

「お客様本位の業務運営に関する方針」策定について

ダイハツ千葉販売株式会社代理店(以下、「当社」とします。)は、お客様本位の取組みを一層推進するため金融庁が策定した「顧客本位の業務運営に関する7つの原則」を踏まえ、「お客様本位の業務運営に関する方針」を策定しました。

当社は、『お客様の感動と満足・社員の成長と幸福・会社の発展と地域・社会への貢献』という経営理念のもと、全社スローガンでもある行動指針『お客様の感動を呼ぶ、まごころの応対』を実践しつつ、経営ビジョンの達成に向け全力で取り組んでまいりました。

今後も、お客様の利便性の向上と地域の発展・利益への貢献に向け、お客様一人ひとりを大切にしたい「お客様本位の業務運営」を推進してまいります。

ダイハツ千葉販売株式会社

お客様本位の業務運営に関する方針(FD宣言)

方針 1. 「カーライフパートナーのプロ」として健全かつお客様本位の保険事業を運営し、 すべてのお客様へ安全・安心と満足を提供します

当社は、全社スローガンである行動指針『お客様の感動を呼ぶ、まごころの応対』を実践し、お客様のために出来ること、必要なことは何か常に考えて行動することでお客様に安心と満足をお届けします。

方針 2. お客様の利益を不当に害さないよう、適切な業務を行います

当社は、お客様との取引において、利益相反の可能性について正確に把握し、お客様にとって不利益となる行為が起こらないよう適切な業務をおこないます。

方針 3. お客様ニーズに合った最新・最適な商品を提供します

当社は、社会環境の変化に伴うリスクや多様化するお客様ニーズに迅速かつ柔軟に対応し、「お客様の安心と満足」をお届けするため、お客様に必要なかつ十分な情報提供とお客様の意向把握を確実に実践し、最新・最適な商品の提供をします。

方針 4. お客様に寄り添った最新技術によるサービスを提供します

当社は、お客様にとって有効性の高い24時間対応のデジタルコンテンツによるサービスの提供をおこないます。

方針 5. 社員一人ひとりが『お客様の感動を呼ぶ、まごころの応対』を実践します

当社は、「お客様本位」の実現に向け、『お客様の感動を呼ぶ、まごころの応対』がすべての社員に実践されるよう浸透・徹底に継続して取り組みます。また、各社内会議を通して「お客様本位」の風土の醸成を図ります。

「お客様本位の業務運営」に関する具体的取り組み

「お客様本位の業務運営」に関する具体的取り組みは以下の通りです。

方針1. 「カーライフパートナーのプロ」として健全かつお客様本位の保険事業を運営し、すべてのお客様へ安全・安心と満足を提供します(原則2)

当社は、全社スローガンである行動指針『お客様の感動を呼ぶ、まごころの対応』を実践し、お客様のために出来ること、必要なことは何かを常に考えて行動することでお客様に安心と満足をお届けします

＜主な具体的取組み＞

・商談支援システム、スマートカーライフパッケージパンフレット、窓口一つチラシ等を活用したバリュー案内とわかりやすい説明

方針2. お客様の利益を不当に害さないよう、適切な業務をおこないます(原則3)

当社は、お客様との取引において、利益相反の可能性について正確に把握し、お客様にとって不利益となる行為が起こらないよう適切な業務をおこないます

＜主な具体的取組み＞

お客様の不利益となることが発生しないよう、事故修理見積りをサービス部により毎月10件以上サンプリング。不適正な内容がないかランダムチェックをおこない、四半期ごとに監査Gと保険企画Gに報告

方針3. お客様ニーズに合った最新・最適な商品を提供します(原則5)

当社は、社会環境の変化に伴うリスクや多様化するお客様ニーズに迅速かつ柔軟に対応し、「お客様の安心と満足」をお届けする為、お客様に必要なかつ十分な情報提供とお客様の意向把握を確実に実践し、最新、最適な商品の提供をおこないます

＜主な具体的取組み＞

・お客様には常に最新、最適な補償の提案を実施。タブレット手順の活用により意向確認もれを防ぎ、お客様にわかりやすい説明と適正な募集の実践
・当社の「自動車保険満期管理ルール」に基づき、満期2カ月前より早期誘致。お客様に丁寧な説明、意向把握を実施

方針4. お客様に寄り添った最新技術によるサービスを提供します(原則6)

当社は、お客様にとって有効性の高い24時間対応のデジタルコンテンツによるサービスの提供をおこないます

＜主な具体的取組み＞

・当社加入のお客様に対して「ご契約者さま専用ページ」の加入をお勧めし、有効活用を促すことで24時間対応のサービスを提供

方針5. 社員一人ひとりが『お客様の感動を呼ぶ、まごころの対応』を実践します(原則7)

当社は、「お客様本位」の実現に向け、『お客様の感動を呼ぶ、まごころの対応』がすべての社員に実践されるよう浸透・徹底に継続して取り組みます。また、各社内会議を通して「お客様本位」の風土醸成を図ります

＜主な具体的取組み＞

・毎月「店舗レベルアップ研修」にてスタッフの強みを伸ばし、弱点を補強、「保険WEB研修」にて保険方針の浸透・知識強化
・「コンプライアンス研修」による社内教育で正しい保険募集を行うための体制の構築

※「原則1」に関しましては「顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等」となりますので、こちらの書面を弊社ホームページに公表し、年度ごとに当該方針に関わるKPI指標に対する実績を公表していきます。

※「原則4」に関しましては当社は市場リスク、投資リスクのある保険商品の取り扱いはないため、対象としておりません。また、代理店手数料は保険会社から当社に支払われるものであり、お客様からいただく費用ではございません。

「お客様本位の業務運営」のためのKPI設定について

私たちダイハツ千葉販売株式会社は、お客様本位の業務運営を推進するにあたり、その水準、周知度等を検証するため下記のとおりKPIを設定し、定例でその内容をチェックし改善に努めていきます。なお、この検証においてこれらの内容が実態にそぐわないと判断した場合は、その都度見直しを図り、さらなるお客様本位の業務運営に資する内容に変更してまいります。

1. 「カーライフパートナーのプロ」として健全かつお客様本位の保険事業を運営し、取引損保様のお客様満足度アンケート収集率**20%以上**、満足度**80%以上**を目指します。

2. お客様の事故修理見積りを、サービス部により毎月10件以上サンプリング。不適正な内容がないかサービス部によるランダムチェックをおこない、3か月ごとに監査G・保険企画Gに報告。月**10件以上**（年間合計**120件以上**）

3. お客様ニーズに合った最新・最適な商品・サービスを提供し、わかりやすい説明と適正な募集を実践するために**デジタル手続率85%以上**、**自動車保険継続率95%以上**を目指します。

4. お客様に寄り添った有効性の高いデジタルサービス「**ご契約者さま専用ページ**」の**登録率60%**を目指します。

5. 社員一人ひとりが『お客様の感動を呼ぶ、まごころの応対』を実践するため、募集人のレベルアップを目的とした、**店舗研修、コンプライアンス研修、WEB研修を毎月一回実施・記録することにより教育管理をおこないます。**

2021年2月1日策定
2026年3月1日改定