

「顧客中心主義に基づく業務運営方針」 に関する取り組み結果（2022年度）

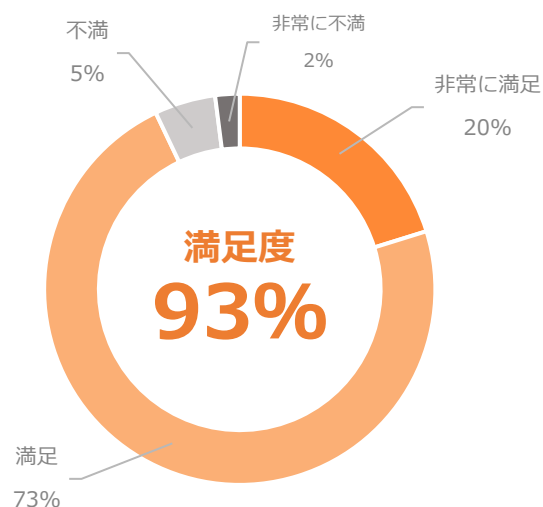
2022年度の主な取り組み

- ①「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に関する取り組み結果について
2018年2月に制定、公表の「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に基づき2022年度の取り組み結果について2023年6月に当社Webサイトに公表いたしました。
- ②「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に沿った業務運営の徹底
個別の取り組み結果については次ページ以降「2022年度の主な取り組み結果」に記載しております。

2022年度の取り組みを評価する指標（KPI）

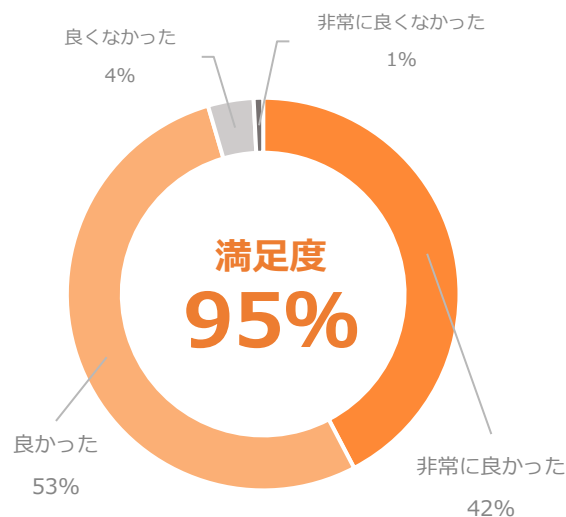
2022年度の取り組みについて評価の確認を行うため、①保険契約時のお手続きについて ②保険金請求のお手続きについて ③当社コールセンターの対応について各項目ご利用したお客さまを対象に顧客満足アンケートを実施しました。

<保険契約手続き>



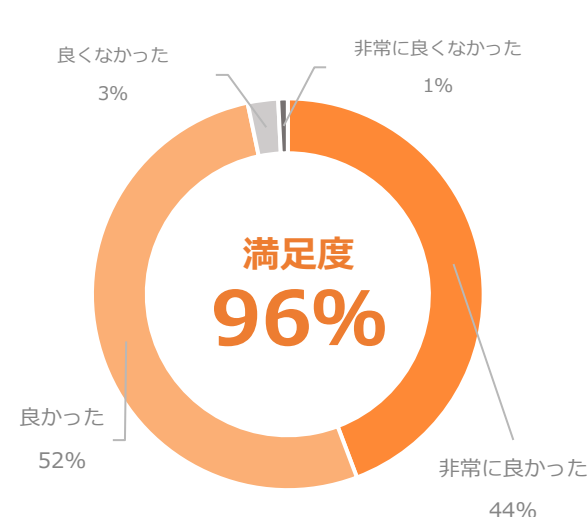
※アンケート実施期間：2022年11月～2023年3月
有効回答数：99件

<保険金請求手続き>



※アンケート実施期間：2022年4月～2023年3月
有効回答数：3,723件

<コールセンター対応>



※アンケート実施期間：2022年4月～2023年3月
有効回答数：2,151件

当社は、正しい倫理的価値観を持ってお客さまに誠実かつ公正に対応し、お客さまに満足いただける良質なサービスを常に提供できるよう、「顧客中心主義」の徹底に努めてまいります。

主な取り組み内容

➤ CSR（企業の社会的責任）

当社では、社会の一構成要素としての社会性を認識し、さまざまなステークホルダー（利害関係者）の要請に応えながら、社会の維持・発展に貢献していくとともに、「顧客中心主義」の基本に基づき、社会的信用の獲得に向けた事業を展開します。

2022年度の主な取り組み結果

➤ オレンジリボン運動（子ども虐待防止）

「オレンジリボン運動」は子ども虐待防止のシンボルマークとしてオレンジリボンを広めることで、子ども虐待をなくすことを呼びかける市民運動です。当社では、オレンジリボンキャンペーンにともないサポートグッズを購入し寄付を行いました。

➤ 環境への取り組み

名刺や募集ツールにおいて、紙・プラスチック素材からLIMEX（石灰石から生まれた新しい素材）や地球に優しいFSC®森林認証紙を使用することにより環境保全に貢献いたしました。

➤ 認知症サポーターの養成

認知症に関する正しい知識と理解を身に付け、お客さまに寄り添った対応ができるように認知症サポーターの養成に取り組みました。顧客との接点の多く部署に対してはサポーター資格を取得いたしました。

当社は、お客さまから寄せられる様々な声を真摯に受け止め、サービスの向上に活かすとともに、業務改善・経営改善など、業務運営の質の向上に役立ててまいります。

主な取り組み内容

➤ 管理体制の構築

当社ではお客さまからのご意見・ご不満・ご要望などをお受けし、関連部門と連携して迅速な問題解決に努めています。また、お客さまからの貴重なご意見は社内の各部門ならびに取締役会にて情報共有を行い、当社の商品やサービス、業務プロセスの改善に活かします。

2022年度の主な取り組み結果

➤ お客さまからいただいた声に基づく主な業務改善

お客さまからのご意見・ご不満・ご要望について2022年度の主な取り組み結果は以下のとおりです。

お客さまの声	業務改善の内容
コールセンターがつながりにくい	入電数増加に対応するためカスタマーセンターを増設し、保険料改定に関する専用ダイヤルを設置。人員を増やすことにより、入電時の待機時間を短縮しました。
保険金給付まで時間がかかる	保険金審査部署の人員増強、業務の見直しを実施しました。 また、Web保険金請求やアプリからの保険金請求のフロー見直しを継続的に実施し、保険金請求受付から給付までの時間短縮を図りました。
保険金請求アプリの機能改善	保険金請求アプリの支払通知サービス機能に処理状況を追加し、現在の処理状況を掲載することで入電数の削減、アプリの利便性向上を図りました。

当社は、お客さまの状況やご意向を踏まえ、多様化するお客さまのニーズに応える商品・サービスを提供することで、お客さまからの満足と信頼を得られるよう努めてまいります。

主な取り組み内容

➤ お客さまのニーズに応える商品・サービスの開発

お客さまの声を収集し、ご要望を反映しながらお客さまのニーズに応える商品・サービスの開発を積極的に行います。

➤ お客さまのニーズに応える商品ラインナップの拡充

自社での商品開発だけでなく、ほかの保険会社の商品を代理店として取り扱うことで商品のラインナップを拡充し、多様化するお客さまのご要望にワンストップでお応えできるよう努めます。

2022年度の主な取り組み結果

➤ お客さまのアンケートによるサービス向上

お客さまからのお声を収集し、より良い商品の開発、サービス向上に向けての取り組みが行えるようにお客さまアンケートを実施いたしました。アンケート結果を分析、それらを基にサービス内容見直し改善を行なってまいります。

➤ 自動音声受付システムの利便性向上

自動音声受付システムにおいて、受付内容の拡大を実施し、利便性の向上、コールセンター応答率の改善を図りました。

➤ 商品プランの拡充

ペットショップや譲渡会専用商品において、以前よりお客様よりニーズのあった補償内容の手厚いプランを開発、販売いたしました。

4.わかりやすい情報の提供

当社は、お客さまに保険商品の内容を十分にご理解いただけるよう、わかりやすい説明に努めてまいります。

主な取り組み内容

➤ 提供する情報の充実

当社では、当社の契約者、代理店、株主をはじめ、一般消費者ならびに地域社会の皆さまの当社の事業に対する理解を促進し、適正なご評価をいただくために、ディスクロージャー誌ならびにWebサイトで、当社の事業に関する重要な情報の適切な開示に努めています。当社のWebサイトには、商品・サービス・お手続き方法や会社情報などの情報や、当社からのお知らせを掲載しています。

➤ 情報のわかりやすさへの配慮

分かりやすい募集資料を作成するためパンフレットなどの作成にあたっては、補償内容および保険金のお支払い事例をイラストでご理解をいただけるように工夫し、文字サイズ、色、レイアウトなどに配慮を行い、必要な情報を分かりやすくお伝えできるように努めます。

2022年度の主な取り組み結果

➤ 提供する情報の充実

当社の経営方針、事業概況、財務状況等事業活動について、ご説明するためにディスクロージャー誌を作成し、Webサイトにおいて公表を行いました。また、当社の活動状況や保険商品についてのご案内を配信をプレスリリースやWebサイトのお知らせなどを通じて行い、当社販売商品についてより一層ご理解を深めていただけるよう努めてまいります。

➤ 帳票の改定

障がい者・高齢者対応に関する規定を制定。保険金請求書・パンフレット申込書類においてお客さまに必要な情報をわかりやすくお伝えできるよう、ユニバーサルデザインフォントにて資料を作成いたしました。

当社は、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反のおそれのある取引の把握および管理を行ってまいります。

主な取り組み内容

➤ 利益相反管理方針の策定・公表

当社では、利益相反取引管理の報告および措置に関する基本事項を「利益相反管理方針」に定め、社内外への周知を行います。

➤ 利益相反管理体制の確保

当社では、独立した利益相反管理統括部門を設置し、適切な利益相反管理体制の確保に努めます。

2022年度の主な取り組み結果

➤ 利益相反管理体制の確保

お客さまの利益が不当に害されることのないよう代理店の日常業務が適正に行われているかを確認するため当社代理店監査部門による「代理店等調査」および「代理店監査」を実施しています。また、代理店においては「自主点検」を実施し募集人が守るべきポイントを分かりやすいようフォーマット作成し実施状況の確認を行う体制を構築して代理店の法令遵守状況や業務遂行状況の実態を把握するとともに業務適正化の指導も行いました。

6.お客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組み

当社は、本方針を全役職員へ浸透させるため、各種研修を実施するとともに、人事評価制度への反映等を通じて、顧客中心主義に基づく業務運営の動機づけの枠組みを構築してまいります。また、顧客中心主義に基づく業務運営の定着のため、取り組みの進捗を測る指標を設定するとともに、その結果を定期的に公表いたします。

主な取り組み内容

➤ コンプライアンス研修の実施

事業年度ごとにコンプライアンスプログラムを策定し、全役職員を対象とした、コンプライアンス（法令遵守等）研修を実施します。

2022年度の主な取り組み結果

➤ コンプライアンス研修の実施

2022年度のコンプライアンスプログラムを策定し、コンプライアンス（法令遵守等）研修を9月に全役職員を対象とし実施しました。また、新入社員に対しては入社時研修にコンプライアンス研修を実施しお客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組みを行いました。

➤ コールセンター部門との定時ミーティングの実施

定期的にお客さまの窓口であるコールセンター部門との、お客さまのご意見ご要望を共有する場を設け、収集されたそのお客さまの声をもとに、より顧客中心主義に即したマニュアル改訂やご案内内容の改定を行っています。

➤ 業務改善の取り組み状況

業務改善委員会にて、お客さまの声に基づきより迅速な確認・対応を目的とし社内オペレーションの見直し、帳票の改定、業務フローの見直しにお客さま本意の業務運営に向けた取り組みを行なっております。

➤ 障がい者・高齢者対応に関する規定の策定

障がい者・高齢者に対し適切な対応が行えるよう、障がい者・高齢者に関する規定の策定ならびにマニュアルの作成し、障がい者対応に対する基本的な理解と意識醸成を図りました。

当社は、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し「顧客中心主義に関する業務運営方針」を策定のうえ公表しております。

金融事業者の名称	SBIプリズム少額短期保険株式会社
■取組方針掲載ページのURL	https://www.sbiprism.co.jp/corporate/fiduciary_duty.html
■取組状況掲載ページのURL	https://www.sbiprism.co.jp/pdf/fiduciary_duty2022.pdf

掲載・更新年月日：2023年6月29日

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	2.お客さまの声を業務運営に活かす取り組み	P.3 2.お客さまの声を業務運営に活かす取り組み
	(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	1.「顧客中心主義」の徹底	P.2 1.「顧客中心主義」の徹底
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	5.利益相反の適切な管理	P.6 5.利益相反の適切な管理
	(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	実施	5.利益相反の適切な管理	P.6 5.利益相反の適切な管理
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	「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に関する取り組み結果（2022年度）P.9 参考：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	P.9 参考：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
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	4.わかりやすい情報の提供	P.5 4.わかりやすい情報の提供
	(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	4.わかりやすい情報の提供	P.5 4.わかりやすい情報の提供
	(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、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）。	実施	4.わかりやすい情報の提供	P.5 4.わかりやすい情報の提供

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	4.わかりやすい情報の提供	P.5 4.わかりやすい情報の提供
	(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慮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	4.わかりやすい情報の提供	P.5 4.わかりやすい情報の提供
	(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	4.わかりやすい情報の提供	P.5 4.わかりやすい情報の提供
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	3.お客さまのニーズに対応した商品・サービスの提供	P.4 3.お客さまのニーズに対応した商品・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	非該当	「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に関する取り組み結果（2022年度）P.9 参考：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	P.9 参考：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
	(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。	実施	3.お客さまのニーズに対応した商品・サービスの提供	P.4 3.お客さまのニーズに対応した商品・サービスの提供
	(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。	実施	3.お客さまのニーズに対応した商品・サービスの提供	P.4 3.お客さまのニーズに対応した商品・サービスの提供
	(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。	非該当	「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に関する取り組み結果（2022年度）P.9 参考：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	P.9 参考：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
	(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	6.お客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組み	P.7 6.お客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組み
原則 7	【従業員に対する適切な動機づけの仕組み等】 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仕組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	実施	6.お客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組み	P.7 6.お客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組み
	(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	6.お客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組み	P.7 6.お客さま本位の業務運営の浸透に向けた取り組み

※ 原則4および原則6（注1）（注4）については、投資・貯蓄を目的とした保険商品や、複雑またはリスクの高い金融商品の取り扱いがなく、またサービスの対価として顧客が手数料を負担することがないため、当社方針の対象としておりません。

照会先	部署	経営企画部
	連絡先	03-5840-6221