

# 2025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2025年度（2025年9月～2026年2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）		
	2025年 前半	2024年 2023年	2023年 2022年	2025年 前半	2024年 2023年	2023年 2022年
御殿場店	81	128 108	108 98	312	438 192	192 338
沼津店	94	78 74	74 52	387	500 379	379 326
サントムーン店 (注)	0	127 113	113 77	0	750 651	651 691
合計	175	333 295	295 227	699	1,688 1,222	1,222 1,355

(注) サントムーン店は2025年8月18日をもって閉店したため、それ以降のLAのカウントはありません。

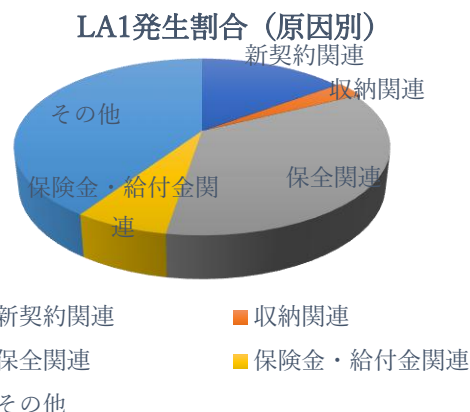
※言葉の定義

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	26
収納関連	5
保全関連	61
保険金・給付金関連	12
その他	71



### お客様の声でいただいたご指摘事項について

今期前半において、説明不足を原因とするお客様からのご指摘・苦情が6件発生いたしました。これらの事案は、当社の募集品質および事務処理における課題となります。全社員が商品知識を十分習得し、均一かつ高品質なサービスを提供することで、お客様との強固な信頼関係を再構築することが必要です。また、事務取扱上の不注意による苦情・指摘も6件確認されました。特に、契約者の生年月日の誤記や法人契約における代表者変更の反映漏れといった事務処理上の不備は、お客様からの信頼を損なう重大な事象です。お客様の不信を招くことのないよう、ヒアリング項目の見直しや事務処理プロセスの改善を早急に進め、お客様の最善の利益を勘案する義務を確実に履行する体制を一層強化してまいります。

### 《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>具体例 1</p> <p>事象：火災保険の更改時において、「保険料を安くしたい」とのお客様のご意向に基づき保険会社を変更した際、複数の保険会社の免責金額が異なる点を適切にお客様に十分にご説明せず、お客様が誤認されたまま更改手続きを進めていた事案が判明いたしました。これに対し、保険会社より募集品質の改善を求める指摘を受けました。本件は、申込書作成担当者と募集手続き担当者の役割分担における連携不足、及び募集手続き担当者による申込書内容の事前確認・照合の不徹底が主な原因です。また、申込書作成担当者の募集経験が浅く、保険業務に不慣れであったにもかかわらず、社内での十分なフォローアップ体制が構築されていなかったことも要因として挙げられます。</p> <p>改善事項：火災保険のヒアリングシート（個人・法人向け）を改訂のうえ、特に保険会社変更を伴う更改時には必ずこれを使用することをルール化し、全募集人に周知徹底しました。また、募集人間の連携における確認・照合プロセスおよび複数人で対応する際の責任分担と最終確認者の役割を明確化し、商品特性に関する知識研修を強化します。AIを活用した会話録音・意向抽出システムの導入を検討し、お客様のご意向把握と説明内容の記録を客観的に行うことで、募集品質の均一化と属人化防止を図ります。</p> <p>具体例 2</p> <p>事象：業務災害保険において、業種区分の不適切な取扱いにより、お客様に割高な保険料をご負担いただいていたる可能性のある事案が判明いたしました。過去の契約において、複数の業種区分が可能であったにもかかわらず、単一業種として全売上を保険料算出の基礎としていたため、説明不足によりお客様に過徴収が発生していた可能性が高いと判断いたしました。本件については既に保険会社と連携・協議し、お客様への返金・差額精算を完了いた</p>

	<p>しました。正しい業種区分と売上按分に基づき保険料を再計算し、お客様には丁寧にご説明の上、ご理解をいただいております。</p> <p>改善事項：業務災害保険の募集時においては、お客様の事業内容を深く理解するため、決算書等の客観的な企業情報をご提供いただくことを推奨し、多岐にわたる事業活動がある場合は、各業種の売上按分を含む詳細なヒアリングを義務化します。業務災害保険における業種区分の判定基準や、売上按分等の保険料算出に関する専門知識について、募集人研修を強化し、適切な募集が行われるよう徹底します。特に企業保険については、お客様の事業実態と契約内容が適合しているかをチェックし、誤りを未然に防止します。</p> <p>具体例 3</p> <p>事象：保険契約の更改時に、お客様が認識されている事業リスクと、現行契約の補償内容との間に乖離が生じていた事案が判明いたしました。本件は、更改手続きにおける意向確認の強化により早期に発見され、幸い実損の発生には至らず、重大なトラブルは回避できましたが、従来の担当者によるヒアリング不足とおお客様の業態の把握の不徹底が根本原因と認識しております。</p> <p>改善事項：更改時のみならず、全ての募集プロセスにおいて、お客様の「本来の目的」を明確に把握するための意向把握を徹底します。具体的には、リスクマップ等のツールを活用し、お客様の事業特性やライフステージに応じた潜在的リスクを視覚化することで、お客様自身がリスクを正しく認識できるよう支援します。お客様がリスクに対する最適な対処法（リスクの保有、回避、軽減、または保険への転嫁）を判断できるよう、客観的な資料を提供し、保険がその中でどのような位置づけとなるのかを平易な言葉で説明できるよう、教材等を用いたトレーニングを継続します。</p>
<p>収納関連</p>	<p>具体例 1</p> <p>事象：請求書払いのお客様において、保険料が払込期日を過ぎてから支払われたため、契約が始期に遡って失効し、万一この期間中に保険事故が発生した場合、保険金をお支払いできない可能性が生じた事案が発生いたしました（幸い、実際の保険金不払いは発生しておりません。）。</p> <p>改善事項：保険会社と協議し、新たな契約への保険料充当という形で迅速に対応し、お客様の補償を継続することができましたが、契約失効による補償の空白はお客様にとって重大な不利益となりうるため、払込期日前のお支払いについてお客様への周知を改めて徹底してまいります。</p> <p>具体例 2</p> <p>事象：案内はがきに掲載されたクレジットカード登録用 QR コードとマイページ登録用 QR コードの区別が分かりにくかったため、お客様が誤った QR コードを読み込み、登録手続きが完了しない事案が発生いたしました。サービスへの入り口となる案内デザインが、お客様にとって直感的に理解しにくい構成</p>

	<p>となっていたことが原因です。</p> <p>改善事項：今後は、保険会社と連携のうえ、お客様の視点に立ったデザインおよび案内文面の改善を速やかに実施してまいります。</p>
保全関連	<p>事象：満期時において、お客様のご契約 19 件が他社へ移行されました。流出の主な要因としては、自動車ディーラーや銀行等、他社からの勧誘による乗り換え（「断れなかった」という声）、保険料の安さを追求した他社（ネット通販を含む）への移行、特に高齢層における保険料上昇への不満、家族・友人・職場関係者からの紹介や勧誘、そして転居に伴う物理的な要因が挙げられます。これらの状況は、お客様の保険契約における意思決定プロセスが多様化しており、当社のサービスがお客様のニーズに十分応えられていない可能性を示唆しています。</p> <p>改善事項：他社への契約移行は、当社のサービスに対するお客様の不満や、当社の価値が十分に伝わっていなかった結果と重く受け止めております。全社員に対し、お客様一人ひとりに寄り添った一貫した高品質なサービスを提供できるよう、顧客対応に関する教育体制を抜本的に見直します。担当者が変更となる際には、お客様とのコミュニケーションが途切れることのないように配慮し、長期間同じ担当者が対応している顧客に対しても、慣れ合いによる形式的な対応に陥っていないか、定期的にサービス品質をチェックする仕組みを導入し、確認します。より詳細な情報（お客様の声、過去の提案履歴、接触記録など）を顧客管理システムに蓄積するよう強化し、個々の募集人に依存しない組織的な顧客状況の把握を可能にします。また、音声入力やモバイル端末を活用した記録システムの導入を検討し、記録の正確性と効率性を高め、募集人間の情報格差を解消します。</p>
保険金・給付金関連	<p>事象：事故発生時の初期対応の不備、および保険金請求手続きにおける進捗連絡の不足により、お客様から強い不満が表明される事案が発生いたしました。具体的には、早朝の自動車事故対応において、当社からの即時現場駆け付けが困難であったこと、その後の対応プロセスに関する不透明さにより、お客様に不安と不信感を与えてしまいました。また、保険金の支払い審査が長期化する中で、途中経過報告が滞り、お客様を長時間お待たせするケースも確認されました。</p> <p>改善事項：事故受付時においては、お客様の不安を軽減するため、保険会社と連携し、保険金支払いの可能性に関する初期判断を迅速に行い、お客様への説明を徹底します。また、当社が直接現場に赴けない状況下においても、お客様が適切な初期対応を受けられるよう、提携先との連携強化や情報提供の充実を図ります。保険金支払いが長期保留となっている案件については、その原因（保険会社との交渉状況、必要書類の未提出など）を含め、お客様に定期的又は随時進捗報告を行う管理体制を構築し、お客様への適切なフォローアップを行います。そのために、事故対応から保険金支払いまでの全プロセスにおける品質管理マニュアルを整備し、募集人及び担当者の役割・責</p>

任、対応手順を明確化し、サービス品質の向上に努めます。

**【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
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
2025年度 実施期間 2025年9月～2026年2月	229	6

**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研修を実施しています。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	2025年度 上半期 実施回数
コンプライアンス関連	全体会議	6回
	損保協会募集コンプライア ンガイド研修・自主点検ワーク シート作成	6回

**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。

**【具体的な取組の状況】**

区分	会議・研修名称	2025年度 実施回数
推奨方針関連	推奨商品選定委員会	1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）		
	2025年前半	2024年	2023年	2025年前半	2024年	2023年
御殿場店	261	299	271	1	15	23
沼津店	60	130	115	2	4	1
サントムーン店	0	111	75	0	33	36
合計	321	540	461	3	52	60

**高齢者対応**

当期期間内全321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が各保険会社の高齢者区分が「70歳以上」に改正されたため2026年4月より当社も70歳以上に変更します。

## 乗換募集対応

当期期間内全3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）
2023年	23	23	4
2024年	13	13	0
2025年（9月～ 2026年2月）	11	11	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 2025年9月～ 2026年2月	470 法人181 個人289	289	20	201 法人160 個人41	43%

## 特定保険契約のアフターフォロー対応

計 470 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 289 件について、フォロー案内を送付しました。うち 20 件から返信があり、フォロー対応を行いました。契約者が法人である 181 件について、うち 160 件は、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)
2025 年	13	78

## 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
2025 年 9 月 22 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指摘事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・会社案内について、最新の状況と相違してる箇所がある。</li> <li>・Web 面談時における個人情報保護方針の署名（同意取得）がない。</li> </ul> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客情報の持出簿で持ち帰りのチェック漏れがある。</li> <li>・法人代表者変更や車両入替時の登録番号誤りが発生している。</li> </ul> <p>（改善事例）</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現行の会社案内を全点確認し、最新版が反映されていないものは回収・差替えを実施する。また、定期確認を制度化し、デジタル活用を検討する（QR コードで最新版へ誘導する仕組みや、ホームページと連動させる運用により紙媒体の版ズレを抑制する）。</li> <li>・Web 面談における同意取得と記録保全</li> </ul> <p>面談前お個人情報保護方針の説明・同意取得は、電子署名が利用できない場合でも以下のいずれかで同意の証跡を残す。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.面談後のメールによる同意返信の取得</li> <li>2.面談の録音による口頭同意の記録と文字起こしの保存</li> </ol> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客情報の持出時の運用強化</li> </ul>

	<p>1.専用カバンを使用し、顧客情報は必ず専用カバンに入れて持ち出す運用とする。</p> <p>2.返却時は持出者以外の者と声がけを実施しカバンは返却時に空にして保管する運用を徹底する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・登録情報の精度向上（法人代表者・車両登録番号）</li> </ul> <p>1.情報入力・変更時は入力者が確認者へチェックを依頼する。</p> <p>2.車両番号等は原本（車検証等）をデジタル化し読み取ることを検討する。</p> <p>3.変更時はお客様へ変更内容の確認依頼を明示する運用とする。</p>
<p>2025年 12月26 日</p>	<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>・使用頻度の少ないパンフレットで期限切れが発生している。</li> <li>・失効防止・復活勧奨対応が不十分である。</li> </ul> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・管理台帳に登録にない書類が保管されていた。</li> <li>・個人使用ロッカー内に個人情報に記載されたメモが保管されていた。</li> </ul> <p>（改善事例）</p> <p>■募集コンプライアンス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・パンフレット等は少なくとも四半期ごとに現物確認を行い、期限切れや差替え対象を早期に把握する。</li> <li>・差替え案内を受領したら、「受領→差替え作業→完了報告→台帳更新」のワークフローで対応を標準化する。可能な限りペーパー類をデジタル化し、紙媒体の使用を抑制することを検討する。</li> <li>・失効防止・復活勧奨については、スケジュールと実行計画を策定し、優先順位付け・時間確保・AIの活用等により、効率的に対応する。</li> </ul> <p>■顧客情報管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台帳未記載の書類は棚卸を行い、速やかに台帳へ追記する。追記時には現物確認者の署名・日付を必須とし、登録前の保管を禁止する。未記載の原因を調査し、再発防止策を講じる。</li> <li>・ロッカー内のメモは回収し、必要情報は所定の保管場所へ移行、不要情報は機密文書としてシュレッダー処理を行い、該当者から事情を聴取し、再度、ロッカー一点検を実施した。</li> </ul>

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12月4日

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		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/company/fiduciary-duty		
■取組状況掲載ページの URL		'https://www.yoshinoag.co.jp/information/6031		
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.顧客の最善利益の追求に向けた取り組み ①お客様の声の管理,②アフターフォロー活動の充実	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	実施	1.顧客の最善利益の追求に向けた取り組み ①お客様の声の管理,②ア	1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組状況

	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。		フターフォロー活動の充実	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	<p>【利益相反の適切な管理】</p> <p>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。</p>	実施	2.利益相反の適切な管理	2.利益相反の適切な管理 具体的な取組の状況
	<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>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</li> <li>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</li> </ul>	実施	2.利益相反の適切な管理	2.利益相反の適切な管理 具体的な取組の状況

	<ul style="list-style-type: none"> <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>			
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	3.手数料等の明確化 具体手的な取組の状況
原則5	<p>【重要な情報の分かりやすい提供】</p> <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>	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 具体的な取組の状況
	<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> </ul>	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 具体的な取組の状況

	<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た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>（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）。</p>	非該当	非該当について、※1に記載	非該当について、※1に記載
	（注3）金融事業者	実施	4.重要な情報の分かりや	4.重要な情報の分かり

	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。		すい提供	やすい提供 具体的な取組の状況
	(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。	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 具体的な取組の状況
	(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	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 具体的な取組の状況
6 原則	【顧客にふさわしいサービスの提供】	実施	5.顧客にふさわしいサービスの提供	5.顧客にふさわしいサービスの提供

	<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>			<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、長期的な視点にも配慮した、適切なフォローアップを行うこと</li> </ul>	<p>実施</p>	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供</p>	<p>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</p>
	<p>(注2) 金融事業者</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当について、※2に</p>	<p>非該当について、※2</p>

	<p>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。</p>		記載	に記載
	<p>(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。</p>	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
	<p>(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。</p>	実施	5.顧客にふさわしいサービスの提供	<p>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</p>
	<p>(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</p>	実施	5.顧客にふさわしいサービスの提供	<p>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</p>

	<p>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。</p>			<p>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。</p>	<p>実施</p>	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供</p>	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供 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</p>
	<p>(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</p>	<p>実施</p>	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供</p>	<p>5.顧客にふさわしいサービスの提供 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</p>

	定等に活用すべきである。			
原則7	<p>【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】</p> <p>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。</p>	実施	6.従業員への適切な動機付け	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
	<p>(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。</p>	実施	6.従業員への適切な動機付け	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	<p>【基本理念】</p> <p>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</p>	非該当	非該当につき※4に記載	非該当につき※4に記載

	<p>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。</p>			
補充原則2	<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>	非該当	非該当につき※5に記載	非該当につき※5に記載
	<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</p>	非該当	非該当につき※5に記載	非該当につき※5に記載

	<p>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>(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。</p>	非該当	非該当につき※5に記載	非該当につき※5に記載
補充原則3	<p>【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</p>	非該当	非該当につき※6に記載	非該当につき※6に記載

	<p>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>			
	<p>(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。</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当につき※6に記載</p>	<p>非該当につき※6に記載</p>
	<p>(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</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当につき※6に記載</p>	<p>非該当につき※6に記載</p>

	<p>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情報等について、事前に取決めを行うべきである。</p>	非該当	非該当につき※6に記載	非該当につき※6に記載
補充原則4	<p>【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</p>	非該当	非該当につき※7に記載	非該当につき※7に記載

	<p>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>			
	<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きない場合には、金融商品の改善、他の</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当につき※7に記載</p>	<p>非該当につき※7に記載</p>

	<p>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</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当につき※7に記載</p>	<p>非該当につき※7に記載</p>

	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。			
	(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にも連携すべきである。	非該当	非該当につき※7に記載	非該当につき※7に記載
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。	非該当	非該当につき※8に記載	非該当につき※8に記載
	(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	非該当	非該当につき※8に記載	非該当につき※8に記載

	<p>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。</p>			
	<p>(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。</p>	<p>非該当</p>	<p>非該当につき※8に記載</p>	<p>非該当につき※8に記載</p>

照会先 コンプライアンス部

電話：055-963-2392

Mail：info@yoshinoag.co.jp