

「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」

令和4年3月1日
株式会社プレミック

1. お客さま本位の業務運営に関する取組方針

(原則1. 顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等)

株式会社プレミックは、お客さまの日常生活や事業活動をしっかりとお守りし、地域の発展に貢献する企業であるために、金融庁が公表した【顧客本位の業務運営に関する原則】を踏まえ、この度「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」(以下、当方針)を策定し、弊社ホームページ上で公表します。

次年度以降については、その取組状況を公表するとともに、より良い保険募集品質を確保するために、必要に応じて当方針の見直しを行います。

2. お客さまの最善の利益を追求するために

(原則2. 顧客の最善の利益の追求)

弊社は、お客さまの利益をお守りするという重大な責任を果たすため、法令等の遵守を全うし、誠実かつ公正にお客さまに接し、全社員が保険のプロフェッショナルとしての自覚を高く持って業務を遂行する体制を構築します。

<具体的取組>

商品知識や保険に係る周辺知識だけでなく、身だしなみ、適切な言葉遣い等のマナーについての内容を含むコンプライアンス研修を毎月実施することにより、職業倫理を身につけ、社会的責任を全うするための行動を促します。また、苦情やお褒めの言葉等のお客さまの声を社内で共有するとともに、いただいた声を弊社の業務運営に反映させるべく、定期的なアンケートを実施します。

3. 利益相反の適切な管理に向けて

(原則3. 利益相反の適切な管理)

弊社は保険商品を販売するにあたり、手数料売上を根拠に商品を選定する行為を行っておらず、常にお客さまの利益を優先します。また、弊社は「意向確認シート」を用いてお客さまの意向に沿った内容になっているか記録を残します。

<具体的取組>

保険募集に携わらない社員が、「意向確認シート」に基づき内容を検証し、利益相反の可能性があるものに関しては適切に管理します。

※弊社には、法人営業部門・運用部門および、同一グループに属する別の会社が存在せず、これらを原因とする利益相反の可能性がないため、原則3(注)の一部については現時点で取組方針の対象としておりません。

4. 手数料等の明確化について

(原則4. 手数料等の明確化)

保険商品は、販売する保険会社や商品の種目、年度によって大きく手数料が異なることにより算出が困難なことに加え、弊社が取り扱う保険商品は手数料の開示義務が無いため、原則4については現時点で取組方針の対象としておりません。

5. 重要な情報の分かりやすい提供に向けて

(原則5. 重要な情報の分かりやすい提供)

保険商品の選定については専門的な知識を要することから、お客さまが考えるリスクへの不安に対し、周辺知識、過去の事件事例、各種データ等を基に、客観的に分かりやすく情報提供し、対策を具現化するよう努めます。

<具体的取組>

- ①保険会社が販売対象として想定するお客さまの特性を踏まえ、お勧めする保険商品の選定理由および、損失、リスクならびに、利益相反の可能性がある場合の情報等について丁寧に説明します。また、その状況を保険募集に携わらない社員が「意向確認シート」を用いて検証します。
- ②お客さまへの提案にあたっては、パッケージ商品の特性を理解し、代替案も十分に検討したうえで提案が行えるよう、定例ミーティングにて複数人で検討し、情報提供を行います。
- ③お客さまの置かれている環境によって、お持ちになっている情報量には差異があります。弊社はあらゆる特性のお客さまを想定し、さまざまなケースを対象としたトレーニングを定期的を実施し、お客さまの知識に合わせ、誤解を招くことのないよう、分かりやすい情報提供に努めます。
- ④複雑な構造の保険商品やリスクの高い商品については、お客さまにとって最適かどうかを定例ミーティングにて複数人で慎重に検討します。また、それら商品のリスクとリターンの関係等、基本的な仕組みを含め、なるべく専門用語を交えずに、分かりやすい説明に努めます。
- ⑤お客さまにとって大切な情報が集約されている重要事項説明書を分かりやすく説明するためのトレーニングを定期的を実施し、お客さまの不利益となる項目については、より強調して説明しま

す。また、重要事項説明書に記載は無いものの、弊社が特に重要と判断する内容については、「契約確認シート」を用いて補足説明を行います。

6. お客さまにふさわしい商品等の提供

(原則6. 顧客にふさわしいサービスの提供)

弊社は、保険の専門家としての知識を活かし、お客さまの意向に沿いながらも本質的な意味での意向を推察し、不測の事態が発生した際にも動じることのない対策を提供する責任があると考えます。

<具体的取組>

①お客さまの意向の他、個人であれば年齢・家族構成・職業・年収等、事業者であれば業種・規模・社員数等、お客さまの背景や固有の事情も念頭に置いたうえで、最良と思われる提案を行います。また、長きにわたるお取引の中で担当者変更が起こった際に安心していただくために、意識・知識・スキルを高い次元で均一化するためのトレーニングを行います。

※弊社が取り扱う金融商品・サービスは保険商品のみであり、各業法の枠を超えた類似商品等と比較をすることはありませんので、原則6(注1)の一部については現時点で取組方針の対象としておりません。

②パッケージ化された保険商品を提案する際は、お客さまの意向に沿っているか、適切な提案になっているかについて「意向確認シート」を用いて検証します。

③弊社は保険商品の組成には携わっていないため、原則6(注3)については、取組方針および取組状況(KPI)の対象としませんが、保険会社に対し意見を述べる場が設けられた場合には、お客さまの立場に立って意見を述べるとともに、保険商品を組成した保険会社の意図をしっかりと理解したうえでお客さまに提案を行ないます。

④70歳以上の高齢のお客さまに対しては、より丁寧に情報提供・提案を行い、その詳細を「高齢者対応記録シート」に記録します。また、障がいをお持ちのお客さまに対しては、「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」に基づき、合理的配慮を行います。

⑤こまめに新商品や商品内容の改定に関する研修を行い、常に知識のアップデートを習慣化します。また、新規契約時はもちろんのこと、継続契約時にも新規契約時と同じように再度情報提供や契約内容の確認を行うとともに、長期契約のお客さまに対しても、少なくとも年に一度は面談や電話等にて同様に確認を行います。

7. 全社員が一丸となって当方針に取り組むための環境づくり

(原則7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等)

お客さまを高い次元でお守りするために、全社員が意識・知識・スキルの向上に励み、保険のプロフェッショナルとして確実に安心を提供できる体制を整えます。

<具体的取組>

人事評価において、成果という短絡的な物差しでの評価は極力避け、経営理念や当方針を理解・実践することによる品質部分の評価を重点に置くことにより、職業倫理や社会的責任についての意識を高めます。

また、損害保険トータルプランナーやファイナンシャルプランナー等の資格取得を推進し、お客さまの役に立てる高度な知識・スキルを身につけます。