

～ お 客 さ ま へ ～ 「幸せ回復支援」宣言

クローバー総合保険事務所 FD 宣言 2025

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言するにあたって

クローバー総合保険事務所 FD 宣言 2025

<代表あいさつ>

長期的な幸せを意味する Well-being（ウェルビーイング）。

お仕事や日常生活において、ポジティブな出来事とネガティブな出来事が混在する中で、

長期的幸せ（Well-being）には、ネガティブ要素をいかにしなやかに回復させるかが重要だと言われています。

弊社は、2021年に「理念」と「12の行動指針」をリニューアルし、パーパス（存在意義）を、「保険代理業」から「幸せ回復支援業®」と改めました。（本紙 P4～P7）

東南海地震、気候変動による大型台風や河川氾濫、交通事故や大病、パンデミックやサイバーテロ等の新たなリスクに至るまで、お客様に起こるネガティブ要素を、保険という機能で経済的に回復させ、また親身になって寄り添う事で、心理的に「幸せ」の回復を支援していきたいと思えます。

また、安心して幸せな生活が維持できる様に、最適な保険プランをご提案し、同時に煩雑になりがちな保険管理のお手伝いもさせていただきます。

「クローバー総合保険で良かった」と心から感謝され皆様に貢献できる様、日々成長と協力をスタッフ一丸となって積み重ねてまいります。

FD 宣言を、『～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言』と読み替え、弊社の独自性も維持しながら、取組みにおいては、検証&改善を繰り返し、毎年見直しを図ろうと思えます。

また、お客様の声を収集すべく NPS を実施し、営業と損害の両側面から顧客ロイヤリティを高める活動をしてまいります。

さらに、本年度は、JSAS1003 レベル3取得に向けて「保険代理店サービス品質管理態勢」を整えてまいります。

どうぞ変わらぬお付き合いとご鞭撻賜りますよう心よりお願い申し上げます。



代表取締役

田中 大補

2025 年 5 月 1 日

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言（概要）

経営理念 イメージ図(2021.4月制定)

宣言① (P4～P7 参照)

経営理念

「Joy of work 4つの働く喜び」の実現
貢献×成長×協力×回復

宣言② (P8 参照)

お客さまに接する際のお約束

(貢献) 新チャレンジ×改善×絆づくり

宣言③ (P9 参照)

人財育成方針

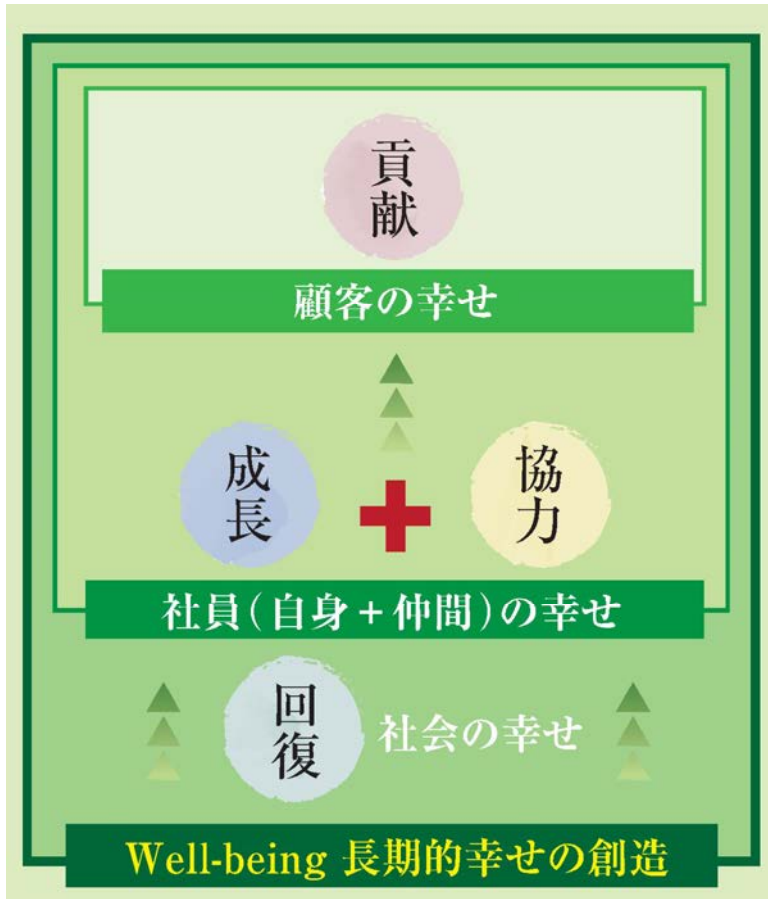
(成長) やる気×スキル×人柄

(協力) 共通目的×チームワーク×お互い様

宣言④ (P10 参照)

態勢整備方針

4つの態勢整備



Joy of Work ～4つの働く喜び～

当社は保険販売・サービスを通じて、4つの働く喜びを積み重ね、

「幸せ回復支援業」として社会に貢献いたします。

2021年に「理念」と「12の行動指針」をリニューアルし、長期的幸せを意味する **Well-Being (ウェルビーイング)** の概念を取り入れました。

また、私たちクロバー総合保険事務所のパーパス(存在意義)を「保険代理業」から「**幸せ回復支援業**」と改めました。

パンデミックという新たなリスクだけでなく、東南海地震、気候変動による大型台風や河川氾濫、交通事故や大病に至るまで、お客さまに起こるネガティブ要素を、保険という機能で経済的に回復させ、また親身になって寄り添う事で、再び訪れる「幸せ」の回復を支援し続けていきたいと思っております。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言を実践する取り組み <概要>

取組① (P11 参照) -----> 取組① KPI (P17 参照)

経営理念の共通理解と外部発信

取組② (P12 参照) -----> 取組② KPI (P17 参照)

お客さまに接する際の取り組み

取組③ (P13 参照) -----> 取組③ KPI (P18 参照)

人財育成への取り組み

取組④ (P15 参照) -----> 取組④ KPI (P20 参照)

態勢整備に向けた取り組み

取組⑤ (P16-17 参照) -----> 取組⑤ KPI (P21 参照)

会社全体での取り組み

Joy of Work

～4つの働く喜び～

貢 献

心からありがとうと感謝された時が
私たちの働く最大の喜びです。

成 長

自ら考え行動し成長に繋がった時が
私たちの働く最良の喜びです。

協 力

仲間と共に協力し実を結んだ時が
私たちの働く最高の喜びです。

回 復

どんなに困難でもしなやかに乗り越えた時が
私たちの働く最幸の喜びです。

当社は保険販売・サービスを通じて、4つの働く喜びを積み重ね、
「幸せ回復支援業」として社会に貢献いたします。

私たちクローバー総合保険事務所では、2021年4月に経営理念をリニューアルしました。
従来からあった「貢献」「成長」「協力」に、「回復」を追加し、4つの働く喜びの積み重ねという表現に変えました。
レジリエンス(回復力)は、私たちの強みでもあり、パーパス(存在意義)にもなっている「幸せ回復支援業」にも
全社一丸となって繋がっていければと思っています。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

宣言①

経営理念

クローバー 理念に沿った 12 の行動指針

貢 献

他社にない付加価値の提供を行いましょう。
より良くするための改善を繰り返しましょう。
日ごろから強い絆を積み重ねましょう。

<新チャレンジ>
<改善>
<絆づくり>

成 長

新たなチャレンジをする成長意欲を持ちましょう。
保険の知識や販売力を積極的に身につけましょう。
誰からも好かれる人間力を養いましょう。

<やる気>
<スキル>
<人柄>

協 力

共通理念(目的)を明確にし行動に移しましょう。
協力し合うチームワークを大切にしましょう。
互いの強み弱みを共有して「お願い助けて」と伝えましょう。

<共通目的>
<チームワーク>
<お互い様>

回 復

現実を受け入れ時間をかけて向き合いましょう。
助けてくれる仲間がいると認識しましょう。
さまざまな方法を考え信じて前進しましょう。

<内省>
<信頼>
<レジリエンス>

私たちクローバー総合保険事務所では、経営理念を全ての従業員に理解できる言葉で成文化されています。
言葉を理解し、行動に移して、初めてお客さまに伝わります。
2021年に「理念に沿った12の行動指針」をリニューアルし、日々の活動に活かしています。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

宣言①

経営理念

クローバー 10 の約束 基礎部分

- | | |
|---------------|--------------------|
| ① 約束は守る | ⑥ 平等より公平を大事にする |
| ② うそはつかない | ⑦ 人として恥ずかしいことはしない |
| ③ 公私混同はしない | ⑧ 客観的に判断して感情的にならない |
| ④ 愚痴陰口は言わない | ⑨ 他人の意見は素直に聞く |
| ⑤ 損得より善悪で判断する | ⑩ 仲間を大切にする |

私たちクローバー総合保険事務所では、当たり前を大切にする文化を築きます。
上手いかない時ほど、基礎である10の約束に沿って行動いたします。

Well-being と理念の関係性

- | | | |
|------------|------------------|-------------------|
| 「ありがとう因子」 | 貢献・協力 | キーワード 感謝・対等・承認・愛 |
| 「やってみよう因子」 | 成長 | キーワード 強み・自己肯定・天命 |
| 「なんとかなる因子」 | 回復 | キーワード 前向き・自己受容・楽観 |
| 「ありのままに因子」 | 貢献・成長・協力・回復・+らしさ | キーワード 自立・自律・自分らしさ |

私たちクローバー総合保険事務所では、Well-being の考え方を大切にしています。
理念と紐づけることで、長期的幸せの理解が深まり、それをお客さまにも伝えていきます。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

宣言①

経営理念

1. 幸せ回復支援業としての存在意義と4つの働く喜び

2021年に「理念」と「12の行動指針」をリニューアルし、長期的幸せを意味する **Well-Being (ウェルビーイング)** の概念も取り入れました。

また、私たちクローバー総合保険事務所のパーパス(存在意義)を「保険代理業」から「**幸せ回復支援業**」と改めました。パンデミックという新たなリスクだけでなく、東南海地震、気候変動による大型台風や河川氾濫、交通事故や大病に至るまで、お客さまに起こるネガティブ要素を保険という機能で経済的に回復させ、また親身になって寄り添う事で、再び訪れる「幸せ」回復を支援し続けていきたいと思っております。

2. 幸せ回復支援業としての行動指針と心構え

① 経営理念に沿った12の行動指針

私たちは、理念にある4つのテーマごとに3つの行動指針を策定し、理念に沿った12の行動指針として日々の活動の基準とします。またそれぞれの立場に応じて品質を高めてまいります。

② 10の約束 基礎部分

当たり前な事を、当たり前にする。時には内省しながら、自分を磨き仲間を磨き続けます。

③ Well-Being と理念の結びつき

仕事や日常生活において、繰り返されるポジティブな出来事とネガティブな出来事。

長期的な幸せには、ネガティブ要素をいかにしなやかに回復させるかが重要だといわれています。

幸せ回復支援の立場から、Well-Being の概念も取り入れてまいります。

④ お客様の声(NPS)の共有

私たちクローバー総合保険事務所は、「お客様の声」に真摯に耳を傾け、全社員で共有し経営と保険業務の品質向上に活かしてまいります。

3. 幸せ回復支援業として、一社専属ならではの深さの追求

私たちは、1963年(昭和 38 年)の創業以来、3代に続く保険代理店です。時代と共に変化し続けてまいりましたが、保険会社を東京海上日動グループ1社に絞ってまいりました。(東京海上日動火災保険㈱、東京海上日動あんしん生命保険㈱)

そうすることで営業&管理システムが一つとなり、全社員で共有しやすく、お客様にも迅速に対応できるからです。新型コロナウイルスを経験し、従来から対応済のセキュリティ対策に加えて、大型モニターや企業版 LINEWORKS の導入等、お客さまとの接する絆づくりの拡張や IT 化も進めて参りました。

また、三重県第一号となるレジリエンス認証(2018 年8月取得、2022年度 & 2024 年度はゴールド認証取得)を取得し、

県内での防災のオピニオンリーダーとして、お客さまの幸せ回復を丸となって支援し続けてまいります。

お客さまとの絆、働く仲間との絆、取引先保険会社との絆、一社専属ならではの価値提供を、これからもより一層深めてまいります。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

宣言②

お客さまに接する際のお約束（概要）

さきこうけん
先貢献

新規
ご提案

+

なかこうけん
中貢献

継続業務
さまざまな変更業務

+

あとこうけん
後貢献

事故対応
保険金支払



確かな知識に裏付けされた情報提供 & 親身に寄り添った対応

先貢献×中貢献×後貢献

クラウド型 保険管理システム(T-next & T-net)

お客さま×代理店従業員共有×保険会社支援

万全なセキュリティシステム

富士フィルム beat による事務所内全般・、損保クラウドによるメール管理・LINEWORKS によるお客さまとの接点

個人の

お客様

損害保険各種

（超保険・自動車保険・火災保険・地震保険・傷害保険・個人賠償保険 等）

生命保険各種

（終身保険・定期保険・医療保険・がん保険・収入保障保険 等）

ライフプランニング

（証券診断・個別アドバイス 等）

法人の

お客様

損害保険各種

（超ビジネス保険・自動車保険・火災保険・傷害保険・賠償保険 等）

生命保険各種

（経営者向け保険・従業員向け保険・福利厚生プラン 等）

ライフプランニング

（証券診断・個社アドバイス 等）

講習会

（交通安全講習・BCP（事業継続力強化計画）講習・新人向け講習 等）

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

宣言③

人財育成方針 成長と協力

私たちクローバー総合保険事務所は、経営理念のテーマである「成長」と「協力」実現の為、人財育成に力を入れてまいります。日々「成長」と「協力」を繰り返すことで、お客さまへの「貢献」の質が高まっていきます。

お客さまの貢献の実現が「CS(顧客満足)」であり、そこに「成長」と「協力」を加えた3要素が「ES(従業員満足)」である、と私たちは定義づけています。

自分の為だけの成長でなく、仲間の協力やその先にあるお客様の貢献の為に、私たちは人財を育成してまいります。

成長の3要素 やる気×スキル×人間力

<スキル>

保険の知識や販売力を積極的に身につけます



<人間力>

誰からも好かれる人間力を養います。



<やる気> 新たなチャレンジする成長意欲を養います。

協力の3要素 共通目的×チームワーク×お互い様

<チームワーク>

協力し合うチームワークを大切にします。



<お互い様>

互いの強み弱みを共有して「お願い助けて」と伝えます。



<共通目的> 共通理念(目的)を明確にして行動に移します。

貢 献

顧客の幸せ



成 長



協 力

社員(自身+仲間)の幸せ

従業員の幸せ(ES)

=「貢献」顧客の幸せ(CS) + 「成長」+ 「協力」

顧客満足は、従業員満足の一部です。

顧客満足を高める為に、私たちは「成長」と「協力」を積み重ねます。この3要素が揃った時に、従業員満足が高まる事を実感しているからです。

私たちクローバー総合保険事務所は、今後もこの考え方をベースに人財育成に取り組んでまいります。

JSA S003 保険代理店サービス品質管理態勢の指針

日本規格協会の JSA 規格制度に則り、保険代理店を対象とした国内初の JSA 規格において、弊社はレベル3の取得認定を目指します。

この規格は、保険代理店の態勢整備を構築する基準であり、取得後も「検証」と「改善」を促す制度です。

1. 経営管理態勢

経営者役員だけでなく、すべての社員が、「顧客本位」になっているかの視点を持ち、価値の基準を顧客からの評価に置きます。

組織である以上、売上や利益の追求も重要ですが、それは顧客への価値提供の結果として得られるものであるということを大前提とし、そこに至るまでのプロセスをより重視していきます。

また、取引先である東京海上日動 G と連携し、「顧客の声」（要望や改善点）を届け、共有しながら保険商品・サービスを広めることで、より良い社会を構築していきます。

2. 法令遵守態勢

各種規定やマニュアルを策定し、保険業法をはじめ各種法令を理解し、全スタッフでそれらを遵守致します。顧客からの一線を越える要望がなされた時には、弊社の理念や東京海上日動 G の理念に沿っているのかまた家族や友人に胸を張って堂々と説明できるかを照らし合わせ、募集人個人が一人で悩むことのない態勢づくりをいたします。

3. 保険募集管理態勢

① 保険募集に関して

保険募集に関して規定・マニュアルを策定し、全スタッフに教育を行い、改善を繰り返しながら顧客本位に沿った保険募集を行います。

② 保険契約管理に関して

保険契約管理に関して規定・マニュアルを策定し、全スタッフに教育を行い、改善を繰り返しながら顧客本位に沿った保険契約管理を行います。

③ 保険サポート管理に関して

保険サポート管理に関して規定・マニュアルを策定し、全スタッフに教育を行い、改善を繰り返しながら顧客の声（苦情や要望等）を真摯に受け取り、顧客本位に向けた取組みに活かしていきます。

4. 顧客情報保護管理態勢

個人情報保護方針のもと、個人情報保護に関する規定を策定し、全スタッフに教育を行い、顧客情報を安全に管理できる態勢をつくります。

また募集人に提供している PC、タブレット端末等の管理規定の遵守、事務所全体のセキュリティを万全にし顧客情報保護に対する管理態勢を整えます。

お客さまへ

「幸せ回復支援」宣言を実践する取り組み

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

取組①

経営理念の共通理解と外部発信

2021年に「理念」と「12の行動指針」をリニューアルし、長期的幸せを意味する Well-Being (ウェルビーイング) の概念も取り入れました。

また、私たちクローバー総合保険事務所のパーパス(存在意義)を「保険代理業」から「幸せ回復支援業」と改めました。

1. 経営理念の周知 (P4～P6参照)

(従業員への周知)

- ① ミーティング時に、理念、12の行動指針、10の約束を唱和しています。
- ② 日々の営業活動の中での12の行動指針、10の約束を基準に OJT を行っています。
- ③ 全ての教育、研修、姿勢において、会社の基本的な哲学や目指すべき姿となっています。

(外部への発信)

- ① ホームページ <https://clover4968.net>
- ② 名刺(2つ折り名刺にて、理念を記載)
- ③ 会社案内 理念、12の行動指針、10の約束、Well-Being との関係性、SDGsの取組
保険業務サービス案内等記載

2. 理念に沿った12の行動指針とスケジュールへの紐づけ

- ① 日々の営業活動の中で、12の行動指針に沿って目指す姿の確認を行い、次の行動に活かします。
- ② 件名や内容の前に、理念に沿った12の行動指針に基づいた数字表記をし、活動の見える化を図っています。
例えば、新規提案先 A1-1〇〇様、損保継続先 A2-1〇〇様、各種研修 C1-2〇〇研修 等。
スケジュールに12の行動指針を紐づけ見える化し、常に理念と紐づいた行動の意識づけを図っています。
- ③ 「貢献」に最大の焦点を合わせて、「成長」「協力」「回復」を積み重さね、行動スケジュールを管理しています。

3. コンプライアンス(各種法令順守)の徹底

- ① 保険業務に関する一切の業務を正しく行い、また当たり前の事を当たり前にやっていく事を徹底いたします。
- ② 判断に迷った際は、法令の趣旨、クローバー総合事務所の理念、東京海上日動火災保険 G の理念を確認し、真にお客さまの為にになっているか、家族や友人に胸を張れるか、目先の利益に誘惑された危ない橋でないかを自問し、一人で悩まず、上司、同僚、保険会社社員に相談する様に努めます。
- ③ 個人情報の取り扱いも、細心の注意を図り、セキュリティ対策も万全に致します。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

取組②

お客さまに接する際の取り組み

お客さまに心からありがとうと感謝される為に、「意向確認」「情報提供」および、その「体制整備」に努めます。
また、新規提案時を「^{さきこうけん}先貢献」、契約後の継続やその他管理を「^{なかこうけん}中貢献」、事故対応や保険金支払いを「^{あとこうけん}後貢献」と位置づけ、また「独自の付加価値提供」、より良くするための「改善」、日ごろからの強い「絆づくり」もプラスして、お客さまからクローバー総合保険事務所とお付き合いしてよかったと感じて頂く様に接します。

1. ^{さきこうけん}先貢献 / 新規提案時において

- ①（新規提案時の意向確認）
お客さまのご意向をご確認し、真のニーズを把握し、それぞれのお客さまの状況に応じた保険提案を致します。
- ②（新規提案時の情報提供）
お客さまにとって有意義な情報提供を常に心がけ、情報格差を解消します。
また確かな知識に裏付けされた情報提供を行う為に、日々研鑽を重ねます。
- ③（新規提案時のわかりやすい説明）
お客さまの状況を共有し、わかりやすい表現で丁寧に説明いたします。

2. ^{なかこうけん}中貢献 / 継続業務、その他さまざまな変更、相談業務において

- ①（継続時の意向確認）
お客さまのご意向をご確認し、お客さまの変化を見極めて状況に応じた保険提案を致します。
- ②（継続時の情報提供）
お客さまにとって有意義な情報提供を常に心がけ、情報格差を解消します。
また確かな知識に裏付けされた情報提供を行う為に、日々研鑽を努めます。
- ③（継続時のわかりやすい説明）
お客さまの状況を共有し、わかりやすい表現で丁寧に説明いたします。
- ④（継続業務の満期管理）
お客さまの意向を確認しながら、早期継続を心掛けます。
- ⑤（変更時のご対応）
お客さまの変更のご依頼があった場合は、迅速で正確に対応いたします。

3. ^{あとこうけん}後貢献 / 事故対応、保険金支払い業務において

- ① 不安なお気持ちを取り除き、親身になって寄り添いながら、安心して頂けるように努めます。
- ② 保険会社と連携を図りながら、保険金支払いが完了するまで見届けサポートいたします。

4. 共通事項

- ① 保険加入一覧表や提案書入りフォルダ保険箱提供、マイページの導入など
お客さまにとってわかりやすくなるための見える化を図ります。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

取組③

人財育成への取り組み

私たちは、お客さまへの「幸せ回復支援」宣言として、お客さまから心からありがとうと感謝される為に「貢献」し続ける会社を目指しています。その「貢献」を支えるのは、従業員一人一人の「成長」と働く仲間の「協力」です。自ら考え行動し成長につなげる事と、仲間と共に行動し実を結ぶ事を両輪に、私たちは人財育成を行います。

1. 「成長」に関する人財育成

- ① 新たなチャレンジ精神で成長意欲を持ち続けられる様にサポートいたします。
成長分野の土台には、本人の「やる気」が必要です。私たちは自ら考え行動できる人財を育成します。
- ② (研修期間において)
保険の知識や販売力を積極的に身に着ける様にサポートいたします。
入社後2年間は、保険会社の研修期間として、保険の基礎知識や販売力を身に付けます。
代理店から顧客マーケットの提供を受け、OJT を繰り返しながら、保険の基礎を養います。
- ③ (研修期間終了後)
各種保険の改定、法律改正にともない、その都度全スタッフで勉強会を開催します。
保険会社からの情報提供は、全スタッフが受け(または共有)、常に最新の情報をお客様に提供いたします。
- ④ 各種資格において、各々募集人ごとに段階的に試験を受講し、スキルアップを図り続けられる様サポートします。
- ⑤ 致知出版の「社内木鶏会」を取り入れ、「本を読む力」「文書を書く力」「スピーチする力」「人の話を聞く力」「人の長所を見つける力」を養います。(2014 年 9 月より開始)

2. 「協力」に関する人財育成

- ① 全従業員が共通理念(目的)を明確にし行動に移せる様に、協力関係を築ける職場環境を整えます。
- ② 平常時からチームワークを大切にして、お客さまから頂いた情報は随時共有いたします。
- ③ 毎週1回ミーティングを開催し、自由闊達な情報交換や情報共有ができる様に努めます。
- ④ 互いの強み弱みを理解し合い、「お願い助けて」と伝えられる職場環境を整えます。
- ⑤ 使用する PC 環境、タブレット、スマホは、使用状況を統一し、誰もが教えられる環境を整えます。

3. 社内木鶏会による人間力向上 (2017 年 9 月より継続学習)

①「本を読む力」、②「文章を書く力」、③「スピーチをする力」、④「人の話を聞く力」、⑤「人の長所を見つける力」を養います。

毎月配布される「致知」の気になる記事を読み、①一番心に響いた言葉、②その言葉がなぜ響いたか、③具体的に日々の仕事や生活にどう生かすかを発表しあい、美点凝視の観点で感想を言い合うことで、上記の5つの力を養っていきます。最後に④仲間と話し合いで感じたことを記入し、提出します。

「顧客本位」の活動をする基盤となる人間力を養うことで、理念に沿った活動に紐づきやすくなります。

1. 経営管理態勢

- ① 経営指針書およびFD宣言を毎年見直し、それらを社内外に公開し、理念を共有しながら、全社員一丸となって顧客本位に基づいた、健全かつ適切な運営を行います。
- ② 自己点検教育ガイドラインを策定し、マニュアルに沿った自己点検を行い、PDCAにおいて改善を図ります。
- ③ 態勢整備マニュアルを策定し、社内に共有します。

2. 法令遵守態勢

- ① 勧誘方針、反社会的勢力への対応に関する基本方針、カスタマーハラスメントに対する行動指針を掲示します。
- ② コンプライアンス規定、パソコン規定の策定、コンプライアンスマニュアル、コンプライアンス教育ガイドラインに基づいた社員教育を行い、全スタッフが「法令遵守」の観点から沿った行動ができる態勢づくりをしていきます。
- ③ コンプライアンス違反取扱要領を策定し、違反者に対しては指導をし、要領に沿った対応をしていきます。

3. 保険募集管理態勢

- ① 保険募集に関して
保険募集規定、保険募集プロセスマニュアルを策定し、社員教育を行いながら、基礎を養います。
募集人各自が持つ知識&スキル(ノウハウ)を社内で公開し、会社全体の提供価値能力を上げていきます。
- ② 保険契約管理に関して
保険契約管理規定、保険契約管理プロセスマニュアル(第一分野・第三分野版)、保険契約管理プロセスマニュアル(第二分野版)を策定し、社員教育を行いながら、基礎を養います。
第二分野においては、特有業務が発生するため、特に事務および営業が協力し合いながら、適切な管理をしていきます。
- ③ 保険サポート管理に関して
保険サポート管理規定、アフターフォローマニュアル、お客様の声(生保・損保版)を策定し、社員教育を行いながら、お客さまの声を真摯に受け取ります。
NPSの回収率やポイントも社内で共有し、プロセスにおいて改善点があれば、全社的に態勢を見直し次の対応に活かしていきます。

4. 顧客保護管理態勢

- ① 個人情報保護方針を掲示します。
- ② 個人情報保護に関する規定、個人データの安全管理に係る取扱い規定、パソコン取扱い規定を策定し、個人情報に関する社内教育を行い、個人情報に関する管理態勢を整えます。
- ③ 個人情報持ちだし記録簿、配送物管理表を策定し、各募集人が記録し管理いたします。
- ④ 外部委託先選定基準や外部委託調査票を元に、外部に委託する場合は、選定基準を明確にします。
- ⑤ 事務所内におけるセキュリティを強化(セコム、PCセキュリティ対策)をし、また各PC等のセキュリティ対策のルールに基づいて管理態勢を整えます。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

取組⑤

会社全体での取り組み

1. お客さま本位の営業活動の姿勢

- ① 「保険は目に見えず触る事もできない社会インフラで、困った際に誰もが必要とする経済回復の機能」であるとの基本認識に基づき、会社全体で損保、生保両面においてお客さまに安心安全を提供し、頼りにされる存在として長期的なお客さまとの絆づくりを推進していきます。
また、経済回復後の「幸せ回復支援」をする企業として心理的側面においてもサポートいたします。
- ② 保険会社等が行っている短期の成績向上や特定の保険商品販促を目的としたキャンペーンには一切参加しません。一方で、長期的側面でお客さまが喜んでいただく事は、全社一丸となって取り組みます。

2. お客さまの声 NPS を保険業務の改善、品質向上に活かす取り組み

- ① NPS から取得するスコア（新規・継続・事故初動・事故完結）において、4つの場面でアンケートが送付される仕組みを積極的に活用することで、情報収集や情報提供だけでなく親身な対応を心掛け、いつも緊張感をもってお客様に接します。
- ② NPS スコア＆回答率を共に高められるように、全スタッフで意識的に取り組み、ミーティング時に共有する。改善できる所は、反省し改善していきます。

3. 経営品質を数値化し、改善し、品質向上に活かす取り組み

- ① 「企業変革プログラム」を全社員で活用し、「1.経営者の責任」「2.経営理念を実践する過程」「3.人を生かす経営の実践」「4.市場・顧客及び自社の理解と対応状況」「5.付加価値を高める」「6.企業の社会的責任」の項目ごとに、重点課題を決め、毎年ステップアップを図っていきます。
- ② 上記を繰り返す中で、自社の重要課題を共有し社内の合意形成を図る職場環境を創ります。

4. お客さまにとっての利便性向上の取り組み

- ① 社会インフラでもあるスマホからの活用として、私たちは LINEWORKS（企業版 LINE）を導入し、気軽に相談できる体制作りを推進しています。
また同時にセキュリティ対策を万全にし、各種お客さまから頂く情報のやり取りを安心して利用できる環境を整えています。
- ② お客さまの相談の幅が広がるように保険に加えて周辺知識の取得にも努めています。

～お客様へ～「幸せ回復支援」宣言

取組⑤

会社全体での取り組み

5. 三重県内の防災におけるオピニオンリーダーを目指す取り組み

- ① 三重県内企業で初となる「レジリエンス認証」を2018年8月取得、2年毎の継続認定を受け、2022年7月および2024年7月には、ゴールド認証を受けました。
課題がたくさんある中でも、一つ一つ全社一丸となって「防災」に関する情報を取り寄せ、有事の際には早期復旧を果たし、お客さまへの回復支援が出来るように努めています。
- ② 事業継続力強化計画(単独型)2019年に取得、連携型事業継続力強化計画2021年に取得し、中小企業や小規模事業者向けに、講習会を重ね、認定取得支援を行っています。

6. 三重県SDGs推進パートナーとしての取り組み

- ① 防災に関するオピニオンリーダーとして、上記5の取り組みを繰り返しながら、地域における防災の活動支援を行います。(11「住み続けられるまちづくりを」)
- ② クローバーミニガーデンの「緑化運動」による二酸化炭素削減、全スタッフにタブレット＆スマホを支給し、ペーパレス化における紙の削減、PHV車導入によるガソリン削減等 環境に優しい事務所創りをしていきます。(13「気候変動に具体的な対策を、15「緑の豊かさを守ろう」7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」)
- ③ 「わがまち助け合い NetworKUSU」を2022年4月に立ち上げ、地域の「防災」意識を高めています。(11「住み続けられるまちづくりを」、17「パートナーシップで目標を達成しましょう」)
- ④ 致知出版による「社内木鶏会」を毎月開催しています。
「本を読む力」「文章を書く力」「スピーチする力」「人の話を聞く力」「人の長所を見つける力」を全社員で養っています。(4「質の高い教育をみんなに」8「働きがいも経済成長も」)

7. 三重とこわか健康経営の取り組み

- ① アップルウォッチを全社員に支給し、DXを取り入れた健康づくりを行なっています。
毎月のミーティングにおいて歩数を管理し、歩く意識をもちながら健康を高めています。
- ② 毎月のミーティング時に睡眠平均時間を記録し、良質な睡眠が確保できる様に意識づけています。
アップルウォッチ内のアプリでのマインドフルネスや呼吸を取り入れ、心身を整えています。

8. 保険会社との適正なパートナーシップの構築

お客さまへわかりやすく最適な保険商品を提供できる様、保険会社との信頼関係を構築できる体制を整え、一体となってお客さまを支えてまいります。私たち保険代理店は、保険会社から営業や損害の両面において多くの支援を頂き、また保険管理システムの提供を受けています。

私たちクローバー総合保険事務所が、お客さまに対して自信をもって商品サービスを提供できるのも、これら保険会社からの支援を永年頂いているおかげでもあります。

お客さまへ「幸せ回復支援」実現のためにも、私たちは保険会社との良好なパートナーシップを構築していきます。

各種取り組み

KPI

Key Perfomance Indicator

取組① KPI

経営理念の共通理解と外部発信

指 標	目 標	実 績	達成率
毎週のミーティング時において 「経営理念」の唱和	100%	100%	100%
毎週のミーティング時において 「理念に沿った12の行動指針」の唱和	100%	100%	100%
毎週のミーティング時において 「理念に沿った12の行動指針」の唱和	100%	100%	100%
コンプライアンス学習	4回	4回	100%
募集人 コンプライアンス e ランニング受講率 「安心品質基準」	100%	100%	100%
募集人 コンプライアンス e ランニング受講率 「保険金不正請求」	100%	100%	100%
募集人 コンプライアンス e ランニング受講率 「重複補償」	100%	100%	100%
FM 三重 毎月第三金曜日 コーナーを担当 保険のあれこれ	100%	100%	100%

「貢献」「成長」「協力」「回復」の4つの働く喜びの実現に向け、「幸せ回復支援業」としての活動が出来ているかをミーティング時で確認しています。OJT による教育も、理念に沿っているかどうか基準であり、また社会に反していないかの、問いかけも全社的に繰り返し行っています。

FM 三重において、毎月1回保険コーナーを受け持ち、「身近な相談者の重要性」や「幸せ回復」の考え方を発信しています。

取組② KPI

お客さまに接する際のお約束

指 標	目 標	実 績	達成率
【自動車・火災・新種】キャッシュレス比率	100%	100%	100%
【自動車・火災・新種】満期日前証券未着率	0.5%未満	1.7%	34%
【自動車・火災・新種】早期更新割合4週間前	80%	86.7%	108.3%
自動車保険 更新率	97%	99.1%	102.1%
面談率	60%	62.1%	103.5%
携帯電話取得率	90%	81.7%	90.7%
タブレット手続き率(ペーパーレス手続き率)	55%	55.8%	101.4%
WEB証券比率	30%	22.6%	75.3%
複数種目率	60%	56.3%	93.8%

時代と共にお客さまの持つニーズも変化してきます。スマートフォンの出現がその一つ。

加入状況把握や事故・故障の連絡等スマホで管理できるWEB証券&マイページ、他社も含めた保険書類の整理箱「クローバー保険箱」の提供等、見える化を意識したわかりやすさを意識しながら活動します。

お客さまにとってより身近な相談者となれるよう、毎年 KPI の項目も見直していきます。

取組③ KPI

人財育成への取り組み

指 標	目 標	実 績	達成率
理念・理念に沿った12の行動指針 & 10 の約束カード配布	100%	100%	100%
募集人資格取得率(基礎 & 自動車 & 火災 & 傷害)	100%	100%	100%
e ランニング受講率 損害サービスアドバンスコース	100%	100%	100%
e ランニング受講率 損害サービスエキスパートコース	100%	100%	100%
e ランニング受講率 超ビジネス保険 100 問テスト	100%	100%	100%
e ランニング受講率 生命保険 会社概要	100%	100%	100%
e ランニング受講率 生命保険 商品概要 ① ②	100%	100%	100%
e ランニング受講率 生命保険 新契約 医務事務 ① ②	100%	100%	100%
e ランニング受講率 生命保険 コンプライアンス	100%	100%	100%
損害保険トータルプランナー(コンサルティングコース) 取得人数	3名以上	3 名	100%
FP 資格取得人数	2名以上	2名	100%
致知出版「社内木鶏会」の毎月開催(2014 年 9 月~) 参加率	100%	100%	100%

理念の中での「4つの働く喜び」の一つである「成長」。従業員満足度を高めるうえでも最重要課題です。

e ランニングに関しては、コンテンツが充実してきており、何を学ぶかをチェックし、

全員でカリキュラムを受講していきます。

トータルプランナー(コンサルティング)や FP 資格も、積極的に取得できる環境を整えます。

致知出版による社内木鶏会は、5つの力を身につけ人間力を養っています。

取組④ KPI

態勢整備に向けた取組み

指 標	目 標	実 績	達成率
JSA S1003 レベル1 宣言	宣言	宣言	100%
JSA S1003 レベル2 取得	取得	取得	100%
JSA S1003 レベル3 取得	準備	準備	未達
方針 3種	策定	策定	100%
規定 10 種	策定	策定	100%
要領およびマニュアル 18 種	策定	策定	100%

態勢整備に関しては、まずは方針、規定、マニュアル各種の策定をしました。

2022 年12月より、ニュートン様のコンサルタント契約を行い、各種データの整備における指導を受け

3年間に於いて、弊社が準備しきれていなかった規定、要領およびマニュアルを整えました。

2025 年度は、JSAS1003 においてレベル3の取得を目指し、全社的に態勢整備元年と位置づけ、

「保険代理店サービス品質管理態勢」を整えます。

取組⑥ KPI

全社的な取組み

指 標	目 標	実 績	達成率
NPS スコア	30	49.6	165%-
NPS 回答率	30%	17.5%	58.8%
企業変革プログラム Ver.2 テキスト配布&評価 参加率	100%	100%	100%
お客さまの利便性向上 LINE WORKS 総登録者数	250 人	258 人	103%
中小企業に対して、「事業継続力強化計画」の認定支援 SDGs11 番	累計 30 社	累計 27 社	90%
アップルウォッチと連動した「歩く運動」実施 SDGs3番	100%	100%	100%
ミーティング時での血圧測定 測定率 SDGs3番	100%	100%	100%
営業マンによるアルコールチェッカー配布とアルコールチェック	100%	100%	100%
毎朝の社外清掃 SDGs13.15	100%	100%	100%

NPS は、会社全体で積極的に取り組む指標の一つです。

「営業」と「損害」の側面より、寄り添った対応を心掛け、顧客満足度を高めていける様に活動いたします。

弊社の目指す六方良し経営は、今風に言えば SDGs経営です。SDGs活動も三重県の推進リーダーとして

引っ張っていきます。特に防災に関しては、防災のオピニオンリーダーとして、取組企業の輪を広げてまいります。

また、各種法改正に迅速に対応できるべく、情報収集を欠かさず会社全体で取り組んでまいります。

クローバー総合保険事務所の 現状

<3期毎に集計する項目>

地域別顧客分析
損保商品別売り上げ分析
募集人別分析

<毎年集計する項目>

手数料上売上推移
2023 年度決算主要指標
2024 度変革企業プログラム指標

地域別顧客分布 取扱保険料(千円) (2025 4月地点)

3年に一度策定予定 2025年4月集計

現状認識 ① 顧客分析 地域ごとの取扱保険料



② 四日市以北		
代理店計	損保計	58,126,062
	生保計	23,589,670

④ 鈴鹿・亀山		
代理店計	損保計	20,008,810
	生保計	8,352,934

① 津		
代理店計	損保計	89,325,272
	生保計	30,793,765

⑥ 伊賀		
代理店計	損保計	1,155,204
	生保計	1,186,644

③ 松阪		
代理店計	損保計	20,457,572
	生保計	10,520,851

⑤ 伊勢以南		
代理店計	損保計	5,285,744
	生保計	1,233,900

⑦ 県外		
代理店計	損保計	14,656,404
	生保計	11,116,304

現状認識

② 種目ごと、募集人ごとの損害保険料内訳

損保売上内訳			
全体			
2024/4/1~2025/3/31			
	実績	割合	対前年
超保険	118,433		109.8%
超ビジ	11,041		107.6%
自動車	143,832	68.3%	106.6%
火災	40,572	19.3%	118.7%
新種	25,799	12.3%	118.3%
その他	308	0.1%	
一般計	210,511		110.2%

損保保険料	
全体	
法人	個人
30.0%	70.0%

個人法人保険料比率

← 上段：代理店全体

2024 年度は、対前年 119.1%と初めて保険収保 2 億を突破する。

法人契約の伸びが大きな要因となる。

↓ 下段 各個人

T 指標においては、法人が増え、全体の 6 割を占める。

損保売上内訳			
T			
2024/4/1~2025/3/31			
	実績	割合	対前年
超保険	68,746		108.7%
超ビジ	7,882		108.1%
自動車	83,797	66.3%	113.4%
火災	24,232	19.2%	119.9%
新種	18,381	14.5%	123.0%
その他	308	0.2%	
一般計	126,410		116.2%

損保売上内訳			
S			
2024/4/1~2025/3/31			
	実績	割合	対前年
超保険	29,493		113%
超ビジ	1,615		105%
自動車	36,682	70.4%	105.5%
火災	11,059	21.2%	125.2%
新種	4,341	8.3%	105.1%
一般計	52,082		109.1%

損保売上内訳			
Y			
2024/4/1~2025/3/31			
	実績	割合	対前年
超保険	18,014		107%
超ビジ	1,544		107%
自動車	23,352	73.6%	89.0%
火災	5,281	16.7%	102.4%
新種	3,077	9.7%	132.0%
一般計	31,710		94.1%

損保保険料	
T	
法人	個人
41.5%	58.5%

個人法人保険料比率

損保保険料	
S	
法人	個人
14.2%	85.8%

個人法人保険料比率

損保保険料	
Y	
法人	個人
8.9%	91.1%

個人法人保険料比率

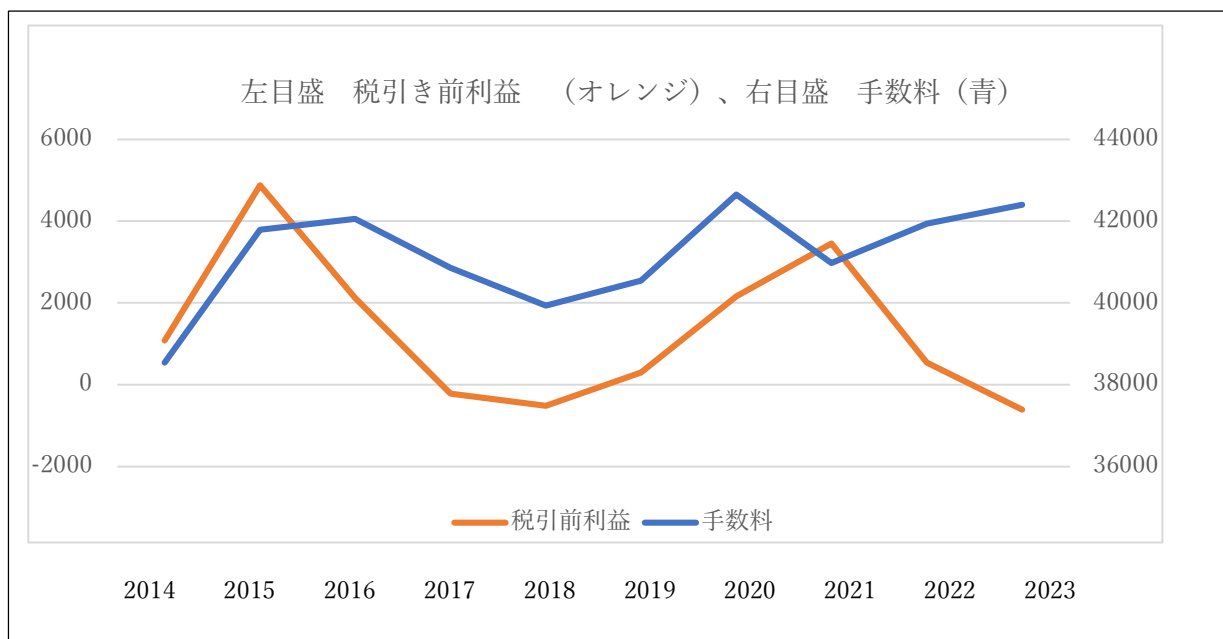
S&Y 指標は、自動車保険割合が 70%超で比重が高い。どちらも新種が弱く 10%と満たない。

個人と法人比率においても個人の割合が圧倒的に高く、個人商品の販売が主流となっている。

弊社が目指すべき指標は、T 指標であり、自動車だけでなく火災、新種と、まだまだ伸びる余地はある。

全体でもそれに近い指標を目指す。個人と法人比率も 60:40 を目指していきたい。

手数料売上推移(2014-2023) & 2023 年度主要項目



PL 指標 2023 年 5 月～2024 年 4 月

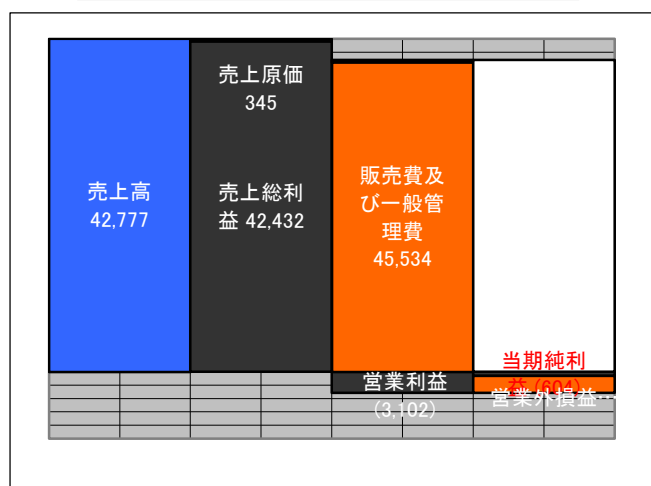
No	内訳	内訳	千円
1	手数料売上	PQ	42,332
2	防災グッズ売上	PQ	445
3	防災グッズ仕入れ	VQ	345
4	売上総利益	MQ	42,432
5	人件費	F1	29,445
6	経費	F2	11,067
7	戦略費	F4	3,557
8	減価償却費	F5	1,465
9	固定費計	F	45,534
10	営業利益	4-9	-3,102
11	営業外収益		2,570
12	営業外費用		106
13	経常利益	G	-638

BS 指標 2023 年 5 月～2024 年 4 月

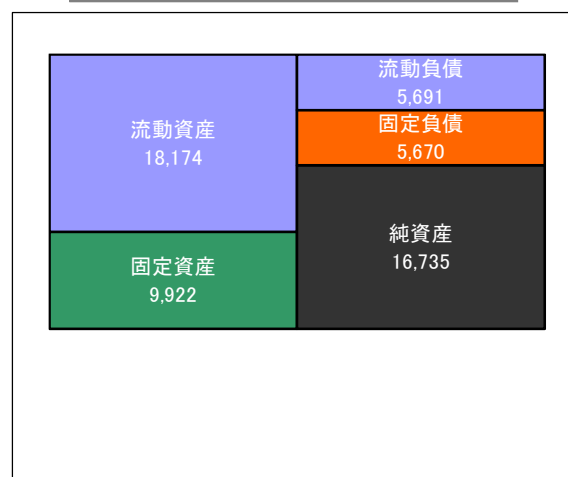
試算の部	千円	負債の部	千円
流動資産	18,174	流動負債	5,689
固定資産	9,756	固定負債	5,670
繰延資産	164	純資産	16,735
計	28,096	計	28,096

項目	内訳
自己資本比率	59.6%
固定比率	59.3%
流動比率	319.3%
当座比率	319.1%
募集人登録人数	4名
主要銀行	百五銀行 白塚支店 津駅前支店

損益計算書構成図



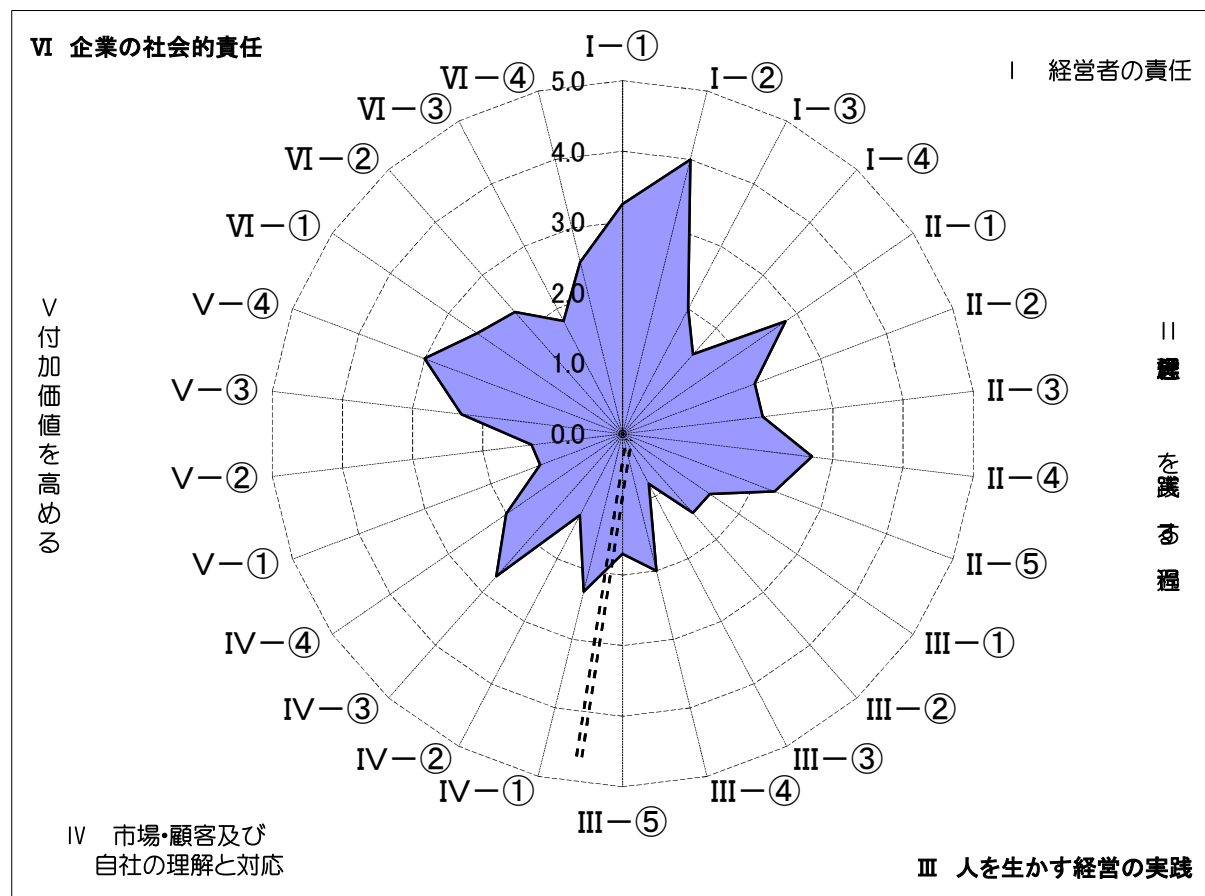
貸借対照表構成図



項目	中項目	2024 平均	2023 平均	2022 平均	2年前 差額
I 責任 経営者の	①経営者の自己変革	3.25	3.2	3.3	-0.05
	②経営理念の成文化と社内共有	4.0	4.0	3.0	+1.0
	③社員の信頼関係の確立	2.0	2.0	1.9	+0.1
	④10年ビジョンの策定	1.5	1.5	1.7	-0.2
II 実践する過程 経営理念を	①数値に基づく科学的分析	2.8	3.0	2.7	+0.1
	②内部環境と外部環境の分析	2.0	2.8	2.5	-0.5
	③経営方針の策定	2.0	2.0	2.0	-
	④経営計画と部門計画の策定	2.7	2.7	1.5	+1.2
	⑤経営指針を共有し実践する仕組み	2.3	2.3	1.7	+0.5
III 経営の実践 人を生かす	①働く環境の整備	1.5	1.5	1.4	+0.1
	②対等なコミュニケーション	1.5	1.5	1.2	+0.3
	③適切な採用と配置	0.8	0.8	1.1	-0.2
	④共に学び共に育つ社風づくり	2.0	2.0	1.6	+0.4
	⑤社員の自主性発揮の仕組みづくり	1.7	1.7	1.3	+0.4
IV 自社の理解と対応 市場・顧客及び	①市場顧客の変化と顧客ニーズの把握	2.3	2.3	2.1	+0.2
	②顧客満足度の把握	2.0	1.3	1.7	+0.3
	③苦情対応や既存顧客との関係強化	2.7	2.7	2.4	+0.3
	④「新しい製品サービス」や「新しい市場」の創造へ	2.0	2.0	1.8	+0.2
V 高める 付加価値を	①付加価値を高める商品・サービスの企画・開発・設計	1.25	1.2	1.4	-0.15
	②付加価値を高める商品・サービスの販売	1.3	1.3	1.3	-
	③付加価値を高める間接部門(業務)	2.3	2.3	1.8	+0.5
	④付加価値を高める取引先との関係強化	3.0	3.0	2.9	+0.1
VI 社会的責任 企業の	①企業倫理と実践体制の構築	2.5	2.5	3.1	-0.6
	②事業継続への取り組み	2.3	2.3	2.5	-0.2
	③地域と環境への取り組み	1.8	1.8	2.0	-0.2
	④他社や様々な団体・組織との連携	2.5	2.5	2.3	+0.2



「企業変革支援プログラム Ver.2」を、全社員に配布し、
現状の姿を数値化し、現状課題を洗い出し、全社員で共有しています。



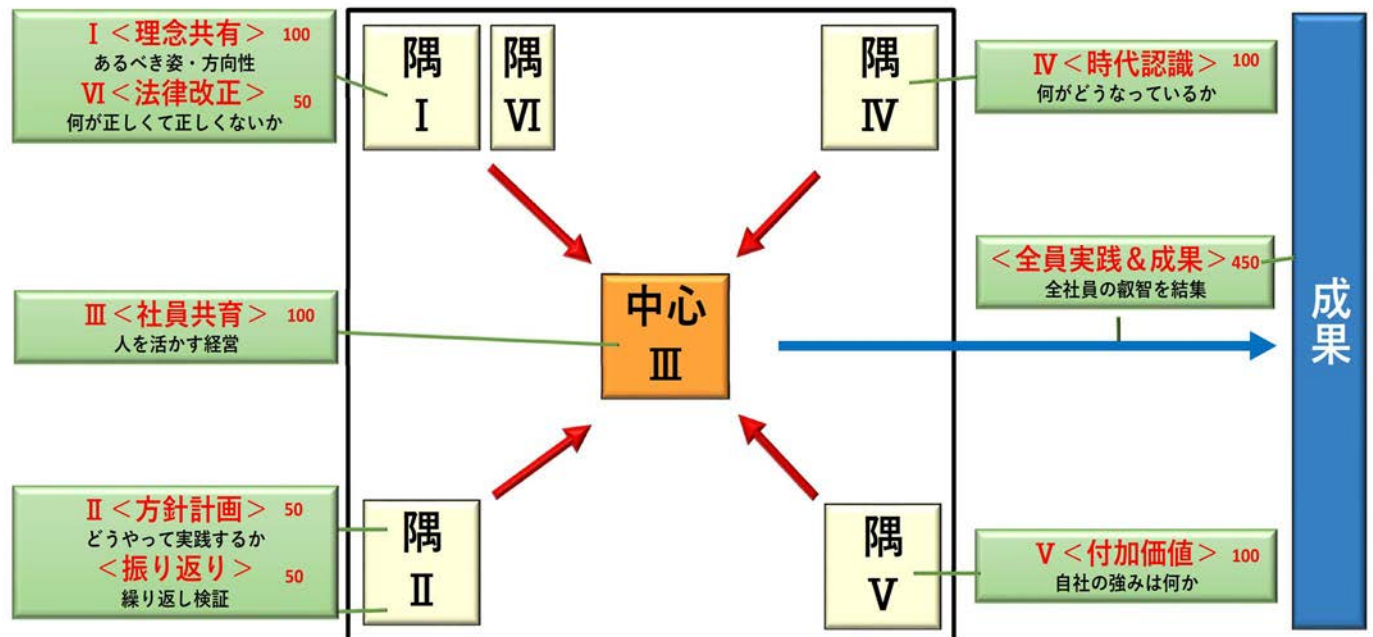
「企業変革支援プログラム Ver.2」を、全社員に配布し、現状の姿を数値化し、現状課題を洗い出し、全社員で共有しています。上記はそれをわかりやすくグラフ化しております。

強みを伸ばすアプローチ

- ・ 企業理念の社外発信、幸せ回復支援業®としての地位確立、「言」FM 三重からの発信力向上
- ・ 地域小学校へぼうさい授業の展開、わがまち助け合い NetworKUSU の維持発展

課題を克服するアプローチ

- ・ 経営理念を実践する過程
- ・ 人を生かす経営の実践
- ・ 市場・顧客及び自社の理解と対応
- ・ 付加価値を高める



- I 経営者の責任
- II 経営理念を実践する過程
- III 人を生かす経営の実践
- IV 市場・顧客及び自社の理解と対応状況
- V 付加価値を高める
- VI 企業の社会的責任

私たちクローバー総合保険事務所では、この4隅のテーマを経営における最重要課題としております。

(オセロゲームも同様で、4隅攻略が重要です。)

人を生かす経営を真ん中に、それぞれのテーマを全社員で共有し、全社員で行動し、全社員で成果を検証します。

課題はたくさんありますが、チーム一丸となって取組むことに大きな意義があると私たちは考えます。

毎年の積み重ねで、お客さまへ「幸せ回復支援」宣言を実践できるようスタッフ一同努力を重ねます。

私たちは、全社員で現在の立ち位置を明確にして、課題を抽出し、緊急性、重要性、総合、優先順を下記の通り定めます。目指す企業像へ一丸となって取り組みます。

2024 年度 実施項目	
実践項目	詳細
① NPS お客様の声収集	NPS を活用し、積極的にお客様アンケートを回収し、全社員で共有
② FM 三重 子育て応援番組出演	「田中大ちゃんの幸せ回復はぴはぴ支援」の番組コーナーを持つ。理念発信する
③ 経営指針書策定と実践する仕組み	社員、取引保険会社、銀行を交えた発表会
④ 小学校に向けてぼうさい授業開催	楠小学校4年生向けぼうさい授業「水害・土砂災害編」
⑤ JSA S1003 認証に向けた取組	レベル1、レベル2の取得

① NPS チラシ



② FM 三重 子育て応援番組「はぴはぴ子育て」内コーナー

毎月第三金曜日「田中大ちゃんの幸せ回復はぴはぴ支援」に出演



④ 四日市市立楠小学校 4年生向け「ぼうさい授業」



⑤ JSA S1003 認証 レベル1レベル2



2025 年度 実施目標	
実践項目	詳細
① FD 宣言の見直し	FD 宣言の提出 & KPI 見直しをする
② 更新プロセス打合せ	全社員で更新プロセスを打ち合わせる
③ JFA S1003取得	レベル3の取得に向けた取り組み 規定とマニュアル策定
④ FM 三重 子育て応援番組出演	継続放送、当社の価値を上げる
⑤ 小学校に向けてぼうさい授業開催	「水害・土砂災害」編に加えて「地震・津波」編も開催する
⑥ アプローチ B00K 見直し	自動車、火災、生保のアプローチ B00K 見直しをする
⑦ e ラーニング 受講25問	E ラーニングベスト25問を全社員で受講する
⑧ 医療保険見直し	先進医療特約、がん特定治療保障特約案内
⑨ 法人がん福利厚生プラン	法人に向けての福利厚生プラン案内
⑨ 保険会社社員定期的振返り	3か月に1度、経営指針書の進捗度合いを話し合う
⑩ 社長塾開催	法人の商品や見積書作成の勉強会を行う

金融庁「顧客本位の業務運営」に関する原則」と 当社『お客様へ「幸せ回復支援」宣言(FD 宣言)』との対応関係一覧表

当社は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」(以下原則)を採択し、取組方針として制定した

『～お客さまへ～「幸せ回復支援」宣言』(以下本宣言)を、当社 WEB サイトで公表しています。

本宣言は、原則の順に記載していない為、以下表にして対応関係を明記します。

(原則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、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おらず、また金融構成の組成にも携わっておりません。したがって、当該事項に係る金融庁原則(<原則5(注2)>、<原則6(注2)(注3)>)について本宣言の対象にはしておりません。

また、当社は金融商品の「販売に携わる金融事業者(保険代理店)として、金融商品の組成に携わる金融事業者(保険会社)との情報連携が出来ており、「顧客本位の業務運営」において、態勢整備を整えてまいります。

2025 年5月1日

(有)クローバー総合保険事務所 代表取締役 田中大補

金融事業者の名称 取組方針掲載ページの URL 取組状況掲載ページ URL	．．．．． P 3 1
原則 2 ・ 原則 3 ・ 原則 4 ・ 原則 5	．．．．． P 3 1
原則 6 ・ 原則 7	．．．．． P 3 2
補足原則 1 ・ 補足原則 2 補足原則 3 ・ 補足原則 4 補足原則 5	．．．．． P 3 3
紹介先	．．．．． P 3 4

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表

金融事業者の名称		有限会社クローバー総合保険事務所		
■取組方針掲載ページのURL		https://clover4968.net/file/fd.pdf		
■取組状況掲載ページのURL		https://clover4968.net/file/fd.pdf		
原則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則2	【顧客の最善の利益の追求】 金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。	実施	【宣言①経営理念】P2、P4～P7 【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9	【取組①経営理念の共通理解】P11 【取組②お客さまの接する際の取り組み】P12 【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
	注 金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	実施	【宣言①経営理念】P2、P4～P7 【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9念P2、P4～P7	【取組①経営理念の共通理解】P11 【取組②お客さまの接する際の取り組み】P12 【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
原則3	【利益相反の適切な管理】 金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
	注 金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 ・同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15 【クローバー総合保険事務所の現状 手数料売上推移】P22
原則4	【手数料等の明確化】 金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものを含め、顧客が理解できるように情報提供すべきである。	一部実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15 【クローバー総合保険事務所の現状 手数料売上推移】P22
原則5	【重要な情報の分かりやすい提供】 金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12
	注1 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益(リターン)、損失その他のリスク、取引条件 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由(顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む) ・顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容(第三者から受け取る手数料等を含む)及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12
原則5	注2 金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるかを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである(注2)～(注5)は手数料等の情報を提供する場合においても同じ)。	非該当	当社は、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おらず、また金融構成の組成にも携わっておりません。したがって、当該事項に係る金融庁原則(＜原則5(注2)＞について本宣言の対象にはしていません。 P30	当社は、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おらず、また金融構成の組成にも携わっておりません。したがって、当該事項に係る金融庁原則(＜原則5(注2)＞について本宣言の対象にはしていません。 P30
	注3 金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12
原則5	注4 金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同様の商品の内容と比較することが容易となるように配慮した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12
	注5 金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12

	【顧客にふさわしいサービスの提供】 金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9	【取組②お客さまの接する際の取り組み】P12 【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
注1	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 ・顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと ・具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容（手数料を含む）と比較しながら行うこと ・金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9	【取組②お客さまの接する際の取り組み】P12 【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
注2	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。	非該当	当社では、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おらず、また金融構成の組成にも関わっておりません。したがって、当該事項に係る金融庁原則＜原則6(注2)>について本宣言の対象にはしていません。 P30	当社では、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おらず、また金融構成の組成にも関わっておりません。したがって、当該事項に係る金融庁原則＜原則6(注2)>について本宣言の対象にはしていません。 P30
原則6注3	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性等を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においては、それを十分に理解した上で、自らの責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の販売を行うべきである。	非該当	当社では、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おらず、また金融構成の組成にも関わっておりません。したがって、当該事項に係る金融庁原則＜原則6(注3)>について本宣言の対象にはしていません。 P30	当社では、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おらず、また金融構成の組成にも関わっておりません。したがって、当該事項に係る金融庁原則＜原則6(注3)>について本宣言の対象にはしていません。 P30
注4	金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12
注5	金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9	【取組②お客さまの接する際の取り組み】P12 【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
注6	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報や、金融商品に係る顧客の反応や販売状況に関する情報を提供するなど、金融商品の組成に携わる金融事業者との連携を図るべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12
注7	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために金融商品の組成に携わる金融事業者においてどのような取組みが行われているかの把握に努め、必要に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者や商品の選定等に活用すべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言③人財育成方針】P9	【取組②お客さまの接する際の取り組み】P12 【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
原則7	【従業員に対する適切な勤機づけの枠組み等】 金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な勤機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	実施	【宣言③人財育成方針】P9	【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15 【クローバー総合保険事務所の現状2024年度変革企業プログラム指標】P23～P26
注	金融事業者は、各原則（これらに付されている注を含む）に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	実施	【宣言③人財育成方針】P9	【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15 【クローバー総合保険事務所の現状2024年度変革企業プログラム指標】P23～P26

補充原則1	【基本理念】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な責任を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。	実施	【宣言①経営理念】P2、P4～P7	【取組①経営理念の共通理解】P11 【取組②お客さまの接する際の取り組み】P12 【取組③人財育成への取り組み】P13 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15
	【体制整備】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクト・ガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。 その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。	実施	【宣言④態勢整備方針】P10	【取組④態勢整備方針】P15
補充原則2	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクト・ガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために、管理部門等による検証の枠組みを整備すべきである。その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。	実施	【宣言④態勢整備方針】P10	【取組④態勢整備方針】P15
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクト・ガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクト・ガバナンスの確保に関する体制を見直すなどPDCAサイクルを確立すべきである。	実施	【宣言④態勢整備方針】P10	【取組④態勢整備方針】P15
補充原則3	【金融商品の組成時の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。	一部実施	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。 【取組④会社全体での取り組み 8 保険会社との適正なパートナーシップの構築】P17
	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる業者ではない 非該当である。	当社は、金融商品の組成に携わる業者ではない 非該当である。
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客（例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等）も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているかを検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる業者ではない 非該当である。	当社は、金融商品の組成に携わる業者ではない 非該当である。
	注3 金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携が必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。	一部実施	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。 【取組④会社全体での取り組み 8 保険会社との適正なパートナーシップの構築】P17
補充原則4	【金融商品の組成後の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクト・ガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているかを検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。	一部実施	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。 【取組④会社全体での取り組み 8 保険会社との適正なパートナーシップの構築】P17
	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクト・ガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる業者ではない 非該当である。	当社は、金融商品の組成に携わる業者ではない 非該当である。
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、商品組成後の検証に必要となる情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実効性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	一部実施	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。 【取組④会社全体での取り組み 8 保険会社との適正なパートナーシップの構築】P17
	注3 金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先との連携すべきである。	一部実施	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。	金融商品の「販売に携わる金融事業者として、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携が出来ている。 【取組④会社全体での取り組み 8 保険会社との適正なパートナーシップの構築】P17
補充原則5	【顧客に対する分かりやすい情報提供】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクト・ガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言④態勢整備方針】P10	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15 【取組④態勢整備方針】P15
	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供するべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言④態勢整備方針】P10	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15 【取組④態勢整備方針】P15
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。	実施	【宣言②お客さまに接する際のお約束】P8 【宣言④態勢整備方針】P10	【取組②お客さまに接する際の取り組み】P12 【取組④会社全体での取り組み】P14～P15 【取組④態勢整備方針】P15

【照会先】

部署	本社事務所
連絡先	TEL:059-232-3498 メールアドレス:d.tanaka@clover4968.com 代表取締役 田中大補

<同業他社の皆様へ>

～お客さまへ～「幸せ回復支援」宣言(クローバー総合保険 FD 宣言)内に書かれている内容は、
全てクローバー総合保険事務所で考えた用語や思想です。
また「幸せ回復支援業®」は商標登録済の為、無断によるコピーおよび転記は固くお断りいたします。

有限会社 クローバー総合保険事務所 代表取締役 田中大補