

---

# 「顧客中心主義に基づく業務運営方針」 に関する取り組み結果（2024年度）



当社は、2017年6月29日に「顧客中心主義に基づく業務運営方針」を策定・公表し、推進してまいりました。このたび2024年度における主な取り組み状況を以下の方針毎に取りまとめましたので、公表いたします。詳細は次頁以降の通りです。

### 顧客中心主義に基づく業務運営方針

方針1. 「顧客中心主義」の徹底

方針2. 「お客様の声」を活かす取り組み

方針3. 最適な保険商品・サービスの提供

方針4. 分かりやすい情報提供

方針5. 利益相反取引の適切な管理

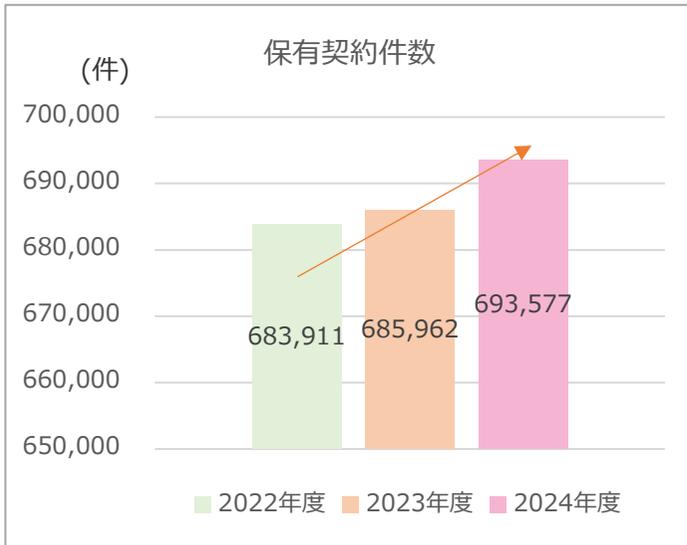
方針6. 本方針を役職員に浸透させる仕組み

(本方針は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に照らして策定しております。原則との関係は、8ページ以降の対応関係表をご確認ください。)

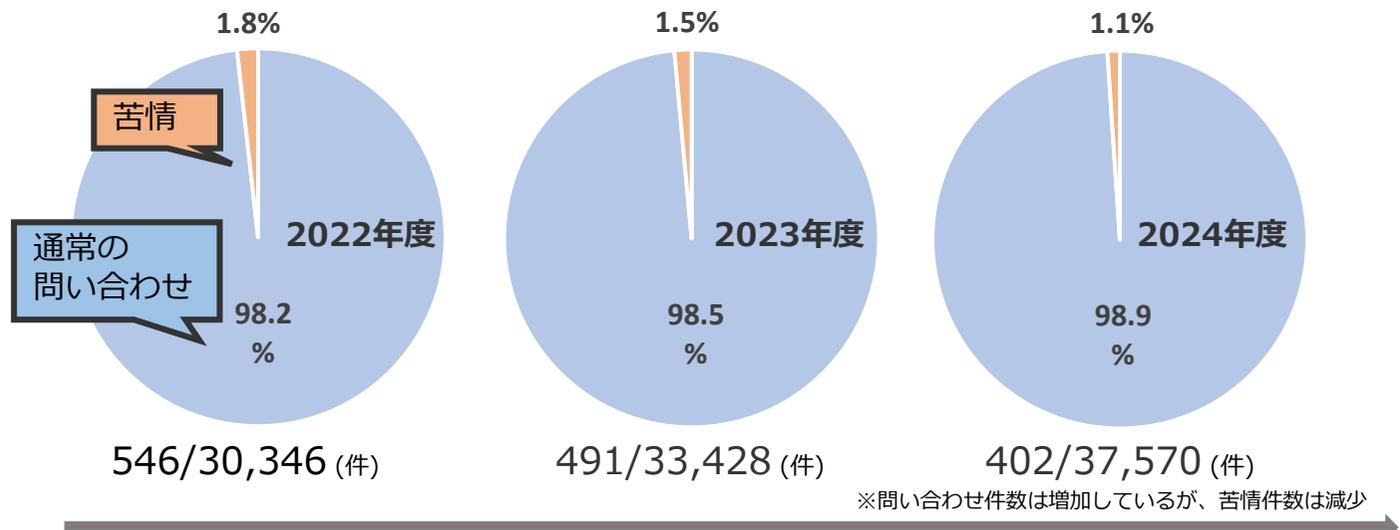
当社はおお客様の満足度向上が保有契約件数の上昇に資すると考え、年度ごとの「問い合わせ件数に対する苦情件数の割合」の推移を、取り組みの進捗度合いを測る指標の一つとして設定し、総合指標(KPI)としてモニタリングしております。

問い合わせのうち、苦情の割合を減少させることを目指し、継続的な改善に努めてまいります。

#### ■ 取り組み状況と成果指標



#### ■ 年度別の問い合わせ件数と苦情の占める割合



## 方針1 「顧客中心主義」の徹底

当社は、正しい倫理的価値観を持ってお客様に誠実かつ公正に対応し、お客様に満足いただける良質なサービスを常に提供できるよう、「顧客中心主義」の徹底に努めてまいります。

### 主な取り組み内容

- ・「顧客中心主義」の徹底を推進する取り組み

当社では、「行動指針」を定め、お客様の利益を最優先事項として行動します。

### 行動指針

・人と社会に対してフェアに向き合う ・誇りと情熱を持って仕事に取り組む ・お客様本位の姿勢を常に大切にする

- ・CSR（企業の社会的責任）

当社では、社会の一構成要素としての社会性を認識し、さまざまなステークホルダー（利害関係者）の要請に応えながら、社会の維持・発展に貢献していくとともに、「顧客中心主義」の基本に基づき、社会的信用の獲得に向けた事業を展開します。

### ■2024年度の主な取り組み結果

- ・V-IVR導入と事故対応の内製化拡大によるお客様の負担軽減と手続きの迅速化

異動解約センター、事故受付センターでは、従来入電時にすべてオペレーターが対応していました。2024年8月より、V-IVRの導入により有人対応以外にSMSを経由した24時間対応の解約・事故それぞれの受付サイト上の手続きを案内できるようになったことで、混雑により電話が繋がらなくなるケースが減少しました。

また、事故対応の内製化対象を拡大することで、より丁寧な事故対応とスムーズな手続きが行えるようになりました。

- ・各企業、団体への支援 以下のCSR活動を実施

- ・オレンジリボン運動（子ども虐待防止運動）への参加

<https://www.orangeribbon.jp/>

- ・チャンス・フォー・チルドレンへの支援

<https://cfc.or.jp/>

## 方針2 「お客様の声」を活かす取り組み

当社は、お客様からいただいた声を真摯に受け止め、誠意をもって適切かつ迅速に対応するとともに、有益な経営情報源として業務の改善につなげ、お客様の利便性向上に努めてまいります。

### ■主な取り組み内容

#### ・「お客様の声」の対応管理体制の構築

当社では「お客様相談室」を設け、お客様からのご意見、ご不満、ご要望等をお受けし、関係部門と連携して迅速な問題解決に努めています。また、お客様からの貴重なご意見等は社内の各部門および取締役会で情報を共有し、当社の商品、サービス、業務プロセスの改善に活かします。

### ■2024年度の主な取り組み結果

#### ・お客様からいただいた声に基づく主な業務改善

お客様の声	契約の解約の際、異動解約センターへ何度も電話をしてもつながらず、すぐに連絡ができなかったとのご意見をいただきました。
対応の内容	2024年8月よりV-IVRを導入し、入電に対し従来の電話対応のほか、解約受付サイトでの手続きも案内できるようになりました。
お客様の声	事故発生の際、事故受付センターへ何度も電話をしてもつながらず、すぐに連絡ができなかったとのご意見をいただきました。
対応の内容	2024年8月よりV-IVRを導入し、入電に対し従来の電話対応のほか、事故受付サイトでの手続きも案内できるようになりました。

### 方針3 最適な保険商品・サービスの提供

当社は、革新的な発想でお客様のニーズに応える商品の開発に努めるとともに、ほかの保険会社等との提携により商品ラインアップやサービスの拡充に取り組みます。

#### ■ 主な取り組み内容

##### ・お客様のニーズに応える商品の開発

お客様の声を収集し、ご要望を反映しながらお客様のニーズに応える商品開発を積極的に行います。

##### ・お客様のニーズに応えるための商品ラインアップの拡充

自社での商品開発だけではなく、ほかの保険会社の商品を代理店として取り扱うことで商品ラインアップを拡充し、お客様のニーズにお応えできるよう努めます。

#### ■ 2024年度の主な取り組み結果

##### ・『みんなのe-bike保険』を販売開始

スポーツバイクに電動アシストユニットを搭載したe-bikeの市場拡大に伴い、「みんなのe-bike保険」の取り扱いを2024年10月より開始しました。この保険は、交通事故による車両の全損・半損や盗難の被害からe-bike本体を守ります。

##### ・『みんなのバイク保険』の盗難・水災補償の対象年齢制限を撤廃

従来は25歳未満では加入できなかった「みんなのバイク保険」盗難・水災補償について、2025年3月から加入できるようになりました。

##### ・代理店を通じた販売態勢の整備

当社は代理店を通じた販売を主としており、代理店がお客様に最適な保険商品・サービスの提供を行っているか、保険募集業務が適正に行われているかを確認するため、当社社員による「代理店点検」、リスク・コンプライアンス室による「代理店監査」、および内部監査部による実施状況の確認という、スリーディフェンスラインのチェック態勢で、代理店の法令等遵守状況や業務遂行状況の実態を把握するとともに、業務適正化の指導を行っています。2024年度も、代理店点検の実施によって代理店の法令等遵守状況や業務遂行状況を把握するとともに、必要に応じて業務適正化の指導を行い、適切な保険募集態勢の整備を行っています。

## 方針4 分かりやすい情報提供

当社は、お客様がご自身のご意向に沿った保険商品・サービスを選択することができるよう、保険商品・サービス等に関する重要な情報について、お客様の立場に立った分かりやすく丁寧な説明に努めてまいります。

### ■ 主な取り組み内容

#### ・ 提供する情報の充実

当社では、当社の契約者、代理店、株主をはじめ、一般消費者および地域社会の皆様が当社事業内容をご理解のうえ、適正なご評価をいただくために、ディスクロージャー誌ならびにウェブサイトで、当社の事業に関する重要な情報の適切な開示に努めます。また、当社のコーポレートサイトには、商品・サービス・お手続き方法や会社情報、当社からのお知らせを掲載します。

#### ・ 情報の分かりやすさへの配慮

分かりやすい募集資料を作成するため、商品パンフレット等の作成にあたっては、イラストで表現することで補償内容および保険金のお支払い事例を直感的にご理解いただけるよう工夫し、文字サイズ、色、レイアウトなどに配慮を行い、必要な情報を分かりやすくお伝えできるように努めます。

### ■ 2024年度の主な取り組み結果

#### ・ 満期直前のSMSご案内送付

これまでは、契約の満期が到来後にSMSによる加入案内を送付していましたが、2024年6月から満期日直前の案内を追加し、更新サイトへ誘導することで、契約者が保険期間の途切れなく、その場で更新手続きを行えるようになりました。

#### ・ 分かりやすい商品やお手続きの説明

当社の保険商品やお手続きをより多くの人へ認知してもらうため、コーポレートサイトの申込ページや商品紹介ページをお客様にとって分かりやすくなるよう改善を繰り返し、また異動解約等各種お手続きについて利便性向上に努めました。

- ・ 家財保険商品の「みんなの部屋保険G4」について文字を拡大した重要事項説明書を新たに作成しました。
- ・ 文字の大きさやレイアウトを見やすいように変更しました。
- ・ 不備が一定数発生するため、記入例を添付しました。

## 方針5 利益相反取引の適切な管理

当社は、お客様の利益が不当に害されることのないよう「利益相反管理方針」を定め、利益相反の可能性を適切に把握し、管理・対応できる態勢を整備します。

### ■ 主な取り組み内容

#### ・ 「利益相反管理方針」の策定・公表

当社では、利益相反取引の報告および措置に関する基本事項を「利益相反管理方針」に定め、社内外への周知を行います。

#### ・ 利益相反管理態勢の確保

当社では、独立した利益相反管理統括部署を設置し、適切な利益相反管理態勢の確保に努めます。

### ■ 2024年度の主な取り組み結果

#### ・ 利益相反管理統括部署による管理

当社の「利益相反管理方針」に従い、利益相反管理の対象となる法人を適切に管理・メンテナンスのうえ随時公表するとともに、利益相反管理統括部署による取引の管理を継続して行い、適切な利益相反管理態勢の確保に努めました。

#### ・ 適切な保険募集管理態勢の整備

当社はグループ会社を含む他社の代理店としても保険商品を販売していることから、「推奨販売方針」を定めて当社コーポレートサイトで公開しています。ご案内可能な保険商品が複数存在する場合、保険募集を行う当社および当社役職員がお客様のご意向に基づいて商品を絞り込み、または特定の商品を提示・推奨する場合における推奨理由や基準を定める等、利益相反が生じないよう適切な保険募集管理態勢を整備しております。

## 方針6 本方針を役職員に浸透させる枠組み

当社は、各種研修や目標評価制度の整備等を通じ、全役職員に対して「顧客中心主義」の徹底に向けた持続的な自己変革を促し、お客様中心の業務運営を推進してまいります。

### ■主な取り組み内容

#### ・コンプライアンス研修の実施

事業年度ごとにコンプライアンス・プログラムを策定し、全役職員を対象とした、コンプライアンス（法令等遵守）研修を実施します。

### ■2024年度の主な取り組み結果

#### ・コンプライアンス研修の実施

2024年度コンプライアンス・プログラムを取締役会が策定し、コンプライアンス研修を全役職員を対象として実施しました。

また、2024年度に入社した社員に対しては、入社研修時にコンプライアンス研修を実施しています。

#### ・カスタマーサービス部門での研修実施

高品質なサービスを提供するため、部署内で保険商品等についての研修を導入し、専門性の高い人材を育成しています。また、お客様からのお問い合わせを基にした顧客対応資料を部門内で運用することで、お客様の特性に配慮した対応を正確かつ迅速に行うよう努めています。

## 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	SBI日本少額短期保険株式会社
■取組方針掲載ページのURL：	<a href="https://www.n-ssi.co.jp/about/fiduciaryduty.html">https://www.n-ssi.co.jp/about/fiduciaryduty.html</a>
■取組状況掲載ページのURL：	<a href="https://www.n-ssi.co.jp/pdf/fiduciaryduty/result/2024.pdf">https://www.n-ssi.co.jp/pdf/fiduciaryduty/result/2024.pdf</a>

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	<b>【顧客の最善の利益の追求】</b> 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	方針「お客様の声」を活かす取り組み	P3.方針2「お客様の声」を活かす取り組み ■2024年度の主な取組結果
	(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	方針「顧客中心主義」の徹底	P2.方針1「顧客中心主義」の徹底 ■2024年度の主な取組結果
原則 3	<b>【利益相反の適切な管理】</b> 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	方針 利益相反取引の適切な管理	P6.方針5 利益相反取引の適切な管理 ■2024年度の主な取組結果
	(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	方針 利益相反取引の適切な管理	P6.方針5 利益相反取引の適切な管理 ■2024年度の主な取組結果

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 4	<p><b>【手数料等の明確化】</b>            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>	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
原則 5	<p><b>【重要な情報の分かりやすい提供】</b>            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	方針 分かりやすい情報提供	P5.方針4 分かりやすい情報提供 ■2024年度の主な取組結果
	<p>(注1)</p> <p>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</p>	実施	方針 利益相反取引の適切な管理	P6.方針5 利益相反取引の適切な管理 ■2024年度の主な取組結果
	<p>(注2)</p> <p>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>	実施	方針 分かりやすい情報提供	P5.方針4 分かりやすい情報提供 ■2024年度の主な取組結果
	<p>(注3)</p> <p>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	方針 分かりやすい情報提供	P5.方針4 分かりやすい情報提供 ■2024年度の主な取組結果

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 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	方針 分かりやすい情報提供	P5.方針4 分かりやすい情報提供 ■2024年度の主な取組結果
	(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	方針 分かりやすい情報提供	P5.方針4 分かりやすい情報提供 ■2024年度の主な取組結果
原則 6	【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	方針 最適な保険商品・サービスの提供	P4.方針3 最適な保険商品・サービスの提供 ■2024年度の主な取組結果
	(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	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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。	実施	方針 最適な保険商品・サービスの提供	P4.方針3 最適な保険商品・サービスの提供 ■2024年度の主な取組結果
	(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。	実施	方針 最適な保険商品・サービスの提供	P4.方針3 最適な保険商品・サービスの提供 ■2024年度の主な取組結果

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 6	(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。	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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	方針 本方針を役職員に浸透させる枠組み	P7.方針6 本方針を役職員に浸透させる枠組み ■2024年度の主な取組結果
	(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。	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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。	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
原則 7	【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。		実施	方針 本方針を役職員に浸透させる枠組み	P7.方針6 本方針を役職員に浸透させる枠組み ■2024年度の主な取組結果
	(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	方針 本方針を役職員に浸透させる枠組み	P7.方針6 本方針を役職員に浸透させる枠組み ■2024年度の主な取組結果

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
補充原則 1	<p><b>【基本理念】</b> 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。</p>	実施	方針「顧客中心主義」の徹底	P2.方針1「顧客中心主義」の徹底 ■2024年度の主な取組結果
補充原則 2	<p><b>【体制整備】</b> 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>	実施	方針 最適な保険商品・サービスの提供	P4.方針3 最適な保険商品・サービスの提供 ■2024年度の主な取組結果
	<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>	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	<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	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
補充原則 3	<p><b>【金融商品の組成時の対応】</b> 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>	実施	方針 最適な保険商品・サービスの提供	P4.方針3 最適な保険商品・サービスの提供 ■2024年度の主な取組結果

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	
補充原則 3	(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	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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。	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
補充原則 4	<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。</p> <p>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>	実施	<p>方針「お客様の声」を活かす取り組み</p> <p>方針 最適な保険商品・サービスの提供</p>	<p>P3.方針2「お客様の声」を活かす取り組み</p> <p>■2024年度の主な取組結果</p> <p>P4.方針3 最適な保険商品・サービスの提供</p> <p>■2024年度の主な取組結果</p>	

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
補充原則 4	(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	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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。	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
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	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください

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	
補充原則 5	(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。	非該当	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください
	(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	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください	※「金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則』と当社『顧客中心主義に基づく業務運営方針』との関係について」をご参照ください

※金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「顧客中心主義に基づく業務運営方針」との関係について

原則4、原則6(注1)(注4)(注6)(注7)および補充原則2(注1)(注2)、補充原則3(注1)(注2)(注3)、補充原則4(注1)(注2)(注3)および補充原則5のすべてについては、投資・貯蓄を目的とした保険商品や、複雑またはリスクの高い金融商品の取り扱いがなく、また、サービスの対価として顧客が手数料を負担することがないため、当社方針の対象としておりません。

【照会先】

部署	経営企画部
連絡先	06-6485-6000