

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」に基づく取組状況報告 (成果指標・KPI)

2022年度中間(2022年10月1日～2023年4月30日(7か月))

KPI監修：金融規制法外部監査機関「LEGAL@法務」CBP

2023年6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

お客さま主義(本位)の啓発、浸透、定着への取組状況

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、2022年10月1日～2023年4月30日(7か月)期間における、「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)」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。

(注)各成果指標毎の前年対比について、2021年度は事業報告期間1年間、2022年度は事業報告期間7か月間のKPI数値によって対比ができないため「※」表示として公表しています。

※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サイトでご確認いただけます。

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

01 [はじめに] ----- P2
お客さま主義(本位)の啓発、浸透、定着への取組状況

02 [実践に向けて1] ----- P3
アービックの目指す姿

03 [実践に向けて2] ----- P6
お客さまに真の価値を提供する体系

04 [取組状況1] ----- P8
お客さま主義(本位)の業務運営方針の策定・公表

05 [取組状況2] ----- P9
お客さまの最善の利益の追求

06 [取組状況3] ----- P18
利益相反の適切な管理

07 [取組状況4] ----- P19
お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供

08 [取組状況5] ----- P20
お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

09 [取組状況6] ----- P25
お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育

10 [取組状況7] ----- P27
お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり

<参考1>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

<参考3>金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係一覧表

<参考2>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

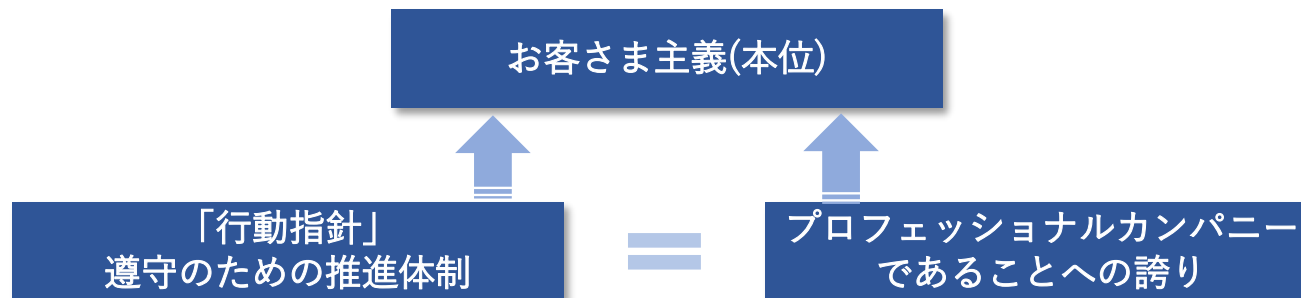
[実践に向けて1]

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ています。そのため従業員一人ひとりが「行動指針」の遵守と「プロフェッショナルカンパニーであることへの誇り」にこだわりをもって、お客さま本位の業務運営を実践しています。

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

[実践に向けて1]

アービックの目指す姿

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)」の実現を目指しています。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・公表しています。また「5つの行動(行動指針)」を定めています。

▶お客さま本位の業務運営／成果指標(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、更なる「お客さまに真の価値を提供する会社」としてのサービスの向上を目指しています。
- ・「お客さまに真の価値を提供する会社」としてのサービスの向上に向け、取組状況を評価するための成果指標(KPI)を定め、適切なガバナンス態勢の確保及び取組に必要な改善に努めています。

「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

[実践に向けて1]

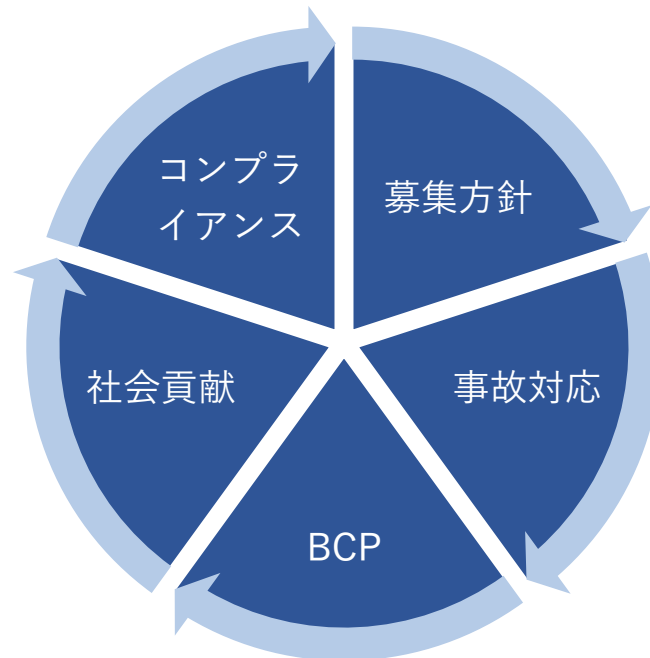
アービックの目指す姿

▶行動指針

当社では「お客さま主義(本位)」の実現に向け、行動指針を定めています。当社の従業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しています。

●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

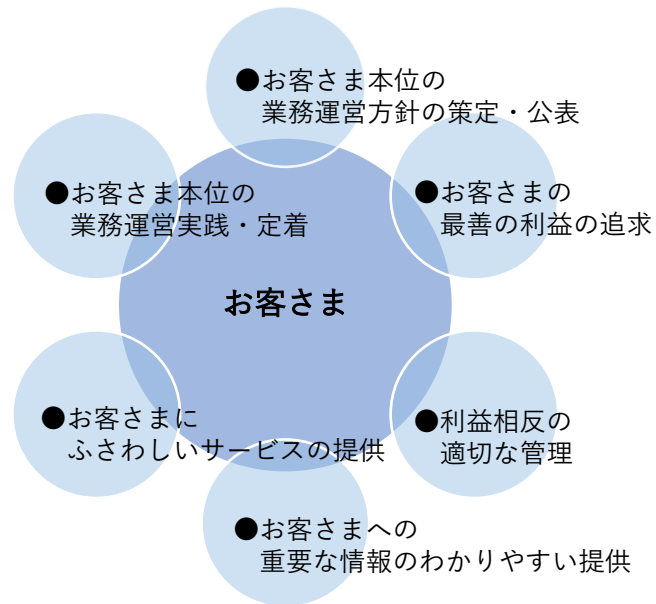
●BCPマニュアルに基づき、人命の安全、経営資源の被害軽減、二次被害の防止、早期業務再開に努め、業務再開後にはお客さまの状況把握を行い可能な救済を行います

[実践に向けて2]

お客さまに真の価値を提供する体系

▶企業文化の醸成

当社ではお客さまを中心に取り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「お客さまに真の価値の提供」することに繋がると捉え、持続的な企業文化の醸成に取り組んでいます。



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)

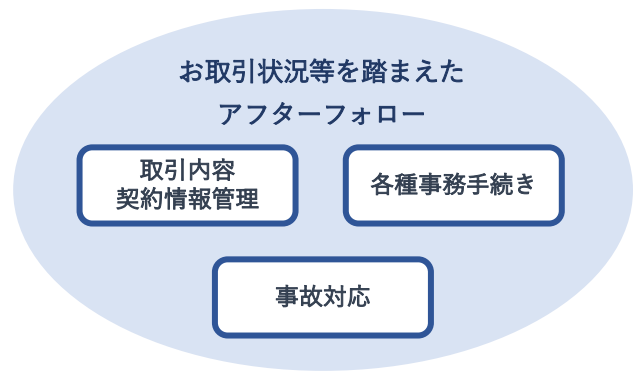
- ・「お客さま主義(本位)」のサービスの向上
- ・中長期的な成長

[実践に向けて 2]

お客さまに真の価値を提供する体系

▶お客さまに合わせたアフターフォロー

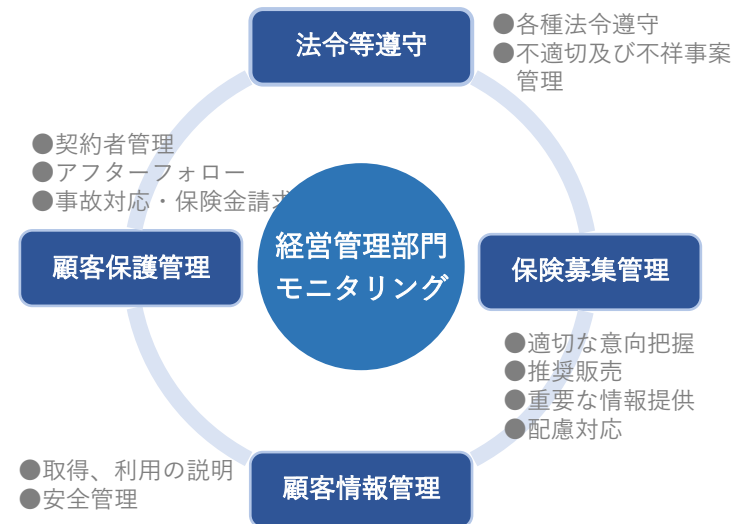
当社ではお客さまのお取引状況等を踏まえ、情報提供等を目的としたアフターフォロー及び、環境の変化や個々の事故、保険金・給付金請求に応じたアフターフォローを丁寧を実施しています。



- ・ 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などの状況を確認
- ・ 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

▶ポイントを絞った体系的なモニタリング

当社では法令等遵守、及びお客さまに最適な保険商品・サービスの提供、情報管理、アフターフォロー状況など、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います。



【取組状況 1】**お客さま主義(本位)の業務運営方針の策定・公表**

当社ではお客さま主義(本位)の業務運営を推進する取組みを浸透、定着させるにあたり、「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)」を策定し、これらの業務運営が企業文化として定着させる以下の取組みをしています。

【主な取組み・検証体制】

- (1)「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)」を社内に掲示し、これを定期的に確認することにより社内への周知を図るとともに、従業員教育・研修を実施しています。
- (2)「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)」、及びこの方針に基づく取組状況とともに、当社のウェブサイト(<https://www.arvic.net>)を通じて定期的に更新・公表しています。
(※)少なくとも年1回の更新・公表をしていますが、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」又は金融事業者リスト掲載基準等に変更がなされた場合には、随時更新・公表しています。
- (3)「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)」の改訂、及び取組状況を評価・検証するための成果指標(KPI)を変更等する際には、経営陣による経営会議、並びに外部の専門家(金融規規制法外部監査機関)により、改訂案、変更案を十分に協議、検討したうえで決定しています。

【取組状況 2】**お客様の最善の利益の追求**

当社ではお客様の利益を最優先に考え、お客様へ保険商品をご提案する際には、保険商品ありきではないコンサルティングを通じてお客様のご意向やニーズを考え、最適な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、お客様が真にご納得のうえで加入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・検証体制】

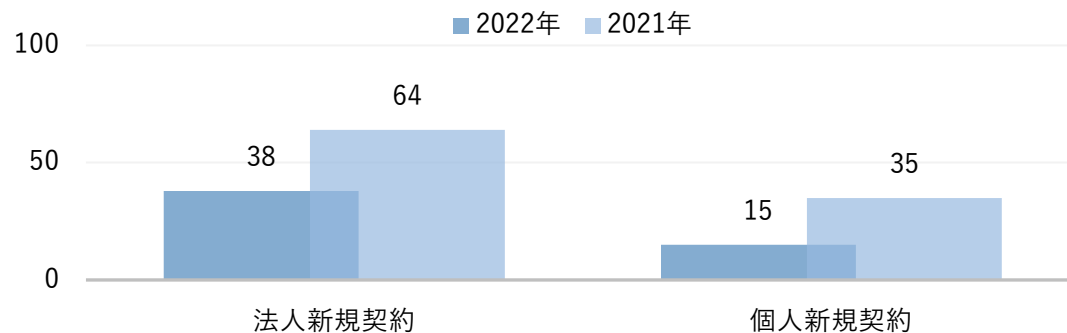
- (1) ご加入をいただいたお客様には、ご加入後の満足度を社内検証するため、NPS（Net Promoter Score）アンケート調査を実施（※詳細は「お客様の声を経営に活かすためのNPS調査状況」で公表しています）
- (2) お客様の利益を最優先する推奨方針の例外的対応を実施
（お客様のご意向を把握したうえで、お客様の環境、条件等から保険商品の特性や保険会社の引受規定、医的審査基準が原因で、お客様の不利益に繋がるおそれがあると判断した場合、又はお客様の安心な生活や企業経営のために有益であると判断した場合など、当社の推奨保険会社に合致しない場合には、推奨保険会社に関わらず、取扱保険会社の範囲内で可能性がある保険会社の保険商品を推奨商品として、当該保険商品と選定理由をご説明する推奨方針の例外的対応）
- (3) 管理責任者による「意向把握シート(対応履歴を含む)/保険分野・種目別」の記録の定期的な点検を実施
（意向把握や比較推奨販売の適切性確認、及びお客様の利益を不当に害するおそれのある取引有無の確認など）

[取組状況 2]

お客様の最善の利益の追求

損害保険の新規契約状況

成果指標・KPI

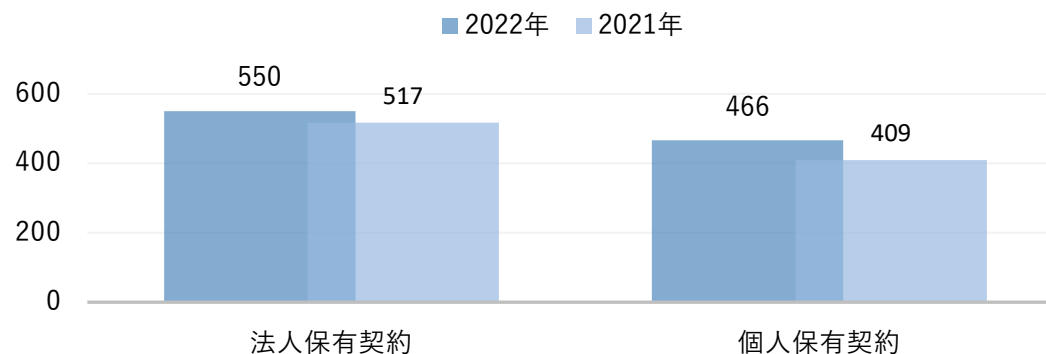


事業年度	法人	個人
2022年	38件	15件
2021年	64件	35件
前年比	※	※

- 個人契約区分には個人事業主が含まれる
- 保険始期日ベースで算出
- 2022年10月1日～2023年4月30日期間によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

損害保険の保有契約状況

成果指標・KPI



事業年度	法人	個人
2022年	550件	466件
2021年	517件	409件
前年比	※	※

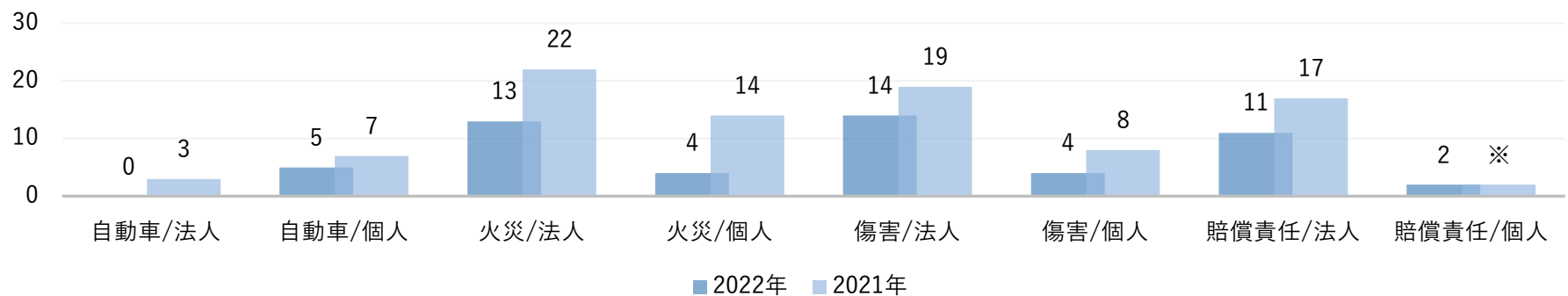
- 法人契約区分には個人事業主が含まれる
- 保有契約数には新規約数が含まれる
- 2023年4月30日時点によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

[取組状況 2]

お客様の最善の利益の追求

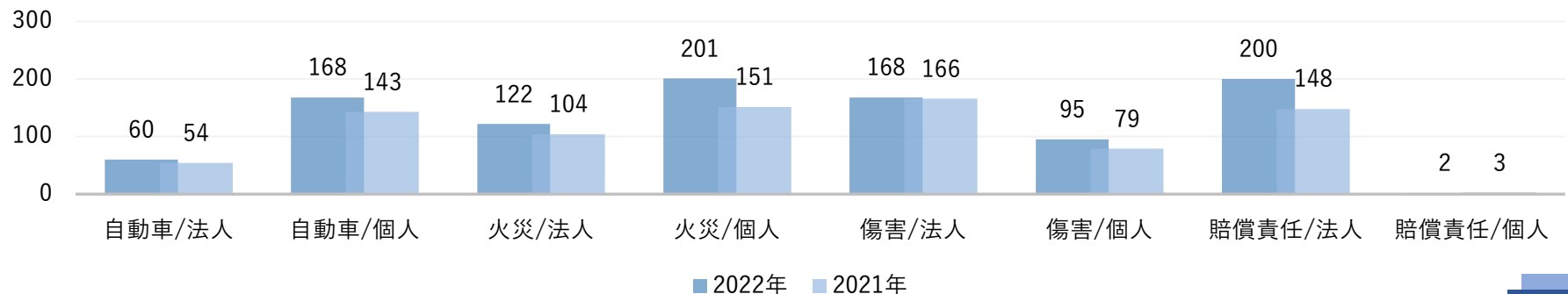
損害保険の種目別新規契約状況

成果指標・KPI



損害保険の種目別保有契約状況

成果指標・KPI



[取組状況 2]

お客様の最善の利益の追求

損害保険の種目別契約状況(新規契約・保有契約)

成果指標・KPI

新規契約商品種目	2022年	2021年	前年比
自動車保険／法人	0件	3件	※
自動車保険／個人	5件	7件	※
火災保険／法人	13件	22件	※
火災保険／個人	4件	14件	※
傷害保険／法人	14件	19件	※
傷害保険／個人	4件	8件	※
賠償責任保険／法人	11件	17件	※
賠償責任保険／個人	2件	2件	※

- 新規契約表の法人契約区分には個人事業主が含まれる
- 保険始期日ベースで算出
- 2022年10月1日～2023年4月30日期间によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

保有契約商品種目	2022年	2021年	前年比
自動車保険／法人	60件	54件	※
自動車保険／個人	168件	143件	※
火災保険／法人	122件	104件	※
火災保険／個人	201件	151件	※
傷害保険／法人	168件	166件	※
傷害保険／個人	95件	79件	※
賠償責任保険／法人	200件	148件	※
賠償責任保険／個人	2件	3件	※

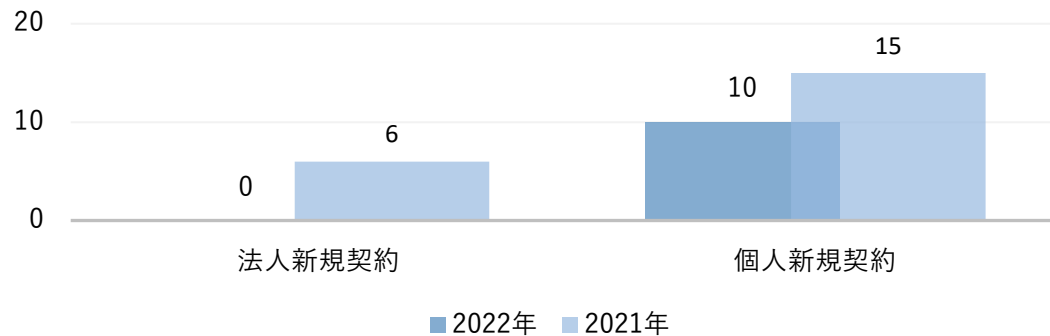
- 保有契約表の法人契約区分には個人事業主が含まれる
- 保有契約数には新規契約が含まれる
- 2023年4月30日時点によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

[取組状況 2]

お客様の最善の利益の追求

生命保険の新規契約状況

成果指標・KPI

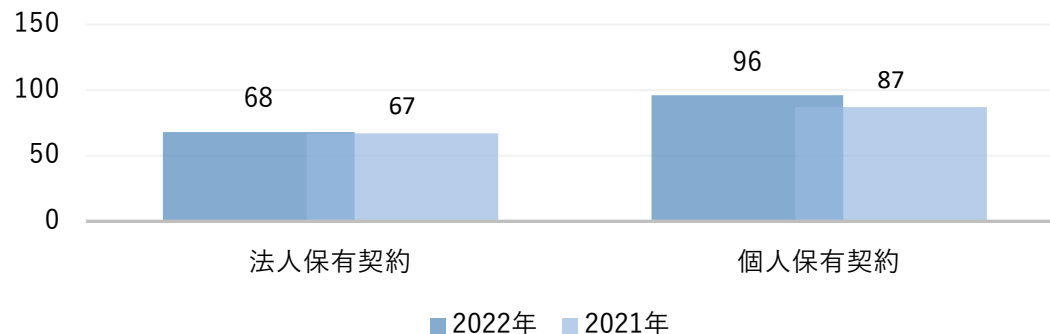


事業年度	法人	個人
2022年	0件	10件
2021年	6件	15件
前年比	※	※

- 法人契約区分には個人事業主が含まれる
- 責任開始日ベースで算出
- 2022年10月1日～2023年4月30日期间によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

生命保険の保有契約状況

成果指標・KPI



事業年度	法人	個人
2022年	68件	96件
2021年	67件	87件
前年比	※	※

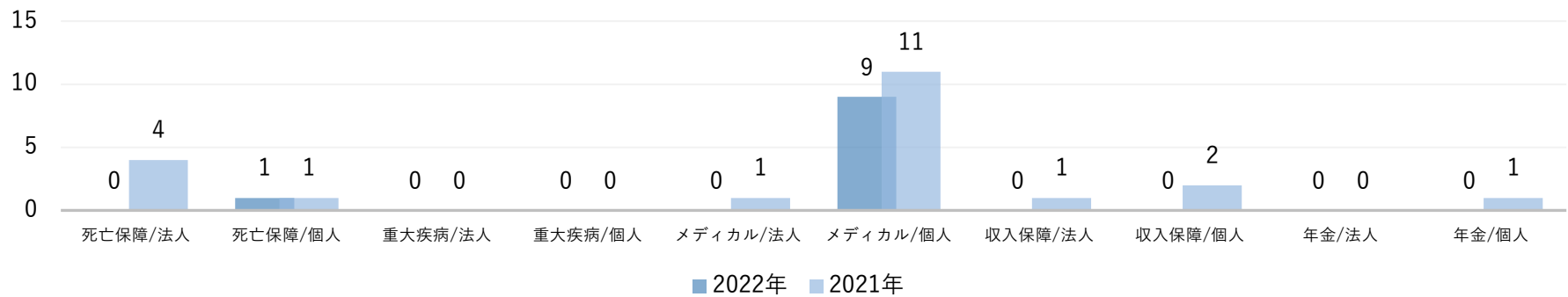
- 法人契約区分には個人事業主が含まれる
- 保有契約数には新規約数が含まれる
- 2023年4月30日時点によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

[取組状況 2]

お客様の最善の利益の追求

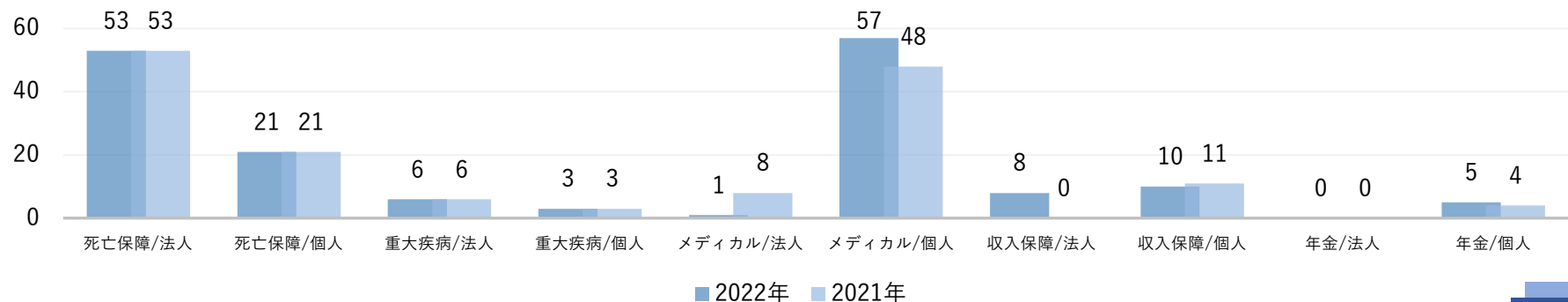
生命保険の種目別新規契約状況

成果指標・KPI



生命保険の種目別保有契約状況

成果指標・KPI



[取組状況 2]

お客様の最善の利益の追求

生命保険の種目別契約状況(新規契約・保有契約)

成果指標・KPI

新規契約商品種目	2022年	2021年	前年比
死亡保障／法人	0件	4件	※
死亡保障／個人	1件	1件	※
重大疾病／法人	0件	0件	※
重大疾病／個人	0件	0件	※
メディカル／法人	0件	1件	※
メディカル／個人	9件	11件	※
収入保障／法人	0件	1件	※
収入保障／個人	0件	2件	※
年金／法人	0件	0件	※
年金／個人	0件	1件	※

■新規契約表の法人契約区分には個人事業主が含まれる

■責任開始日ベースで算出

■前年(2021年)まで「三大疾病」の中に「七大疾病」を含むKPI数値としていたため、今年(2022年)より「重大疾病」に種目変更

■前年比については、P2(注)を参照

保有契約商品種目	2022年	2021年	前年比
死亡保障／法人	53件	53件	※
死亡保障／個人	21件	21件	※
重大疾病／法人	6件	6件	※
重大疾病／個人	3件	3件	※
メディカル／法人	1件	8件	※
メディカル／個人	57件	48件	※
収入保障／法人	8件	0件	※
収入保障／個人	10件	11件	※
年金／法人	0件	0件	※
年金／個人	5件	4件	※

■保有契約表の法人契約区分には個人事業主が含まれる

■保有契約数には新規契約が含まれる

■前年(2021年)まで「三大疾病」の中に「七大疾病」を含むKPI数値としていたため、今年(2022年)より「重大疾病」に種目変更

■2022年4月30日時点によるKPI数値

■前年比については、P2(注)を参照

[取組状況 2]

お客さまの最善の利益の追求

当社ではお客さまの声を経営に活かす取組みにより、多くのお声をいただいています。いただいたお声には真摯に耳を傾け、毎月の全体会議等で報告を行い、すべての従業員で共有して経営改善に努めています。

あらゆるお客さまの声は、業務品質向上や経営改善に役立つことができる貴重な資財と考え、ご加入をいただいたお客さまには、ご加入後の満足度を検証するため、NPS（Net Promoter Score）アンケート調査を実施しました。結果としていずれも平均値以上の満足度であることから、当社の業務運営に関する取組みへの信頼、ご満足の指標のひとつと考えています。

【主な取組み・検証体制】

- (1)お客さまの声(苦情、要望、ご意見、お褒め・感謝)の共有と対応・結果・改善
- (2)NPSアンケート結果の共有、分析と次回のNPSアンケート内容の見直し

お客さまの声を経営に活かすためのNPS調査状況

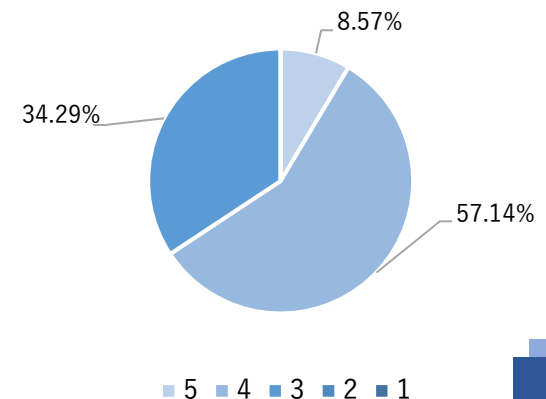
成果指標・KPI

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

調査年度	評価					合計
	5	4	3	2	1	
2022年	3	20	12	0	0	35
割合	8.57%	57.14%	34.29%	-	-	100%
2021年	5	20	15	1	0	41
割合	12.19%	48.78%	36.59%	2.44%	-	100%

2022年NPSアンケート調査NO.1



[取組状況 2]

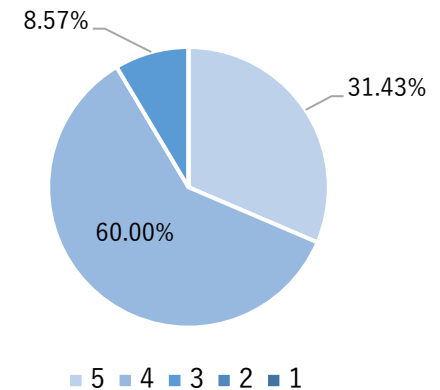
お客様の最善の利益の追求

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

調査年度	評価					合計
	5	4	3	2	1	
2022年	11	21	3	0	0	35
割合	31.43%	60%	8.57%	-	-	100%
2021年	7	18	16	0	0	41
割合	17.07%	43.90%	39.03%	-	-	100%

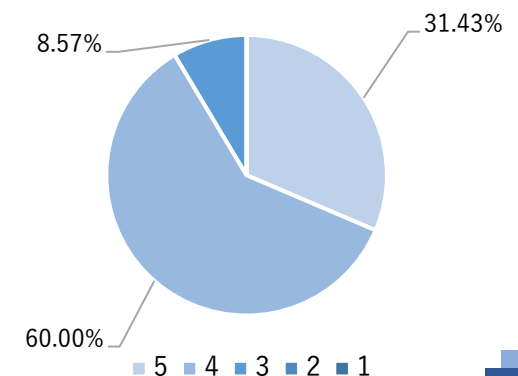
2022年NPSアンケート調査NO.2

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

調査年度	評価					合計
	5	4	3	2	1	
2022年	11	21	3	0	0	35
割合	31.43%	60%	8.57%	-	-	100%
2021年	18	13	10	0	0	41
前年比	43.90%	31.71%	24.39%	-	-100%	

2022年NPSアンケート調査NO.3



利益相反の適切な管理

【主な取組み・検証体制】

- (1)管理責任者による「意向把握シート(対応履歴を含む)/保険分野・種目別」の記録の点検を定期的実施
(意向把握や比較推奨販売の適切性確認、及びお客さまの利益を不当に害するおそれのある取引有無の確認など)
- (2)金融規制法外部監査機関による意向把握シートのサンプリング調査及び内部管理・検証体制の実効性確認を年1回実施
これらの取組みは、「[取組状況2] お客さまの最善の利益の追求」、「[取組状況6] お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育」などと同様です。また常時対象取引の有無を確認をしていますが、2022年10月1日～2023年4月30日期间においても対象取引は認められていません。なお当社は投資性リスクのある金融商品・サービスの取扱いはありません。

【意向把握シート】

[illegible]

[取組状況 4]

お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供

当社では「お客さまには理解よりも納得を」の観点から、保険商品・サービスの内容・特性等について、分かりやすい資料を用いて丁寧な説明とお客さまが必要な情報の提供に努めています。特に70歳以上のお客さまには、認知能力、意思能力の低下等の変化が生じることを踏まえ、より丁寧に説明してご加入意思などを確認しています。またトラブル未然防止策としてご本人、ご家族の同意の下、契約者をご家族(被保険者を当該高齢のお客さま)に変更するなどの対応にも努めています。

【主な取組み・検証体制】

- (1)原則、お客さまとの対面によるご説明を徹底、実施
- (2)お客さまの意向、保険商品の合致性、振り返りなど、「保険募集に関するチェックシート」を使用した最終確認と御署名の取付、並びに管理責任者による「保険募集に関するチェックシート」の記録の定期的な点検を実施
- (3)70歳以上のお客さまには、ご親族の同席・同意のお願い、複数回の面談、複数の募集人による面談の実施

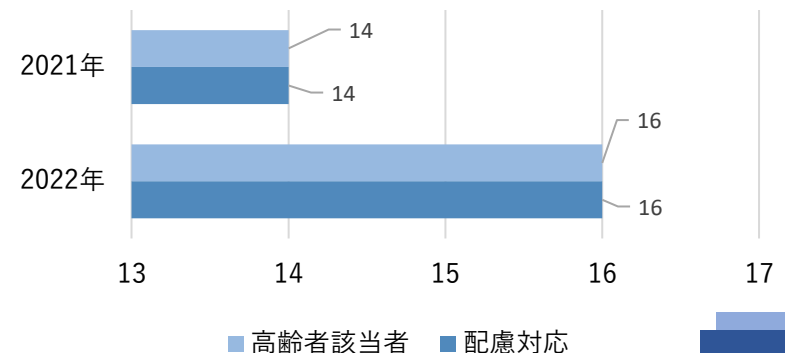
特に配慮が必要と思われるお客さま(高齢者)に対する配慮対応状況

成果指標・KPI

対応区分	2022年	2021年	前年比
高齢者該当者数	16件	14件	※
保険募集人複数対応	16件	14件	※
その他対応	0件	0件	※
該当者数に対する配慮対応率	100%	100%	※

■ 2021年10月1日～2023年4月30日期間によるKPI数値

■ 前年比については、P2(注)を参照



[取組状況 5]

お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

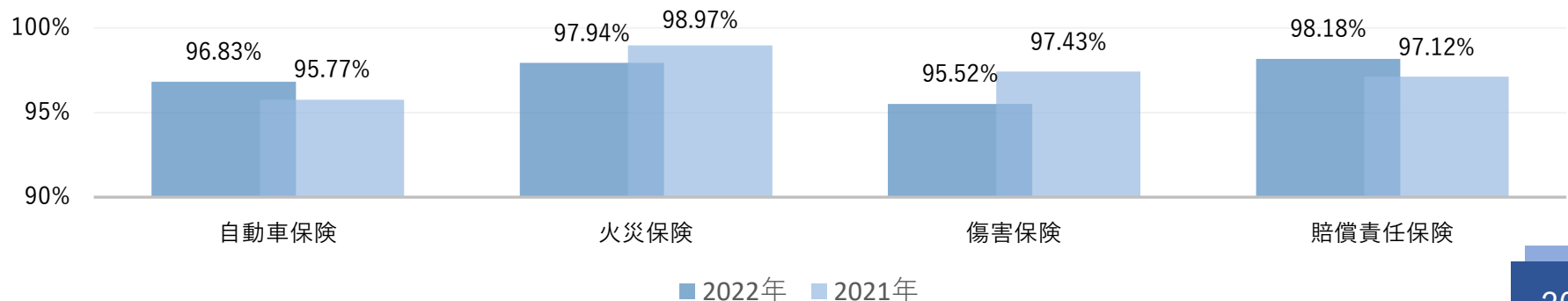
当社ではお客さまの生涯にわたる安心をお届けするために、お客さまに一人ひとりにふさわしいサービスの提供にこだわっています。これらの結果として損害保険の更改契約率、及び生命保険の継続率の高い数値は、お客さまのご契約内容のご理解、並びにご加入をいただいた後の適切なアフターフォローとお客さまに喜ばれるサービスなどにご満足と信頼をいただけていることを示す指標のひとつと考えています。

【主な取組み・検証体制】

- (1)独自の「お客さまシート」により保険加入状況を取りまとめ、新たなリスクに備える契約見直しや複数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」を実施(※詳細は「法人顧客の複数契約状況」で公表しています)
- (2)保険事故・保険金請求等の一元管理(※詳細は「損害保険事故・保険金請求等対応サービス状況」で公表しています)
- (3)火災保険の長期契約者に対して、住宅修理に関する悪質なサポート業者の注意喚起資料を送付(個人顧客85名)
- (4)毎月1回の全体会議において、代表取締役が中心となりアフターフォロー及び保全進捗状況を確認

損害保険の更改契約状況(保険商品種目別)

成果指標・KPI



[取組状況 5]

お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

損害保険の更改契約状況

成果指標・KPI

更改契約商品種目	2022年更改率	2022年更改率算定基礎	2021年更改率	2021年更改率算定基礎
自動車保険	96.83%	満期数：126件／更改数：122件	95.77%	満期数：213件／更改数：204件
火災保険	97.94%	満期数：97件／更改数：95件	98.97%	満期数：98件／更改数：97件
傷害保険	95.52%	満期数：134件／更改数：128件	97.43%	満期数：195件／更改数：190件
賠償責任保険	98.18%	満期数：110件／更改数：108件	97.12%	満期数：174件／更改数：169件
合 計		満期数：467件／更改数：453件	合 計	満期数：680件／更改数：660件

損害保険更改率(平均)	
2022年	97.00%
2021年	97.05%
前年比	※

- 法人契約・個人契約合算による数値を算出
- 満期数とは当該契約が満期を迎えた数をいう
- 更改手続数とは満期数に対して更改手続を行った数をいう
- 更改率(平均)は保険種目合計の満期数に対する更改手続数で算出
- 2022年10月1日～2023年4月30日期间によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

[取組状況 5]

お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

生命保険の契約継続状況

成果指標・KPI

取扱保険会社	2022年継続率	2021年継続率	前年比(※)
大同生命保険株式会社	MOF37か月継続率 -%	MOF37か月継続率 100%	※
	MOF25か月継続率 98.90%	MOF25か月継続率 100%	※
	MOF13か月継続率 100%	MOF13か月継続率 100%	※
三井住友海上あいおい生命保険株式会社	IQA60か月継続率 87.10%	IQA60か月継続率 86.30%	※
	IQA24か月継続率 100%	IQA24か月継続率 98.60%	※
東京海上日動あんしん生命保険株式会社	IQA60か月継続率 100%	IQA率60か月継続率 100%	※
	IQA24か月継続率 100%	IQA24か月継続率 100%	※

- 継続率の基準は各保険会社で定めるところによる ■法人契約・個人契約合算による数値を算出
- 大同生命保険株式会社は、2022年4月末時点において「MOF37か月継続率」が算定できなかったため「-」表示
- 「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。
- 2022年4月30日時点によるKPI数値
- 前年比については、P2(注)を参照

[取組状況 5]

お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

当社では特に企業のお客さま(法人) には経済環境や社会環境の変化に伴い、事業継続のためのリスクアセスメントの観点から、複数の保険商品を組み合わせたトータルリスコンサルティングに努めています。これらの結果として複数種目の契約数の増加は、当社の専門性高いコンサルティング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・検証体制】

- (1) リスクマッピングを使用するコンサルティングを実践
- (2) 中小企業庁「事業継続力強化計画」認定企業として、強み、ノウハウを活かすリスクアセスメントを実践
- (3) 定期的な社内研修、勉強会を通して、コンサルティング能力の共有と評価を実施

これらの取組みは、「[取組状況6]お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育」などと同様です。

法人顧客の複数種目契約状況

成果指標・KPI

複数種目	2022年 契約顧客	2022年 全体割合	2021年 契約顧客	2021年 全体割合	前年比
1種目契約	140件	50.18%	137件	50.18%	※
2種目契約	88件	31.54%	89件	32.60%	※
3種目以上契約	51件	18.28%	47件	17.22%	※
合計	279件	100%	273件	100%	※

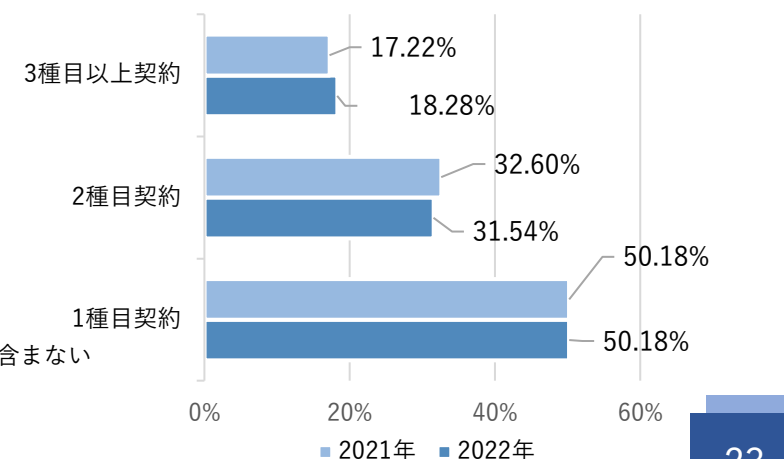
2022年法人顧客数 279件

2021年法人顧客数 273件

■成果指標には、契約期間1か月未満の工事保険を含まない

■2023年4月30日時点によるKPI数値

■前年比については、P2(注)を参照



[取組状況 5]

お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

当社では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衆するとともに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の増加は、よりお客さま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・検証体制】

- (1) お客さまに対して、当該保険金支払が「基本補償(保障)」から支払いが行われたものであるのか、又は「特約補償(保障)」から支払われたものであるのかについて契約内容を示しながら、お客さまに具体的な説明をする取組み
- (2) 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、管理し、全体会議で対応進捗を確認・共有

損害保険事故・保険金請求等対応サービス状況

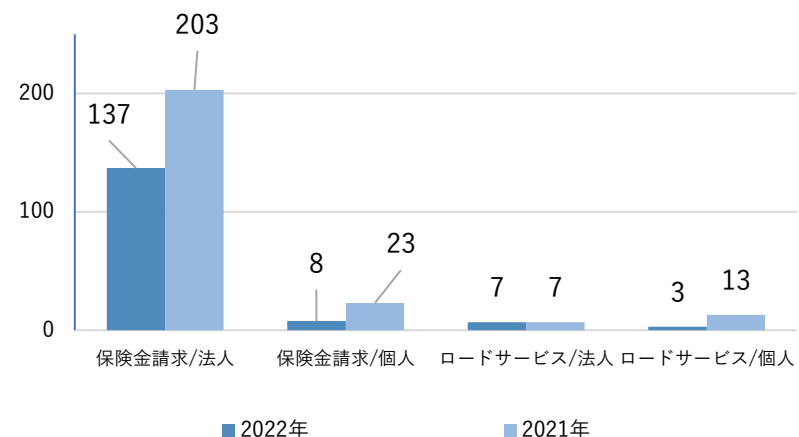
成果指標・KPI

対応区分	2022年	2021年	前年比
保険金請求対応／法人	137件	203件	※
保険金請求対応／個人	8件	23件	※
ロードサービス対応／法人	7件	7件	※
ロードサービス対応／個人	3件	13件	※

■ 事故対応件数は事故日ベースで算出

■ 2021年10月1日～2023年4月30日期间によるKPI数値

■ 前年比については、P2(注)を参照



[取組状況 6]

お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育

当社では金融事業者として職業倫理の定着を図るため、企業としてのガバナンス態勢の強化に取り組んでいます。また、お客さま本位の業務運営の本質に言及し、お客さま主義(本位)の真の価値の提供にこだわり続けるため、毎月1回以上の従業員教育を継続しています。これらの結果として社内外の研修実施の増加は、お客さまに安心を提供し信頼関係をより構築できる「人財」育成の機会を示す指標のひとつと考えています。

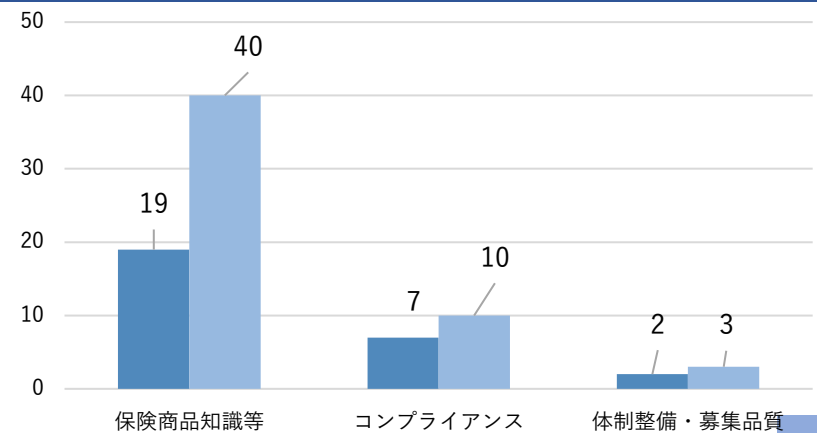
【主な取組み・検証体制】

- (1) 全体会議を毎月開催、業務運営における課題の抽出及び解決策の共有
- (2) 年間研修カリキュラム(プログラム)の作成(金融規制法外部監査機関監修)及びこれらを実施
- (3) 従業員のコンプライアンス及び保険商品知識の理解度を確認するミニテストを実施

人材育成・従業員教育研修状況

成果指標・KPI

カリキュラム	2022年	2021年	前年比
保険商品知識等 (当社講師・保険会社講師)	19 回	40回	※
コンプライアンス (当社講師・保険会社講師)	7回	10回	※
体制整備・募集品質 (外部監査機関講師)	2回	3回	※
教育・研修実施合計	28回	53回	※



■ 2021年10月1日～2023年4月30日期間によるKPI数値 ■ 前年比については、P2(注)を参照 ■ 2022年 ■ 2021年

[取組状況 6]

お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育

当社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(主義)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点検と金融規制法外部監査機関による外部監査を実施しています。これらの結果として内部点検、外部監査の実施頻度の増加は、組織としてお客さま主義(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・検証体制】

- (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

内部点検・外部監査実施状況

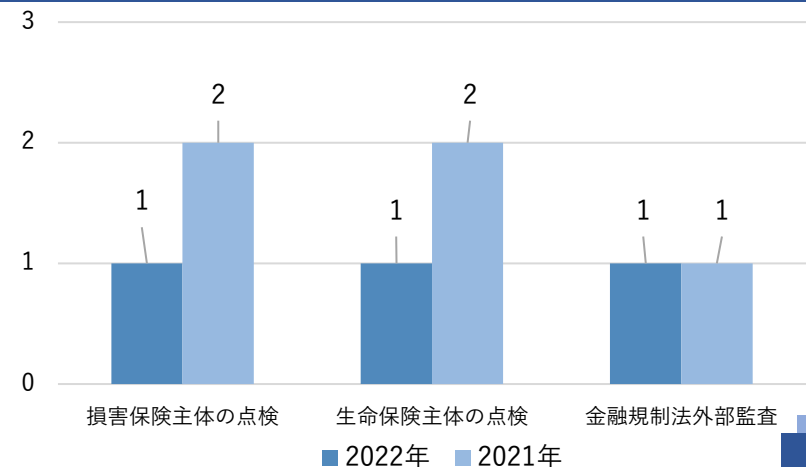
成果指標・KPI

内部点検・外部監査等	2022年	2021年	前年比(注)
損害保険主体の内部点検	1回	2回	※
生命保険主体の内部点検	1回	2回	※
金融規制法機関の外部監査	1回	1回	※
内部点検・外部監査合計	3回	5回	※

■内部点検には保険会社の指示による点検を含む

■2021年10月1日～2023年4月30日期間によるKPI数値

(注)2022年は7か月間のKPI数値のため、2021年との対比は行わない



[取組状況 7]

お客さま主義(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職業意欲や士気を高める環境となり、結果として業務改善や当社の経営安定に反映するものと考えています。

【主な取組み】

- (1) 中小企業庁「事業継続力強化計画」の申請・認定
- (2) 経済産業省「健康経営優良法人」申請・認定
- (3) 徳島県「はぐくみ支援企業」申請・認定
- (4) 一般社団法人メディポリス医学研究所 ディポリス国際陽子線治療センター「がん撲滅応援団」参画

企業価値の向上に資する取組み・参画状況

成果指標・KPI

● 中小企業庁

【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 \(METI/経済産業省\)](#)



[取組状況 7]

お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり

企業価値の向上に資する取組み・参画状況

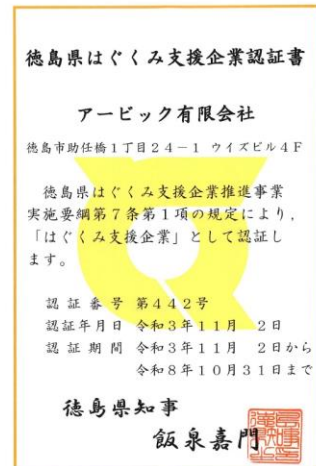
成果指標・KPI

●徳島県

【はぐくみ支援企業認定】

次世代育成支援の一環として、子どもを産み育てながら働き続けることができる「子育てに優しい職場環境づくり」に積極的に取り組んでいる企業として認定を受けました。

[徳島県はぐくみ支援企業認証制度について | 徳島県ホームページ \(tokushima.lg.jp\)](http://tokushima.lg.jp)



●一般社団法人メディポリス医学研究所

メディポリス国際陽子線治療センター

【がん撲滅応援団】

メディポリス国際陽子線治療センターの理念に賛同し、「メディポリスのがん撲滅活動(予防/早期発見/治療)および患者QOL向上を目指した活動に積極的に応援する企業として参画しています。

<当社の「がん撲滅への想い」>

・がんで亡くなる人0の時代へ

[がん撲滅応援団 \(medipolis-ptrc.org\)](http://medipolis-ptrc.org)



【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

営業時間 平日9時00分～18時00分(年末年始・夏季休暇を除く)

【参考1】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

当社は、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」と本方針との対応関係を以下のとおり公表いたします。

また、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、本方針の一部対象外、原則4、原則5(注2)、原則6(注2)、原則6(注3)は、対象外であることを公表いたします。なお、本方針の一部対象外又は対象外である理由につきましては、「【参考2】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」において公表いたします。

掲載・更新年月日： 2023年6月29日

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		アービック有限会社		
■取組方針掲載ページのURL：		https://www.arvic.net/wp-admin/images/pdf/customer-oriented-policy.pdf		
■取組状況掲載ページのURL：		https://www.arvic.net/wp-content/uploads/2023/08/status-of-efforts2022.pdf		
顧客本位の業務運営に関する原則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
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。	実施	取組方針2 お客さまの最善の利益の追求	取組状況2 お客さまの最善の利益の追求
	(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。	実施	取組方針2 お客さまの最善の利益の追求 取組方針7 お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり	取組状況2 お客さまの最善の利益の追求 取組状況7 お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり
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、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。	実施	取組方針3 利益相反の適切な管理	取組状況3 利益相反の適切な管理

【参考1】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

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 3	(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 ・ 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	一部実施	取組方針3 利益相反の適切な管理 【参考2】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_原則3の行	取組状況3 利益相反の適切な管理 【参考2】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_原則3の行
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。	非該当	【参考2】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_原則4の行	【参考2】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_原則4の行
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・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。	実施	取組方針4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供 取組方針5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供	取組状況4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供 取組状況5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

【参考1】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

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 5	(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	実施	取組方針4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供	取組状況4 お客さまへの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、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	【参考2】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_原則5の行	【参考2】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_原則5の行

【参考1】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

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 5	(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。	実施	取組方針4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供	取組状況4 お客さまへの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・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。	実施	取組方針4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供	取組状況4 お客さまへの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。	実施	取組方針4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供 取組方針5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供	取組状況4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供 取組状況5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

【参考1】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

顧客本位の業務運営に関する原則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
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。	実施	取組方針5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供	取組状況5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供
	(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	実施	取組方針5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供	取組状況5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供

【参考1】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

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
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	【参考2】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_原則6の行	【参考2】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_原則6の行
	(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	【参考2】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_原則6の行	【参考2】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_原則6の行
	(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。	実施	取組方針4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供 取組方針6 お客さま守備(本位)のガバナンス態勢と人材教育	取組状況4 お客さまへの重要な情報の分かりやすい提供 取組状況6 お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育
	(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。	実施	取組方針6 お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育	取組状況6 お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材教育

【参考1】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

顧客本位の業務運営に関する原則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 7	【従業員に対する適切な動機付けの枠組み等】 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。	実施	取組方針1 お客さま主義(本位)の業務運営方針の策定・公表 取組方針2 お客さまの最善の利益の追求 取組方針5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供 取組方針6 お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材育成 取組方針7 お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり	取組状況1 お客さま主義(本位)の業務運営方針の策定・公表 取組状況2 お客さまの最善の利益の追求 取組状況5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供 取組状況6 お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材育成 取組状況7 お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり

【参考1】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

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 7	(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。	実施	取組方針1 お客さま主義(本位)の業務運営方針の策定・公表 取組方針2 お客さまの最善の利益の追求 取組方針5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供 取組方針6 お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材育成 取組方針7 お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり	取組状況1 お客さま主義(本位)の業務運営方針の策定・公表 取組状況2 お客さまの最善の利益の追求 取組状況5 お客さま一人ひとりにふさわしいサービスの提供 取組状況6 お客さま主義(本位)のガバナンス態勢と人材育成 取組状況7 お客さま主義(本位)を実現する職場環境づくり

【照会先】

部署	経営管理部
連絡先	取締役 板東冬希子 電話番号 088-657-2150

【参考2】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4、原則5(注2)、原則6(注2)、原則6(注3)は、本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	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) (注)	一部実施	(※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。 (※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。
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。	非該当	当社の取引の形態上、又は投資リスクのある金融商品・サービスの取扱いがないため、本原則は対象としておりません。

【参考2】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

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。
	(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。

【参考3】金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係一覧表

			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	取組方針7
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	手数料等の明確化※							
	原則5	重要な事項の分かりやすい提供				◎	◎		
		(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外

「△」に該当する箇所は本方針の一部対象