

お客様本位の業務運営に関する方針のご報告

お客様本位の業務運営に関する 2024 年度（2024 年 9 月～2025 年 8 月）の取組成果について
下記の通りご報告いたします。

★使命★ ～私たちは 4 つの使命を大切にしています～ 原則 2(注含).3.4.5(注 1・2・3・4・5)6(注 1・4・5・6・7))

①大切なお客様をすべてのリスクからお守りする

質の高いサービスと専門性の高いコンサルティングをお客様へ提供するため、
定期的に保険会社の研修や勉強会を行います。
適切な情報提供を実施（不利益事項・諸費用（手数料含）についても）しっかりとご説明いたします。

②最良かつ最適なプランのご提案をお約束する

特定の保険会社や保険商品を推奨する販売は行っておりません。
お客様のご意向を把握したうえで、そのご意向に沿った保険商品のご提案を適切に行うため
ASBOX（※1）を用いて公正なご提案を行っています。

（※1）「ASBOX」とは、株式会社アイリックコーポレーションが開発した保険申込ナビゲーションシステムであり
複数の保険会社の商品の中から、お客様のご意向に沿った比較販売が可能となります。

③すべてにおいて 1 人の幸福を大切にする

お客様に常に寄り添い、お客様のために、より満足いただけるサービスをご提供できますよう
アフターフォロー含め「全社サポート体制」で一人のお客様のために全社員で向き合っています。

④ともに生き、ともに喜び、愛情をもってお役に立ち続けられる存在である

いざという時のためにご契約後もお客様が安心していただけるよう、
新商品のご案内や定期的な情報提供など様々な形でのアフターフォロー体制を整えています。

1. 年間の相談件数とご契約者数

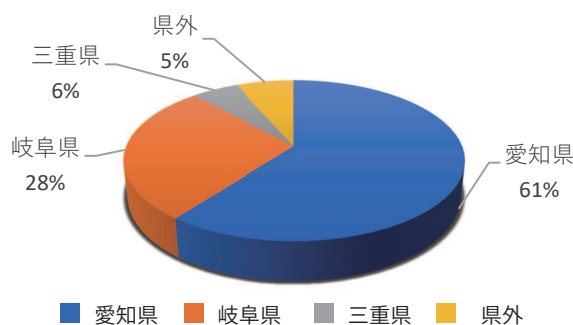
(原則 2(注含).3(注含))

多くのお客様に選ばれ、多くのご契約をお預かりすることがお客様からの信頼の証であると考えております。2023 年度末の相談世帯数・ご契約数は以下の通りとなります。

	2024 年度	2023 年度	前期末比
ご相談世帯数	82,028	77,138	+4,890
ご契約者数	61,292	58,307	+2,985

※被保険者ベースではありません

●ご相談エリアの割合



2. ご契約内容について

(原則 3(注)・5(注1含)6(注1.4.5.6.7含))

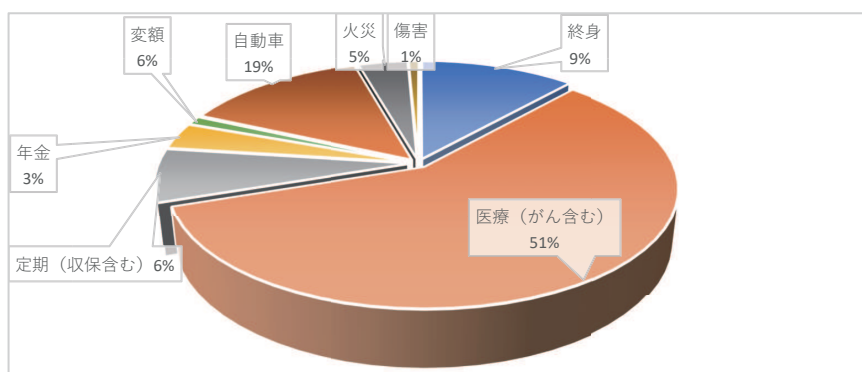
保険コンパスでは、お客様一人一人に合った保険商品をご提案するため、複数の保険会社商品を取り扱っております。

生命保険会社	損害保険会社
22 社	10 社

※2025 年 8 月末時点

●カテゴリ別契約数割合

多くの取扱保険商品の中から、この期間にご契約いただいた商品種目別の内訳は以下の通りです。



3. 保険契約継続率

(原則 2(注含)3(注含))

保険コンパスにてご契約をいただいたお客様が、加入した契約をご継続いただける事は、お客様に寄り添った募集ができていたことを示す指標の一つであると考えております。

また、ご契約を継続いただくためのアフターフォロー体制（5. アフターフォロー実施状況を参照）を整えております。

	継続率	当社基準
37 か月継続率	87.0%	80% 以上
25 か月継続率	92.0%	86% 以上
13 か月継続率	98.0%	93% 以上

※契約件数ベース

4. お客様の声

(原則 2(注)3(注含)5(注 1.2.3.4 含)6(注 1 含)7(注 1 含))

保険コンパスはサービス品質向上のため、お客様から頂いたご意見やご要望を、真摯に受け止めお客様へのサービス向上に努めて参ります。

また、すべての判断基準はお客様視点に基づくと考えております。

お客様のお声を幅広くいただくため、様々な手法でよりお声をキャッチしやすくしております。

【 お客様のお声の収集方法 】

保険コンパス
フリーダイヤル

保険コンパス
公式 LINE

保険コンパス HP
お問い合わせ
フォーム

グーグル
ロコミ

年 1 回お客様への
フォローコール

定期点検対象者
への架電

高齢者の方への
契約後の
フォローコール

など

【 お客様のお声 受付状況 】

※2024/9～2025/8 までに受け付けたお客様の声

苦情・ご要望・ご意見 76 件

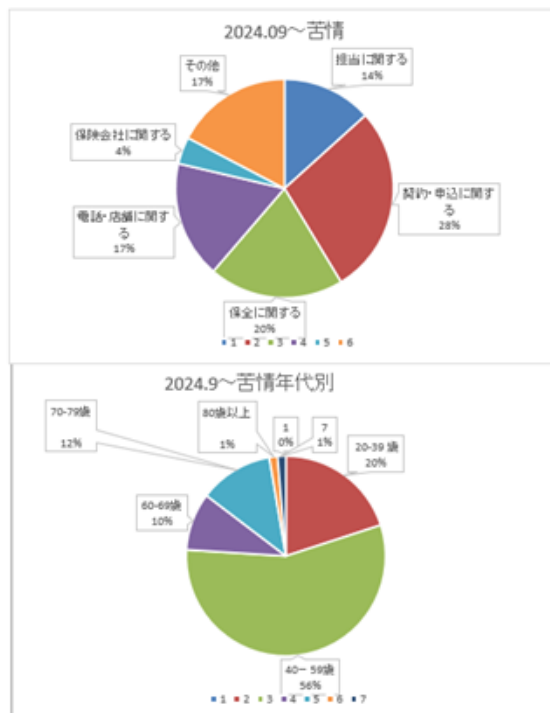
内容	件数	割合
苦情	26	34.2%
ご意見・ご要望	50	65.8%
合計	76	100.0%

内訳

担当関係	10	13.2%
契約・申込関係	21	27.6%
保全関係	15	19.7%
電話対応関係	13	17.1%
保険会社への要望関係	3	3.9%
その他	14	18.4%

生保…43 件 損保…9 件 どちらでもない…24 件

苦情・ご意見・ご要望の割合



●お客様のお声 一部抜粋

とても親身に相談に乗っていただき、大変勉強になった。必要な保険に加入でき満足

ショッピングモール内なので便利

清潔感のある店舗で、落ち着いて相談することができた

キッズスペースもあり有難い

自分の生涯設計にあった保険や資産運用の基本を教えていただくことができた

5. アフターフォロー実施状況

(原則 2(注)5(注 3.4.5)6(注 1.4 含)7(注含))

保険コンパスでは、お客様に保険コンパスをお選びいただいた感謝と、
末永いお付き合いができますようアフターフォローサービスに力を入れております。

保険コンパスのアフターフォロー体制

会報誌（COMPASS TIMES）

既契約のお客様全ての方へ年 1 回発送（臨時号発行の場合もあり）

定期点検のご案内・社員からのメッセージ・医療 / 健康診断などに関する情報や

各種保険の活用方法や医療にかかわる情報・近くのおすすめのお店情報などをご案内しています。

メルマガ配信

メールアドレスを登録いただいているお客様へ、保険やお金にまつわる豆知識やイベント店舗の新着情報など

月数回、気になるお役立ち情報を定期的にお届けしています。

定期点検

ご契約後 3 年以上経過の契約者様へお電話やハガキや SMS でご案内。

現在ご契約中の保障についての再確認や新商品などの情報提供その他お客様のお困りごとなど

なんでもご相談いただける環境づくりをしています。

MI コール（担当者不在の既契約フォローコール）

担当コンサルタントが退職などで不在となったお客さまへ、コールセンターや各店舗等からご連絡し

ご要望の確認やさまざまなご不安の解消に努めています。

既契約フォローコール

年に 1 回既契約者様へコンサルタントやコールセンター・担当店舗からご連絡し、各種変更や

給付金の請求漏れ・ご要望の確認などお客様の契約維持やお困りごとなどの不安解消に努めています。

高齢者コール

70 歳以上の新規ご契約をいただいたご契約者様に、ご契約後 2～3 ヶ月経過後、コールセンターや担当店舗よりお電話入れを実施。

お客様のご意向通りのご契約であるか契約内容のご確認、ご親族のご理解状況の確認をメインに、商談時の様子の確認をし、

その他ご要望がないかをお伺い。お客様と担当者に齟齬がないかを確認することでお客様に寄り添った対応に努めています。

未契約コール

以前保険コンパスにご来店・ご相談されたお客様でご契約のないお客様へコールセンターよりお電話入れを実施。

当時のご相談 / ご不安は解消されたのか。ご商談時等のご不満などはなかったかなど

お客様からのお声を集め、そのお声をもとに、よりお客様に寄り添った対応ができるよう努めています。

未納案内コール

保険料引落ができなかったお客様へ併徴引落や保険料振込のご案内等を実施。

また、失効のお客様には復活のご案内等を担当者・担当店舗・コールセンターよりご案内を実施。

お客様の保険契約継続のためのフォローを実施しております。

サンキューコール

初めて保険コンパスをご利用のお客様に、ご来店から 10 日程度経過後コールセンターよりお電話入れを実施。

ご来店のお礼と相談時の対応や内容・時間はお客様にとってご満足いただけるものであったのか・

店舗の場所などわかりにくくなかったか・次回アポイントの確認・その他ご要望などお伺いし

今後のお客様満足度向上に生かせるよう努めています。

住所調査

保険会社から連携頂いた、ご案内郵便物が住所不明等で戻ってきたお客様へ

現在のご住所等の確認・住所変更のお手続きや、ご案内郵送物の内容のについてのご説明など

お客様の保険についてのご案内に漏れないようフォローを実施しております。

満期案内コール

保険の契約満期が近いお客様にその手続き方法についてのご案内と、ご不明点やその他ご要望が無いか等をお伺い。

スムーズな満期金等のお受け取りをいただけるよう努めております。

会報誌発送率			
発送月	発送数	ご契約世帯数	発送率
2024.12	41,315	42,561	97.07%

2024年度の実施状況は以下の通りです。

フォローコール実施率			
架電種類	対象者数	対応数	対話率
定期点検コール	7,864	4,426	56.28%
MI コール	2015	1,360	67.49%
既契約フォローコール	4,900	2,293	46.80%
その他コール	488	299	61.27%
高齢者コール	414	381	92.03%
未契約コール	3,197	1,018	31.85%
未納案内	7,871	4,807	31.84%
サンキューコール	12	10	83.33%
住所調査	94	52	55.32%
満期案内コール	832	782	93.99%
合計	26,760	14,596	54.54%

※対応数については、お客様と会話、もしくはメール等で接触できた方が対象

※コールのみ等、お客様と接触が無い場合は、対応数に入れておりません

6. 定期的な研修・保険会社による勉強会 (原則 2(注)3(注)5(注 1.3.4・5 含)6(注 4・5)7(注 含))

お客様のさまざまなニーズにお応えし、変化する時代を踏まえた情報の提供や提案を行うために、
継続した研修や保険会社各社からの勉強会を実施しております。

2024年度に実施した 研修・保険会社勉強会は以下の通りです。

主な研修等実施状況			
実施時期	種別	実施会社（部）	内容
入社時 ※3～4か月間 教育部による研修	コンプライアンス研修 募集実務・営業研修	教育部 コンプライアンス部	「経営理念」使命の意識づけ 個人情報取扱・権限明示・お客様本位の比較提案 ASBOX 利用方法・告知取扱 / 重要事項等の説明、 その他正しい募集ルールや公的保障制度について お客様への適切な情報提供・保険商品・ 保険の活用方法・周辺金融知識等含
毎月	コンプライアンス研修	コンプライアンス部	苦情・お客様の声等の共有と併せ 「経営理念」使命・お客様本位の業務運営・ ASBOX 利用方法・個人情報取扱い その他正しい保険募集に関する知識の定着 など 年間を通して継続的に研修
2024/09	商品研修&話法研修	アクサ生命（指名研修） なないろ生命 メットライフ生命	保険会社による商品・その他知識研修
2024/10	商品研修&話法研修	なないろ生命（若手研修） ジブラルタ生命（希望者）	保険会社による商品・その他知識研修 オリックス生命の資料を活用した生命保険取扱継続
2024/11	商品研修&話法研修	はなさく生命 チューリッヒ生命（若手社員） アクサ生命 東京海上日動 ソニー損保 ネオファースト生命 ソニー生命（希望者）	保険会社による変額保険の提案話法の研修 保険会社による商品・その他知識研修 保険会社自動車保険研修 保険会社によるデジタル告知研修 保険会社による法人向け知識・提案研修
2024/12	商品研修&話法研修 乗合開始に伴う研修	メディケア生命（若手社員） PGF生命（紙面）	保険会社による商品・その他知識研修 保険会社による乗合開始に伴う商品研修
2025/01	商品研修&話法研修 乗合開始に伴う研修	なないろ生命 ネオファースト生命（若手社員） PGF生命	保険会社による募集品質改善研修 保険会社による商品・その他知識研修 保険会社による新規取扱に関する研修
2025/02	商品研修&話法研修 乗合開始に伴う研修	チューリッヒ生命 第一フロンティア生命 FWD生命 はなさく生命（若手社員）	保険会社による変額保険販売開始の研修 保険会社新規取扱に関する商品研修 保険会社による商品・その他知識研修 教育部による第一分野商品・知識・話法研修
2025/03	商品研修&話法研修	メディケア生命	保険会社による商品・その他知識研修
2025/05	商品研修&話法研修	アクサ生命（若手社員） オリックス生命 なないろ生命（若手社員） ソニー生命（希望者）	保険会社による商品・その他知識研修 保険会社による法人向け知識・提案研修
2025/06	商品研修&話法研修	FWD生命 ネオファースト生命 メディケア生命（若手社員）	保険会社による商品・その他知識研修 保険会社によるデジタル告知研修
2025/07	商品研修&話法研修	T&D生命 メットライフ生命 FWD生命（若手社員）	保険会社による変額保険の商品・提案話法の研修

7. 会社全体での取組

(原則 2(注含)3(注含)4.5(注 1 ～ 5)6(注 1 ～ 5 含)7(注含))

●お客様本位の営業のすすめ方

一生お役に立ち続けられる存在となるよう長期的なお客様との関係づくりを推進しております。
従って、短期の成績向上や特定の保険商品等の販促を目的とするキャンペーンは一切行っておりません。
お客様の保険加入目的やニーズを十分に把握した上で商品の選定方法・商品内容をお客様にわかりやすく丁寧の説明しております。併せて、お客様本位の業務運営に関する方針を社内へ浸透・意識させるため定期的に社内研修を行っております。

●お客様の声を経営・業務運営の改善・品質向上に生かす取り組み

寄せられたお客様のお声を集約し、全社員へ共有した上で日常の業務改善・経営改善に活かしています
お客様のお声を集約する部門などを設置し改善活動を推進する体制としています。

●お客様に対する業務品質を評価し改善・品質向上に生かす取り組み

- ①各店舗・各自における募集・個人情報管理状況等の自主点検と改善
- ②商談ごとにお客様のご意向や募集ルールに沿った対応・リスクその他重要な事項の説明ができているか等、専任の担当者による全件チェック
- ③適切な商品知識・周辺知識の研修
- ④短期で消滅した契約等、適切な募集懸念ある契約についての報告・検証 など

●お客様にとっての利便性向上の取組

地域に根ざした直営店舗により、お客様にとって身近で安心して相談できる環境を提供します。
また、デジタル化にも備えオンライン面談など積極的な相談環境の提供・整備に努めています。

●本部部門による管理体制

各種専門部門を設置し、お客様情報の管理・募集品質の向上・お客様をお迎えする取り組みなどについて、全体の状況を様々な角度から把握・評価し改善をサポートしています。

●保険会社等との適正な関係の構築

お客様の多様なニーズにお応えできるよう、豊富な保険商品を取りそろえることを目的として、複数の保険会社と代理店委託契約を締結しています。
お客様と保険会社の間で品質の高い募集を求められており、その責務を果たすべく努めております。
当社と保険会社には資本関係なども全くない状態であり、常にお客様の立場に立って客観的な情報に基づいてお客様に最適な保険商品やプランのご提案・ご案内ができるよう 外部開発の ASBOX 活用した商品選定を実施。
お客様にご確認いただきながらご納得いただけるまで何度でもご相談を実施しております。