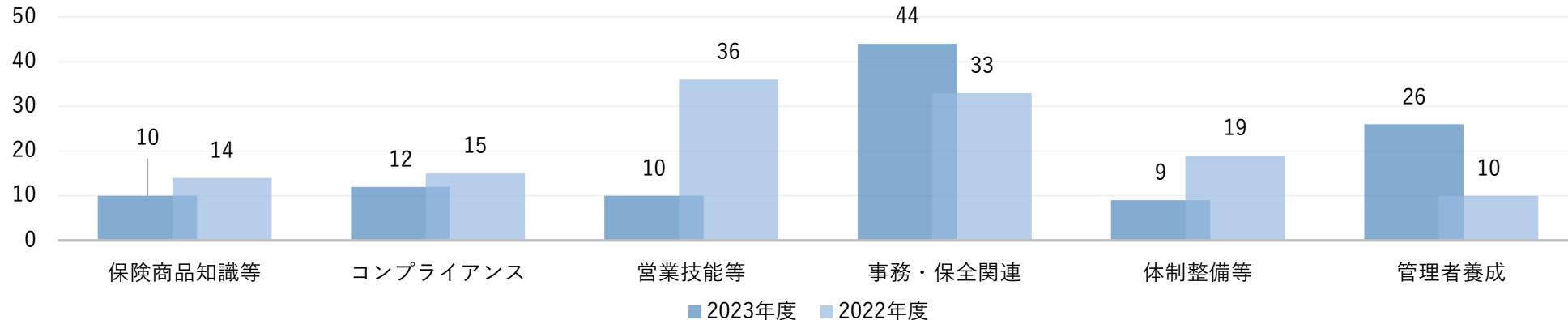


The Strategic Program to Achieve the Goal

[取組状況6] お客さま本位のガバナンス態勢と人財教育

1. 従業員教育・研修実施状況

成果指標・KPI



カリキュラム	2023年度				2022年度	前年比
	保険会社講師	社内講師	外部講師	区分別計		
損害保険・生命保険商品知識等	7回	3回	—	10回	14回	71.42%
法令等遵守・コンプライアンス	—	12回	—	12回	15回	80.00%
営業技能・ロールプレイング	—	4回	6回	10回	36回	27.77%
事務・保全関連	1回	43回	—	44回	33回	133.33%
体制整備・顧客本位関連	1回	8回	—	9回	19回	47.36%
管理者養成	—	—	26回	26回	10回	260.00%
合計	9回	70回	32回	111回	127回	87.40%

■ 2023年度期間によるKPI数値

[取組状況6] お客さま本位のガバナンス態勢と人財教育

当社では、コンプライアンス推進体制の維持、内部管理・監督態勢の実効性、及び「お客さま本位の業務運営」の定着状況を検証するため、管理責任者による内部管理点検、及び管理責任者の指示で行う従業員自己点検を実施しています。これらの結果として内部管理点検、及び従業員自己点検の実施がガバナンス態勢づくりとなるほか、業務品質改善の機会を示す指標のひとつと考えています。

▶▶ 【主な取組み】

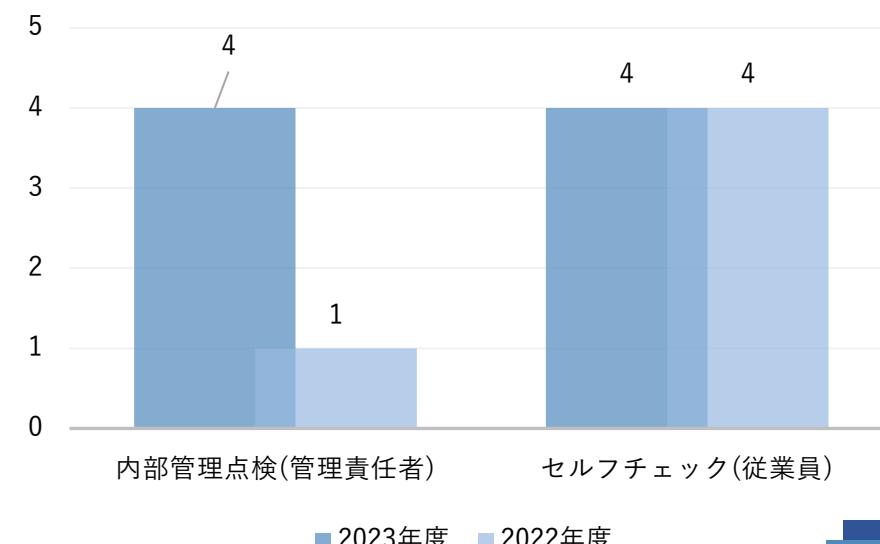
- (1) 管理責任者による内部点検を半期毎に実施
- (2) 金融規制法外部監査機関による外部監査を年1回実施(※2022年10月の外部監査では前年を上回る高い評価でした)
- (3) 外部監査機関による外部監査結果(評価・指摘事項等)を全体会議で共有し、取組改善事項を次年の重要課題に位置付け

2. 内部点検状況

成果指標・KPI

内部点検区分	2023年度	2022年度	前年比
内部管理点検(管理責任者)	4回	1回	400.00%
セルフチェック(従業員)	4回	4回	100.00%
合計	8回	5回	160.00%

■2023年度期間によるKPI数値



[取組状況7] お客さま本位を実現する職場環境づくり

当社では、企業価値の向上に資する取組み(認定制度の取得、プロジェクトに参画、登録など)を推進しています。これらの取組みによって、従業員のワークライフバランスの充実と職業環境が整備でき、結果としてお客さまに良質なサービスの提供に反映するものと考えています。

▶▶ 【主な取組み】

- (1) 協会けんぽ京都支部「京(きょう)から取り組む健康事業所宣言」登録企業
- (2) 独立行政法人情報処理推進機構「SECURITY ACTION セキュリティ対策自己宣言」★一つ星宣言企業
- (3) 「損害保険ジャパンプレミアム」ISO9001グループ認証取得企業
- (5) 自社の強みをより一層発揮する「土業ワンストップサービス」の実現
- (6) 業務品質と営業成績創出を両輪する人事評価制度の導入、取組み(販売実績に連動しない固定給を採用)
- (7) インターンシップの受入れ支援による社会貢献活動
- (8) 顧客情報を「顧客情報システム」に集約し、従業員の業務の効率化・最適化、並びにお客さまへの迅速なサービス対応を目的とする
顧客管理のDX化(Digital Transformation)推進の取組み

[取組状況7] お客さま本位を実現する職場環境づくり

1.企業価値の向上に資する取組み・参画状況(1)

成果指標・KPI

●協会けんぽ京都支部

【京(きょう)から取り組む健康事業所宣言】

従業員の健康づくりの一環として、協会けんぽ京都支部が推進している「京(きょう)から取り組む健康事業所宣言」に登録しています。

<https://www.kyoukaikenpo.or.jp/shibu/kyoto/cat070/jigyosyosengen/>



●独立行政法人 情報処理推進機構

【SECURITY ACTION セキュリティ対策自己宣言】

<★一つ星宣言>

中小企業の情報セキュリティガイドラインによる「情報セキュリティ自社診断」を行い、情報セキュリティへの取組みを自己宣言しています。

<https://www.ipa.go.jp/security/security-action/>



[取組状況7] お客さま本位を実現する職場環境づくり

1.企業価値の向上に資する取組み・参画状況(2)

成果指標・KPI

●国際標準化機構(ISO)

【「損害保険ジャパンプレミアム」ISO9001(品質マネジメントシステム)グループ認証取得制度】

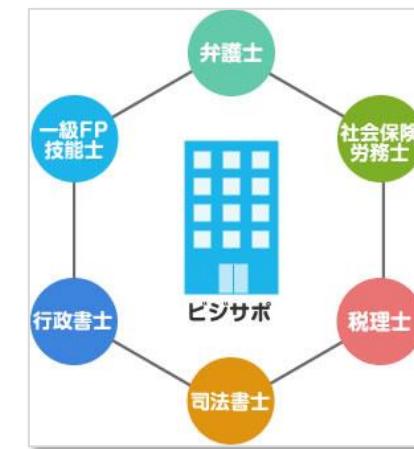
PDCAサイクルを軸として「顧客満足」と「継続的改善」を最重要視し、経営における組織力向上、顧客満足度向上に資する企業として認証を取得しています。



●独自サービス

【士業ワンストップサービス】

弁護士・司法書士・税理士・社会保険労務士・行政書士・一級FP技能士等のプロフェッショナルとの連携により、保険分野に限らず、幅広いご相談対応サービスを提供しています。



[取組状況7] お客さま本位を実現する職場環境づくり

1.企業価値の向上に資する取組み・参画状況(3)

成果指標・KPI

● 社会貢献活動

【インターンシップ制度の受入れ支援】

インターンシップは、学生の就労意識を身に着けることを目的に文部科学省、経済産業省、厚生労働省が連携して推進している事業です。当社では社会貢献活動の一環として、若年層の教育の一端を担うために企業として、学生の皆さんからキャリアプランを考える良い機会を提供しています。



[取組状況7] お客さま本位を実現する職場環境づくり

2.社内DX推進による顧客体験・満足度向上の取組み

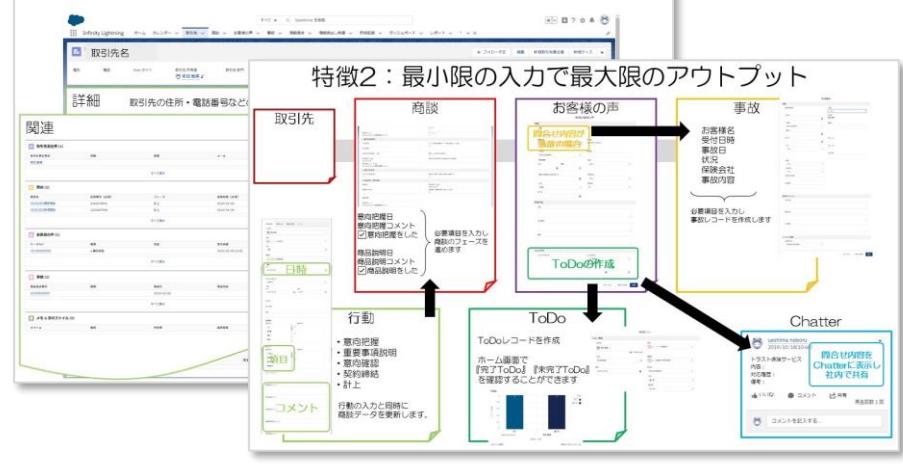
成果指標・KPI

● 顧客情報管理システム

【最先端の保険代理店システム「Infinity」導入】

顧客情報を1頁で活用、取引先基本情報、担当者情報、案件情報、問い合わせ対応履歴、活動履歴の可視化のほか、PDCAサイクルの実行・管理により顧客の利便性向上に役立てています。

特徴1：顧客を中心に全ての情報を1ページで活用



►► 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に対する当社取組方針・取組状況の一部実施・非該当一覧

当社は、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」に掲げる項目のうち、原則3(注)は一部実施、原則5(注2)、原則6(注2)、原則6(注3)は、当社の「お客さま本位の業務運営方針」の対象外であることを公表いたします。

顧客本位の業務運営に関する原則		一部実施・非該当	一部実施・非該当理由
原則3 (注)	<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) 	一部実施	<p>(※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おりません。</p> <p>(※2) 当社における組織形態上、同一主体又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おりません。</p>
原則5 (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)。	非該当	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、本原則は対象としておりません。
原則6 (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。	非該当	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、本原則は対象としておりません。
原則6 (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。	非該当	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、本原則は対象としておりません。

▶▶ お客様本位業務運営方針に基づく取組状況報告・対応関係表についてのお問い合わせ先

保険代理店 株式会社ビジサポ
業務部門 FD担当者
所 在 地 京都府京都市伏見区両替町10丁目230-3-1F
電話番号 075-644-6646
E-Mail info@bizo.jp
営業時間 平日9時00分～17時00分（年末年始・夏季休暇を除く）

