

# 2024 年度 『お客様のための業務運営』 に関するご報告

『お客様のための業務運営』に関する 2024 年度（2024 年 9 月～2025 年 8 月）の取組み成果についてご報告いたします。

## 1. 顧客の最善の利益の追求

### 【具体的な取組①お客様の声の管理】（原則 2、原則 2-注 2、原則 7、原則 7-注）

弊社では、お客様 1 人 1 人の声が、私たちの目指すべき業務運営の基礎になると考えています。時代に適した業務運営を実現するために、会社に寄せられたお客様の声を毎日の朝礼にて社内全体で共有し、日々の業務改善や経営の改善に活かす取組みを行っています。

また、お客様の声を適宜業務運営に反映できるよう、毎月開催の全体会議で、お寄せいただいた苦情や要望等の発生要因の分析及び改善状況の確認を行っています。

さらに、お客様の声を自分本位な考えで報告しない、といったことがないよう、定期的なモニタリングを実施し、常に役職員全員で業務改善、経営改善に取り組む社内風土を構築しています。

### 【具体的な取組状況①お客様の声の管理】

区分	LA1（件）			LA2（件）		
	2024 年	2023 年	2022 年	2024 年	2023 年	2022 年
御殿場店	128	108	98	438	192	338
沼津店	78	74	52	500	379	326
サントムーン店	127	113	77	750	651	691
合計	333	295	227	1,688	1,222	1,355

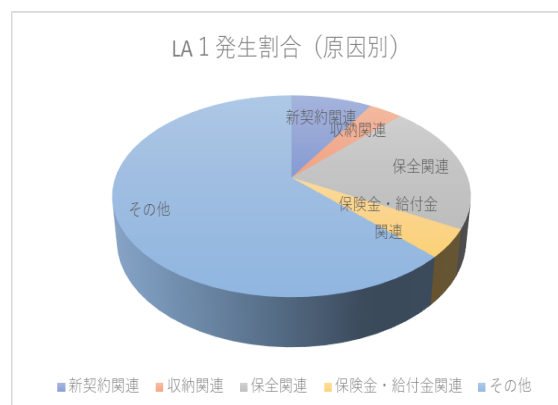
※言葉の定義

LA1：苦情、お叱り、解約、満期日以降更新をしない

LA2：要望、依頼、各種問い合わせ

### 【具体的な取組状況②お客様の声（LA1）の内容分析】

区分	件数（件）
新契約関連	29
収納関連	12
保全関連	69
保険金・給付金関連	15
その他	208
合計	333



お客様の声でいただいたご指摘事項についての具体的改善事例

区分	主な発生原因と改善事例
契約関連	<p>（主な発生原因）</p> <p>前半で最も多かったのは「契約引き受け関連」でしたが、後半は「説明が不十分」「事務取扱上の不注意」といったものがありました。</p> <p>「説明が不十分」については、特約の自動付帯に関する説明不足により、実際に自動車管理者賠償責任保険の事故が起こった際に、お客様が特約の保険金が支払われると誤解した事例や、火災保険で、風災時の免責金額が保険会社によって異なる点に関する説明不足の事例がありました。</p> <p>「事務取扱上の不注意」では、生年月日の誤記入の事例がありました。</p> <p>（改善事例）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「説明が不十分」に対する改善策について</li> </ul> <p>特約は保険会社により異なるケースが多く、慣れや思い込みをなくすために研修を行いました。免責金額の違いについても、保険会社に改定時期を確認し、お客様へ説明を行いました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「事務取扱上の不注意」に対する改善策について</li> </ul> <p>契約時は補償内容と保険料を複数回確認するとともに、運転免許証や車検証等を再確認し、入力ミス防止、特約・免責事項の詳細説明と書面での注意喚起を強化し、お客様との信頼関係の構築を図るため、契約内容を再確認します。</p>
収納関連	<p>（主な発生原因）</p> <p>前半は口座振替・送金関連が多くあり、具体的には、解約した契約の保険料が口座振替されている事例がありました。後半は、口座振替やコンビニ払い、請求書払いなど多様化する保険料の支払い方法の中、複数の保険にご加入のお客様が保険料の振込方法を誤る事例がありました。</p> <p>（改善事例）</p> <p>保険料の収納方法については、お客様に明確に伝え、複数の方法がある場合には、わかりにくくならないよう配慮いたします。</p>
保全関連	<p>（主な発生原因）</p> <p>前半で最も多かったのは、損害保険契約の満期時に更新しないという申し出（18件）でした。後半も、廃車や免許返納以外に、12件が他代理店で継続する（弊社では継続しない）という内容でした。理由は、前半と同じように、自動車販売店から保険を勧められたというものや、サントムーン店の閉店に伴い、利便性が悪くなり、知人から加入するといったものがありました。</p> <p>（改善事例）</p> <p>サントムーン店の閉店に伴い、既存店で引継ぎを行いました。今後もよりお客様とのコミュニケーションを深めるような工夫を行うとともに、AIを活用し、業務の改善・効率化のための取組みを強化していきます。ま</p>

	た、アフターフォローも十分に時間を取って行うよう努めてまいります。
保険金・給付金関連	<p>（主な発生原因）</p> <p>前半に多かった保険金支払関係ですが、保険会社から修理業者に保険金支払いに関する連絡がないなどの行き違いもありました。</p> <p>なお、近年は、自然災害も増え、保険金支払いの発生原因も複雑化・多様化しており、保険金の支払査定も難しくなっています。</p> <p>（改善事項）</p> <p>今年になり増えている落雷や自然災害で、原因のわかりにくい事故について、保険会社の査定部門への働きかけを行いました。弊社としては、お客様とのコミュニケーションの質を高め、より一層お客様に寄り添った対応を心がけてまいります。</p>
その他	<p>（主な発生原因）</p> <p>前半に多かった電話受付システムの変更による電話のつながりが悪いとのお申し出については、アプリの改善等により減少しました。解約申し出は64件でしたが、後半も引き続き同程度ありました。</p> <p>（改善事例）</p> <p>解約の申し出については、お客様の状況を定期的に確認し、適切な提案を行う過程で、お客様のご意向により保険会社を変更することもあります。損害保険の場合は、特に有無責や免責金額の誤認などで信頼関係が損なわれることがないように注意してまいります。また、お客様情報は速やかに更新し、不適切なDMを送付しないよう、迅速かつ丁寧に対応する体制を構築いたします。</p>

#### 【具体的な取組②アフターフォロー活動】（原則2、原則2-注2、原則6-注5）

弊社でご契約をいただいているお客様へ、現況確認もあわせた季節のお便り発送以外に、ご契約から一定期間を経過するお客様について、「ご要望チェックシート」の送付、または対面等にて、既契約内容をご案内しています。

#### 【具体的な取組状況②アフターフォロー活動】

区分	ご要望チェックシート（件）	
	案内数	要望あり
2023 年度 実施期間 2023 年 9 月～2024 年 2 月	256	26
2024 年度 実施期間 2024 年 9 月～2025 年 2 月	128	72
2025 年度 実施期間 2025 年 3 月～2025 年 8 月	683	30

#### ご要望シート対応

当期期間内にご返信いただいた全30件に関して、お客様からいただいたご要望チェックシートの記載内容について、毎日の朝礼にて社内全体で共有し、迅速・適切な対応を行っていることを確認しました。

なお、「要望あり」の件数が72件から30件に減少しましたが、これは、お客様からのご要望

チェックシートを Web のみでの返信に変更したことによるものです。

## 2. 利益相反の適切な管理

### 【具体的な取組】（原則3、原則3-注、原則7、原則7-注）

弊社は、企業の子会社等や金融機関の関連会社としての保険募集代理店とは異なる、独立した保険募集代理店です。設立以来、お客様に「不要な保険はお勧めしません」「決して保険契約の強要はいたしません」と宣言し、これを実践してまいりました。

上記宣言の実践のため、社内会議の定期開催、社内基準を満たしたメンバーで構成される推奨商品選定委員会の開催、コンプライアンス遵守のための確認テストを実施しています。また、社内の評価制度も、上記宣言の実践状況を評価項目とする態勢を整えています。

### 【具体的な取組の状況】

区分	会議・研修名称	2024 年度 上半期 実施回数
コンプライアンス関連	全体会議	12回
	確認テスト	3回 (2月：保険業法確認テスト) (7, 8月顧客情報管理規定)

※社内作成の確認テストは、全役職員が満点合格するまで繰り返し実施しています。

## 3. 手数料等の明確化

### 【具体的な取組】（原則4、原則5-注1）

弊社は、お客様のご意向に関わらず代理店手数料が高い商品を提案するような行為は行わず、保険会社のキャンペーンやインセンティブ等に左右されるような販売・推奨はいたしません。

この取組みを遵守していくために、委員選抜の基準を設けた推奨商品選定委員会を設け、年に2回これを開催し、推奨商品の選定方法や選定商品の見直し、また、その運営状況のモニタリングを実施しています。

なお、お客様からのご要望があれば、弊社が得る代理店手数料について、契約時に可能な限り開示いたします。

### 【具体手的な取組の状況】

区分	会議・研修名称	2024 年度 実施回数
推奨方針関連	推奨商品選定委員会	4回

## 4. 重要な情報の分かりやすい提供

### 【具体的な取組①】（原則5、原則5-注1,原則5-注3,原則5-注4,原則5-注5）

弊社は、複数の保険会社を取り扱う乗合代理店であり、ご相談いただくお客様へご提案する保険商品について、推奨理由を明確にお伝えする責任があります。

そのため、提案時には、すべてのお客様に対して、独自のチェックシートを利用してお客様のご意向を伺うとともに、その記録管理とモニタリングを徹底し、加えて、弊社の推奨販売に関わる規程通りに運営されているかの確認を定期的に行っています。

また、超高齢化社会・人生100年時代といわれる中、保険加入時はもちろん、加入後のフォローに関して、特に、高齢者（弊社基準：65歳以上）の案件や、乗換募集（現在の保険を解約または

減額させて新しい保険に加入すること）の案件については、注意が必要な活動と位置づけ、継続して管理・監督をしています。

【具体的な取組の状況】

区分	高齢者対応（件）			乗換募集（件）		
	2024 年	2023 年	2022 年	2024 年	2023 年	2022 年
殿場店	299	271	317	15	23	34
沼津店	130	115	149	4	1	2
サントムーン店	111	75	73	33	36	38
合計	540	461	529	52	60	74

高齢者対応

当期期間内全 540 件について、適切な高齢者対応（※注）がなされていることを確認しました。

（※注）65 歳以上の個人のお客様に対して、ご親族の同席対応や複数回面談を行う等の社内のルールを策定の上、募集記録管理の取組みを行っています。

乗換募集対応

当期期間内全 52 件について、適切な乗換募集対応（※注）がなされていることを確認しました。

（※注）すでに加入している有効な保険契約を解約（減額）して新しい同種類の保険加入をしていただく場合には、必ず不利益事項の説明を実施し、その記録を管理する取組みを行っています。

## 5. 顧客にふさわしいサービスの提供

【具体的な取組 特定保険契約の取扱い】（原則 6、原則 5、原則 5-注 3、原則 5-注 5）

弊社では、特定保険契約（金融商品取引法が準用される投資性の強い商品で、変額保険や外貨建保険が該当します。）について、特にお客様に誤認・誤解が起きやすい商品と考えています。お客様の知識、経験、財産の状況及び契約を締結する目的に照らして不適当な勧誘とならないよう取組みを強化しています。

具体的には、ご提案前の段階でのチェックシートを用いた適合性確認、お客様への丁寧な情報提供、ご契約後の継続的なアフターフォローを特に必要な活動と位置づけ、継続して管理・監督しています。

【具体的な取組状況① 特定保険契約のご提案前チェックシート利用状況】

区分	特定保険 提案件数	チェックシート 実施状況（件）	投資経験等がなく知識もないと答えた方の人数（人）
2021 年	19	19	12
2022 年	24	24	10
2023 年	20	20	6
2024 年	23	23	4

## 特定保険契約の取扱い対応

当期期間内に特定保険契約をご提案したお客様のなかで、投資経験等がなく知識もないと回答したお客様（全 4 件）について、社内規定に基づき、適切なリスク説明等を実施したうえで、商品提案がなされていることを確認しました。

### 【具体的な取組状況② 特定保険契約の契約後アフターフォロー活動状況】

区分	特定保険アフターフォロー結果				
	契約数	フォロー案内 発送数	要望ありの 返信数	フォロー 実施数	フォロー率
実施期間 2024 年 9 月～ 2025 年 2 月	419 法人 172 個人 247	271	41	258 法人 167 個人 91	61%

## 特定保険契約のアフターフォロー対応

計 419 件の変額保険・外貨建保険の契約者のうち、契約者が個人である 247 件について、フォロー案内を送付しました。うち 41 件から返信があり、フォロー対応を行いました。50 件については、電話または面談にてフォロー対応を行いました。契約者が法人である 172 件について、うち 167 件は、面談等の方法でフォロー対応を実施しました。

### 【具体的な取組状況③ 取り扱い保険会社との定期的な情報交換】

区分	取り扱い 保険会社数	打ち合わせ回数(回)
2024 年	13	156

## 6. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

### 【具体的な取組】（原則 7、原則 7-注）

弊社では、各店舗での募集状況の管理やコンプライアンスの遵守状況の点検だけでなく、業務部門の責任者による年間 4 回の自主点検（うち 1 回は顧問弁護士による外部監査）を行っています。

実施日	自主点検時の指摘事項/改善事例
2024 年 9 月 11 日 ※顧問弁護士 による外部監 査	<p>（主な指摘事項）</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・意向把握記録のシステムの入力、保管漏れ</li><li>・推奨理由のシステムへの入力漏れ</li></ul> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・個人情報記載のファイルがキャビネットの所定の場所がない</li><li>・個人情報のデータ加工時の操作ミスによりお客様の宛名誤りの発生</li></ul>

	<p>(改善事例)</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <p>意向把握記録や推奨提案記録も含めたお客様とのコンタクト履歴については、特に営業社員が外出先からの帰社後に入力をする時間がないといった課題がありました。改善策として営業社員にはボイスレコーダーを支給し、外出先等で発生したお客様対応の記録を録音して、そのデータを帰社後に文字起こしした文字データを入利用することで、営業社員の業務効率化をはかりつつ、記録漏れを防止する取組みを実施しています。</p> <p>■顧客情報管理</p> <p>上に記載の事例では個人情報の流出事案にはならなかったものの、書類の紛失や他人への契約情報の漏洩につながりかねない事案として社内会議で事案を共有し、再発防止の取組みについての確認を実施しました。</p> <p>所定のキャビネットへの保管・管理については、個人ロッカー等への顧客情報の保管（一時的なものも含む）を禁止し、データ加工時の操作ミスについては、複数人によるチェックを徹底しています。</p>
2025年 1月16日	<p>(主な指摘項目)</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・使用期限切れの商品パンフレットが残っている</li> </ul> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・持出管理簿の記入もれがある</li> </ul> <p>(改善事例)</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <p>取扱保険会社ごとに社内担当を決めて帳票（パンフレット含む）の改定情報や商品関連などの情報を社内周知していますが、各店舗にて管理していた帳票（パンフレット含む）についての改定案内から発注までを社内担当が一貫して行うこととしました。また、その方法についても、朝礼での周知とあわせて社内メールでの記録が残る形で、期限切れ帳票が速やかに廃棄され、最新の帳票との差し替えができるようよう運営しています。</p> <p>■顧客情報管理</p> <p>持ち出し管理簿の記録・管理については、人により記録漏れの差が生まれている実態を鑑み、記録漏れが多い社員については個別指導をするとともに、記録のチェック漏れの確認を別の社員にも協力をしてもらうことでその改善をしています。</p>
2025年 3月21日	<p>(主な指摘項目)</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・LL表の数と顧客ファイリングリストの数に相違がある</li> <li>・提案（プラン作成）・途中経過の案件について、ナンバリングをしていない</li> <li>・当初意向シートの添付がない</li> </ul> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客情報が古いままになっている</li> <li>・CSB顧客情報画面上で、<u>契約済の案件が見込み</u>のままになっている</li> <li>・保管が必要な書類をシュレッダーで廃棄した</li> </ul>

	<p>(改善事例)</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <p>ナンバリング管理をできるように徹底し、ヒアリングシートの取得が漏れることのないようにする。ヒアリングシート（当初意向）の作成・CSBへの添付を失念しないようにする（LL2で意向確認して提案の段階で記録を取るようにする）ため、定期的（1～2週間）に添付がされているか確認する。</p> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客情報に変更があった場合は、手順に従い最新の状態に修正する体制を構築します。</li> <li>シュレッダーにかける紙の廃棄方法を改め、本当に廃棄してもよいかの注意喚起を促すように、各店舗で手順を改めました。</li> </ul>
2025年 6月19日	<p>(主な指摘項目)</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>65対応で、39コールができていない</li> </ul> <p>※なお、親族同席が難しいお客様がいらっしゃいますが、その場合は、当該高齢者に対して、手続きを担当したスタッフの説明を理解しているかを別のスタッフが確認している</p> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>PCやタブレットで、古いデータ資料が残っている（これを使用した場合、お客様にご説明をするおそれがある）</li> </ul>
	<p>(改善事例)</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <p>全体会議で、65対応の基本ルールの再徹底を実施しました。</p> <p>■顧客情報管理</p> <p>全体会議で、当該状況のリスク共有とあわせて、改善行動の確認をしました。出退勤表等で、データの処理を片付け項目に入れるなどの工夫を実施し、不要なデータは削除するようにいたします。</p>

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」についての対象外項目

- ※1 原則5注2 パッケージ商品として販売する商品がないため、方針の対象としません。
- ※2 原則6注2 パッケージ商品として販売する商品がないため、方針の対象としません。
- ※3 原則6注3 金融商品の組成に携わることがないため、方針の対象としません。
- ※4 補充原則1 金融商品の組成に携わることがないため、方針の対象としません。
- ※5 補充原則2、注1、注2 金融商品の組成に携わることがないため、方針の対象としません。



※6 補充原則3、注1、注2、注3 金融商品の組成に携わることがないため、方針の

対象としません。

※7 補充原則4、注1、注2、注3 金融商品の組成に携わることがないため、方針の

対象としません。

※8 補充原則5、注1、注2 金融商品の組成に携わることがないため、方針の対象と

しません。

～お客さま本位の業務運営方針と金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係～

掲載・更新年月日 2025年11月28日				
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表				
金融事業者の名称		株式会社吉野エージェンシー		
■取組方針掲載ページのURL		https://www.yoshinoag.co.jp/information/5262		
■取組状況掲載ページのURL		https://www.yoshinoag.co.jp/information/5262		
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	1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組 ①お客様の声の管理,具体的な取組 ②アフターフォロー活動	1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組状況 ①お客様の声の管理,具体的な取組状況 ②アフターフォロー活動
	(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	1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組 ①お客様の声の管理,具体的な取組 ②アフターフォロー活動	1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組状況 ①お客様の声の管理,具体的な取組状況 ②アフターフォロー活動
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	実施	2.利益相反の適切な管理 具体的な取組	2.利益相反の適切な管理 具体的な取組の状況

	<p>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。</p>			
	<p>（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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・販売会社が、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</li> <li>・販売会社が、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</li> <li>・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</li> </ul>	実施	2.利益相反の適切な管理 具体的な取組	2.利益相反の適切な管理 具体的な取組の状況
原則 4	<p>【手数料等の明確化】</p> <p>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かを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。</p>	実施	3.手数料等の明確化 具体的な取組	3.手数料等の明確化 具体的な取組の状況
5 原則	<p>【重要な情報の分かりやすい提供】</p>	実施	4.重要な情報の分かりやすい提供	4.重要な情報の分かりやすい提供

	<p>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。</p>		<p>具体的な取組①</p>	<p>具体的な取組の状況</p>
	<p>（注1）重要な情報は以下の内容が含まれるべきである</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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てのものであると判断する理由を含む）</li> <li>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</li> </ul>	<p>実施</p>	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組①</p>	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組の状況</p>
	<p>（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・推奨等するには、個別に購入することが可能</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当について、※1に記載</p>	<p>非該当について、※1に記載</p>

	<p>であるか否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）。</p>			
	<p>（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。</p>	実施	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組①</p>	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組の状況</p>
	<p>（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、顧客において同種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。</p>	実施	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組①</p>	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組の状況</p>
	<p>（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</p>	実施	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組①</p>	<p>4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組の状況</p>

	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。			
原則 6	<p>【顧客にふさわしいサービスの提供】</p> <p>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。</p>	実施	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供</p> <p>具体的な取組 特定保険契約の取扱い</p>	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供</p> <p>具体的な取組状況① 特定保険契約のご提案前チェックシート利用状況、 具体的な取組状況② 特定保険契約の契約後アフターフォロー活動状況</p>
	<p>（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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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、長期的な視点も考慮した、適切なフォローアップを行うこと</li> </ul>	実施	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供</p> <p>具体的な取組 特定保険契約の取扱い</p>	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供</p> <p>具体的な取組状況① 特定保険契約のご提案前チェックシート利用状況、 具体的な取組状況② 特定保険契約の契約後アフターフォロー活動状況</p>
	（注 2）金融事業者は、	非該当	非該当について、※2に	非該当について、※2に

	複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等をする場合には、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。		記載	記載
	（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それに沿った販売がなされるよう留意すべきである。	非該当	非該当について、※3に記載	非該当について、※3に記載
	（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	5.顧客にふさわしいサービスの提供 具体的な取組 特定保険契約の取扱い	5.顧客にふさわしいサービスの提供 具体的な取組状況① 特定保険契約のご提案前チェックシート利用状況、 具体的な取組状況② 特定保険契約の契約後アフターフォロー活動状況
	（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	5.顧客にふさわしいサービスの提供 具体的な取組 特定保険契約の取扱い	5.顧客にふさわしいサービスの提供 具体的な取組状況① 特定保険契約のご提案前チェックシート利用状況、 具体的な取組状況② 特定保険契約の契約後アフターフォロー活動状況
7 原則	【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】	実施	6.従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	6.従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

	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動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。		具体的な取組	自主点検時の指摘事項改善事例
	（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	6.従業員に対する適切な動機づけの枠組み等 具体的な取組	6.従業員に対する適切な動機づけの枠組み等 自主点検時の指摘事項改善事例
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資質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。	非該当	非該当について、※4に記載	非該当について、※4に記載

<p>補充原則 2</p>	<p>【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。</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当について、※5に記載</p>	<p>非該当について、※5に記載</p>
<p>補充原則 3</p>	<p>（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。</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当について、※5に記載</p>	<p>非該当について、※5に記載</p>
	<p>（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</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当について、※5に記載</p>	<p>非該当について、※5に記載</p>



	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。			
	<p>【金融商品の組成時の対応】</p> <p>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。</p>	非該当	非該当について、※6に記載	非該当について、※6に記載
補充原則4	（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	非該当について、※6に記載	非該当について、※6に記載
	（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	非該当	非該当について、※6に記載	非該当について、※6に記載

	<p>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。</p>			
	<p>（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や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</p>	非該当	非該当について、※6に記載	非該当について、※6に記載

	情報等について、事前 に取決めを行うべきであ る。			
	<p>【金融商品の組成後の対 応】</p> <p>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 ているか等を検証し、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。</p>	非該当	非該当について、※7に 記載	非該当について、※7に 記載
補充 原則 4	<p>（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</p>	非該当	非該当について、※7に 記載	非該当について、※7に 記載

	<p>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。</p>			
	<p>（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な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。</p>	非該当	非該当について、※７に記載	非該当について、※７に記載
	<p>（注３）金融商品の組成に携わる金融事業者は、</p>	非該当	非該当について、※７に記載	非該当について、※７に記載

	<p>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にも連携すべきである。</p>			
	<p>【顧客に対する分かりやすい情報提供】</p> <p>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に、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。</p>	非該当	非該当について、※8に記載	非該当について、※8に記載
補充原則5	<p>（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</p>	非該当	非該当について、※8に記載	非該当について、※8に記載

	業務実績等を情報提供するべきである。			
	(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。	非該当	非該当について、※8に記載	非該当について、※8に記載

照会先    コンプライアンス部

電話：055-963-2392

Mail：info@yoshinoag.co.jp