

お客さま本位の業務運営方針(FD宣言)

制定日:2025年4月1日 保険デザインパートナーズ株式会社 代表取締役 安井義幸

当社は、「人生をデザインするように、保険をデザインする」という経営理念のもと、金融庁が公表している「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し、お客様一人ひとりの未来を守るための業務運営方針を以下の通り定めます。

1. お客様の最善の利益の追求【原則2】

当社は、お客様が望む未来や安心を「デザイン(設計)」することを第一義とし、デジタルの利便性と対面コンサルティングの温かみを融合させ、お客様にとって最善の利益となる解決策を提供します。

- <具体的な行動(アクションプラン)>
 - Web完結型商品においても、お客様が迷わないようFAQや商品解説を充実させ、セルフサービスでの利便性を高めます。
 - 対面コンサルティングにおいては、意向把握を丁寧に行い、手数料の多寡ではなくお客様のニーズに最も合致する商品を提案します。
- <KPI(定着度合いを測る指標)>
 - 自動車保険・火災保険の更改率:90%以上
 - お客様Google 評価件数5件・5段階評価点数:平均4.0以上

2. 利益相反の適切な管理【原則3】

当社は、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引を適切に管理します。保険会社からの手数料やキャンペーン等に左右されず、常にお客様の意向に基づいた比較推奨を行います。

- <具体的な行動(アクションプラン)>
 - 推奨販売方針を定期的(年1回以上)に見直し、全従業員に周知徹底します。
 - 募集プロセスにおいて、比較説明や推奨理由の説明が適切に行われているか、責任者が定期的にモニタリングを実施します。
- <KPI(定着度合いを測る指標)>
 - 募集プロセス点検における不備発生率:10%以下

3. 重要な情報の分かりやすい提供【原則5】

当社は、保険という形のない商品を具体的かつ容易に理解いただけるよう、お客様の知識や経験に合わせて情報の提供方法を工夫します。

- <具体的な行動(アクションプラン)>
 - Webサイトやメール対応では、専門用語を極力避け、平易な表現や図解を用いた情報提供を行います。
 - 「保険クリニック」等のシステムを活用し、商品ごとのメリットだけでなく、デメリット(不利益事項)や重要事項についても時間をかけて説明します。
- <KPI(定着度合いを測る指標)>
 - Web経由問合せへの24時間以内回答率:95%
 - 新契約手続き時の重要事項説明実施率:95%

4. お客様にふさわしいサービスの提供【原則6】

当社は、お客様のライフステージ、資産状況、知識・経験、加入目的等を総合的に勘案し、ふさわしい商品とサービスを提供します。

- <具体的な行動(アクションプラン)>
 - クラシックカーや長期渡航など、特殊なリスク(ニッチ市場)に対しても、専門知識を持った担当者が適切なプランニングを行います。
 - ご高齢のお客様に対しては、ご家族の同席をお願いするなど、より丁寧な対応により理解度を確認します。
 - ご契約後も、環境変化に応じた情報提供や、事故時の迅速なサポートを行います。
- <KPI(定着度合いを測る指標)>
 - 早期消滅契約(短期間での解約)発生率:5%以下
 - **Web**経由メール成約率:60%以上

5. 従業員に対する動機づけの枠組み【原則7】

当社は、「全従業員の物心両面の幸福」を追求することが、結果としてお客様への高品質なサービス提供につながると考え、従業員教育と環境整備に努めます。

- <具体的な行動(アクションプラン)>
 - デジタルスキルと対人スキルの両面を磨くため、定期的な社内勉強会や外部研修への参加を推奨します。
 - 人事評価において、単なる販売実績だけでなく、お客様への対応品質や「FD方針」の実践度合いを評価項目に組み込みます。
- <KPI(定着度合いを測る指標)>
 - 損保トータルプランナー等の上位資格保有率:50%以上
 - 社内研修(勉強会)の実施回数:年12回以上

※原則4(手数料等の明確化)については、当社は乗合代理店であり、保険会社に代わって保険契約を締結・媒介する立場のため、手数料の開示は行わず、総合的なサービスの質によって評価いただく方針とします。

<KPI(定着度合いを測る指標)>前年実績

自動車保険・火災保険の更改率:90%以上 (前年 92%)

お客様Google 評価件数5件・5段階評価点数:平均4.0以上 (前年3.7%)

募集プロセス点検における不備発生率:10%以下 (前年8%)

Web経由問合せへの24時間以内回答率:95% (前年85%)

新契約手続き時の重要事項説明実施率:95% (前年100%)

早期消滅契約(短期間での解約)発生率:5%以下 (前年3%)

Web経由メール成約率:60%以上 (前年40%)

損保トータルプランナー等の上位資格保有率:50%以上 (前年30%)

社内研修(勉強会)の実施回数:年12回以上 (前年12回)