

お客さま本位の業務運営に関する取組状況報告

2025 年度 有限会社ナカムラ保険事務所

当社は、HP で公表する「お客さま本位の業務運営方針（方針 1～4）」に基づき、以下のとおり取り組みました。各方針に対応する金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」を（ ）内に併記しています。なお、本報告の数値は 2025 年度の実績です。

方針 1：誠実に向き合う（原則 2・原則 2（注）・原則 5・原則 5（注 3）・原則 7）

お客さまの利益を最優先にし、正直で公正な提案に努めます。お客さまが納得して選べるよう支援します。

- ▶ **調査・研究** 社内において保障内容・保険料・利回り等を継続的に調査・研究し、商品研修や勉強会に積極的に参加しています。提案前には社内で適切な比較ができていないかを検証しています。
- ▶ **中立的な選定** 複数の保険会社の商品を比較し、根拠とともにお客さまへご提示しています。手数料の多寡による商品選定は行っていません。

お客さまに正直に向き合い、納得いただいたうえでご契約いただいた結果として、以下の高い契約継続率を維持しています。

◆ 契約継続率

保険種目	満期件数	更改件数	継続率
傷害保険	86	85	98.8%
自動車	72	68	94.4%
企業総合	21	19	90.5%

※ 本表は、実績データの集計が可能な主要引受保険会社の数値を、種目ごとに合算して記載しています（満期件数が僅少な種目を除く）。

◆ 生命保険の募集品質

三井住友海上あいおい生命の代理店品質認定制度（LQ 制度）において、2025 年度「HLQ」ランクの認定を受けています（2026 年 5 月 1 日付 認定証取得）。その他の取扱生命保険会社についても、お客さまに対する適切な募集と継続的なフォローを通じて、各社の募集品質基準を満たす業務運営を維持しています。

方針 2：お客さまの立場で選ぶ（原則 3・原則 3（注）・原則 4・原則 5・原則 5（注 1・4・5）・原則 6（注 1・3・4・7））

手数料の多寡を基準に商品を選定しません。特定の保険会社の意向や代理店側の収益に左右されることなく、お客さまの立場に立った提案を行います。

- ▶ **見える化** 面談シートを用いてお客さまの属性を把握し、利益・リスク・費用を数字や図で「見える化」して説明しています。
- ▶ **適合性の確認** ご提案前の見込み段階からお客さまの属性とご意向を把握し、適合性確認・意向把握の所定様式、ご高齢のお客さまへの募集時確認等を通じて、提案内容がお客さまに適合しているかを確認・記録しています。
- ▶ **早期更改** 満期前の早期更改に努め、お客さまに余裕をもってご検討いただける環境を整えています。2025 年度の早期契約継続率は以下のとおりです。

◆ 早期契約継続率（保険始期前の更改割合）

保険種目	30 日以上前	13 日以降	合計	対象件数
自動車	61.9%	14.3%	76.2%	21 件
企業賠償ほか	41.7%	25.0%	66.7%	24 件
火災	100%	0%	100%	1 件
傷害	44.2%	28.4%	72.6%	69 件

自動車（28 日前基準の引受会社） 早期契約継続率 **72.2%**（対象 18 件）

※ 当社は複数の引受保険会社と取引しており、早期更改の基準は引受会社により異なります。基準の異なる実績は合算せず、引受会社の基準別に記載しています（上表：30 日前・13 日前基準、下段：28 日前基準）。

提案にあたっては、意向把握・適合性確認・説明内容を所定の様式（意向把握アンケート、提案の記録、適合性確認シート）に記録し、説明したリスク・費用・選定理由を提案の根拠とともに残しています。

方針 3：専門性を高める（原則 6・原則 6（注 5）・原則 7・原則 7（注））

保険の専門家としての責任を自覚し、常に学び続け、専門性を高めます。制度や市場の変化を踏まえながら、お客さまの声に耳を傾け、根拠のある提案を行います。

▶ **複雑な商品の説明** 変額保険・外貨建保険（外貨建一時払終身保険等）など、保障と運用・資産形成が複合した商品については、複数の要素で構成されることを明示し、保障部分・運用部分・費用や為替の影響を分けて、誤解のない情報提供を行うとともに、ご意向と適合性を所定の様式で確認・記録しています。

▶ **研修・教育** 社内では毎月、定例ミーティングを実施し、各テーマに基づく研修を行っています。あわせて、保険会社が主催する研修や、士業・運用会社・外部の勉強会にも継続的に参加し、幅広い視点から専門性を高めています。

▶ **コンプライアンス** 代理店自己点検を実施し、業務の適切性を確認しています。

▶ **周知と検証** 各方針の実施内容を社員に周知し、提案書・見積書を複数の社員で検証しています。研修で得た知識や制度変更は社内でも共有しています。

■ 研修・教育の実施状況

区分	内容	頻度	取組状況
研修	社内定例会（年間計画に基づくテーマ別研修）	毎月（年 12 回）	毎月実施（12 回）
研修	各保険会社主催 研修・商品勉強会	随時	継続参加（5 回）
研修	外部研修（士業・運用会社・同業者勉強会）	随時	継続参加（83 回）
コンプラ	代理店自己点検	毎年 9 月（年 1 回）	2025 年 9 月実施（1 回）

【2025 年度 研修・教育 総括】記録により確認できた研修・教育活動は、合計 112 回（受講 104 回・登壇 8 回）。うち全社員参加の社内研修 14 回（毎月の定例会 12 回＋代理店自己点検等）を含みます。経営陣・社員が継続的に研鑽し、その内容を社内でも共有・蓄積する体制を運用しています。

※ 2025 年度の定例会では、お客さま本位の業務運営方針の確認、重要事項説明書の読み合わせ、ADR（裁判外紛争解決制度）、商品勉強会（工事保険の各社約款比較）などをテーマに研修を実施しました。

※ 研修・自己点検の実施内容は記録として残し、社内でも共有しています。

方針 4：お客さまに、感動を（原則 6（注 6））

お客さまと一緒に考え、必要な金融知識やリスク管理への理解を深めていただきながら、ご自身で適切な判断ができるよう支援します。

▶ **ニーズの把握** ヒアリングを通じて顕在・潜在のニーズを把握し、ライフプランと公的資料・設計書を用いて根拠を示しながらご提案しています。

▶ **販売後フォロー** ご質問・ご依頼等には原則 2 営業日以内に対応し、早期更改に努め、接触記録を残しています。

▶ **組成会社との連携** お客さまからのご要望やお申し出（苦情を含む）については、苦情受付簿に記録するとともに、引受保険会社へ報告し、商品やサービスの改善に役立てていただけるよう連携しています。

【補足】非該当となる原則（注）とその理由

当社は金融商品の組成に携わっていないため、組成に携わる金融事業者を対象とする原則（補充原則 1～5 および付されている（注）を含む）は「非該当」としています。また、原則 5（注 2）および原則 6（注 2）については、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨していないため、「非該当」としています。

【募集品質認定の証跡】

三井住友海上あいおい生命「代理店品質認定制度（LQ 制度）」において、**2025 年度「HLQ」ランク**の認定をいただきました。



三井住友海上あいおい生命保険株式会社 認定証（2026 年 5 月 1 日付）