

“お客様の役に立つ会社であり続ける” 宣言の取組み

顧客本位の業務運営に関する取組状況報告/成果指標・KPI(2024年度期中報告)

2025年10月1日公表



ZAIUS Co., Ltd.

ZAIUS株式会社

ご挨拶

顧客本位の業務運営の実践と取組状況報告(期中)

ZAIUS株式会社（沖縄県那覇市安謝 以下「当社」という。）は、2024年12月1日付けで「顧客本位の業務運営方針」を新たに制定し、お客様一人ひとりの立場に立った誠実な業務運営の実践に取り組んでまいりました。

本報告書は、こうした取組みの開始後初年度にあたることから、事業年度の途中段階ではありますが、2024年12月1日から2025年8月31日までの9か月間を対象として、当社における顧客本位の業務運営に関する取組状況およびその進捗を中間的に整理・公表するものです。

当社では、本方針の制定を契機として、日々の業務における考え方や行動の見直しを進めるとともに、社内体制の整備や従業員への周知・浸透に段階的に取り組んできました。そこで、本報告書では、これらの取組内容を客観的に振り返るとともに、その実施状況や課題を整理し、今後の改善および取組みの高度化につなげるための検証資料として位置づけています。

なお、本来であれば、事業期間（12月1日～翌年11月30日）を通じた1年間の成果を取りまとめて公表することが望ましいと考えておりますが、本方針制定初年度においては、早期に取組状況を開示し、検証を行うことが重要であるとの判断から、本中間報告書を公表することといたしました。

今後につきましては、10か月目以降の取組状況を含め、事業年度を通じた1年間の成果について評価・検証を行ったうえで、改めて取組状況報告書として公表する予定です。当社は引き続き、継続的な振り返りと改善を重ねながら、顧客本位の業務運営の定着と高度化に努めてまいります。

※顧客本位の業務運営に関する詳しい情報につきましては、金融庁の公式ウェブサイトにてご確認ください。

<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>

取組状況1

顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等

当社では、顧客本位の業務運営を単なる理念として掲げるのではなく、日々お客様と向き合う現場の実務に根差した形で実践していくことが重要であると考えています。

そのため、2024年12月1日付けで策定した「顧客本位の業務運営方針」は、経営層主導で一方向的に定めたものではなく、営業・募集の現場で活動する従業員が中心となり、顧客本位の視点から自社の業務やサービスを見つめ直すプロセスを経て制定しました。

具体的には、「お客様のために何ができているのか」「これまでの対応の中で、どの取組みを深化させることで顧客本位の実践につながるのか」といった視点から意見交換を重ね、当社として大切にすべき考え方や行動の方向性を整理しました。

こうして策定した本方針を、当社の業務運営における基本的な行動指針として明確に位置づけ、全社的な実践につなげています。

【2024年度期中の主な取組み】

- 顧客本位の業務運営方針の策定にあたり、営業・募集現場の従業員を中心としたプロジェクト的な検討体制を構築し、顧客本位の視点から意見交換・整理を実施
- 方針策定の背景や目的について社内で共有し、単なる形式的な方針とならないよう、考え方の理解浸透に努めた
- 策定した顧客本位の業務運営方針を、すべての従業員に配布するとともに、募集資料ファイルの中に常備させ、日常業務の中で常に確認できる環境を整備
- 募集提案時やアフターフォローによる訪問時において、当社が顧客本位の業務運営方針を掲げ、その方針に基づいた業務運営を実践していることをお客様に説明する取組みを実施
- 高齢のお客様やインターネット環境に不慣れなお客様にも方針の内容が確実に伝わるよう、口頭説明や書面による提供を行うなど、情報提供方法に配慮した周知を実施
- 顧客本位の取組状況を検証する一環として、方針説明の機会等を活用し、お客様に対してNPSアンケートへの協力を依頼し、今後の改善に活かす取組みを開始

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

当社では、顧客本位の業務運営を実践するうえで、顧客の最善の利益を追求することをすべての業務の起点に位置づけています。

その実現のためには、担当者個人の判断や経験に依存するのではなく、顧客の意向や状況を正確に把握し、その内容に基づいた提案をはじめ、フォローに至るまでのプロセスを組織として整備し、あわせて従業員一人ひとりの理解と実践力を高めていくことが重要であると考えています。

こうした考えのもと、当社では顧客対応の標準化と検証体制の整備を進めるとともに、従業員教育・研修を通じて顧客理解の質を高め、顧客の声を能動的に把握し改善につなげていく取組みを進めています。これらの取組みを通じて、顧客一人ひとりにとって適切で納得感のある提案・サービスの提供を目指しています。

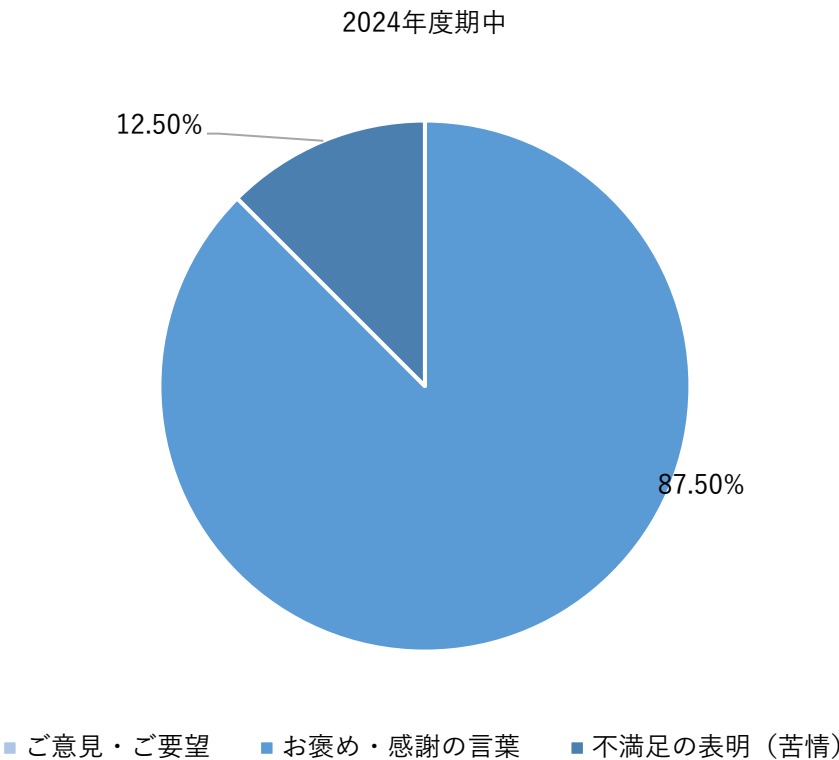
【2024年度期中の主な取組み】

- 本社および中部支店において共通の独自意向把握シートを活用し、顧客の意向や背景を丁寧に整理したうえで提案を行う募集プロセスの一律標準化を推進
- 意向把握シートおよび顧客管理システムに記録された対応履歴を本社で一括して集約し、提案内容や対応経緯が顧客の意向に沿ったものとなっているかを確認・検証する運用を強化
- 本社による横断的な検証を通じて把握された課題や対応のばらつきを、従業員教育・研修のテーマとして整理し、顧客理解や提案の質向上に向けた学びの機会として活用
- 募集・提案時における顧客対応の留意点や、顧客の理解度を確認する姿勢について、日常業務の振り返りや社内共有を通じて継続的な教育を実施
- 顧客の声を能動的に把握する取組みとして、NPSアンケートを独自に実施し、その結果を従業員間で共有することで、顧客満足度の向上や対応改善に向けた意識づけを実施
- 教育・研修およびアンケート結果を通じて得られた気づきを、次の顧客対応や提案に反映させるサイクルを構築し、顧客の最善の利益の実現に向けた取組みの質的向上を図った

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

1. お客様の声の受付

成果指標・KPI



お客様の声の区分	2024年度（期中）	
	件数	割合
ご意見・ご要望	0件	—
お褒め・感謝の言葉	7件	87.50%
不満足 of 表明（苦情）	1件	12.50%
合 計	8件	100.00%

■ 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

2. お客様の声の事例

成果指標・KPI

【お褒め・感謝のお言葉 事例1】

説明がとても分かりやすく自分では気づいていなかった点についても丁寧にフォローしていただきました。安心してお任せすることができ、感謝しています。

【お褒め・感謝のお言葉 事例2】

こちらの質問に対して、具体的な例を交えながら丁寧に説明していただいたことで、内容を十分に理解することができました。抽象的な説明ではなく、実際のケースを想定した説明だったため、納得感があり安心して判断することができました。

【不満足の表明（苦情）】

口座振替の停止を担当者の方に依頼していましたが、口座から引き落としがされていました。これはどういうことですか。

【原因】

保険始期日は7月22日であったが、引き落とし停止依頼があったのは9月22日だったが、問い合わせの際に保険期間開始後の停止依頼は「解約」手続きになることや最低保険料の関係で引き落とされた保険料は戻せないなどの説明をしていなかった。

【対応と再発防止】

お客様から「解約」や「引き落とし停止」の申し出があった際は、必ず全契約をリストアップし、どの契約にどのような影響があるか（補償の失効、返戻金の有無など）を事前に説明することを社内ルールとして義務化した。

さらに、説明した内容に対応記録に残し、担当者間での引き継ぎを徹底する仕組みを構築するようにしました。

対応

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

3. NPSアンケート調査・結果

成果指標・KPI

アンケート 問1 担当者の説明は分かりやすかったですか？

事業年度	評 価						合 計
	大変分かりやすかった	分かりやすかった	普通	分かりにくかった	大変分かりにくかった	未回答	
2024年度 (期中)	55	4	0	0	0	1	60
	91.70%	6.70%	—	—	—	1.70%	100.00%

【推奨者】

【中立者】

【批判者】

アンケート 問2 担当者の提案は、お客様の状況やご意向に合っていましたか？

事業年度	評 価						合 計
	非常に合ってた	合っていた	普通	合っていないかった	全く合っていないかった	未回答	
2024年度 (期中)	41	19	0	0	0	0	60
	68.30%	31.70%	—	—	—	—	100.00%

【推奨者】

【中立者】

【批判者】

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

3. NPSアンケート調査・結果

成果指標・KPI

アンケート 問3 担当者の言葉遣いや態度は丁寧でしたか？

事業年度	評 価						合 計
	非常に丁寧だった	丁寧だった	普通	丁寧ではなかった	全く丁寧ではなかった	未回答	
2024年度 (期中)	55	5	0	0	0	0	60
	91.70%	8.30%	—	—	—	—	100.00%

【推奨者】

【中立者】

【批判者】

アンケート 問4 ご質問やご要望に対する担当者の対応の速さ（レスポンス）はいかがでしたか？

事業年度	評 価						合 計
	非常に速かった	速かった	普通	遅かった	非常に遅かった	未回答	
2024年度 (期中)	47	11	2	0	0	0	60
	78.30%	18.30%	3.30%	—	—	—	100.00%

【推奨者】

【中立者】

【批判者】

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

3. NPSアンケート調査・結果

成果指標・KPI

アンケート 問5 保険のお手続き（申込、告知など）はスムーズに進みましたか？

事業年度	評 価						合 計
	非常に スムーズだった	スムーズだった	普通	スムーズでは なかった	全くスムーズ ではなかった	未回答	
2024年度 （期中）	47	13	0	0	0	0	60
	78.30%	21.70%	—	—	—	—	100.00%

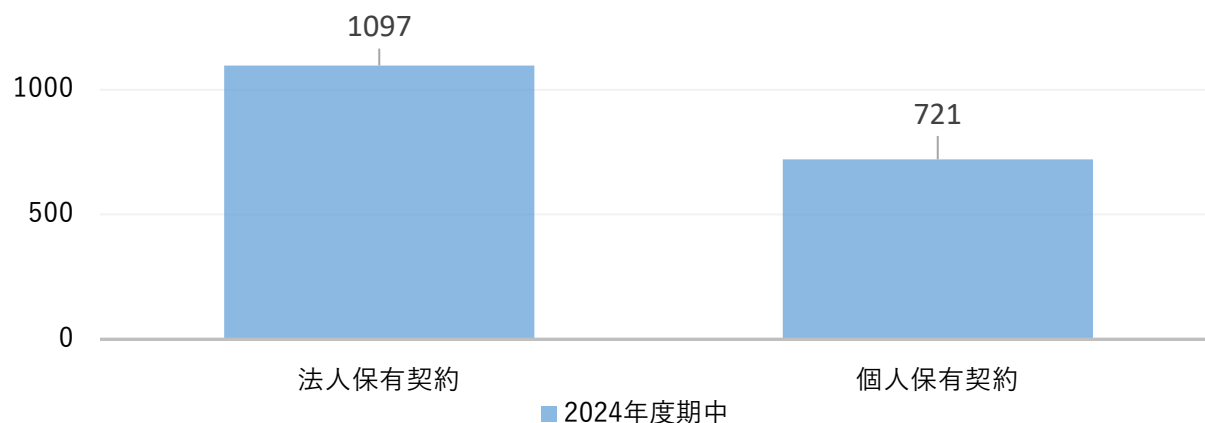


■ NPSアンケート調査・結果は、すべて2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

3. 損害保険・保有契約

成果指標・KPI

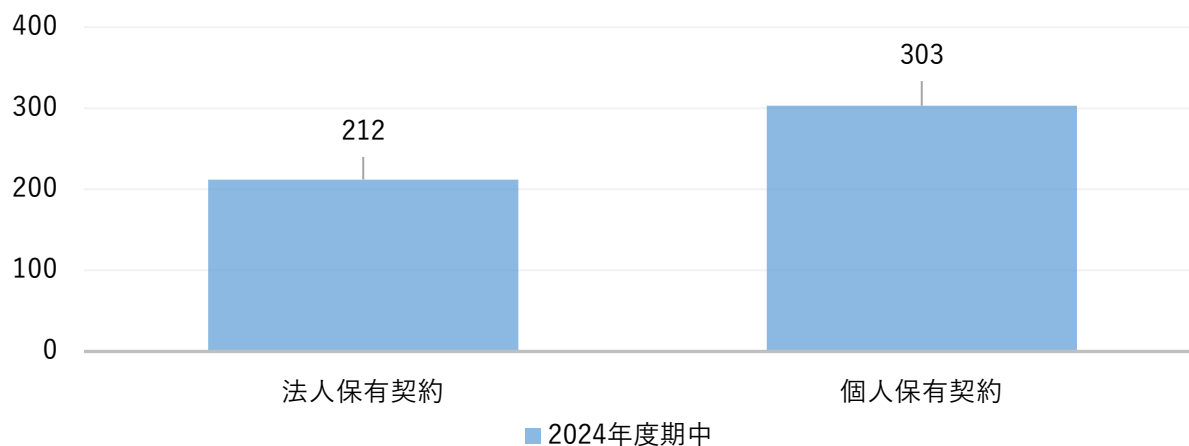


事業年度	法人	個人
2024年度 (期中)	1,097件	721件

- 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値
- 保有数値は、2025年8月31日時点のもの

4. 生命保険・保有契約

成果指標・KPI



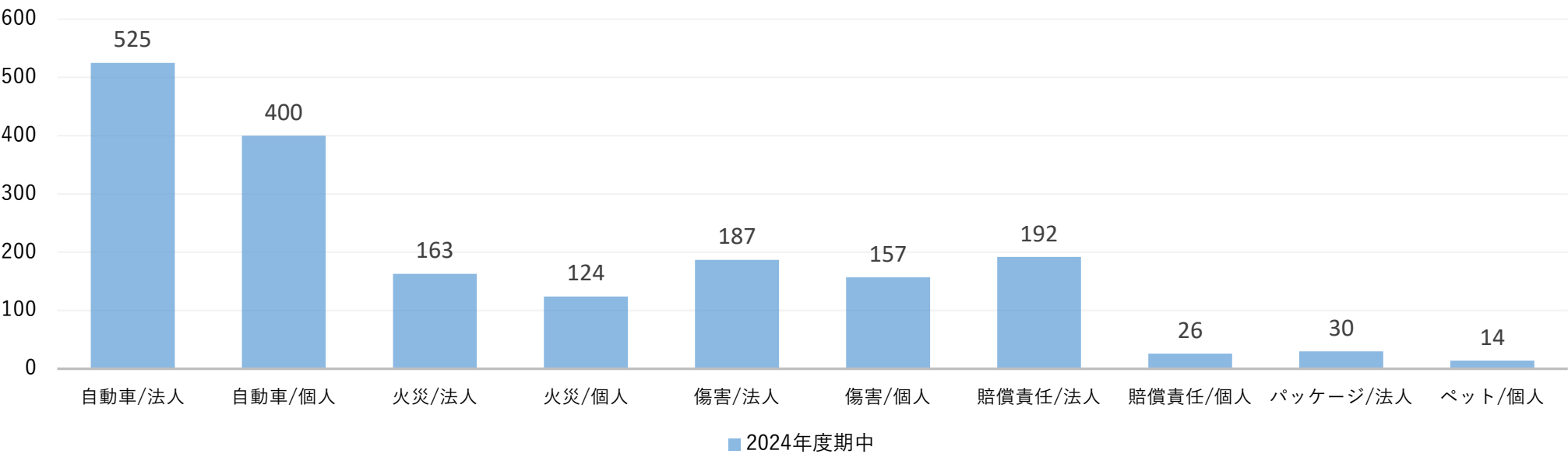
事業年度	法人	個人
2024年度 (期中)	212件	303件

- 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値
- 保有数値は、2025年8月31日時点のもの

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

5. 損害保険・商品種目別保有契約

成果指標・KPI



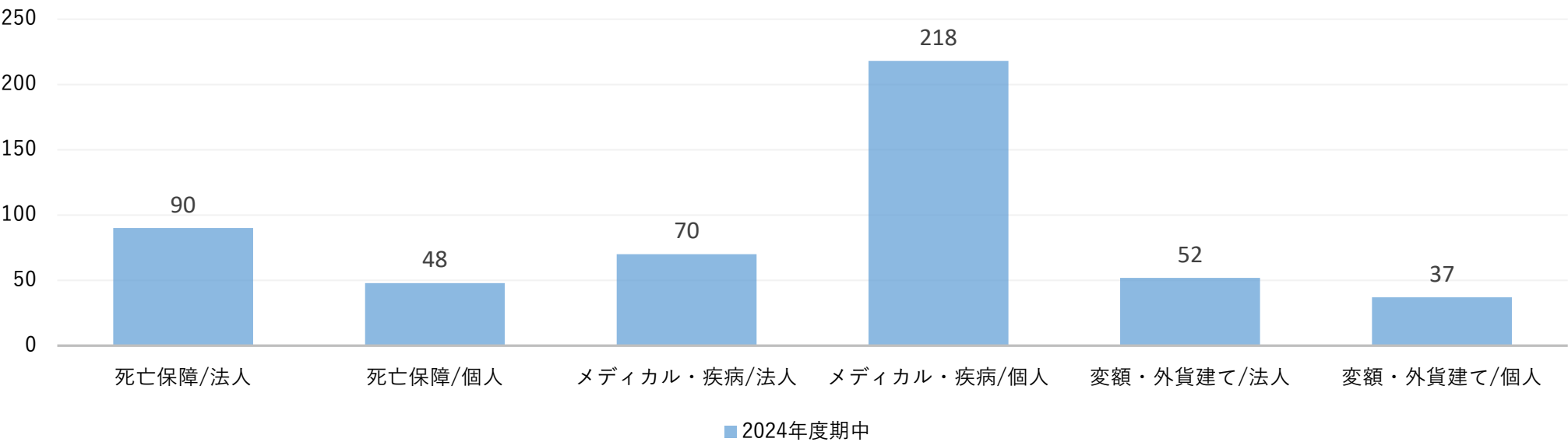
事業年度	損害保険・商品種目別保有契約									
	自動車保険 /法人	自動車保険 /個人	火災保険 /法人	火災保険 /個人	傷害保険 /法人	傷害保険 /個人	賠償責任 保険/法人	賠償責任 保険/個人	パッケージ /法人	ペット /個人
2024年度 (期中)	525件	400件	163件	124件	187件	157件	192件	26件	30件	14件

- 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値
- 保有数値は、2025年8月31日時点のもの

取組状況2 顧客の最善の利益の追求

6. 生命保険・商品種目別保有契約

成果指標・KPI



事業年度	生命保険・商品種目別保有契約					
	死亡保障保険 /法人	死亡保障保険 /個人	メディカル・ 疾病保険/法人	メディカル・ 疾病保険/個人	変額・外貨建て保険 /法人	変額・外貨建て保険 /個人
2024年度 (期中)	90件	48件	70件	218件	52件	37件

- 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値
- 保有数値は、2025年8月31日時点のもの

取組状況3 利益相反の適切な管理

当社では、顧客本位の業務運営を実践するうえで、顧客の利益を不当に損なうことのないよう、利益相反の可能性を適切に把握し、管理することが重要であると考えています。

特に、保険募集においては、取扱商品や提案内容の選択が、担当者や会社側の事情によって左右されることにより、結果として顧客の最善の利益が損なわれるおそれがあるため、組織としての管理と理解の浸透が不可欠であると認識しています。

このため当社では、募集・提案内容を事後的に検証する仕組みの整備に加え、従業員一人ひとりが利益相反の考え方を正しく理解し、日常業務の中で適切に判断できるよう、教育・研修を通じた取組みを進めています。

【2024年度期中の主な取組み】

- 募集提案時に作成される独自意向把握シートを活用し、顧客の意向や状況と提案内容との整合性が確保されているかを確認できる仕組みを整備
- 意向把握シートおよび顧客管理システムに記録された対応履歴を本社で一括して集約し、特定の商品や提案内容に偏りが生じていないかを横断的に確認・検証する運用を強化
- 利益相反取引の考え方について、単なる抽象論にとどめるのではなく、どのような取引や提案が利益相反に該当し得るのかを具体的に示した社内研修を実施
- 研修においては、特定の保険会社や商品に説明や提案が偏るおそれのあるケースや、顧客の意向整理が不十分なまま提案が進められた場合に生じ得る影響など、募集実務に即した事例を用いて、利益相反に該当し得る場面について理解を深める取組みを実施
- 本社による検証を通じて把握された課題や留意点については、個別の指摘にとどめるのではなく、全体的な傾向として整理し、必要に応じて募集時の考え方や対応の見直しにつなげる取組みを実施
- 利益相反に関する基本的な考え方や留意点について、日常業務の振り返りや社内共有を通じて理解を深めるとともに、判断に迷う場面が生じた場合には、担当者が一人で抱え込むことのないよう、本社への相談・確認を行える体制を整備

取組状況4 重要な情報の分かりやすい提供

当社では、顧客本位の業務運営を実践するうえで、保険商品やサービスに関する重要な情報を、顧客が正しく理解し、納得したうえで判断できる形で提供することが不可欠であると考えています。

特に、市場環境の変動等により受取額等が変動し得る商品については、顧客にとって理解が難しい要素が含まれることから、リスクの内容だけでなく、諸費用の考え方や負担構造を含めて丁寧に説明し、誤解や思い込みを生じさせないことが重要であると認識しています。

また、保険募集においては、顧客と募集人の間に情報量や理解度の差が生じやすいため、当社ではその差を前提に、顧客側の理解を確実に支える説明方法の工夫を重視しています。こうした考えのもと、顧客の反応や理解状況を確認しながら、分かりやすい情報提供を継続的に改善する取組みを進めています。

【2024年度期中の主な取組み】

- 募集・提案時においては、補償（保障）内容や契約条件、注意すべき事項などの重要な情報について、顧客の表情や反応を確認しながら説明を行い、理解が十分でないと判断した場合には説明方法や表現を工夫する取組みを実施
- 市場リスクを有する商品を提案する場合には、顧客の知識・経験や理解度を踏まえたうえで、想定される変動リスクと併せて、諸費用や負担構造についても整理して説明し、判断に必要な情報が欠けないよう留意するとともに、特に「費用がどのような形で顧客負担となり得るか」について、口頭説明に加え、書面等を用いながら確認を行い、顧客が自ら納得して選択できるよう支援
- 高齢のお客様や保険に不慣れなお客様に対しては、説明の進め方や言葉遣いに配慮するとともに、要点を整理した書面提示や繰り返しの確認を行うことで、情報格差が生じないよう配慮した対応を実施
- 独自意向把握シートを活用し、顧客の不安点や重視する事項を整理したうえで説明を行うことで、顧客にとって必要性の高い情報が優先的に伝わるよう工夫
- 意向把握シートおよび顧客管理システムに記録された対応履歴を本社で一括して確認し、説明内容や情報提供の妥当性について検証を行い、必要に応じて改善につなげる取組みを実施
- 情報提供に関する課題や気づきについては社内で共有し、従業員教育・研修の題材として活用することで、説明品質の底上げと平準化を図った

取組状況5 顧客にふさわしいサービスの提供

当社では、顧客本位の業務運営を実践するうえで、「顧客にふさわしいサービスの提供」こそが最も中核的な取組事項であると位置づけています。

当社は、お客様一人ひとりの事業内容や生活環境、価値観や将来設計に真摯に向き合い、その方にとって本当に必要な補償（保障）・サービスは何かを考え抜いたうえで提案を行うことが、長期的な信頼関係の構築につながるものと考えています。

また、こうした取組みの積み重ねこそが、顧客本位の基本理念に掲げる「お客様の役に立つ会社であり続ける」ことの実現に直結するものであり、単なる商品提供にとどまらない、付加価値のあるサービスの提供が重要であると認識しています。

このような考えのもと、当社では適合性の原則を業務の基本に据え、専門性を活かしたコンサルティングと継続的なアフターフォローを通じて、顧客にふさわしいサービスの提供に資する取組みを進めています。

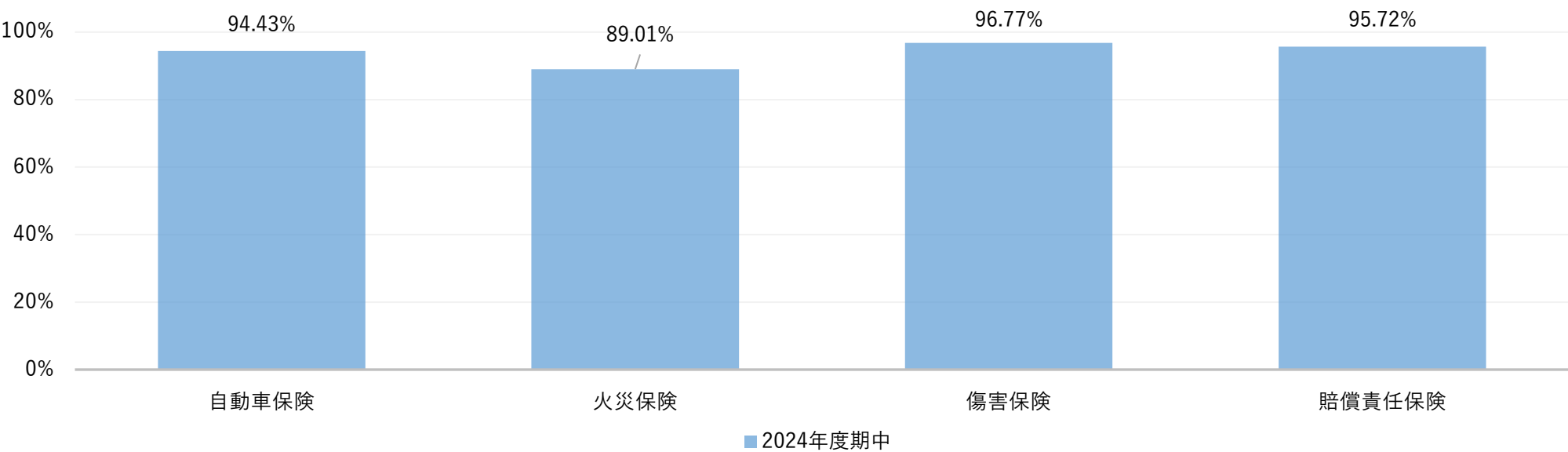
【2024年度期中の主な取組み】

- お客様の事業内容や生活環境、将来に対する考え方等について、独自意向把握シートを活用しながら丁寧に整理し、お客様ごとに想定されるリスクや課題を明確化したうえで、意向に即した提案内容の検討を実施
- 保険会社との定期的な商品勉強会や情報交換を通じて、商品の特性やリスク、商品開発の背景等に関する理解を深め、その内容を踏まえたうえでお客様のニーズに合致した商品選定・推奨を実施
- 市場リスクを有する商品の提案の際には、当社独自「特定保険契約確認付意向把握シート（チェックリスト付）」を活用し、お客様の意向や理解度を確認しながら、適合性の原則に沿った提案が行われているかを確認・検証する体制を整備
- ご加入後においては、定期的なアフターフォローや情報提供を通じて、お客様の事業環境や生活状況の変化を把握し、多角的なサポートをはじめ、必要に応じた見直し提案を行うことで、長期的な信頼関係の構築を図る取組みを実施
- 高齢のお客様や特に配慮が必要なお客様に対しては、本社の担当部署が中心となり、加入後にフォローコールを実施し、契約内容や補償内容についての理解状況、不安の有無等を確認するとともに、必要に応じて改めて分かりやすい説明や情報提供を行う体制を整備
- 法人のお客様に対しては、事故の未然防止および事業活動への影響軽減を目的として、事故傾向や地域性を踏まえた多発事故・重大事故の事例紹介を行うとともに、具体的な防止対策や事故が及ぼす影響について解説する安全運転講習会を定期的に実施

取組状況5 顧客にふさわしいサービスの提供

1. 損害保険・更改契約（更改率）

成果指標・KPI



■ 2024年度期中

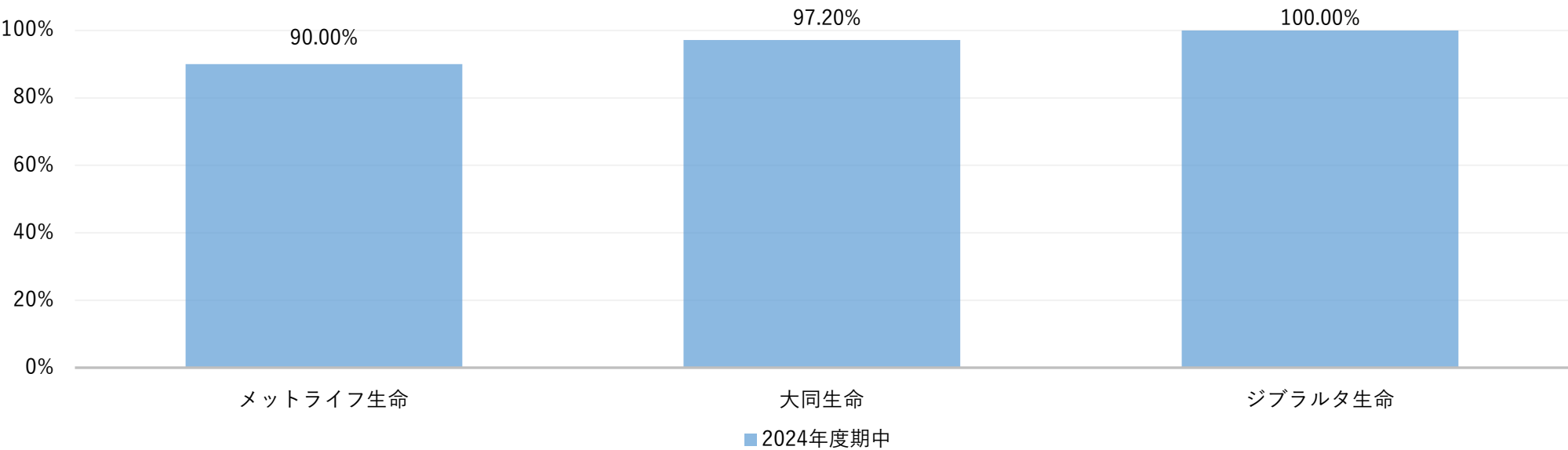
保険種目	2024年度（期中）	更改率算定基礎
自動車保険	94.43%	満期数: 359件/更改手続数: 339件
火災保険	89.01%	満期数: 182件/更改手続数: 162件
傷害保険	96.77%	満期数: 310件/更改手続数: 300件
賠償責任保険	95.72%	満期数: 187件/更改手続数: 179件
平均更改率	94.41%	満期数: 1,038件/更改手続数: 980件

- 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値
- 法人契約および個人契約数を合算して算定
- 満期数とは当該契約が満期日を迎えた数をいう
- 更改手続数とは満期数に対して更改手続を行った数をいう
- 損害保険更改率（平均）は、合計の満期数に対する更改手続数で算定

取組状況5 顧客にふさわしいサービスの提供

2. 生命保険・継続契約（継続率）

成果指標・KPI



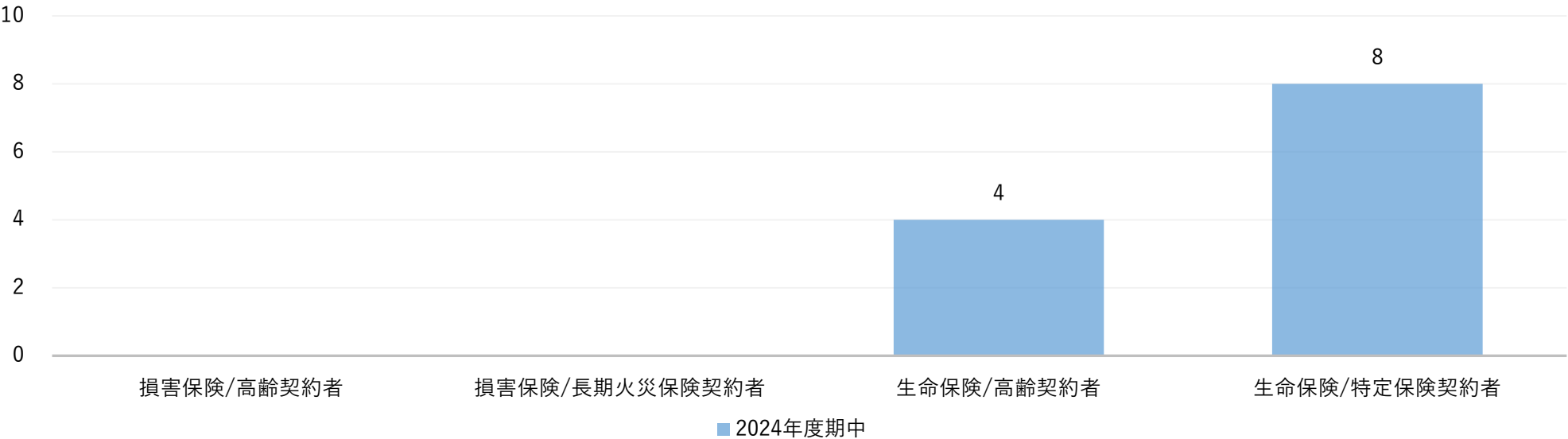
保険会社	2024年度（期中）
メットライフ生命保険株式会社	MOF25か月継続率 90.00%
大同生命保険株式会社	MOF25か月継続率 97.20%
ジブラルタ生命保険株式会社	IQA24か月継続率 100.00%

- 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値
- 保有数値は、2025年8月31日時点のもの
- 法人契約および個人契約数を合算して算定
- 継続率の基準は各社で定めるところによる
- 「MOF継続率」は算定期間を契約日とする契約について、一定期間の保険料が払い込まれた率をいう
- 「IQA継続率」は算定期間に成立した契約について、前月末日までに継続した率をいう

取組状況5 顧客にふさわしいサービスの提供

3. ご加入後のアフターフォロー

成果指標・KPI



事業年度	損害保険		生命保険		合 計
	高齢契約者	長期火災保険契約者	高齢契約者	特定保険契約者	
2024年度（期中）	0件（41件）	0件（77件）	4件（20件）	8件（89件）	12件（227件）

- 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値
- 障がい者に該当する契約が存在しないため項目を設けていない
- （ ）括弧内の数値はフォロー対象契約者数を示す
- 生命保険／高齢契約者へのフォロー対応：契約内容の不明点確認、給付金請求もれの有無確認、連絡先変更の有無、商品の具体的説明
- 生命保険／特定保険契約者へのアフターフォロー：契約内容の不明点確認、連絡先変更の有無、市場・為替リスク、商品の具体的説明

取組状況6 顧客本位を実現する人材育成と評価の枠組み

当社では、顧客本位の業務運営を実践するうえで、制度や仕組みの整備に加え、日々お客様と向き合う従業員一人ひとりの意識と行動が重要であると考えています。

そのため、顧客本位の考え方を現場レベルで定着させることを目的として、従業員教育・研修を通じた理解の深化と実践力の向上に取り組んでいます。

こうした考えのもと、顧客本位の視点を共有し、業務に反映できる人材の育成を進めています。

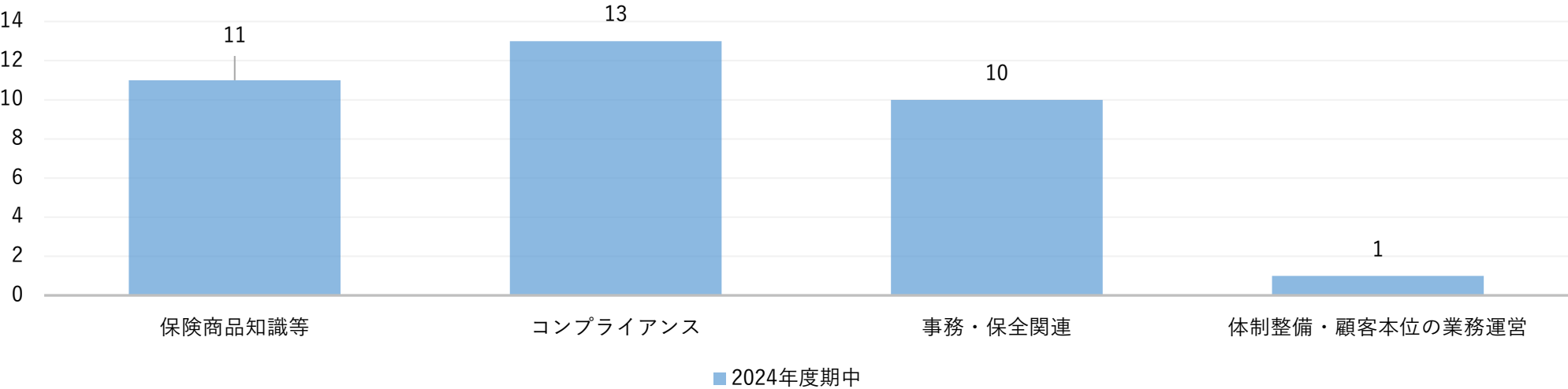
【2024年度期中の主な取組み】

- 顧客本位の業務運営方針の趣旨や各取組方針について、社内研修やミーティングを通じて周知を行い、「お客様の役に立つ」という意識を業務の判断軸として共有する取組みを実施
- 社内において、役職や立場に関わらず建設的な意見交換が行えるよう、定例ミーティング等を活用したオープンなコミュニケーションを促進し、顧客対応や業務改善に関する意見が共有される組織文化の醸成を推進
- 意向把握や提案、アフターフォローに関する対応内容について、独自意向把握シートや顧客管理システムに記録された情報を活用した振り返りを行い、事実に基づいた客観的な判断力の向上を図る教育を実施
- 顧客の最善の利益の追求や利益相反の管理、重要な情報提供に関する判断が求められる場面について、具体的な事例を用いた研修を行い、自律的に考え行動できる人材の育成を推進
- お客様から寄せられた評価コメントやアンケート結果について、社内で共有する仕組みを整備し、顧客からの評価を従業員の気づきや動機付けにつなげる取組みを実施
- 本社および支店間において、情報システム（ツール・リモート会議等）を活用した情報共有を進め、顧客対応に関する好事例や課題を組織全体で共有することで、人材育成と顧客対応品質の向上を図る体制を整備
- 従業員の処遇については、販売量や短期的な業績に偏らない評価が行われるよう、業務遂行状況や顧客対応の姿勢等の定性評価と、業務量や達成度等の定量評価の両面から総合的な評価を行い、顧客本位の業務運営が損なわれない運用を維持

取組状況6 顧客本位を実現する人材育成と評価の枠組み

1. 従業員教育・研修

成果指標・KPI



カリキュラム	2024年度（期中）			
	保険会社講師	社内講師	外部講師	区分別計
保険商品知識等	10回	0回	1回	11回
コンプライアンス関連	0回	12回	1回	13回
事務・保全関連	10回	0回	0回	10回
体制整備・顧客本位の業務運営	0回	1回	0回	1回
合 計	20回	13回	2回	35回

■ 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による成果指標・KPI数値

取組状況7 顧客本位を支えるガバナンス態勢の構築と運用

当社では、顧客本位の業務運営を実践かつ実効性のあるものとして定着させていくうえで、個々の取組みにとどまらず、それらを支えるガバナンス態勢の構築と適切な運用が不可欠であると考えています。

そのため、顧客本位の業務運営方針に基づく各取組みが組織として適切に実践されているかを確認・検証し、必要に応じて改善につなげていく仕組みの整備を重視しています。

こうした考えのもと、当社では内部での確認・共有に加え、外部の専門的な視点も取り入れながら、顧客本位の業務運営を支えるガバナンス態勢の構築と運用を進めています。

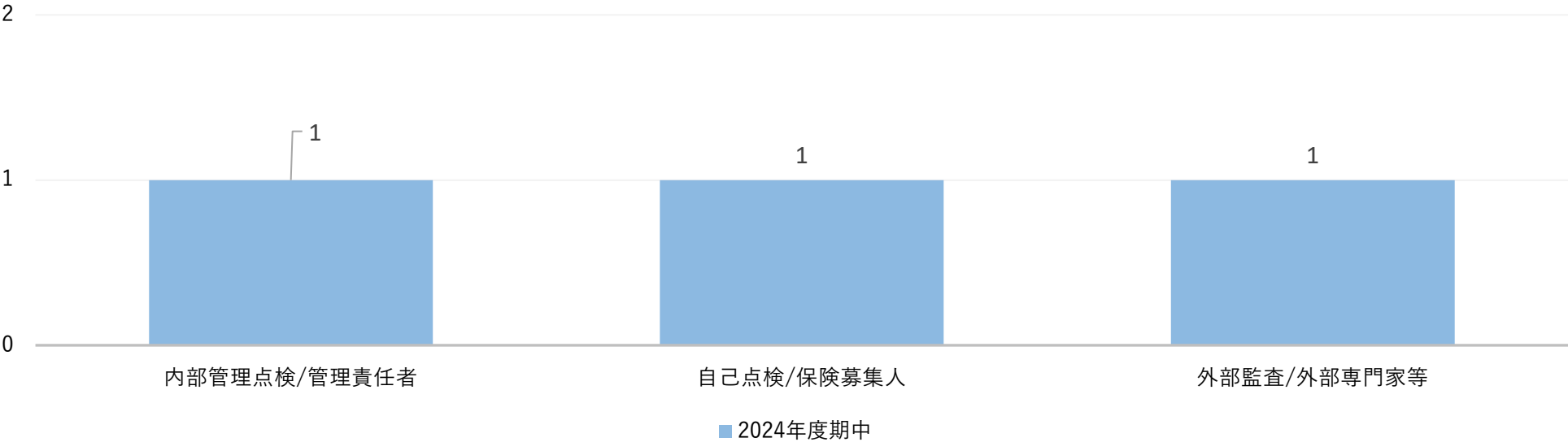
【2024年度期中の主な取組み】

- 顧客本位の業務運営方針および各取組方針に基づく取組状況について、本社を中心に定期的な確認を行い、業務運営が方針の趣旨に沿って実践されているかを検証する体制を整備
- 独自意向把握シートや顧客管理システムに記録された対応内容を活用し、意向把握や提案、アフターフォロー等の業務プロセスについて、組織としての確認・検証を実施
- 業務上の課題や改善点については、定期的な社内会議や個別の意見交換を通じて、従業員からの提案や気づきを吸い上げ、顧客本位の観点からの改善検討を実施
- お客様から寄せられたお声やアンケート結果等については、社内でも共有する機会を設け、顧客本位の観点からの見直しや改善につなげる取組みを実施
- 顧客本位の業務運営に関する取組みの実効性を客観的に検証するため、外部専門家による外部監査を年1回実施
- 外部監査において示された評価や指摘事項等については、社内でも共有したうえで、今後の業務運営や取組みの改善に活用する仕組みを整備

取組状況7 顧客本位を支えるガバナンス態勢の構築と運用

1. 内部点検（モニタリング）・外部監査等

成果指標・KPI



内部点検・外部監査等区分	2024年度（期中）
内部管理点検（管理責任者）	1回
自己点検・セルフチェック（保険募集人）	1回
外部監査（外部専門家等）	1回
合計	3回

■ 2024年度期中（2024年12月1日～2025年8月31日／9か月間）による
成果指標・KPI数値

金融庁の『顧客本位の業務運営に関する原則』および『プロダクトガバナンスに関する補充原則』と、当社の取組状況との対応関係について、以下に補足説明いたします。

1. 「対象外（非該当）」とする項目とその理由：

当社の業務内容を鑑み、以下の項目については「対象外（非該当）」としております。

(1) 複数の商品をパッケージとして販売・推奨することに関する項目

当社は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして一体的に販売・推奨する業務を行っていません。

このため、原則5（注2）および原則6（注2）は、「対象外（非該当）」となります。

(2) 金融商品の組成に関する項目：

当社は、保険代理店として保険商品の販売・推奨を行っており、金融商品の組成には携わっておりません。

このため、金融商品の組成事業者に求められる「プロダクトガバナンスに関する補充原則」の補充原則1、補充原則2、補充原則2（注1）、補充原則2（注2）、補充原則3（注1）、補充原則3（注2）、補充原則4（注1）、補充原則4（注3）は、「対象外（非該当）」となります。

以上

保険代理店 ZAIUS株式会社

担 当 部 署 本店業務推進部

本店所在地 沖縄県那覇市安謝2丁目5番11号 TOMAビル2階

電 話 番 号 098-988-4325

営 業 時 間 平日9時00分～18時00分（年末年始・夏季休暇を除く）

※当社ウェブサイトの「[お問い合わせフォーム](#)」からでも承ります



ZAIUS Co., Ltd.