

お客様本位の業務運営に関する取組み方針

フィデューシャリー・デューティー〔顧客本位の業務運営〕への基本姿勢

当社が定める「顧客本位」とは、営業活動・保全活動・お客様対応・苦情対応等、業務運営のすべてにおいて、当社の永遠のスローガンである

「すべてはお客様の『ありがとう！』のために……」という基準方針に照らし合わせて、お客様に『ありがとう』と言われる行動を選択します。

上記の取組みを行うことにより、お客様本位の業務運営を最重要経営課題として取り組みます。

また上記取組みが更に改善することを目的とし、定期的に見直しをすることを実践します。

2023年6月28日

最適な商品の提案

<方針> ★当社の考える『お客様にとっての最善』＝『ありがとうの声』とは、次の判断基準に沿ってお客様とともに合意形成された意思・意向のこととしています。

私達は、お客様が求める想いに寄り添う最適な商品・サービスの提供を可能とするため、複数の保険会社の商品・サービスを取り扱います。そのうえで、お客様のご意向や実情に沿った最適なプランをご提案できるよう努めます。

自社が持続的に発展と運営をしていくため、自社で定める販売方針に従ってお客様利益を第一に考えたうえで営業推進に努めます。

<社内規程等>

・当社は、上記方針を達成するため、「お客様サポート等管理規程」及び「お客様サポート等管理マニュアル」を策定しています。

<具体的な取組み>

・「お客様の声」に適切に対応するために、社内勉強会等を通じて、社内規程等を周知しています。

・「お客様の声」への対応において長期未解決事案が発生しないよう、随時「お客様の声」への対応状況・進捗状況を管理しています。

・「お客様の声」は、速やかに社内全体で共有し、迅速に対応するように取り組んでいます。

また、「お客様の声」を集約・分析し、これを踏まえて当社の態勢の向上に取り組んでいます。

利益相反の適切な管理

<方針> ★お客様との取引に伴う利益相反により、お客様の利益を害することの無いよう、以下の取組みを実施するなど、適切に管理体制を整備し、その維持・向上に努めています。

お客様の利益を第一に考え、保険会社から支払われる代理店手数料に左右されるような保険販売は行いません。

<具体的な取組み>

募集プロセス(保険提案の過程)とお客様との対応記録を「保険 VOS」に入力し、意向把握を的確に実施、面談記録・当初意向・最終意向の証跡を記録します。

また意向把握義務を適切に行えるように社内共有と検証をして業務改善をしています。

半年に一度、自社の推奨販売する損害保険会社・生命保険会社の見直しを実施いたします。

生命保険募集に関しては「IQ」システムの導入により、募集人のお客様の意向に沿った募集プロセスの平準化に努めています。

※「IQ」システム:株式会社アイリックコーポレーションが提供する、生命保険会社の商品がワンストップで比較可能なシステム。当初意向把握から最終意向把握、各社設計書や帳票、申込書に至るまで募集を完結するシステム。

※「保険 VOS」:保険代理店向け顧客管理と営業支援のクラウド型システム。

NTT データ 保険会社共同ゲートウェイとの連携や情報共有機能があり、お客様対応履歴の証跡を記録する事が可能。

手数料等の明確化

<方針> ★特定商品を販売の際、お客様が負担する費用【保険関係費・運用関係費】の中の3項目【販売事務手数料・信託報酬手数料・為替手数料】は開示するものとし、代理店手数料など、お客様に直接影響の無いものについては、非開示とします。また、特定商品に関して毎年控除される手数料についても保全の観点から、適宜電話や面談にて開示します。

重要な情報の分かりやすい提供

<方針> ★当社は保険商品の説明において、「ひらがなで説明するイメージ」をゴールとしています。

難しい専門用語を極力使わないようにして、誤認が生じやすい保険料・保険金額の違いや、保障と補償、保証の表記間違いに特に注意して説明します。

保障:(権利・自由・安全を)守る。収入保障や介護保障など、主に生命保険で使用される

補償:(損害を)償う。損失を補償する。自動車保険や火災保険など主に損害保険で使用される

保証:(請け負う)法律賠償の責任を負う。身元を保証する連帯保証人

また、お客様の声を広く吸い上げ、迅速かつ誠実に「お客様第一」に対応します。

<社内規程等>

・当社は、上記方針を達成するため、「保険募集管理規程」、「保険募集に関するルール」、「推奨方針」及び「意向把握及び比較・推奨販売に関する規程」を策定しています。

<具体的な取組み>

【生命保険】

保険クリニック店舗と訪問販売の募集の流れ

・保険クリニック店舗における募集プロセス(保険提案の過程)は、※保険 IQ システムの意向把握シート及び「相談内容」「アドバイス」に入力しています。

前月の検証を翌月10日までに、生命保険責任者がその内容を点検して、適切な意向把握、比較・推奨等がなされているかを確認・検証し、万が一不適切と疑われる募集活動が見受けられた場合は、当該担当者を厳格に指導し、改善に努めます。

・訪問募集における募集プロセス(保険提案の過程)は、※保険 VOS システムに対応記録を入力しています。

情報提供内容・お客様のニード・当初意向・意向把握・会話の記録・提案設計書の記録をしています。

その入力内容を自身で点検し、適切な意向把握、比較・推奨等がなされているかを確認・検証しています。

・特定商品を販売する際、過去の投資経験などをヒアリングし、特定商品を取り扱う生命保険各社から提供されている資産運用に関する資料を用いて、お客様に説明を行い、提案する前に適合性確認を実施します。

・特定商品に関して、販売・推奨をする場合には、変動リスクを説明。各保険会社の設計書に基づいて説明を実施しています。また外貨など為替リスクが存在する場合は、為替が上下に振れた場合と、変化が無かった場合のシミュレーションを各保険会社の設計書に基づいて説明を実施しています。

・特に生命保険契約については、家族構成の変化や属性情報、結婚や住宅購入などライフイベントに伴い、保障の見直しが必要な場合があるので1年に1度、適宜フォローコールを実施しています。

金融庁 原則5 (注2)当社は保険商品以外、複数の金融商品を扱う金融事業者ではありません。

【損害保険】

・お客様のご意向を的確に把握し、保険業法が定める意向把握義務を適切に遂行するよう、社内勉強会等を通じて、社内規程等を周知しています。

・損害保険のお客様に関して満期時に訪問し、ご要望に応じ保険管理一覧を用いてフォローしています。
(電話による募集・郵便対応・非対面募集も含む)

・AIG 損保の募集品質の向上プログラムにより、コンプライアンスや商品試験などの e-ラーニングを定期的に受講しています。

顧客にふさわしいサービスの提供

<方針> ★1年に1回、定期訪問をする際に【保険管理一覧シート】を持参し、保険の加入状況を説明しています。重複補償や、お客様の属性やニードに対して漏れが無いかを確認しています。
(電話による募集・郵便対応・非対面募集も含む)

【生損保共通】

・3ヶ月に1度、会社通信【ジェイトップス通信】をお客様に郵送や手渡しで配付しています。通信の内容は社員から記事を募り、内容を吟味し、社会貢献活動やお客様サービスに向けての情報発信する内容となっています。

・自社のホームページに、定期的にお得な情報やサービスの情報を掲載しています。
その際、特定の保険会社の商品やサービスに偏らないことに注意して情報発信しています。

・NTT 共同ゲートウェイを導入しており※(保険 VOS)お客様より入電があった際、営業担当を通じてお客様対応が出来るように社内インフラを整えています。

・平均余命や定年制度の延長などの影響で、将来の公的年金の受給の在り方を鑑み、募集人の金融知識の向上、お客様に対しては金融リテラシーを向上に繋がる情報を提供します。特に特定商品の情報提供を積極的に行います。

金融庁 原則 6 (注 2) 当社は保険商品以外、複数の金融商品を扱う金融事業者ではありません。

金融庁 原則 6 (注 3) 当社は金融商品を組成する金融事業者ではありません。

従業員に対する適切な動機付けの枠組み等

適正な業務への取組む教育

<方針>★当社は、適正な業務運営を行うため、従業員のコンプライアンス意識向上のため、教育研修を通じて、各種規程・マニュアル等の内容の周知徹底を図り、募集品質の向上に努めています。
また全社員Googleカレンダーを用いたスケジュール、業務日報、※保険 VOS で管理しています。

<具体的な取組み>

保険業法・金融当局の行政指針等のコンプライアンスに関する研修を定期的を実施し、役職員の意識向上に努めています。

すべての募集人が高いコンサルティング能力を身に付けるために、FP技能士の資格取得を継続的に推進して、業務評価の対象としています。

お客様本位の業務運営に関する取組み方針に関するご報告

株式会社 ジェイトップス 代表取締役 長崎 芳秀

【お客さま本位の業務運営に関する取組状況】

最適な商品の提案

1. お客さまの声を経営に活かす仕組み

営業拠点等で受けたお客さまの声は、当社の業務規程、顧客サポート等管理規定で管理をしています。

お客さまの声については、各営業担当が管理システムに入力後、その原因分析を行い、改善策を策定し、実施することで、業務品質の改善・向上に繋げています。

お客様の声で『特に重要な事案』に関して、社内で精査し全体で共有し迅速に対応しています。

KPI 指標／お客さま本位の取組み状況

取り扱い保険会社数とご契約保有件数【別表参照】

生命保険契約の継続率と自動車保険契約の更改率【別表参照】

お客様の声件数【別表参照】

利益相反の適切な管理

1. 募集プロセス（保険提案の過程）とお客様との対応記録を「保険 VOS」に入力し、意向把握を的確に実施、面談記録・当初意向・最終意向の証跡を記録しています。
2. 半年に一度、社内全体で話し合い損保と生保の推奨商品の見直しを実施しています。
3. 月に一度、保険 IQ システムの入力内容を全件拠点長がチェックし、不完全入力や不整合がないかを管理しています。

手数料の明確化

1. 特定商品販売の際、お客様が負担する費用【保険関係費・運用関係費】の中の3項目【販売事務手数料・信託報酬手数料・為替手数料】は開示するものとし、代理店手数料など、お客様に直接影響の無いものについては、非開示としています。また、特定商品に関して毎年控除される手数料についても保全の観点から、適宜電話や面談にて開示しています。

重要な情報の分かりやすい提供

1. 当社は保険商品の説明において、「ひらがなで説明するイメージ」をゴールとしています。難しい専門用語を極力使わないようにして、ご高齢のお客様にもご理解いただけるよう丁寧に説明を実施しています。
 2. 損保・生保共に年に1度適宜アフターフォローを実施し、ご要望に応じて既契約内容の説明等を実施しています。
- 金融庁 原則5 (注2) 当社は保険商品以外、複数の金融商品を扱う金融事業者ではありません。

顧客にふさわしいサービスの提供

1. 会社通信【ジェイトップス通信】の配信
2021年1月・4月・8月・12月に実施しています。
2. 顧客の金融リテラシーの向上について、定期的にマネーセミナーや、会社通信【ジェイトップス通信】等でご案内し、金融リテラシーの向上・啓蒙に努めています。

金融庁 原則6 (注2) 当社は保険商品以外、複数の金融商品を扱う金融事業者ではありません。

金融庁 原則6 (注3) 当社は金融商品を組成する金融事業者ではありません。

従業員に対する適切な動機付けの枠組み等

KPI 指標/お客さま本位の取組み状況

社内教育・社外研修・人事評価による社員品質の向上【別表参照】

KPI指標/お客さま本位の取組み状況

取り扱い保険会社数とご契約保有件数

お客さまのご意向に最も適した商品・サービス・安心をお届けするために、多数の保険会社の間で募集委託契約を結んでいます。

生命保険会社13社

ソニー生命	アクサ生命
アフラック生命	FWD生命
東京海上日動あんしん生命	オリックス生命
三井住友海上あいおい生命	SOMPOひまわり生命
朝日生命	メットライフ生命
メディケア生命	マニユライフ生命
なないろ生命	

損害保険会社4社

AIG損害保険
損害保険ジャパン
三井住友海上火災
セゾン自動車火災保険

各種保険商品の販売を通じて、様々なお客さまのニーズに沿ったサービスを提供しています。したがって、現在ご契約をお預かり致しました件数が、当社に対するお客さまからの信頼を得た指標の一つとして位置付けしております。

	損害保険保有件数（法人含む）	生命保険保有件数（法人含む）
2022年1月～2022年12月	2,472件	5,137件

お客さまからの保険金請求は、各保険会社と連携を取りながらお客さまへ一日も早くお支払いが出来ますよう心掛けております。

生命保険契約の継続率と自動車保険契約の更改率

ご契約後の「継続率」やご契約満期時の「更改率」につきましては、お客さまのご意向に沿った提案、そして適切な情報の提供に対するご納得・ご満足の指標の一つとして捉えております。

主な生命保険会社の継続率

主な損害保険会社の更改率

	2022年12月		2022/1~12
ソニー生命 (24ヵ月継続率)	97.70%	AIG損保	88.80%
FWD生命 (24ヵ月継続率)	100%	三井住友海上	85.70%
オリックス生命 (24ヵ月継続率)	98.50%	損害保険ジャパン	88.60%

お客様の声件数

お客さまからの「苦情」はもとより「ご要望」「お褒め」等の声も含め毎週月曜日の朝イチ会議にてお客さまの声を収集しています。

「苦情」は迅速かつ丁寧な対応を心掛け、お客さまのご了解を得るよう取り組んでいます。また、お客さまの声を集計分類し、全体会議において事例共有し再発の防止に取り組んでいます。

苦情 お褒め 相談 要望 問合せ

17件 8件 203件 665件 132件

2022年4月より募集品質の向上の一環として【サービス向上委員会】を設置し、主に法人顧客へ訪問し、アンケートを実施しています。ご要望などあれば営業担当に報告し改善に努めています。

社内教育・社外研修・人事評価による社員品質の向上

経営理念、お客さま本位の業務運営について、会議・研修の中で繰り返しアナウンスしています。また創業当時より掲げているスローガン【すべては、お客様の『ありがとう!』のために……】の行動等をテーマに意見交換し、日々の活動に活かしています。

2022/1～2022/12開催状況

・全体会議	12回	・生保ミーティング	12回
・朝イチ会議	48回	・生保勉強会	9回
・損保ミーティング	12回	・保険会社による商品勉強会	9回
・コンプライアンス研修	9回	・学びの日にしよう勉強会	6回
・社内での人事評価・目標設定・人事考課ミーティング		3回	

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表

金融事業者の名称		株式会社ジェイトップス		
開取組方針掲載ページのURL:		https://www.j-tops.jp/cms/wp-content/uploads/2022/07/information.pdf		
開取組状況掲載ページのURL		https://www.j-tops.jp/cms/wp-content/uploads/2022/07/information.pdf		
	原則	実施・不実施 又は	取組方針の該当箇所 あり	取組状況の該当箇所 あり
原則2	【顧客の最善の利益の追求】 金融事業者は、高度の専門性と誠実信頼を保持し、顧客に対して公正・公平に業務を行い、顧客の最善の利益を追求すべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。	実施	最適な商品の提案	最適な商品の提案
	(注) 金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を追求することにより、自らの定めた顧客基準と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	実施	最適な商品の提案	最適な商品の提案
原則3	【利益相反の適切な管理】 金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、顧客利益優先原則に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。	実施	利益相反の適切な管理	利益相反の適切な管理
	(注) 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、以下の事例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。 ・ 販売会社が、金融商品の顧客への販売・提供等に際して、当該商品の提供会社から、販売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会社から提供を受けた商品を販売・提供する場合 ・ 同一主体又はグループ内に法人営業部門と専任部門を有しており、当該専任部門が、当該商品の販売又は法人営業部門が取り扱える商品を有する企業を巡る場合	実施	利益相反の適切な管理	利益相反の適切な管理
原則4	【手数料等の明確化】 金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の算定と、当該手数料等がどのようなサービスの対価に課するものかを含む、顧客が理解できるような情報提供すべきである。	実施	手数料等の明確化	手数料等の明確化
原則5	【重要な情報の分かりやすい提供】 金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・提供等に最も重要な情報を顧客が理解できるような分かりやすく提供すべきである。	実施	重要な情報の分かりやすい提供	重要な情報の分かりやすい提供
	(注1) 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・ 顧客に対して販売・提供等を行う金融商品・サービスの基本的な特徴(リターン)、損失その他のリスク、取引条件 ・ 顧客に対して販売・提供等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として認定する事業者 ・ 顧客に対して販売・提供等を行う金融商品・サービスの適宜理由(顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む) ・ 顧客に提供・提供等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的な内容(第三者から受け取る手数料等を含む)及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	実施	重要な情報の分かりやすい提供	重要な情報の分かりやすい提供
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・提供等する場合に、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、パッケージ化するべきかしないべきかを顧客が把握する上が重要となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである(注1)。(注3)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	重要な情報の分かりやすい提供	重要な情報の分かりやすい提供
	(注3) 金融事業者は、顧客の取引履歴や申込内容等の上、情報、平易であって、誤解を招くことのない追加的な内容の提供を行うべきである。	実施	重要な情報の分かりやすい提供	重要な情報の分かりやすい提供
	(注4) 金融事業者は、顧客に対して販売・提供等を行う金融商品・サービスの提供時に合わせた情報提供を、分かりやすく行うべきである。単独でリスクの低い商品の販売・提供等を行う場合には顧客が情報提供とする一方、販売又はリスクの高い商品の販売・提供等を行う場合には、顧客において両者の商品の内容と比較することが容易となるように用意した資料を用い、かつ、リスクとリターンの顕著な違いを明確に示す。より分かりやすく丁寧な情報提供が求められるよう工夫すべきである。	実施	重要な情報の分かりやすい提供	重要な情報の分かりやすい提供
	(注5) 金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を正確性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。	実施	重要な情報の分かりやすい提供	重要な情報の分かりやすい提供

原則 6	【顧客にふさわしいサービスの提供】 金融事業者は、顧客の資産状況、取引継続、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの提供、販売・推奨等を行うべきである。	実施	顧客にふさわしいサービスの提供	重要な情報の分かりやすい提供
	(注1) 金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に際し、以下の点に留意すべきである。 ・ 顧客の意向を踏襲した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や受取資産と投資性資産の適切な割合を提示し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと ・ 具体的な金融商品・サービスの提案は、自ら取り扱う金融商品・サービスについて、各受取の枠を踏まえ、個別商品・サービスや代替商品・サービスの内容(手数料を含む)と比較しながら行うこと ・ 金融商品・サービスの販売において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと	実施	顧客にふさわしいサービスの提供	重要な情報の分かりやすい提供
	(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	顧客にふさわしいサービスの提供	顧客にふさわしいサービスの提供
	(注3) 金融商品の組成に関わる金融事業者は、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、商品の販売に関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	顧客にふさわしいサービスの提供	顧客にふさわしいサービスの提供
	(注4) 金融事業者は、特に、価格又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引講習を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じて、当該商品の販売・推奨等が適宜かより慎重に留意すべきである。	実施	顧客にふさわしいサービスの提供	わかりやすい情報・サービスの提供
	(注5) 金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組みに係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	実施	顧客にふさわしいサービスの提供	顧客にふさわしいサービスの提供
原則 7	【従業員に対する適切な勤続づけの特措み等】 金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を推進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な勤続づけの特措みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	実施	従業員に対する適切な勤続づけの特措み等	従業員に対する適切な勤続づけの特措み等
	(注) 金融事業者は、各原則(これらに付されている注を含む)に照して実行する内容及び実施しない代わりに譲じる代替案の内容について、これらに代わる従業員に通知するとともに、当該従業員の業務を支援・承認するための体制を整備すべきである。	実施	従業員に対する適切な勤続づけの特措み等	従業員に対する適切な勤続づけの特措み等
【照会先】				
部署		営業部		
連絡先		0587-88-6060 takamichi.nakamura@topo.jp		