

お客さまに真の価値を提供する会社宣言

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく
取組状況について～成果指標・K P I～

2021年10月1日～2022年9月30日 実績報告

KPI監修：金融規制法外部監査機関「LEGAL@法務」CBP

2022年10月1日

アービック株式会社

徳島県徳島市助任橋1丁目24-1 ウィズビル4F

はじめに

アービック有限会社（徳島県徳島市 代表取締役 立石仁志、以下（「当社」）は、「お客さま本位の業務運営方針」の取組み・定着度合いを定量的に評価する成果指標・K P I（Key Performance Indicator）を以下のとおり設定し、公表すると同時に定期的な集計と検証を通じて、更なるお客さま本位の業務運営の推進・浸透に努めております。

2021年度 アクションプラン	1	アービックの目指す姿 ----- P.3	
	2	お客さま主義（本位）の実現に向けた取組方針 --- P.4	
	3	真の価値を提供するアクションフローと企業醸成- P.6	
	4	アフターフォロー・モニタリング ----- P.7	

2021年度 成果指標・KPI (Key Performance Indicator)	1	新規契約／年度末保有契約状況 ＜損害保険・生命保険＞ ----- P.8	6	法人顧客における複数種目の契約状況 ----- P.21
	2	損害保険更改率 ＜法人・個人契約合算＞ ----- P.14	7	損害保険事故・保険金請求対応サービス 状況 ----- P.23
	3	生命保険継続率 ＜法人・個人契約合算＞ ----- P.16	8	保険募集人教育・研修実施状況 ----- P.24
	4	お客さまの声を経営に活かす取組み ----- P.17	9	内部点検及び金融規制法外部監査実施 状況 ----- P.25
	5	高齢者への配慮対応状況 ----- P.20	10	企業価値の向上に資する取組み参画状況 ----- P.26

《別表》金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について

アクションプラン1

アービックの目指す姿

アービックは、「お客さま主義（本位）」こそが原点であり、お客さま・社会と共に成長し続けることを目指します。その実現のために「お客さま本位の徹底」と「行動指針」を全社員が遵守し、お客さま本位の業務運営を実践してまいります。

経営理念

適切な保険普及を使命とし、お客さまに安心を提供し信頼関係を構築する



▶アービック会社方針

「アービック」は適切な保険普及を使命とし、お客さまに安心と信頼を提供する。そして、お客さまに係るリスクに対しコンサルティングを通じて、常に最適な解決策を提案します。

- ・単に保険商品を紹介して契約するのではなく、顧客ニーズを十分に理解して商品を組み合わせる提案を心掛ける
- ・事故処理やクレーム処理では「お客さまには理解より納得を」をコンセプトとする

アクションプラン2

お客さま主義（本位）の実現に向けた取組方針

▶取組方針

当社は「適切な保険普及を使命とし、お客さまに安心を提供し信頼関係を構築する」を経営理念として掲げ、損害保険・生命保険を総合的にご提案、サポートする総合保険代理店として、「お客さま主義（本位）」の実現を目指します。そのために「お客さまに真の価値を提供する会社宣言（お客さま本位の業務運営）」を策定・公表しております。それに加え、「5つの行動（行動指針）」を定め遵守してまいります。

▶アクションプラン（1）（お客さま本位の業務運営／定量指標KPI）

- ・「お客さま本位の業務運営」の実現により、お客さまの高い満足とお客さまの信頼から得られるお取引基盤の拡大を通じて、私たちの成長を更なる「お客さま主義（本位）」のサービスの向上を目指します。
- ・「お客さま主義（本位）」のサービスの向上に向け、「お客さま本位の業務運営」に関する定量指標（KPI）を定期的にモニタリングを行い、必要な改善を行ってまいります。

「お客さま主義（本位）」を目指すための
お客さま本位の取組み

自らの行動

- ・高齢者への親族同席、複数名、複数回対応状況
- ・保険募集人教育・研修実施状況
- ・内部点検及び金融規制法外部監査実施状況

お客さまの安心と満足、
社会・経済への貢献

お客さま・社会からの評価

- ・「お客さまの声」共有・分析

アービックの
持続的・安定的な成長

評価の表れ

- ・法人契約における複数種目契約状況
- ・新規/保有契約状況（生損保）
- ・損害保険更改率
- ・生命保険継続率

アクションプラン2

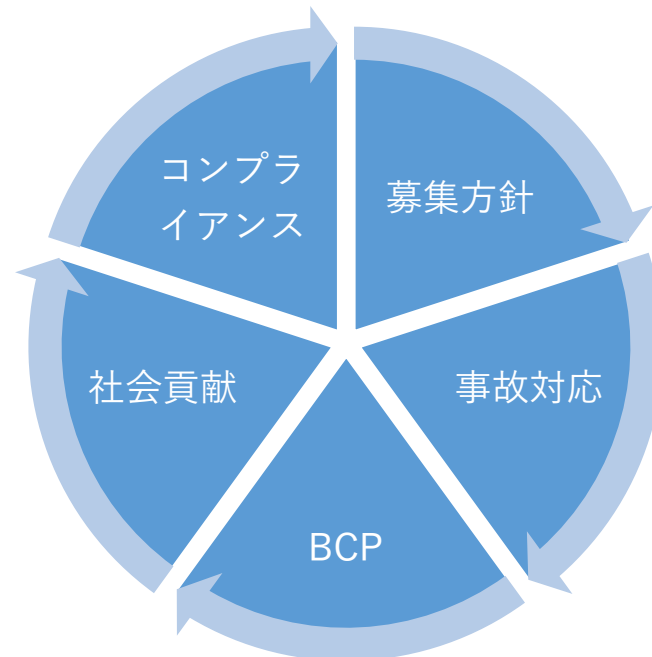
お客さま主義（本位）の実現に向けた取組方針

▶アクションプラン（2）（行動指針）

当社では「お客さま主義（本位）」の実現に向け、行動指針を定めております。当社の社員が日々これらを念頭におき行動することで好循環へと繋がり、お客さま本位の業務運営の実践に大きく寄与することに繋がるものと考えております。

●各種関係法令等を厳格に遵守します

●自社の業務により習得した知識、ネットワークを使い、業務面、地域社会への貢献に努めます



●お客さまのニーズや現状をお聞きし適切なリスクコンサルトを行い、リスクの顕在化、転化をアドバイス致します

●事故の内容、発生状況を聞き分け、保険会社との連携を密に行い、お客さまの不安やストレスを軽減することに尽力します

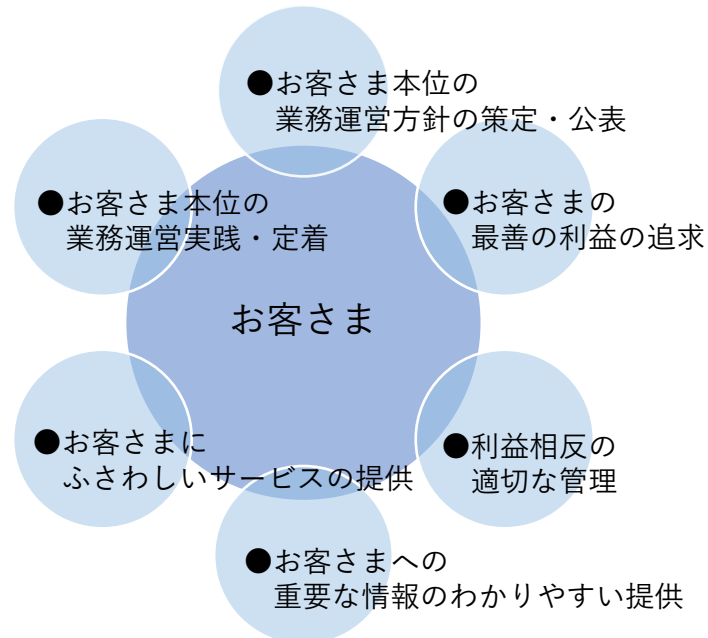
●BCPマニュアルに基づき、人命の安全、経営資源の被害軽減、二次被害の防止、早期業務再開に努め、業務再開後にはお客さまの状況把握を行い可能な救済を行っております

アクションプラン 3

真の価値を提供するアクションフローと企業文化の醸成

▶ アクションフロー

当社ではお客さまに真の価値を提供するために、お客さまを中心に囲むアクションフローを定め、「お客さま主義（本位）」の企業文化が「お客さま本位の業務運営の実現」に繋がると捉え、持続的な企業文化の醸成を目指しております。



企業文化の醸成の流れ

アービック（自らの行動）

- ・お客さまに適切な保険商品、サービスの提供
- ・お客さまの最善の利益の追求

お客さま・地域社会（評価）

- ・お客さまの日常の不安、心配、リスクの解消
- ・保険業の公共性による社会貢献

お客さまの満足・信頼の向上

- ・お取引基盤の拡大

アービック（成長）

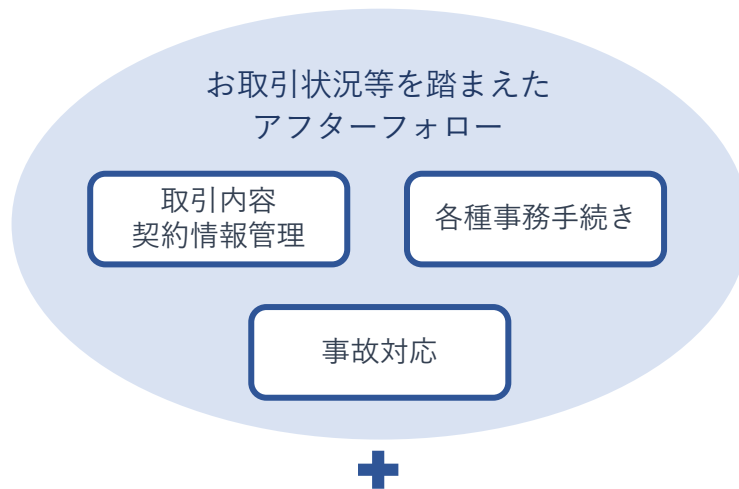
- ・「お客さま主義（本位）」のサービスの向上
- ・中長期的な成長

アクションプラン4

アフターフォロー・モニタリング

1. お客さまに合わせたアフターフォロー

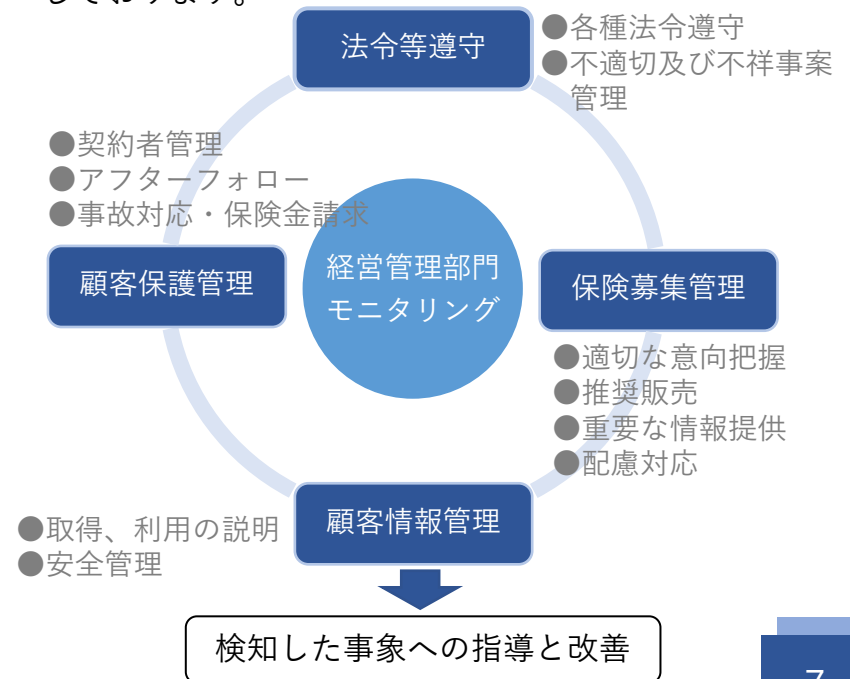
当社ではお客さまのお取引状況等を踏まえ、情報提供等を目的としたアフターフォロー及び、環境の変化や個々の事故、保険金・給付金請求に応じたアフターフォローを丁寧に実施しております。



- ・ 保険会社の新サービスのご案内、保険金請求漏れ等が発生していないか。状況を確認
- ・ ご高齢など配慮が必要なお客さまに対して、よりきめ細やかかつ、継続的なアフターフォローを実施

2. ポイントを絞った体系的なモニタリング

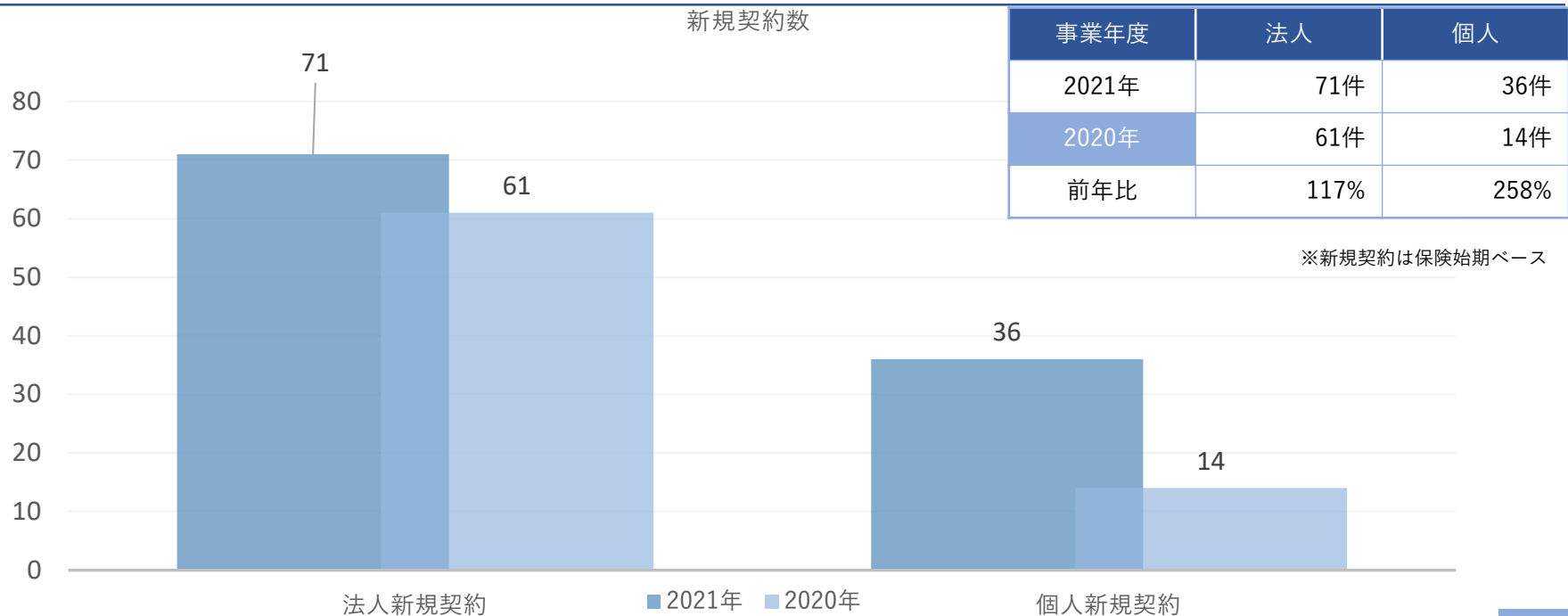
当社ではお客さまに適した保険商品・サービスのご提供、情報管理、アフターフォロー、事故対応が行えているか等の観点から、経営管理部門で適切なモニタリングを実施し、検知した事象への指導と改善を徹底しております。



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

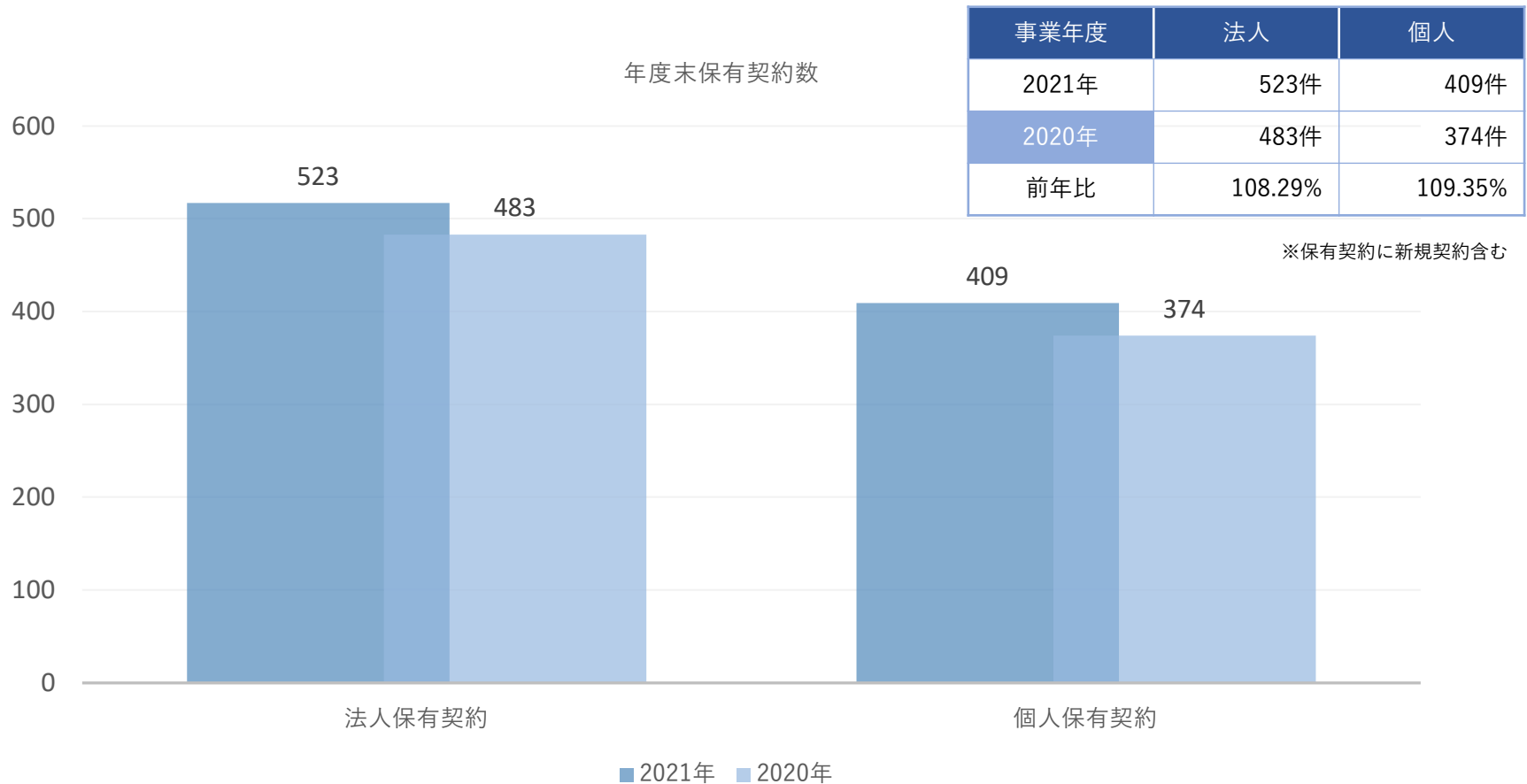
当社では損害保険、生命保険の新規契約／年度末保有契約状況について、商品ありきではなく、「お客さま主義（本位）」の姿勢で真摯にお客さまに向き合い、お客さまの最善の利益の追求と専門性高いコンサルティングによる保険商品のご提案、募集品質に一定の評価をいただき、真にご納得された保険商品にご加入いただいた証であると考えております。

1. 損害保険新規契約数



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

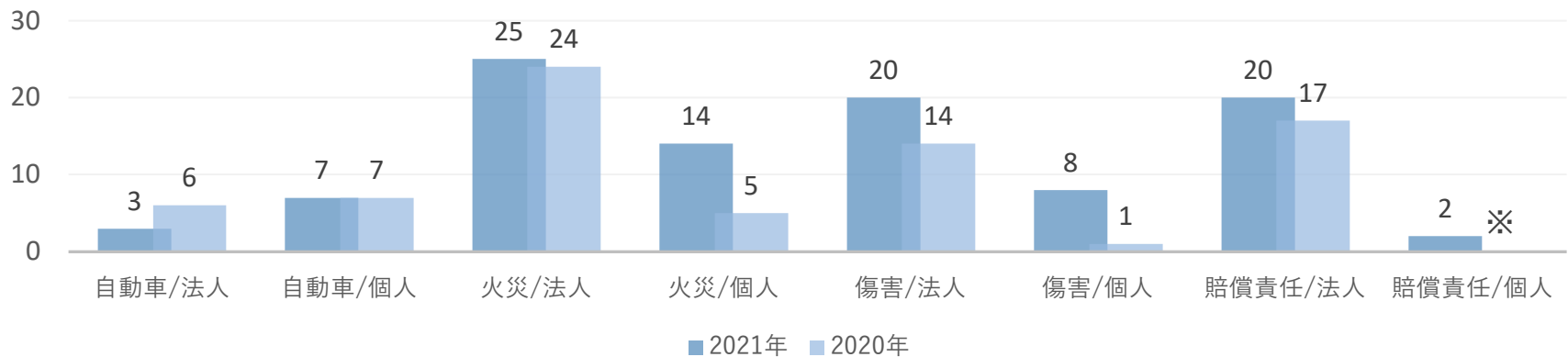
2. 損害保険年度末保有契約数



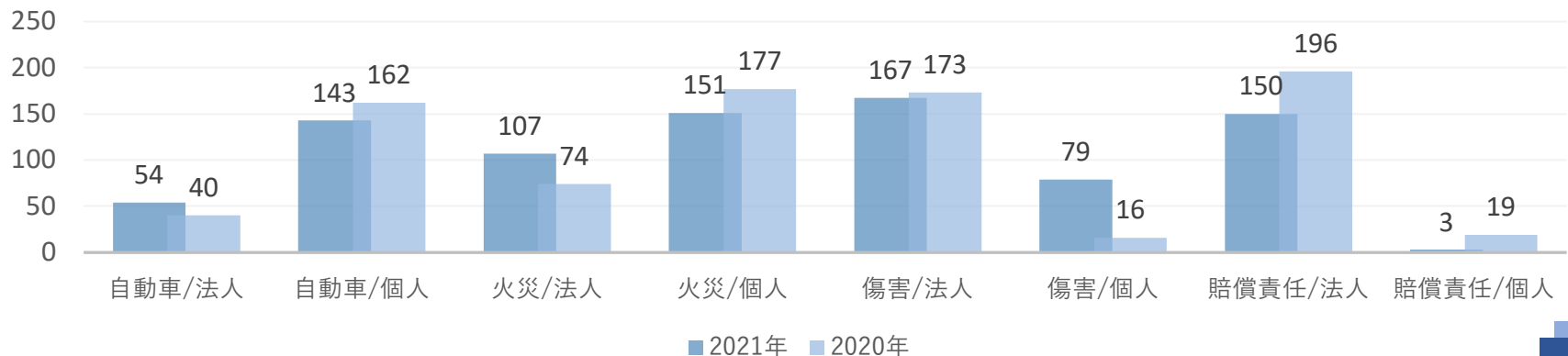
1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

3-1. 損害保険種別新規/保有契約数

商品ライン別新規契約数



商品ライン別保有契約数



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険＞

3-2. 損害保険種別新規/保有契約数

新規契約商品ライン	2021年	2020年	前年比	保有契約商品ライン	2021年	2020年	前年比
自動車保険／法人	3件	6件	50%	自動車保険／法人	54件	40件	135%
自動車保険／個人	7件	7件	100%	自動車保険／個人	143件	162件	88.27%
火災保険／法人	25件	24件	91.66%	火災保険／法人	107件	74件	140.54%
火災保険／個人	14件	5件	280%	火災保険／個人	151件	177件	85.31%
傷害保険／法人	20件	14件	135.71%	傷害保険／法人	167件	173件	95.95%
傷害保険／個人	8件	1件	800%	傷害保険／個人	79件	16件	493.75%
賠償責任保険／法人	20件	17件	100%	賠償責任保険／法人	150件	196件	75.51%
賠償責任保険／個人	2件	0件	200%	賠償責任保険／個人	3件	19件	15.78%

※新規契約一覧表及び保有契約一覧表の法人契約区分の中には個人事業主が含まれている

※新規契約一覧表は保険始期ベースとしている

※保有契約一覧表には新規契約数が含まれている

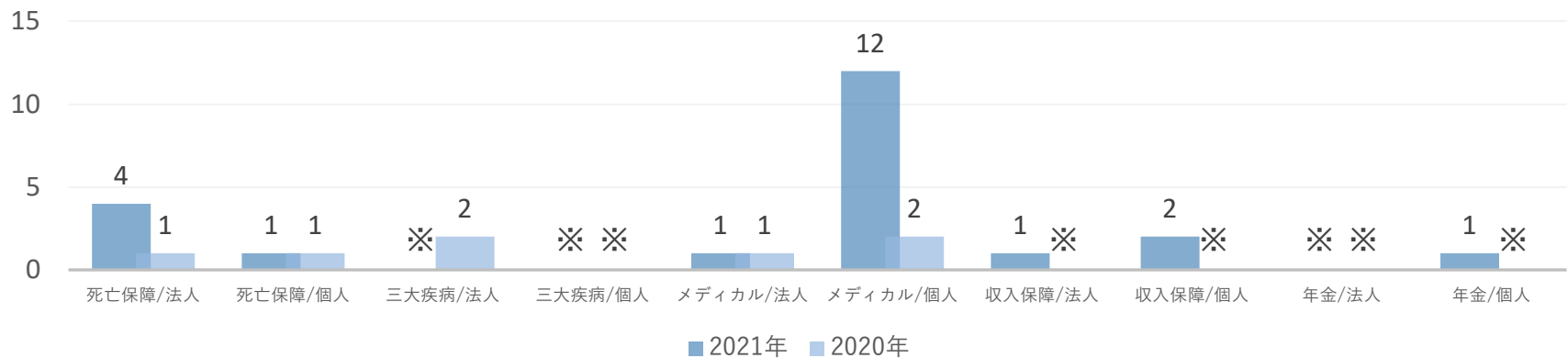
取組状況

「お客さま主義（本位）」の姿勢で損害保険商品のご提案にあたっては、対面販売を基本としております。商品ありきではなく、企業のお客さまには全方位視点で事業を観察し、企業を取り巻く環境変化に対応するリスクコンサルティングを、個人のお客さまにはライフプランをサポートするライフコンサルティングを通じて、お客さまにとって最善の利益を追求するご提案及び重要な情報の提供を心掛け、ご契約の手続き前には最終のご確認をいただくことに努めております。

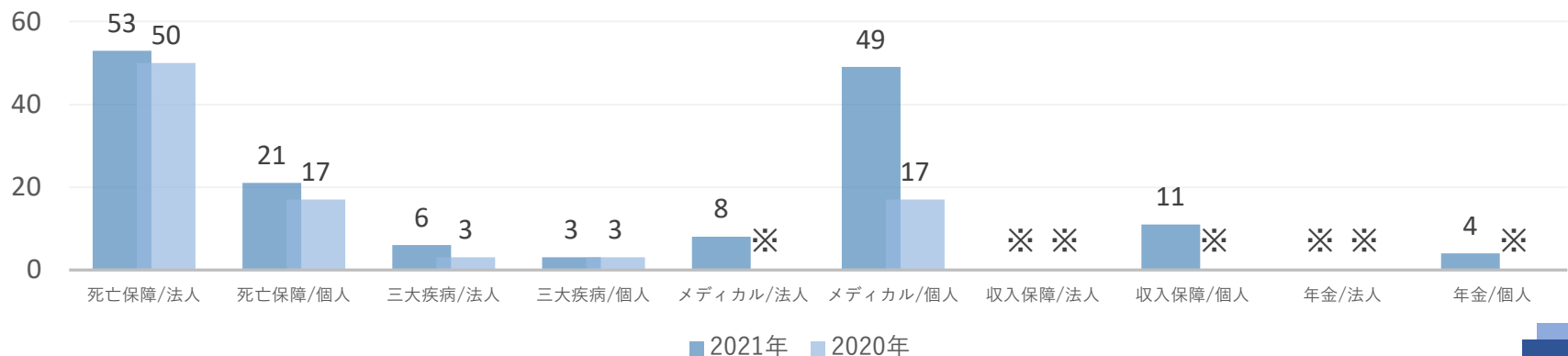
1. 新規契約／年度末保有契約状況＜生命保険＞

4-1. 生命保険・ライフプランコンサルティング

新規契約数



保有契約数



1. 新規契約／年度末保有契約状況＜生命保険＞

4-2. 生命保険・ライフプランコンサルティング

新規契約商品ライン	2021年	2020年	前年比	保有契約商品ライン	2021年	2020年	前年比
死亡保障／法人	4件	1件	400%	死亡保障／法人	53件	50件	106%
死亡保障／個人	1件	1件	100%	死亡保障／個人	21件	17件	123.53%
三大疾病／法人	0件	2件	—	三大疾病／法人	6件	3件	200%
三大疾病／個人	0件	0件	—	三大疾病／個人	3件	3件	100%
メディカル／法人	1件	1件	100%	メディカル／法人	8件	0件	—
メディカル／個人	12件	2件	600%	メディカル／個人	49件	17件	288.24%
収入保障／法人	1件	—	—	収入保障／法人	0件	—	—
収入保障／個人	2件	—	—	収入保障／個人	11件	—	—
年金／法人	0件	—	—	年金／法人	0件	—	—
年金／個人	1件	—	—	年金／個人	4件	—	—

※新規契約一覧表及び保有契約一覧表の法人契約区分には個人事業主が含まれている。また保有契約一覧表には新規契約を含む

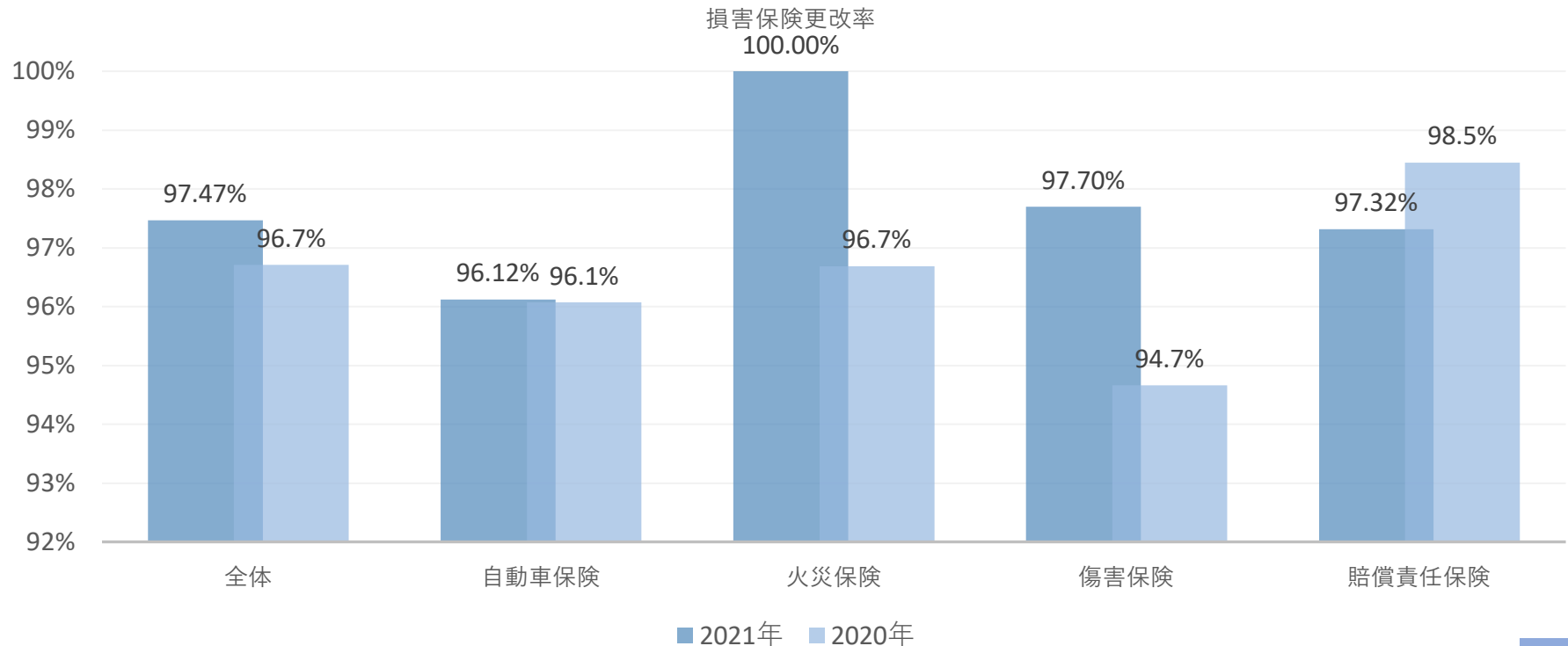
※2020年収入保障及び年金については、死亡保障、その他等の分類で区分していたため、表記、前年対比しない

取組状況

「お客さま主義（本位）」の姿勢で生命保険商品のご提案にあたっては、損害保険のご提案同様に対面販売を基本としております。特に生命保険においては、永続的なライフプランの実現に沿ったご提案及び重要な情報の提供が大切であることから、生涯サポートを第一としたライフコンサルティングを通じて、企業のお客さまにはその企業及び従業員、個人のお客さまにはご本人及びご家族にとって将来を見据えた最善の利益を追求するご提案に努めております。

2. 損害保険更改率＜法人・個人契約合算＞

当社では損害保険の更改率について、「お客さま主義（本位）」の姿勢でご意向に沿った提案、適切な情報提供及び、ご契約内容に対するご理解ならびに丁寧なアフターフォロー等に対する、お客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。



2. 損害保険更改率＜法人・個人契約合算＞

商品ライン	2021年更改率	2021年更改率算定基礎	2020年更改率	2020年更改率算定基礎
自動車保険	96.12%	満期件数：232件／更改件数：223件	96.07%	満期件数：229件／更改件数：220件
火災保険	100%	満期件数：113件／更改件数：113件	96.69%	満期件数：151件／更改件数：146件
傷害保険	97.70%	満期件数：218件／更改件数：213件	94.66%	満期件数：206件／更改件数：195件
賠償責任保険	97.32%	満期件数：187件／更改件数：182件	98.45%	満期件数：193件／更改件数：190件
合 計		満期件数：750件／更改件数：731件	合 計	満期件数：779件／更改件数：751件

全体平均更改率 (法人・個人契約合算)	2021年	2020年	前年比
	97.47%	96.71%	100.79%

※全体平均更改率とは主要4ラインの保険商品の満期件数の合計に対する更改件数の合計によって算定している割合をいう

※満期件数とは当該契約の満期日を迎えた年間満期件数をいう

※更改件数とは満期件数に対して更改手続きを行った件数をいう

取組状況

行動指針に基づくご契約後の契約管理、アフターフォロー、事故対応及び、日々変化する自然環境やお客さまと取り巻く様々なリスクのに合わせたわかりやすい情報提供に努めております。また、お客さまに不利益となる既契約保険商品の改定等により、明らかに他の取扱保険会社の同一保険商品に対する劣後性が認められる場合は、お客さまにその内容をわかりやすくご説明し、改めてお客さまのご意向に沿ったご提案に努めております。

3. 生命保険継続率＜法人・個人契約合算＞

当社では生命保険の継続率について、「お客さま主義（本位）」の姿勢でお聴きしたお客さまのご意向に加え、お客さまの一生にわたるライフプランの実現に沿った提案、適切な情報提供ならびにご契約内容に対するご理解と丁寧なアフターフォロー等に対するお客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。

取扱保険会社	2021年継続率	2020年継続率	前年比
大同生命保険株式会社	MOF 継続率37か月 100%	MOF 継続率37か月 96.40%	103.73%
	MOF 継続率25か月 100%	MOF 継続率25か月 100%	100%
	MOF 継続率13か月 100%	MOF 継続率13か月 100%	100%
三井住友海上あいおい生命保険株式会社	IQA 継続率60か月 86.30%	IQA 継続率60か月 94.70%	91.12%
	IQA 継続率24か月 98.60%	IQA 継続率24か月 98.20%	98.37
東京海上日動あんしん生命保険株式会社	IQA 継続率60か月 100%	IQA 継続率60か月 88.88%	112.51%
	IQA 継続率24か月 100%	IQA 継続率24か月 100%	100%

※継続率の基準は各保険会社で定めるところによる

※「MOF継続率」は、対象期間を契約日とする契約について一定期間（表中のか月）の保険料が払い込まれた契約の割合を表しています。

※「IQA継続率」は、集計対象期間に成立した契約について前月末まで継続した契約の割合を表しています。

取組状況

生命保険の特性上、契約期間が長期に渡ることから、定期的な情報提供及びご契約内容の確認などアフターフォローに努めております。またアフターフォローの際、お客さまを取り巻く環境や資産、収入等、ライフプランに変化が生じていることを把握した場合には、変化に応じたアフターフォローなど不必要な保障の解約や変更等のご提案に努めております。

4. お客様の声を経営に活かす取組み

当社ではお客様の声を経営に活かす独自の取組みにより、多くのご意見、ご要望を頂いております。お客様から頂いた苦情、ご不満、ご相談、お褒めの言葉は真摯に耳を傾け、情報の一元管理を行い、組織全体で共有し、再発防止策の検討を行い、お客様の声の“見える化”により“気づき”を得やすい体制により、お客様の最善の利益の追求の実現に努めております。そのため、NPS（Net Promoter Score）調査では、いずれもお客様の満足度が平均値以上であることから、当社の「お客様主義（本位）」の姿勢及び商品、サービスに対する信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。

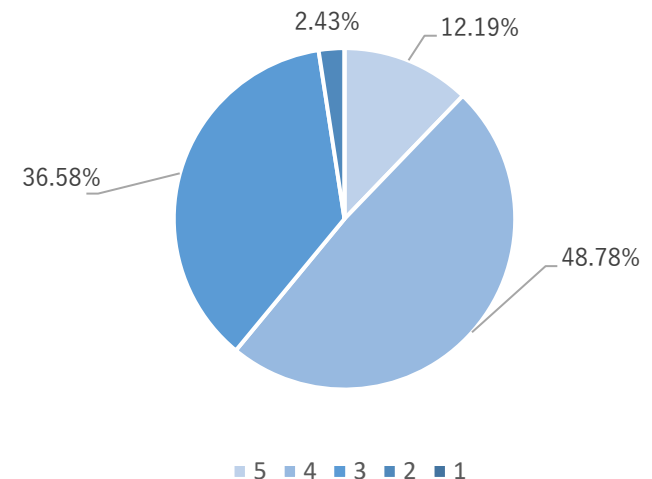
NPSアンケート
NO.1 知人やお取引先から保険の担当者（保険代理店）を紹介してほしいと言われたら、どの程度弊社担当者（保険代理店）をすすめたいと思いますか

評価	5	4	3	2	1	合計
回答数	5	20	15	1	0	41

取組状況

お客様主義（本位）の業務運営にふさわしい知識・提案力・サポート力・モラルにおいて、プロフェッショナルカンパニーであることに誇りを持ち、お客様の声をいただきながら、お客様の最善の利益の追求したご提案及び、環境の変化や個々の事故、保険金・給付金請求に応じたアフターフォローに努めております。

独自アンケート調査回答割合



4. お客様の声を経営に活かす取り組み

NPSアンケート
NO.2

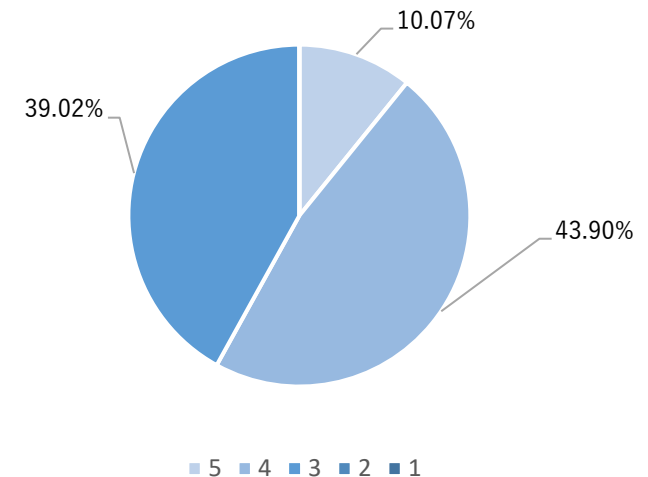
今回の担当者の備えるべきリスクに関する説明は満足のものでしたか

評価	5	4	3	2	1	合計
回答数	7	18	16	0	0	41

取組状況

お客さま自身も気づいていない真のニーズにお応えするため、商品ありきではなく、企業のお客さまには全方位視点で事業を観察し、企業を取り巻く環境変化に対応するリスクコンサルティングを、個人のお客さまにはライフプランをサポートするライフコンサルティングを通じて、常にお客さまのご意向やニーズは何かを考え、わかりやすいリスクのご説明及び情報提供に努めております。

独自アンケート調査回答割合



4. お客様の声を経営に活かす取り組み

NPSアンケート
NO.3

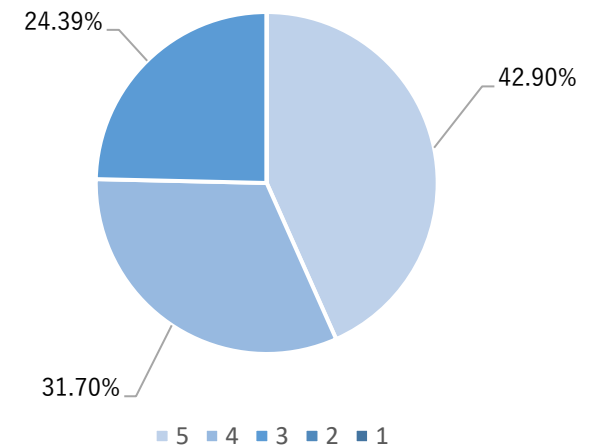
今回のご提案について、担当者の説明はわかりやすかったですか

評価	5	4	3	2	1	合計
回答数	18	13	10	0	0	41

取組状況

新規、ご継続のお客様問わず、日頃から感染症予防、対策を講じたうえで、対面によるご説明を基本としております。お客様には保険専門用語を使うことなく、わかりやすい言葉でご説明し、ご納得していただける「真のお客様主義（本位）」にこだわり続けております。特に配慮が必要と思われるお客様については、ご契約者ご本人のほか、親族の同席又は保険募集人による複数人、複数回のご説明に努めております。

独自アンケート調査回答割合



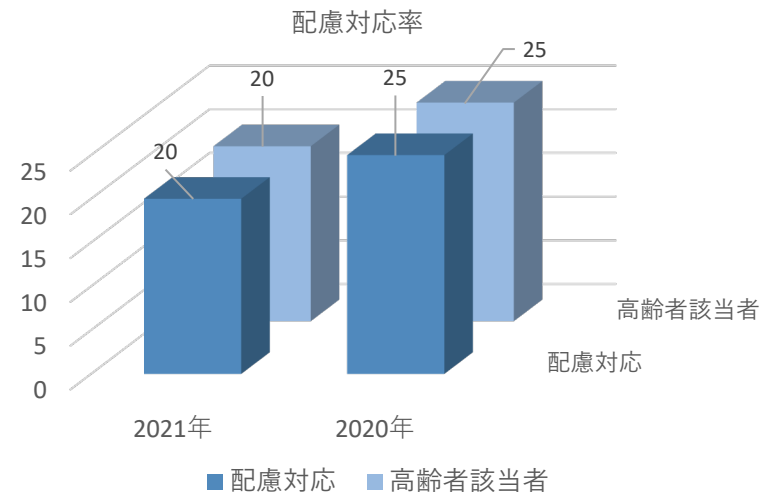
5. 高齢者への配慮対応状況

当社では一般的に高齢になるにつれて認知能力、意思能力の低下等の変化が生じること踏まえ、70歳以上のお客さまが保険にご加入される際には、ご親族の同席のお願いや当社の保険募集人複数名又は複数回の対応により、ご加入意思などをより丁寧に確認させていただいております。そのため親族同席・複数対応率は、当社の高齢者の特性に配慮したきめ細やかな対応やトラブル未然防止に対するご理解による、お客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。

対応区分	2021年	2020年
高齢者該当者数	20件	25件
親族同席又は保険募集人複数対応	20件	25件
その他対応	0件	0件

高齢者該当者数に対する配慮対応率	2021年	2020年	前年比
	100%	100%	0%

※保険募集人複数対応とは、保険募集人2名によって面談対応したもの、又は保険募集人1名によって2回以上の複数回面談対応をいう

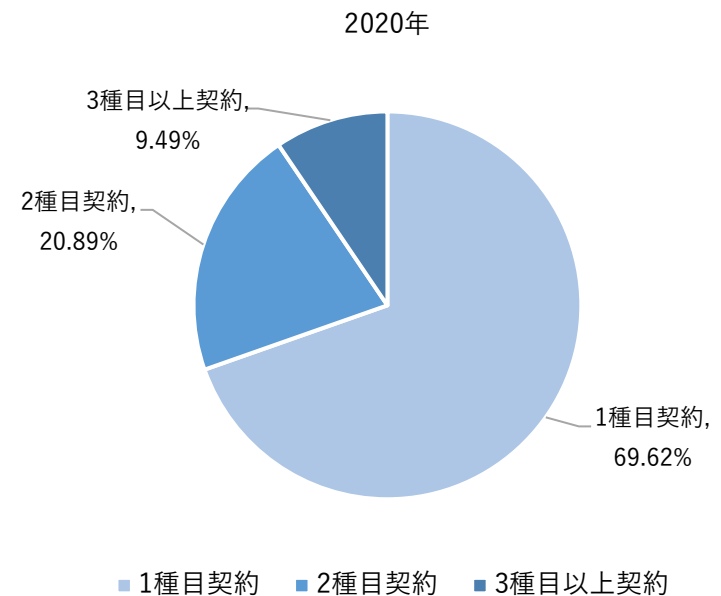
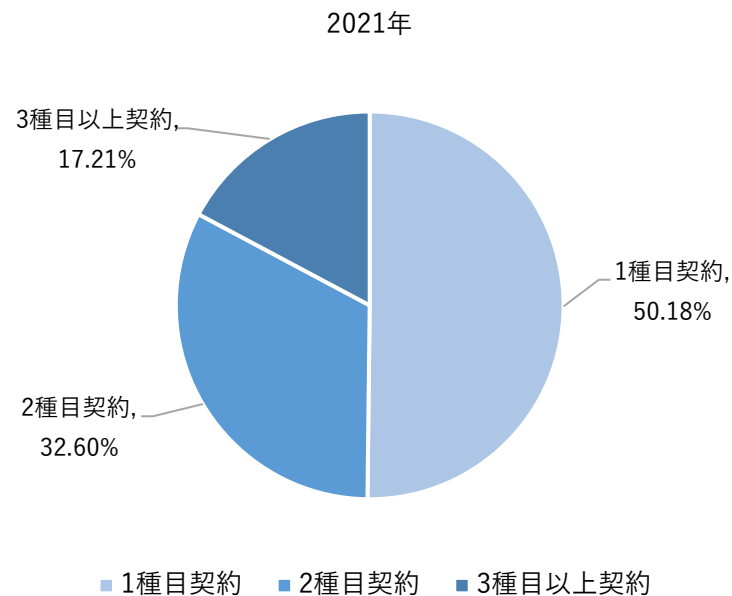


取組状況

高齢者のお客さまなど特に配慮が必要は方に対して、保険商品のご提案を行う場合には、保険商品の内容や仕組みについて誤解が生じることがないように、特性に応じて親族同席又は保険募集人複数名、複数回の面談対応を行い、わかりやすい言葉かつ丁寧な説明による適合性の確認に努めております。

6. 法人顧客における複数種目の契約状況

当社では企業のお客さま（法人）に対する相応しいサービスの提供として、事業継続のためのリスクアセスメントの観点から複数の保険商品種目を組み合わせたトータルリスクシミュレーションのサービスの提供による「真のお客さま主義（本位）」に努めております。そのため複数種目の契約件数・割合は、専門性高いトータルリスクコンサルティングによる複数種目の保険商品の提案に評価をいただき、当社のサービスに対するご理解とお客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。



6. 法人顧客における複数種目の契約状況

2021年法人顧客数 273件

2020年法人顧客数 316件

複数種目区分	2021年 契約件数	2021年 全体割合	2020年 契約件数	2020年 全体割合	全体割合前年比
1種目契約	137件	50.18%	220件	69.62%	72.20%
2種目契約	89件	32.60%	66件	20.89%	156.05%
3種目以上契約	47件	17.22%	30件	9.49%	156.66%

※2021年成果指標には、契約期間1か月未満の工事保険を含んでいません。

※2020年成果指標には、契約期間1か月未満の工事保険を含んでいます。

取組状況

ご契約をいただいた後も長期的視野に立ち、最良のコンサルタントとしてお客さまにより添い、経済環境や社会環境の変化に伴い、必要となるご契約内容の見直しや新商品のご案内及びリスクアセスメントの観点から、複数の保険商品種目を組み合わせたトータルのなリスク・コンサルティングの実践に努めております。

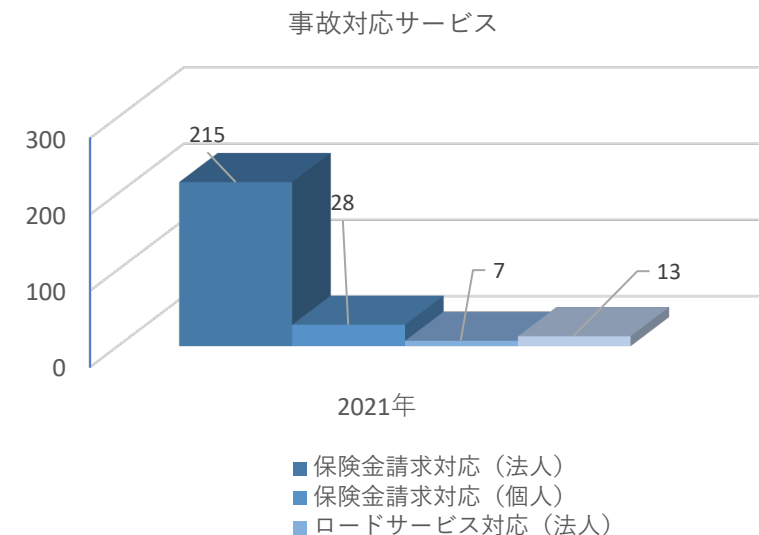
7. 損害保険事故・保険金請求対応サービス状況

当社では行動指針に従い、お客さまからご連絡をいただく事故の内容、発生状況を正確に聴取するとともに、保険会社との迅速な連携をはかり、事故解決及び適切な保険金が支払われるまでお客さまの不安やストレスを軽減するアドバイスに尽力しております。このことから業績向上（更改率、複数種目契約など）にも繋がっており、丁寧な事故対応サービス等に対する、お客さまからの信頼、ご満足の指標の一つの証であると考えております。

対応区分	2021年	2020年
保険金請求対応件数／法人	215件	—
保険金請求対応件数／個人	28件	—
ロードサービス対応件数／法人	7件	—
ロードサービス対応件数／個人	13件	—

※事故対応件数は事故日ベースで算出しています。

※2020年は「事故対応サービス」をKPI（成果指標）として設定していなかったため、「—」表示としています。



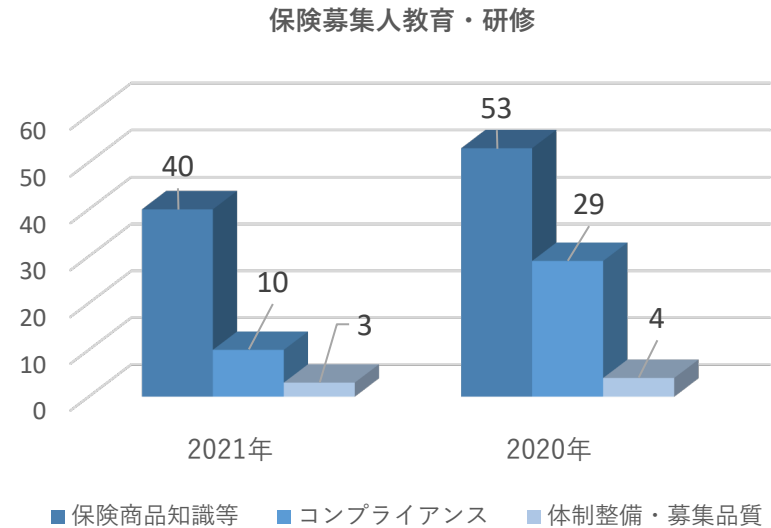
取組状況

事故の受付から保険金等のお支払まで適切なアドバイスと円滑な手続きが行えるよう、お客さまの同意のもと事故対応履歴、保険金請求の履歴を残し、今後のアフターフォローに役立てております。またご加入いただいた補償内容と保険会社から支払われた保険金を分析し、お客さまとの分析結果の共有に努めております。

8. 保険募集人教育・研修実施状況

当社では金融事業者として職業倫理の定着をはかるため、お客さま本位の業務運営の本質に言及し、「お客さま主義（ほ本位）」による真の価値の提供にこだわり続けるため、月に1回以上の教育・研修の充実を図り、お客さま本位の業務運営が的確に実践できる人材の育成に努めております。この人材の育成こそが、お客さまに安心を提供し信頼関係を構築できる「人財」になるものと考えております。

教育・研修区分	2021年	2020年	前年比
保険商品知識等 (当社講師・保険会社講師)	40回	53回	75.47%
コンプライアンス (当社講師・保険会社講師)	10回	29回	34.48%
体制整備・募集品質 (外部監査専門機関講師)	3回	4回	75.00%
教育・研修実施合計	53回	86回	61.62%



取組状況

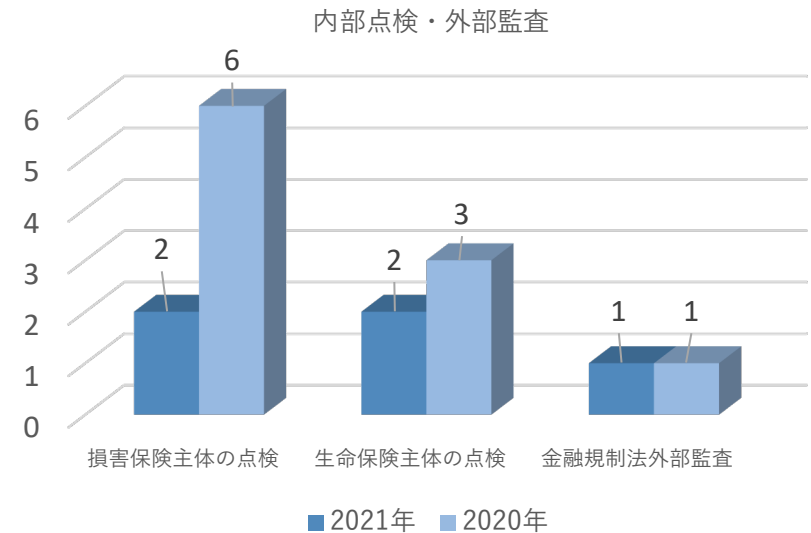
昨今のコロナ禍において、役職員の健康、安全性の確保及び感染症防止対策を優先した、Eラーニングによる自己学習及びオンライン・Web非接触方式での教育・研修を主体としてきました。そのため今期においては、前年減となりましたが、引き続き組織としてお客さま本位の業務運営の定着に向けた教育に努めております。

9. 内部点検及び金融規制法外部監査実施状況

当社では定期的にコンプライアンス推進体制の維持、継続状況の確認ならびに保険募集人の適切な募集プロセス、情報管理状況等の確認を含めた自主的な内部点検を実施しております。また金融規制法対応外部監査機関による内部管理・監督態勢の有効性ならびに、お客さま本位の業務運営評価の外部監査においては、前年より高い一定の評価をいただけたことにより、組織としてお客さま本位の業務運営が定着がしてきている証であると考えております。

内部点検 外部監査実施種別	2021年	2020年	前年比
損害保険主体の点検	2回	6回	33.33%
生命保険主体の点検	2回	3回	66.66%
金融規制法外部監査	1回	1回	100%
内部点検・外部監査合計	5回	10回	50%

※内部点検には保険会社の指示による点検を含む



取組状況

自主的な内部点検及び外部監査機関による外部監査の結果における指摘・課題事項等については、都度、経営会議で評価、分析し、経営陣においては内部管理、監督態勢の見直し、改善に取組み、保険募集人に対しては改善指示、改善報告体制を強化するなど、健全性及び実効性を高める体制整備に努めております。

10. 企業価値の向上に資する取組み参画状況

当社では企業価値の向上に資する取組み参画が、安定経営とお客さまから継続的にお願いいただける企業として信頼関係に繋がり、ひいてはお客さまに満足していただける良質な情報提供とサービスの価値の向上に繋がるものと考えております。そのため以下のプロジェクト等に参画、認定、登録等企業として取り組んでおります。

●経済産業省

【事業継続力強化計画】

近年多発している大規模な自然災害に対する事前対策の取組みとして中小企業庁が推進している事業継続力強化計画の認定を受けました。



[中小企業庁：事業継続力強化計画 \(meti.go.jp\)](https://meti.go.jp)

●経済産業省

【健康経営優良法人認定制度】

地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している企業として認定を受けました。

[健康経営優良法人認定制度](#)
(METI/経済産業省)



【お客さま本位の業務運営方針の取組状況についてのお問合わせ先】

保険代理店 アービック有限会社
経営管理部門 取締役 板東冬希子
所在地 徳島県徳島市助任橋1丁目24-1ウィズビル4階
電話番号 088-657-2150

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（１）

※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サイトでご確認いただけます。

[顧客本位の業務運営に関する情報：金融庁 \(fsa.go.jp\)](https://fsa.go.jp)

顧客本位の業務運営に関する原則		アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則２】顧客の最善の利益の追求		
原則２	金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。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。	【方針1-1】お客さま主義（本位）の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針1-2】お客さま主義（本位）の企業文化を醸成 【方針2-1】商品ありきではないお客さまの最善の利益を追求するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの声を経営に活かす取り組み 【方針6-1】継続的な教育体制の整備 【方針6-2】実効性ある点検体制の整備と外部評価制度の導入
（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図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	【方針1-1】お客さま主義（本位）の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針1-2】お客さま主義（本位）の企業文化を醸成 【方針2-1】商品ありきではないお客さまの最善の利益を追求するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの声を経営に活かす取り組み 【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針6-1】継続的な教育体制の整備 【方針6-2】実効性ある点検体制の整備と外部評価制度の導入

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（２）

顧客本位の業務運営に関する原則	アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則３】利益相反の適切な管理	
原則３ 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、当該利益相反を適切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。	【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針3-2】利益相反による弊害を防止するためのマニュアル整備
（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。 ・ 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）	【方針3-1】適切な利益相反管理 （※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いません。 （※２）当社における組織形態上、同一主体また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いません。
【原則４】手数料等の明確化	
原則４ 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詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。（※３）	（※３）当社の取扱商品の特性上ならびに手数料等の開示義務がないため、本原則は採択していません。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（３）

顧客本位の業務運営に関する原則	アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則５】重要な情報のわかりやすい提供	
原則５ 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・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。	【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底
（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・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益（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・推奨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想定する顧客属性 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由（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） ・ 顧客に販売・推奨等を行う金融商品・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	【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（４）

顧客本位の業務運営に関する原則	アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則５】重要な情報のわかりやすい提供	
（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、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）。（※４）	（※４）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、非該当となります。
（注３） 金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。	【方針2-1】商品ありきではないお客さまの最善の利益を追求するコンサルティング 【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（５）

顧客本位の業務運営に関する原則	アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則５】重要な情報のわかりやすい提供	
（注４） 金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配意した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである	【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底 【方針5-1】複数の保険商品種目を組み合わせたトータルリスクシミュレーションサービス
（注５） 金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、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。	【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底 【方針5-1】複数の保険商品種目を組み合わせたトータルリスクシミュレーションサービス

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（６）

顧客本位の業務運営に関する原則	アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則６】顧客にふさわしいサービスの提供	
原則６ 金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。	【方針2-1】商品ありきではないお客さまの最善の利益を追求するコンサルティング 【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底 【方針5-1】複数の保険商品種目を組み合わせたトータルリスクシミュレーションサービス
（注１） 金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 - 顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、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、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・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・サービスの販売後において、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	【方針1-1】お客さま主義（本位）の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針2-1】商品ありきではないお客さまの最善の利益を追求するコンサルティング 【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針5-1】複数の保険商品種目を組み合わせたトータルリスクシミュレーションサービス 【方針5-2】定期的なフォローアップおよび万全な保全対応

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（7）

顧客本位の業務運営に関する原則	アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則6】顧客にふさわしいサービスの提供	
（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。（※5）	（※5） 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、非該当となります。
（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。（※6）	（※6） 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いません。
（注4） 金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害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、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底
（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等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。	【方針4-1】お申込時の最終ご確認書によるお客さまのご納得確認 【方針4-2】ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまに対する適合性確認の徹底 【方針6-1】継続的な教育体制の整備

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（８）

顧客本位の業務運営に関する原則		アービック有限会社の方針による主な該当箇所
【原則 7】従業員に対する適切な動機づけの枠組み		
原則 7	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促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動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	【方針1-1】お客さま主義（本位）の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針3-2】利益相反による弊害を防止するためのマニュアル整備 【方針6-1】継続的な教育体制の整備 【方針6-2】実効性ある点検体制の整備と外部評価制度の導入
(注)	金融事業者は、各原則（これらに付されている注を含む）に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	【方針6-1】継続的な教育体制の整備 【方針6-2】実効性ある点検体制の整備と外部評価制度の導入

【ご留意】

- ※当社は保険代理店であるため、金融商品の組成を行うことはございません。
- ※当社は保険会社から販売を委託されている保険商品を始めとする当社が取扱う金融商品・サービスについて、当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売推奨をしておりません。
- ※当社の取扱商品の特性上ならびに販売手数料等の開示義務がある保険代理店ではございません。

上記の理由から、当該事項に係る原則 4、原則 5（注 2）、原則 6（注 2）、（注 3）については、本方針の対象としておりません。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（９）

			取組方針1	取組方針2	取組方針3	取組方針4	取組方針5	取組方針6
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	原則2	顧客の最善の利益の追求	◎	◎				◎
		(注)	◎	◎	◎			◎
	原則3	利益相反の適切な管理			◎			
		(注)			◎			
	原則4	手数料の明確化※						
	原則5	重要な事項のわかりやすい提供				◎		
		(注1)			◎	◎		
		(注2) ※						
		(注3)		◎		◎		
		(注4)				◎	◎	
		(注5)				◎	◎	
	原則6	顧客にふさわしいサービスの提供		◎	◎	◎	◎	
		(注1)	◎	◎	◎	◎	◎	
		(注2) ※						
		(注3) ※						
		(注4)			◎	◎		
		(注5)				◎		◎
	原則7	従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	◎		◎			◎
		(注)						◎

「※」に該当する箇所は本方針の対象としておりません

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（１０）

2021年度 アクションプラン、成果指標・KPI	取組対応方針											
	1-1	1-2	2-1	2-2	3-1	3-2	4-1	4-2	5-1	5-2	6-1	6-2
〔アクションプラン１〕アービックの目指す姿	●	●	●				●				●	
〔アクションプラン２〕お客さま主義（本位）の実現に向けた取組方針	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
〔アクションプラン３〕真の価値を提供するアクションフローと企業醸成	●	●	●	●						●	●	●
〔アクションプラン４〕アフターフォロー・モニタリング					●	●			●	●		●
１．新規契約／年度末保有契約状況＜損害保険・生命保険＞	●		●		●		●	●	●	●		
２．損害保険更改率＜法人・個人契約合算＞	●		●		●		●	●	●	●		
３．生命保険継続率＜法人・個人契約合算＞	●		●		●		●	●	●	●		
４．お客さまの声を経営に活かす取組み	●	●	●	●						●	●	●
５．高齢者への配慮対応状況	●		●				●	●		●		
６．法人顧客における複数種目の契約状況	●		●				●		●			
７．損害保険事故・保険金請求対応サービス状況	●	●								●	●	
８．保険募集人教育・研修実施状況	●	●	●	●	●	●					●	
９．内部点検及び金融規制法外部監査実施状況		●		●	●	●	●					●
10．企業価値の向上に資する取組み参画状況	●	●										