

「お客様本位の業務運営に関する方針」

株式会社エクシア 制定日：2026年2月1日

宣誓

株式会社エクシア（以下、当社）は、自動車販売事業を中核とし、車両リースおよびレンタカー事業を展開する「トータル・モビリティ・サポート」企業として、すべてのお客様に「最高水準の安心」を提供することを使命としています。

2026年、保険業界はデジタル化と品質評価の厳格化という大きな変革期を迎えています。しかし、時代が変わっても、事故やトラブルがお客様に与える不安は変わりません。私たちは、単なる保険代理店にとどまらず、自動車販売・レンタカー事業・自社整備工場という独自のリソースを融合させた「ワンストップサービス」を通じて、お客様のリスクを最小化し、カーライフと旅の安全を守る「信頼のパートナー」を目指します。

当社は、金融庁が公表している「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し、デジタル技術による利便性と、多言語対応を含めた丁寧なヒューマンサポートを融合させ、お客様本位の業務運営を徹底することをここに宣言いたします。

株式会社 エクシア 代表取締役 塚田 裕二

当社の経営理念

経営理念

車を通して一人でも多くの人に幸せを届ける企業

VISION

エクシアにしかできないサービスでお客様に感動を届ける

MISSION

お客様と社員の幸せを第一の目標とし、笑顔あふれる社会作りに貢献する

-VALUES-

1. **信頼の構築**：「保険に入っているから」ではなく「エクシアがついているから安心」と言われる信頼関係を築きます。
2. **デジタルと人の融合**：最新の AI・デジタル技術を活用しつつ、心の通ったヒューマンサポートを提供します。
3. **プロフェッショナルリズム**：法令遵守（コンプライアンス）を最優先し、公正かつ最適な提案を行います。
4. **多様性の尊重**：多言語対応を含め、国籍や文化を超えたすべてのお客様に寄り添います。
5. **迅速な解決**：万一の際は、自社ネットワークを駆使し対応します。

方針 1. お客様本位の保険コンサルティング 【原則 2,5,6】

当社は、お客様の利用シーン（レジャー、ビジネス、送迎）やライフスタイルに合わせた最適な補償を設計し、わかりやすく提案します。

主な取組

1. **独自の「ワンストップ」募集態勢** レンタカーご利用、車両のご購入、整備入庫など、お客様との多様な接点を活かします。当社は取扱商品を「自動車保険」および「自賠責保険」に特化・集中させることで、リソースを分散させず、自動車に関連するリスクに対して地域 No.1 の専門知識と解決力を提供します。
2. **デジタルと多言語による情報提供** タブレット端末を活用したペーパーレス手続き（Navi、Web 証券）を推進し、手続きの利便性を高めます。また、インバウンドのお客様や外国人労働者の方々に対しては、多言語対応スタッフによる丁寧な説明を行い、言葉の壁による不利益を防ぎます。
3. **意向把握と最適プランの推奨** お客様の年齢・家族構成・使用目的（業務/日常）を詳細にヒアリングし、AI 評価システム等の客観的データに基づいた最適なプランを提示します。「重要事項説明書」「注意喚起情報」を用い、免責事項（補償されない場合）についても重点的に説明します。
4. **マルチキャリアによる比較推奨** 損害保険ジャパン、三井住友海上等の取扱商品の中から、ロードサービスの内容や事故対応力など、各社の強みを中立的な視点で比較し、お客様の利益が最大化する商品を推奨します。

成果指標（KPI）

- クレジットカード払率：30.0%以上 （2026年2月末現在43.5%）
- 口振ペーパーレス登録率：60.0%以上 （2026年2月末現在66.6%）

- 自動車保険 長期契約率：70.0%以上 (2026年2月末現在70.7%)

方針 2. お客様への定期的なアフターフォロー【原則 2,5,6】

当社は「売って終わり」ではなく、万一の事故時こそ真価を発揮する組織体制を構築しています。

主な取組

1. 事故時の「ワンストップ」対応 事故発生時には、保険会社への連絡代行に加え、千葉県花見川区の自社整備工場および提携ネットワークを活かした「レッカー搬送」「修理」「代車（レンタカー）提供」を即座に手配します。
2. 満期管理と早期更改の徹底 満期日7日前証券作成率100%を目標とし、余裕を持った更新案内を行います。前年の契約内容をそのまま更新するのではなく、ライフスタイルの変化（お子様の免許取得、車両入替等）がないか必ず確認し、補償内容の見直しを提案します。※お客様の元に証券が届いていること。
3. 長期的なリスク管理サポート 主力事業である「自動車販売」および「リース」のお客様とは、数年単位の長期的な関係構築を目指します。CRMシステムを活用し、車両の車検時期や免許証の更新時期など、カーライフ全般に関わる情報提供を行います。

成果指標（KPI）

- 満期日7日前証券作成率：100% (2026年2月末現在 100%)

方針 3. 利益相反の適切な管理【原則 2,3,5,6】

当社はおお客様の利益を不当に害することがないように、適切な業務運営体制を整備しています。

主な取組

1. **推奨販売の適切性検証** 特定の保険会社や、手数料の高い商品に偏った販売を行っていないか、リスク・コンプライアンス室が定期的にモニタリングを行います。また、「なぜその商品を推奨したか」の記録を適正に残してあることを確認します。
2. **特定契約比率の管理** グループ会社や関連法人との取引（特定契約）について、法令で定める基準内に収まるよう比率を厳格に管理し、公正な募集活動を維持します。
3. **代理店手数料に左右されない提案** 保険会社からのインセンティブ評価や手数料ポイントのために、お客様の意向に反する商品を提案することは一切ありません。常に「顧客最適」を判断基準とします。

成果指標（KPI）

- 募集記録の点検実施回数：毎月実施

(2025年2月末：年1回実施 2026年度から毎月実施予定)

方針 4. お客様が負担する手数料等の明確化【原則 2,4,5,6】

当社は、お客様にご負担いただく保険料や費用について、透明性の高い説明を行います。

主な取組

1. **保険料の実質負担額の説明** 補償内容の違いによる保険料の差額や、長期契約・団体割引等の適用によるメリット・デメリットをシミュレーションを用いてわかりやすく説明します。
2. **事故時の自己負担額（免責）の周知** 特にレンタカー特約や車両保険において、万一の事故時にお客様が負担すべき「免責金額」について、契約締結前に十分な理解を求めます。
3. **付帯サービスの透明化** 保険以外のロードサービスや整備費用が発生する場合、事前に明確な見積もりを提示し、ご納得いただいた上でサービスを提供します。

成果指標（KPI）

- 内部監査の実施回数：年 1 回 （2026年2月末 年 1 回実施済）

- コンプライアンス研修 受講率：100%

(コンプライアンス担当者が各営業所に臨店 2026年2月末：社内研修年2回実施 2026年度3月から毎月実施)

方針 5. お客様の声を経営に活かす取組【原則 2,6,7】

お客様から寄せられた「お褒めの言葉」だけでなく「苦情・ご意見」を重要な経営資源と捉え、業務改善に活かします。

主な取組

1. NPS（顧客推奨度）調査の実施 車の買取りや販売、リースご契約のお客様にアンケートを実施し、当社のサービス品質を定量的に測定します。「また利用したい」「知人に勧めたい」と思っていただけレベルを目指します。
2. 改善事例の社内共有 毎月の全体会議において「お客様の声」を共有し、発生原因の分析と再発防止策を全社員で協議します。

成果指標（KPI）

- NPS（顧客推奨度）：代理店推奨度 95%以上 (2026年2月末 実績：90%)

方針 6. お客様本位の業務運営方針の浸透に向けた取組【原則 2,7】

「AI時代に選ばれる品質」を実現するため、社員教育と職場環境の整備に力を入れています。

主な取組

1. **コンプライアンスとガバナンスの強化** 2026年の法改正に対応するため、リスク・コンプライアンス室主導のもと、月次の自主点検とコンプライアンス研修を義務付けています。
2. **評価制度との連動** 営業成績（数字）だけでなく、業務品質（コンプライアンス、デジタル手続率、早期更改率）を人事評価に大きく反映させる仕組みを導入しています。

成果指標（KPI）

- Eラーニング実施・自主点検：毎月実施

(コンプライアンス担当者が各営業所に臨店 2026年2月末：社内研修年2回実施 2026年度3月から毎月実施)

(2026年3月からEラーニングの商品研修を加え毎月実施)

【プロダクトガバナンスに関する方針】

当社は、保険商品の販売会社として、保険会社（メーカー）が定めたプロダクトガバナンス方針に基づき、適切な販売ターゲット層に対して商品を推奨します。特に、インバウンド顧客や高齢者など配慮が必要なお客様に対しては、その特性に応じた分かりやすい情報提供を行い、販売後のモニタリングを通じて保険会社へのフィードバック（製販連携）に努めます。