

私たちのこだわり（フィデューシャリー・デューティー宣言）に関する取組結果公表

クリイト株式会社（社長：中山英樹、以下「当社」）は、2025 年度（2025 年 4 月～2026 年 3 月）におけるお客様本位の業務運営に関する取組結果をまとめましたので公表させていただきます。

クリイトは、常にお客様の想いを第一に考え、お客様の安心・安全を守り続けるため、日々の活動に取り組んでおります。またこれからは、急速に進む時代変化への対応、そして社員一人一人の能動的な相互研鑽なくしてはお客様の豊かな人生を創造することはできません。これらの理念を改めて「フィデューシャリー・デューティー宣言」としてとりまとめ、お客様への責任を果たすため最善を尽くしていきます。また、業務品質の向上に向けた具体的な方針の定着を図る指標（KPI：重要業績評価指標）を設定し、定期的に進捗状況の確認を通じ改善に努めていきます。

取組結果① -CREATE- お客様の豊かな人生創造にむけた最善の利益の追求

わたしたちの使命は、「お客様の豊かな人生を創造する」ためのサポートをすることです。お客様の望むライフプランを実現するために、多角的に検証・検討したうえで商品・サービスを選別し、お客様の最善の利益を追求します。また、お客様の利益追求において、当社が一定の収益を得て事業を継続していくことは必要不可欠です。4 項に掲げる通り、利益相反の適切な管理の継続を前提とし、お客様の最善の利益の追求を目的とした事業を行っていきます。

①本宣言の社内掲示を通じ、当社社員への周知徹底を図る。

②適切な販売のため第 5 項に掲げる社員研修を実施する。

③本宣言の取組状況を KPI とともに定期的に検証し、ホームページでの公表、定期的な見直しを実施する。

※金融庁策定「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 2、原則 7 に対応します

当社では、本取組方針のパンフレットへの掲載や事務所掲示、新入社員セミナーでの共有を通じ、本取組方針について社員への周知徹底を図っております。お客様本位の保険募集の徹底はもちろんのこと、本取組方針についてお客様の目に触れる機会を創出し、当社の理念や方針についてご理解頂けるよう取り組んでおります。

また当社は、業務品質の向上に向けた具体的な方針の定着を図る指標（KPI：重要業績評価指標）として、「新契約取扱件数」、「保有契約件数」、「損害保険契約更改率」、「お客様の声件数」を設定し、定期的に進捗状況の確認を通じ改善に努めていきます。2025 年度の結果については次の通りです。

※当社顧客管理システム（セールスフォース）の各種データ抽出機能により掲載数値を算出

① 新契約取扱件数（KPI：対昨年度において件数増加）※有効中契約のみ

新契約件数は、お客様より頂いた信頼の数が反映されたものと考えております。当社では、2025 年度新たに全国 6 支店を開設し、新たなお客様との接点の創出と当社社員のサポート体制強化に努めて参りました。新契約件数については対昨年度で生命保険 7,770 件の増加、損害保険 282 件の減少となっております。

当社営業社員においては、マーケット変動の影響を受けるご契約を中心に迅速かつ誠実なサポートを心がけ、お客様への情報発信や契約後のサポート体制強化に努めてまいりました。引き続き高品質かつ時代に沿ったサービスを提供できる態勢整備を図ります。

	2025 年度 ※1	2024 年度 ※2
生命保険	38,464 件	30,694 件
損害保険	21,564 件	21,846 件

※1：契約日が 2025 年 4 月 1 日から 2026 年 3 月 31 日に属する有効中契約

※2：契約日が 2024 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日に属する有効中契約

※損害保険については満期更改契約を含む

② 保有契約件数（KPI：対昨年度において有効中件数増加）※有効中契約のみ

保有契約件数は、当社社員により安心・安全をお守りすることができているお客様の数が反映されたものと考えております。保有契約件数は大幅に増加しており、対昨年度で生命保険 26,475 件の増加、損害保険 5,048 件の増加となっております。規模拡大にともなう管理体制の強化を通じ、今後もお客様の安心・安全を守り続けることができるよう、お客様への継続的サポートや情報提供、健全な代理店経営に努めて参ります。

	2025 年度 ※1	2024 年度 ※2
生命保険	169,657 件	143,182 件
損害保険	44,501 件	39,453 件

※1：2026 年 3 月 31 日時点における有効中契約

※2：2025 年 3 月 31 日時点における有効中契約

③ お客様の声件数（年間当社営業社員数×6 件）

お客様の声件数は、当社や当社社員への客観的評価であり、お客様へのさらなるサービス向上を図ることができる機会の数であると考えております。当社では、お客様から頂いたご意見・ご要望・ご不満を真摯に受け止め、当事者社員のみでなく全社的にサービス向上や再発防止を図っております。対昨年度で 2,400 件以上の増加となり、大変多くのお客様よりお声を頂いております。

また、ご意見、ご要望、ご不満のみならず、感謝のお声についても記録しております。このようなお声はなによりも社員モチベーションの向上につながっております。引き続きお客様の声を総合的に把握し、全社的な業務品質向上に努めて参ります。

	2025 年度 ※1	2024 年度 ※2
お客様の声件数	7,511 件	5,096 件

※1：受付日が 2025 年 4 月 1 日から 2026 年 3 月 31 日に属するお客様の声全件

※2：受付日が 2024 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日に属するお客様の声全件

取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応

当社はお客様に対し、商品・サービスに関する情報を適切かつ分かりやすく提供します。基本となる説明方法に加え、それぞれのお客様にマッチした方法を用いて、臨機応変に情報を提供します。特に投資性商品のご提案に関しては、誤解を招かぬよう平易な用語や表現を用いてお客様にご理解頂けるよう分かりやすく説明します。また、お客様からのご質問、ご不明点に対して正確かつ迅速に回答し、安心して商品・サービスのご検討、ご契約、ご継続ができる体制を整備します。

(1) 以下を「重要な情報」とし、お客様にご理解頂けるよう、分かりやすく情報提供します。

- ①商品のメリット（基本的なリターン等）、デメリット（損失その他リスク等）、取扱条件
- ②提案商品の選定理由と本来想定される顧客ターゲット層
- ③加入時や手続きの際に必要な手数料等の情報
- ④お客様と募集人間で利益相反がある場合、その内容とお客様への影響（販売手数料等）

(2) リスクのある商品や複雑な商品の場合、以下のように一層丁寧に情報提供します。

- ①ご意向に加え、資産状況、投資経験、商品知識や加入目的を把握し、お客様にふさわしい商品を提案する
- ②基本的な情報提供に加え、目標資産額や安全資産と投資資産のバランスを検討し、提案商品を決定する
- ③重要度の高い内容については、適切な資料を用いて、特に強調し分かりやすく説明する

※金融庁策定「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則3、原則4、原則5、原則6に対応します

当社では、昨年に引き続き全てのお客様に対し正確かつスムーズに重要な情報を提供できる環境づくりに取り組んでおります。保険募集プロセスを網羅的に把握することができるツールを全支店に備え付けるとともに、システムにおいても同ツールを全社員が常時閲覧できるようになっております。さらには、昨年度に作成しておりました「サポートツール」を中心とした社内の重要な情報やルールを即時に確認することができる「ポータルサイト」を作成し、全社員の業務効率化を図っております。

また、お客様のご意向が前提のうえで、よりお客様に適した商品をご提案できるよう「推奨保険会社一覧」を引き続き策定しております。ご意向に基づく保障内容・保障領域において、より保障性の高い商品や保険料の低廉な商品を取り扱う保険会社を選定し、6か月ごとの見直し、また新商品の販売推進を実施しております。引き続き、当社社員がお客様に対し、ご意向に適した商品を確実にご提案できるよう、意向把握システムを導入しております。この仕組みによりスムーズに商品のご提案をすることが可能になっております。

前述の意向把握システムにおきまして、保険募集時にお客様へ提供すべき情報について営業社員の対応疎漏がないよう、各種チェックボックスの創設やご商談記録体制の強化を図っております。投資性商品（特定保険契約に該当する契約）については、ご意向に加え所定の書面を使用し、お客様の資産状況、知識やご経験、加入目的、リスクの許容度を確認しております。確認させていただいたこれらの情報は、すべて商談管理システムに記録し、お客様の長期的なフォローに使用させていただいております。またお客様がご負担することとなる手数料や、お客様に帰属するリスクについては、保険会社商品パンフレットや当社所定のリスク説明資料を用いて、丁寧に分かりやすく説明しております。

取組結果③ -QUALITY- お客様にふさわしい良質なサービスの提供

当社は、金融機関や企業の系列に属さず独立した立場で、お客様のバックグラウンド、知識、経験、経済状況などを正しく理解し、お客様のライフプランに寄り添った商品・サービスを提供します。また、お客様ごとに生活環境や経済状況、ニーズが異なるだけでなく、金融リテラシー、IT リテラシーにも大きな差異があります。情報の非対称性をできるかぎり払拭し、お客様一人ひとりの状況に合わせた柔軟なサービスを提供します。

①当社が取り扱う商品について、類似商品や代替商品等と比較しながら提案をする。

②高リスク商品の提案や高齢者等金融取引被害を受けやすい顧客への提案では、より慎重に適合性確認を図る。

※金融庁策定「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 6 に対応します

当社におけるご高齢のお客様への保険募集ルールを見直し、70 歳以上のお客様への複数回面談の必須化および外貨建保険や変額保険などのリスク性商品申込時の親族等同席の必須化としました。慎重に適合性確認を実施し、より丁寧かつお客様のペースに合わせた説明を心掛け、誤解等が生じないような商談環境をつくりました。

またご契約後における、未入金状況の管理や、直近 12 ヶ月における早期失効解約の管理ルールを強化し、該当のお客様へのフォローや状況把握とその原因について社内報告および営業社員への教育指導を徹底しております。引き続き当該件数の多い社員について、不適切行為が行われていないかモニタリングおよびヒアリングを行い、お客様にふさわしくない商品提案の排除に努めております。当該追加ヒアリングにて具体的な保険募集時の問題点などを抽出し、全支店の責任者への事例および改善策共有に役立てております。

合わせて引き続き、所定の条件に該当する 70 歳以上の全契約者に対して、年 1 回のアフターフォローを実施することで、高齢のお客様とのコミュニケーションを図り、適切な情報提供の機会をつくる取り組みをしております。

取組結果④ -CLEAN- 適切かつ潔白な利益相反の管理

当社社員は、お客様の望むライフプランを実現するために商品・サービスを提案する際には、当社に所属し、商品・サービスのご契約によって提携保険会社等から手数料を受け取る立場であることを、明確に説明します。

※金融庁策定「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 3 に対応します

当社社員は、パンフレットや他所定の書面を用いて、提携保険会社より募集手数料を受け取る立場である保険代理店（会社概要・勧誘方針等含む）に所属し、保険商品を提案することを、お客様に対し明確に説明しております。

また当社は、お客様の利益を不当に害する恐れのある取引（利益相反が懸念される取引）を適切に把握・管理するための体制を整備しております。当社社員がお客様に確認したご意向や商談内容は当社システムに入力し、その記録は管理者、本店管理部門が常時閲覧できる環境となっております。2025 年度についても昨年に引き続き、管理部門にて入力内容を全件確認し、必要に応じて指導を実施しております。また、当社内設置しております内部監査室では、各支店への内部監査を通じて、第三者的立場から利益相反が懸念される契約のモニタリングを実施しております。そのうえで、懸念される取引を実施した社員については、説明内容や加入経緯が適切なものであったかを確認し、管理者を含め指導にあたりました。当該内部監査については、昨年度期首までに開設した全支店へ実施が完了しております。

取組結果⑤ -QUEST- 社員教育・動機付けに関する枠組みの継続的探求

お客様に良質なサービスを提供し続けるため、当社は社員への継続的な教育を怠りません。定例的な社内研修、保険会社主催の研修のほかに、当社・当社社員が自ら自己研鑽の機会をつくり、能動的にサービス向上に努める文化を醸成します。また当社社員が、保険会社より支払われる手数料の多寡に関係なく、お客様に最適な商品・サービスを提供できるよう、評価体系を整備します。保険・金融業界全体の変化をいち早く捉え、継続的な評価体系の適正化に努めます。

①定期的な商品内容研修を実施する。(保険会社主催)

②高齢者への対応、特定保険契約等、トラブルが生じやすい内容について、毎月の社内研修を実施する。

※金融庁策定「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則7に対応します

当社では、毎月継続的な社員研修を実施し、お客様へのサービス品質の向上に取り組んでおります。

また、当社各支店におけるコンプライアンス研修実施を必須とし、社員のコンプライアンス意識の維持向上に努めて参りました。2024年から当社独自にコンプライアンス研修用動画を作成し、当該動画を視聴する形式をとることでコンプライアンス意識の定着向上を図ってまいりました。

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係について

金融庁の公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7(それぞれに付される(注)を含む)に示された内容と、当社取組状況における該当箇所との対応関係は以下の通りです。

顧客本位の業務運営に関する原則		取組状況における該当箇所
顧客の最善の利益の追求	原則2	取組結果① -CREATE- お客様の豊かな人生創造にむけた最善の利益の追求
	(注)	取組結果① -CREATE- お客様の豊かな人生創造にむけた最善の利益の追求
利益相反の適切な管理	原則3	取組結果④ -CLEAN- 適切かつ潔白な利益相反の管理
	(注)	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応 取組結果④ -CLEAN- 適切かつ潔白な利益相反の管理
手数料等の明確化	原則4	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応
重要な情報の 分かりやすい提供	原則5	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応
	(注1)	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応
	(注2) ※1	-
	(注3)	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応
	(注4)	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応
	(注5)	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応
顧客にふさわしい サービスの提供	原則6	取組結果③ -QUALITY- お客様にふさわしい良質なサービスの提供
	(注1)	取組結果② -QUICK- 重要な情報の分かりやすい提供と迅速な対応 取組結果③ -QUALITY- お客様にふさわしい良質なサービスの提供
	(注2) ※1	-
	(注3) ※2	-
	(注4)	取組結果③ -QUALITY- お客様にふさわしい良質なサービスの提供

	(注 5)	取組結果③ -QUALITY- お客様にふさわしい良質なサービスの提供
従業員に対する適切な 動機づけの枠組み等	原則 7	取組結果⑤ -QUEST- 社員教育・動機付けに関する枠組みの継続的探求
	(注)	取組結果① -CREATE- お客様の豊かな人生創造にむけた最善の利益の追求 取組結果⑤ -QUEST- 社員教育・動機付けに関する枠組みの継続的探求

※1：複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等することがないため

※2：金融商品の組成に携わらないため