

「お客さま本位の業務運営方針」と 2025 年度の取組み

当社は、MST グループのパーパス・経営理念体系の制定を受けて「お客さまに寄り添い、正確で質の高い業務」の徹底をあらためて掲げると共に、JALUX グループの行動指針「公正な競争を通じて付加価値を創出し、持続可能な社会の発展を担う」に従い、「お客さま本位と業務品質の向上」によるお客さまの最善の利益を追求するために、「お客さま本位の業務運営方針」を策定・公表し、本方針に基づいた取り組みを実践してまいります。

- ・ 2025 年度の取組方針とその取組状況について、以下、ご報告いたします。
- ・ 尚、2026 年度より MST グループのパーパス・経営理念体系の制定に伴い、方針の一部を改訂いたしました。
- ⇒ 2026 年度の方針は「[こちらをクリック](#)□」してご覧ください。

2025 年度の取組方針とその取組状況のご報告

取組方針 1: 「幸せづくりのパートナー」として、「お客さまの喜びを最高の価値する」業務運営の徹底によりお客さまの最善の利益を追求

- ・ MST グループの行動指針「MST Way」では、お客さまの最善の利益を図るべく、「お客さまの喜びを最高の価値とする」を掲げております。
- ・ また、JALUX グループの企業理念では「幸せづくりのパートナー ～人に社会に環境に、もっと豊かな輝きを～」を掲げております。
- ・ 当社ではこの行動指針と企業理念に基づき、役職員全員がお客さまの声に真摯に耳を傾け、お客さまに真にお役に立てる商品・サービスの提供に取り組んでまいります。
- ・ そして、お客さま本位の業務運営方針に関する取組み状況を定期的に確認・検証し、常にレベルアップを図るための体制整備にも取り組んでまいります。

【取組状況(1)】

① お客さま本位の業務運営方針の策定と浸透

- 「お客さま本位の業務運営方針」を定め、定期的に経営トップからのメッセージを発信する等、本方針の社内への浸透を図ってまいります。

② お客様の声を活かした業務品質の向上

- 日常の活動の中でお聞きしたお客様のご不満、ご要望、お褒めの言葉を収集し、重要な事項は、当社と共同事業を展開する株式会社 JALUX 保険サービスと共に毎月開催しているグループ全体会議において経営と担当部署が対応を検討する等、業務品質向上にお客様の声を最大限活かす取り組みをしています。

③ お客様本位の業務運営の推進体制

- 当社は、共同事業を展開する株式会社 JALUX 保険サービスと共に、隔週開催している定例ミーティングにて、お客様からのご要望や気づきをタイムリーに共有することで業務改善に努めています。
- また、毎月開催しているグループ全体会議には、親会社のエムエスティ保険サービス株式会社と株式会社 JALUX も参加し、取組み状況の確認・検証や、お客様の声を分析し業務品質改善につなげるための体制を運営しています。尚、2025 年度はグループ全体会議を 12 回開催しました。

【ご参考：お客様の声の受付状況】

分類	お問合せ	ご不満	ご意見/要望	お褒め
2025 年度	753 件	6 件	4 件	0 件

※「お客様の喜びを最高の価値とする」取り組みに向けて、お客様から寄せられたお褒め、ご要望、ご不満等の声を把握・分析し、業務運営に活かすものとして、「お客様の声」を取組状況を測る指標とします。

取組方針 2：お客様の最善の利益を図るべく、「お客様の喜びを最高の価値とする」企業文化と「Challenge & Change」の企業文化の定着

- ・当社は、お客様の最善の利益を図るべく、MST グループの「お客様の喜びを最高の価値とする」企業文化と JALUX グループの「“ Challenge & Change ” 環境の変化をいち早く捉え、新たな領域を切り拓いて、自らを進化させていく」企業文化の確実な定着のため、役職員の意識醸成、社内教育の徹底等に取り組んでまいります。

【取組状況(2)】

① 行動規範の制定と徹底

- 金融事業者としての職業倫理の定着のため、当社役職員が日々いかに考え、判断し、行動すべきかの基準として行動規範を制定し、親会社エムエスティ保険サービス株式会社と共に意識を高めるための研修を実施しています。

② コンプライアンスの徹底

- コンプライアンス教育では、ルールを教えるだけでなく、理解が定着するような研修を工夫して、個人情報保護研修などを 15 回開催しました。

③ 保険代理店としての専門知識の習得

- お客さまのニーズを的確に把握し、適切なアドバイス、ご提案ができるように、専門的な金融知識、商品知識、事務管理知識に関して、商品研修、事務管理研修などを 19 回開催しました。

取組方針 3：適切な利益相反管理

- ・ 保険商品の募集・販売等にあたっては、手数料の多寡やその他いかなる関係等に影響されず、お客さまのご意向に沿った商品をお勧めします。
- ・ お客さまの利益が不当に害されることのないよう、取引におけるお客さまとの利益相反の可能性について正確に把握し、適切に管理・対応するよう努めます。

【取組状況(3)】

① 適切な保険募集体制の構築・管理

- お客さまのご意向の把握、比較推奨、重要事項の説明等の適切な実施により、お客さまの利益が不当に害される取引の発生を防止する保険募集体制の構築・管理に努めています。
2025 年度は、適切な保険募集体制の構築に向け、募集管理研修を 10 回開催しました。

② 利益相反に関する従業員の教育

- 募集管理研修、商品研修などを通じて、お客さまの利益が不当に害される取引の発生防止に向けた役職員の教育に取り組んでいます。

取組方針 4：お客さまのご意向・ニーズに沿った商品・サービスの提供

- ・当社では、お客さまに適した商品・サービスを提供するために、お客さまのご意向・ニーズを十分お伺いした上で、商品・サービスのご提案を行ってまいります。

【取組状況(4)】

① お客さまのご意向の的確な把握と適切なご提案

- お客さまの抱えるリスクやご意向等を把握し、適切な保険商品・プランをご提案します。なお、外貨建保険や変額保険等の市場リスクのある商品(特定保険契約)について、現在、当社は取扱いしておりません。また、事後検証体制の整備(提案商品絞込みの記録化徹底と契約自体が顧客の意向に合致しているかの確認・検証)を行います。いずれの提供可能な商品でも意向に沿わない場合には提供を控え、元受保険会社と連携します。

取組方針 5：お客さまのご意向・ニーズに沿った適切かつわかりやすい情報の提供

- ・当社では、お客さまに適した商品・サービスを選択いただけるよう、お客さまにとって重要な情報をわかりやすく、丁寧にご説明するとともに、お客さまに提供する商品・サービスの特性に応じて、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。

【取組状況(5)】

① お客さまへの必要な情報の提供と丁寧な説明

- 商品・サービスのご提案にあたっては、ご契約いただくことの適否を判断するために必要な情報を提供します。
- 商品・サービスの選定の理由等の重要な情報は、商品概要明示資料や商品パンフレット等を用い、分かりやすく説明します。
- 契約概要や注意喚起情報は、正しくご理解いただくため、「専門用語を平易な言葉に言い換える」「より重要な情報は特に強調する」等の工夫をします。

- ご高齢のお客さまにご説明するときには、複数回のご説明、複数担当者によるご説明等の方法により、お客さまの誤解の防止や理解の促進に取り組めます。

【ご参考：共同募集における更改率】

種目	自動車保険	火災保険
2025 年度	81.0%	78.3%
2024 年度	89.2%	79.4%

※「お客さまの喜びを最高の価値とする」取組みに努めた結果として、お客さまが保険契約をご継続いただいているとの視点から、「損害保険契約更改率」を取組状況を測る指標とします。

【ご参考：共同募集における電話応答率】

区分	電話応答率	40 秒以内応答率
2025 年度	92.0%	86.0%
2024 年度	91.7%	87.6%

※「お客さまの喜びを最高の価値とする」取組みとして、お客さまからのお問合せに確実にお答えする、また、お待たせしない様に努めている結果として、「電話応答率と 40 秒以内応答率」を取組状況を測る指標とします。

取組方針 6：お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

- ・当社では、お客さまの保険商品や金融に関する知識、理解度や過去のご経験、知識・関心、財産の状況、加入目的を十分に踏まえた上で、情報の提供、商品・サービスの提案を行ってまいります。

【取組状況(6)】

① 契約締結前のお客さまのご意向の確認

- ご契約いただく直前にも、ご契約いただく商品がお客さまのご意向に沿うものか、契約内容をお客さまにご理解いただけているか等を確認します。

② お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育

- お客さまのご意向・ニーズを踏まえた十分かつわかりやすい情報の提供及び商品・サービスのご提案ができるだけのスキルを各募集人に確実に身につけさせることを目的とした研修カリキュラムの整備等、社内教育体制の整備に努めています。

【ご参考：知識・スキル向上の研修プログラム】

研修内容	2025 年度	2024 年度
コンプライアンス関連研修	11 回	14 回
募集行為・募集管理関連研修	10 回	12 回
個人情報保護・顧客保護関連研修	4 回	4 回
商品関連研修	10 回	13 回
事務管理関連研修	9 回	2 回

③ ご契約後のアフターフォロー

- ご契約いただいた後もお客さまのご加入商品の契約概要等、お役に立つ情報の提供や、お客さまが潜在的に抱えるリスクに関する助言・提案を行い、長期的な視野に立ってお客さまのお役に立てるように業務に取り組めます。そのため、事故対応や満期案内を含め重要な業務と位置付けた各種規定整備・社内教育体制整備・検証体制の確保に努めます。適宜、商品改善に関わるお客さまの声を元受保険会社と連携します。
- お客さまのご契約の満期に関するご案内は漏れなく行い、お客さまの意に反して無保険状態になることの防止に努めます。

取組方針 7 : 「幸せづくりのパートナー」として、お客さまの最善の利益を図るべく、「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営への取組み確保

- ・「幸せづくりのパートナー」として、お客さまの最善の利益を図るべく、「お客さまの喜びを最高の価値とする」業務運営への取組みを確保するために、組織・個人の業績評価等に取り組み結果を反映するとともに、取組み内容の定期的な検証・改善に努めます。
- ・また、お客さま志向のコンサルティングを行うために必要な知識・スキルを従業員が習得できるよう、充実した教育・研修に努めます。

【取組状況（７）】

① 組織・個人の業績評価

- 社内の組織、個人の業績評価においては、営業実績のみならず、業務品質、コンプライアンス等の項目を取入れ、バランスの取れた評価とします。

② 専門的な知識の習得に向けた教育

- 総合保険代理店として、急増する社会的なリスクへの対応、お客さまの幅広いニーズに適時適切にお応えできるように役職員の専門的な金融・保険知識習得に向けた教育体系を整備します。

【ご参考：専門的な知識の習得に向けた取組状況】

年度	損害保険大学課程	生命保険大学課程	FP2 級相当資格以上
2025 年度	5 名	7 名	5 名
2024 年度	1 名	1 名	5 名

※ 上記何れかの資格を保有する者は、募集人11名に対しての保有者です。

※ FP2 級相当資格以上とは、1 級/2 級 FP 技能士、CFP/AFP、金融渉外 1 級/2 級を指します。

③ 社内手続の整備

- 社内手続や留意すべき事項に関する周知徹底を定期的に発信し、浸透に努めます。

<ご参考>

当社「お客さま本位の業務運営方針」と金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との関係

当社は、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択のうえ、「お客さま本位の業務運営方針」を定め、取り組みの徹底を図っておりますが、当社の取組方針と金融庁の原則の関係は以下のとおりです。

当社の取組方針	金融庁の原則＊
取組方針１、取組方針２	原則２、同（注）
取組方針３	原則３、同（注）
取組方針４	原則４、同（注）、原則６、同（注６）・（注７）
取組方針５	原則５、同（注１）・（注３）～（注５）※１
取組方針６	原則６、同（注１）・（注４）～（注７）※２
取組方針７	原則７、同（注）

＊ 金融庁の原則につきましては、金融庁のホームページをご確認ください。

金融庁の原則１は、顧客本位の業務運営に関する策定・公表等についての内容であり、対応する取組方針はありません。

※１ お客さまへのご提案に際し、正しく平易にご理解いただけるよう、当社が取扱う商品には原則５（注２）・原則６（注２）の「複数の金融商品・サービスをパッケージするもの」に該当するものではありません。

※２ 当社は、組成された商品・サービスの販売を行う金融事業者であり、原則６（注３）・補充原則１～５の「金融商品の組成に携わる金融事業者」には該当しません。

なお、金融商品の販売・推奨等を行う場合には、その組成を行った金融事業者が想定し特定・公表された販売対象を十分に理解し、お客さまの適合性を判断し行うよう努めます。

以 上