



2020年03月13日  
株式会社グッドウイン

株式会社グッドウイン（以下「当社」といいます。）は、「お客様本位の業務運営に関する方針」に基づく取り組みの定着度合を評価するための指標（KPI）を定めましたが、その取り組み状況をご報告いたします。

## 取扱保険会社と取扱商品数のラインナップ

- お客様にご提供できる商品が多いほど、選択肢が広がり、お一人おひとりのライフプランによりマッチした商品設計が可能となります。

### 取扱保険会社数

[生命保険会社] : 23社  
[損害保険会社] : 12社  
[合計] : 34社 ※2020年1月現在

### 主な取扱保険商品数

[生命保険商品数] : 328商品  
[損害保険商品数] : 317商品  
[合計] : 645商品 ※2020年1月現在

	終身保険	収入保障保険	定期保険	就業不能保障保険	医療保険	特定疾病保険	がん保険
生保商品	42商品	17商品	72商品	9商品	50商品	27商品	21商品
	変額保険	外貨建保険	個人年金保険	学資保険	養老保険	介護保険	
	12商品	24商品	10商品	6商品	18商品	20商品	
損保商品	自動車保険	火災保険	傷害保険	その他			
	33商品	77商品	103商品	213商品			

### 新契約件数



### 〈取り組み〉

当社では、主な保険種類ごとに、お客様に推奨する保険会社を以下の通り定めています。人気の高い商品であるなど、いずれもお客様にとって有利かつ受け入れやすいことを条件としており、常に最新かつ最良のご提案をするため、事業年度ごとに統計をとった上で、推奨保険会社の見直し、入替を実施しています。

- ◆前年の売上実績において上位5社の商品
- ◆当年度に新発売となった商品
- ◆既存の商品で規程の改正（取扱基準や付加できる特約の増設など）などにより、商品の独自性や優位性が認められるもの

当社では、社員は、募集経過等に関する記録をつけて保存しており、コンプライアンス点検や内部監査において、これらの記録を検証し、販売方針に則った正しい募集プロセスが実行されていることを確認する体制を構築しています。

なお、当社では、上記記録が正しくつけられているかどうかを定期的に検証しており、必要に応じて指導・教育を実施しています。

記録の内容、検証方法のあり方などについても、継続的に見直しを図っていきます。

## お客様向けセミナーの開催数および認定講師の登録

- 保険会社や提携会社の協力のもと、また自主開催でのセミナーを積極的に開催し、お客様との接点を増やし、より良い情報をお届けしています。
- 当社では、セミナー講師・相談スタッフを養成していますが、より質の高いセミナー運営を実現するため、厳しい判定をクリアした講師を「認定講師」として登録しています。

### セミナー開催実績

2018年	年間 <b>338</b> 開催	参加者数 <b>5,031</b> 人
2019年	年間 <b>344</b> 開催 ↑	参加者数 <b>3,456</b> 人

### セミナー講師

全国 **34** 名

□札幌	… 5名	□東海	… 4名
□信越・北陸	… 6名	□関西	… 3名
□北関東	… 2名	□九州	… 2名
□東京・首都圏	… 12名		

※2020年1月現在

## 募集人の品質向上

- ご提案内容・ご相談対応の品質向上のためには、より多くの知識を身につける必要があります。そのため、当社ではご提案業務に携わる社員にFP（ファイナンシャルプランナー）資格の取得を推奨し、試験対策講座の提供や継続教育に力を入れています。

※2020年1月現在

### 募集人在籍数 FP取得者人数

	募集人在籍数	FP取得者人数	資格取得率
2018年	<b>705</b> 人	<b>454</b> 人	<b>64.4%</b>
2019年	<b>646</b> 人	<b>470</b> 人 ↑	<b>72.8%</b> ↑

### 〈取り組み〉

当社では、コンプライアンス遵守を実践している社員に対して、社内表彰するなど、「お客様満足」の実践を促す取り組みを行っています。

また、アンケート等を実施し、直接お客様のご意見・ご要望をいただく機会を設けています。アンケートの内容は、会社の営業戦略に役立てる一方、アンケート調査を募集活動の一環として取り入れることで、社員の自覚を促す上でも有効と考えています。

他にも、当社では、社内体制や社員の士気を強固なものにするべく、年初に会社の目標（テーマ）を掲げてきました。これらはその年度内に留まらず、持続するテーマとして、重要な会議の場などで、再確認をしています。

2018年、2019年のテーマは、次の通り掲げています。

2018年

「原点回帰」

～初心に帰る～



- ・基本に立ち帰る
- ・この仕事に携わった頃の自分を思い出そう！

2019年

「業務品質と顧客満足度の向上」

業務品質

Quality

クオリティ

顧客本位の  
業務運営

FD

フィデューシャリー  
デュティ

## 保全活動の強化

- お客様には契約時だけでなく将来に渡って寄り添っていききたいとの思いから、保全活動に注力していきます。ご契約の継続率の上昇は、お客様からの情報収集や当社からの情報提供が十分だったことを示す指標であり、ひいてはお客様がご契約内容に満足している証となるものと考えます。

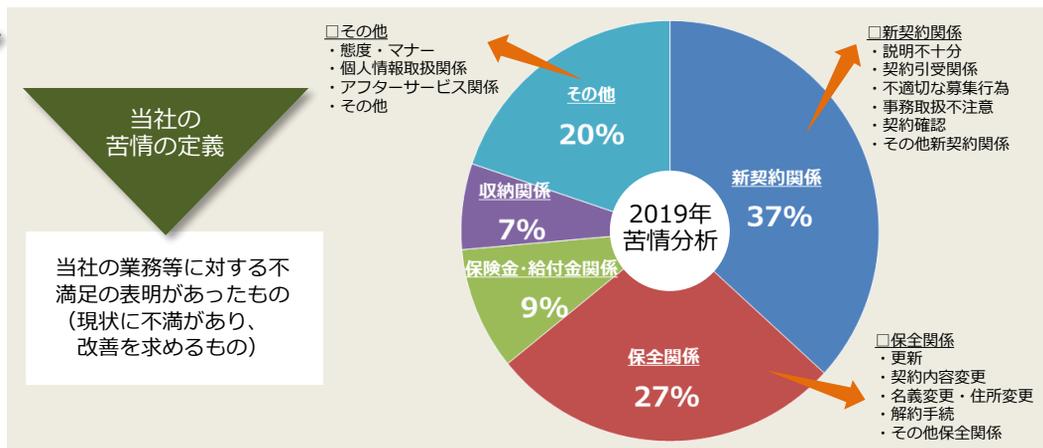
### 契約継続率

	契約13カ月目継続率	契約25カ月目継続率	契約37カ月目継続率
2019年	97.0%	92.2%	86.7%

## お客様の声に対する対応

- 当社では、お客様の声のうち「不満足の原因」を「苦情」として定義しています。苦情を真摯に受けとめ、改善策を社内で共有することによって、より良い業務運営に活かすことができます。

### お客様の声



### モニタリング実施結果

当社では、業務品質の向上を目的として、2019年は、3回のモニタリング（お客様へのアンケート調査）を実施しました。

	モニタリング実施内容	送付数	回答数	回答率%
3月実施	外貨建て一時払保険	220	86	39.1
6月実施	変額保険	69	23	33.3
10月実施	がん保険	383	111	29.0

結果は、外貨建て保険、変額保険およびがん保険をお客様に提案するにあたり、契約者に対して必要な説明を行っており、お客様からの理解・納得も得られていることが確認されました。また、お客様からの「お褒め言葉」においても担当社員への信頼感の高さを窺わせるコメントも頂戴しました。

### 〈取り組み〉

「コンプライアンス教育は、繰り返し行うことが重要である」との観点から、当社では「コンプライアンス研修」を入社時に留まらず、月に1回の頻度でeラーニング、拠点別の集合研修といった複数の形態で実施しています。他にも苦情や事故などが発生した場合は、活動記録を遡って検証するなどして、問題点を明らかにしています。

また、当社では、お客様からいただいた「声」を、現場から直ちにコンプライアンス部門に報告するルールを策定しています。

特に「お客様からの不満足の原因」を「苦情」と定義し、「申出内容」「経緯・原因」「対応内容」「対応結果」「再発防止策」の各項目について、報告をすることとしています。

「何が起きたのか」「どうすれば良かったのか」を自身のこととして考え、今後の活動に活かすべく、コンプライアンス部門でとりまとめた報告は、会社全体で共有し、再発防止に努めています。