

お客様本位の業務運営方針

当社は、あらゆるお客さまとの接点において、お客さま視点に基づくお客さま本位の業務運営を実現するとともに、企業としての社会的責任を果たします。

方針1 ※原則番号：①,②,⑥に準拠

- ・当社は、お客さまのニーズを的確に捉え、質の高いサービスを提供することを通じ、お客さまの満足度を向上させていきます。
- ・また「お客さまの声」を真摯に受け止め、誠実、迅速に対応するとともに、業務品質向上に活かしていきます。

<具体的な取組>

- ・保険契約手続きの際に、お客さまに「保険募集に関するアンケート」にお答えいただくよう依頼します。また、保険会社から提供されるアンケート結果を分析し、お客さま対応に活用します。
- ・問題発生時にはCVR（Customer Voice Report）を作成し、業務品質改善に活かしていきます。
- ・保険契約手続きの際に「ご確認シート」を活用し、お客さまのご意向を確認します。

方針2 ※原則番号：①,③に準拠

- ・当社は、お客さまとの利益相反のおそれのある取引については、お客さまの利益が不当に害されることのないように、適切に管理する体制を構築します。
- ・保険会社から受領している手数料に捉われず、推奨販売方針を遵守します。

<具体的な取組>

- ・利益相反に関する社員教育を定期的に実施します。
- ・店舗・募集人ごとの保険会社別販売状況を定期的にモニタリングします。

方針3 ※原則番号：①,⑤に準拠

- ・当社は、お客さまの状況、保険加入目的等を考慮し、最適な商品・サービスを選択いただけるよう、重要な情報をわかりやすく、丁寧にご説明します。

<具体的な取組>

- ・当社の推奨方針と推奨理由をお客さまに丁寧に説明します。
- ・商品内容の拠点勉強会を実施し、記録に残します。
- ・お客さまに重要事項説明書をお渡しする際は、以下の点を口頭説明します。
 - ①重要事項等説明書を読むことが重要であること
 - ②主な免責事由等お客さまにとって特に不利益な情報が記載された部分を読むことが重要であること
 - ③特に、乗換、転換（中途更改等）の場合は、これらがお客さまにとって不利益になる可能性があること
 - ④カーライフに変化が生じた場合は、必ず当社へ連絡いただくこと

方針4 ※原則番号：①,②,⑥,⑦に準拠

- ・当社は、お客さまを取り巻くリスクの把握と分析を行い、お客さまの状況にマッチした適切な商品・サービスを提供します。
- ・ご契約後の適切な管理とアフターフォローを行います。

<具体的な取組>

- ・商品内容の拠点勉強会を実施し、記録に残します。
- ・事故対応勉強会を実施し、記録に残します。
- ・保険申込書を丁寧にチェックし、不備率を極少化します。万が一不備が発生した場合には、速やかな解決を図ります。
- ・高齢のお客さまには理解度を確認しながら丁寧に説明し、対応を記録に残します。
- ・障害を持つお客さまには、不当な差別的取り扱いをせず、障がいの状態に応じた必要かつ合理的な配慮に努め、対応を記録に残します。

方針5 ※原則番号：①,⑦に準拠

- ・当社は、「お客さま本位の業務運営方針」の徹底に向け、社員に対する教育を継続的に実施します。また併せて、ガバナンス態勢の構築に努めます。

<具体的な取組>

- ・「お客さま本位の業務運営方針」に関する勉強会を定期的に実施、記録に残します。
- ・個人別実績評価基準を見直します。
- ・「お客さま本位の業務運営方針」が定着しているかを監査項目に加えます。

なお、本方針は定期的に見直します。

※金融庁 「顧客本位」の業務運営に関する原則

原則番号① 顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等

原則番号② 顧客の最善の利益の追求

原則番号③ 利益相反の適切な管理

原則番号④ 手数料等の明確化

原則番号⑤ 重要な情報の分かりやすい提供

原則番号⑥ 顧客にふさわしいサービスの提供

原則番号⑦ 従業員に対する適切な動機付けの枠組み

お客様第一の基本業務運営方針 定着を図る指標（KPI）

お客様本位の業務運営方針の定着を図る指標として、下記 KPI を定めております。

■ デジタル手続き率 目標値 75.0%

2022 年 : 52.0%

2023 年 : 60.1%

2024 年 : 70.5%

2025 年 6 月

東京マツダ販売株式会社