

2023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2023年度（2023年9月～2024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）		
	2023年	2022年	2021年	2023年	2022年	2021年
御殿場店	108	98	133	192	338	670
沼津店	74	52	93	379	326	709
サントムーン店	113	77	62	651	691	642
合計	295	227	288	1,222	1,355	2,021

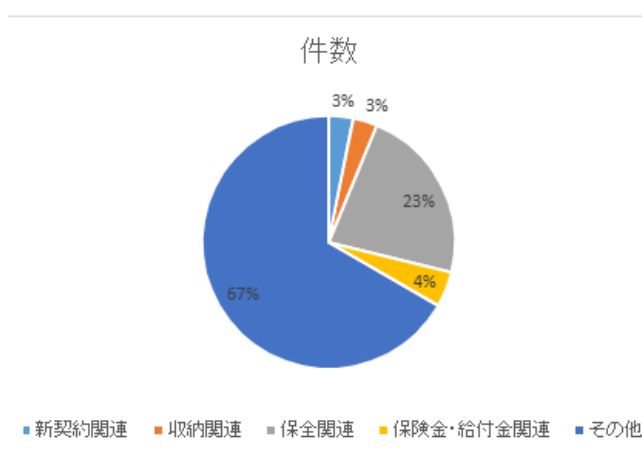
※言葉の定義

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	9
収納関連	9
保全関連	65
保険金・給付金関連	13
その他	192
合計	288



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
新契約関連	<p>主な発生原因)</p> <p>最も多かった事例は「説明不十分」でした。</p> <p>具体的な事例としては、①加入する団体や制度の維持・運営に必要な制度維持費について、説明不十分により、保険料との合算請求時にお客様からご質問をいただいた事案や、②手続き後に保険会社等より送付されてきた書類のなかでマイナンバーの申告依頼があったがなぜ必要なのかわからないというものがありました。</p> <p>改善事例)</p> <p>①制度維持費について</p> <p>社内会議で、保険料以外に発生する制度維持費が必要な保険商品について、インボイス制度に関する記載箇所の確認を実施し、漏れなく説明が実施できるよう社内研修を実施しました。</p> <p>②マイナンバーの申告について</p> <p>社内会議で、保険金などの支払い時に保険会社がお客様のマイナンバーを支払調書に記入することが必要なケースがあること、マイナンバーの申告が必要な可能性のある契約手続き後に契約者宛に申告依頼書類が発送されることを確認して、これらの理由の説明が実施できるよう社内研修を実施しました。</p>
収納関連	<p>主な発生原因)</p> <p>最も多かった事例は控除証明書関係でした。</p> <p>控除証明書の発送方法や発送スケジュールが保険種目ごと等で異なる場合があり、その説明漏れにより、お客様に控除証明書が郵送されてきていない等のご心配をおかけする事案がありました。</p> <p>改善事例)</p> <p>保険料控除の対象となる契約手続きをしていただいたお客様には、初年度、2年度目以降の控除証明書の発送スケジュールを漏れなく伝えることの重要性について、社員全員参加の全体会議で、改めて周知徹底しました。今後も、定期的に社内研修の中で取り上げていく予定です。</p>
保全関連	<p>主な発生原因)</p> <p>最も多かった事例は、損害保険契約の満期時に更新をしないとの申出をいただいた事案（58件）でした。</p> <p>そのうち、免許返納や廃車等が17件、残りの41件については、他代理店等で継続するという理由でした。自動車の購入時に、自動車販売店から、一緒に自動車保険をすすめられて加入した、といった事例や、弊社の営業職員の退職に伴い、その知人である契約者が、当該営業職員の転職先の代理店で継続契約を選択したといった事例が多くありました。</p> <p>改善事例)</p>

	<p>多くのお客様が多種目の保険（生命保険・損害保険）に加入している中で、保険商品は一般的に長期にわたる経済的リスクを補完するものであるため、保険加入時また加入後においても、その時々のお客様の状況を継続的に把握して適切なプランニングを行うことが必要であると弊社は考えています。昨今多くの保険加入チャンネルが存在していますが、有事の際に加入している保険が分からないなどのお声を多く聞くことがあります。</p> <p>お客様が保険加入の際にどのチャンネルを選択するのかは、当然お客様の裁量によりますが、弊社は複数の生命保険会社・損害保険会社を取り扱う乗合代理店であり、そのメリットをお客様に最大限活用していただくために、以下の取組みを改善項目として実践しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・担当変更の際にも安心して継続して保険契約をお任せいただくための、複数募集人による同行（同席）面談の実施 ・お客様管理システムに都度の面談等の履歴を記録することによる、長期にわたる関係性の強化 ・お客様の声を即座に社内共有してフィードバックできる環境作り
<p>保険金・給付金関連</p>	<p>主な発生原因)</p> <p>最も多かった事例は、損害保険商品における保険金等支払手続関係でした。</p> <p>主なものとして、事故対応が遅いといったご不満、対応進捗状況が分からないといったお声でした。</p> <p>改善事例)</p> <p>事故対応が遅い、対応進捗状況が分からないというお客様からのお声について、その事件事案ごとに、今後の大まかな流れや連絡頻度について、初動対応時に弊社または保険会社からお客様にお伝えすることで改善しています。また、保険商品によっては、保険会社が提供する Web 上のマイページ登録等を行うことで事故の対応進捗状況等をお客様自身で確認できるサービスも提供されており、契約手続き時等に、当該サービスをご紹介します。</p> <p>上記改善行動に加えて、保険商品提案時点から、お客様が抱えるリスクについて確認し、付保漏れのないようヒアリングシートを活用して対応することを推進しています。</p>
<p>その他</p>	<p>主な発生原因)</p> <p>最も多かった事例は、保険の解約申し出の関係（165 件）でした。</p> <p>そのうち 127 件が、従業員の退職による法人保険の解約や、免許の返納・廃車による自動車保険の解約、物件の売却による火災保険の解約で、残りの 38 件が他代理店等で切り替えを行う（行った）ことによるものでした。</p> <p>改善事例)</p> <p>先に述べた『保全関連』と同様、お客様自身の友人・知人からの勧誘による保険の切替えや、自動車購入時の自動車販売店での保険加入など外的要</p>

	<p>因の要素も一部あるものの、弊社としては、刻々と変化するお客様の状況に対して適切なリスク管理とその対応策を提供できるよう、アフターフォロー活動を今まで以上に能動的に実行しています。具体的には、これまで、ご様子伺いの案内文書に対してご要望等の返信をいただいたお客様に対してのみ対応をしておりましたが、返信のないお客様に対しても、弊社からご連絡をさしあげることで、お客様のご要望に限らず、不安や不満を吸い上げていけるよう活動しています。</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」を送付しています。

【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）	
	送付数	返信数
2021年度 実施期間 2021年10月～2022年2月	668	105
2022年度 実施期間 2023年3月～2023年8月	536	79
2023年度 実施期間 2023年9月～2024年8月	508	83

ご要望シート対応

当期期間内にご返信いただいた全83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。また、幅広いご年齢層のお客様からご要望チェックシートにご返信いただくため、郵送での返送方法以外に、QRコード等のクラウドシステムを利用する等の工夫をしています。

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	2023年度実施回数
コンプライアンス関連	全体会議	12回
	確認テスト	3回

※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回これを実施し、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	2023年度実施回数
推奨方針関連	推奨商品選定委員会	6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、高齢者対応（弊社基準：65歳以上）、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）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）		
	2023年	2022年	2021年	2023年	2022年	2021年
御殿場店	271	317	309	23	34	42
沼津店	115	149	115	1	2	24
サントムーン店	75	73	29	36	38	37
合計	461	529	453	60	74	103

高齢者対応

当期期間内全461件について、適切な高齢者対応（※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。）がなされていることを確認しました。

乗換募集対応

当期期間内全 60 件について、適切な乗換募集対応（※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。）がなされていることを確認しました。

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重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	特定保険契約 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）
2020年	16	16	5
2021年	19	19	12
2022年	24	24	10
2023年	20	20	6

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6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 2023年9月～ 2024年8月	413 法人 157 個人 256	256	26	212 法人 147 個人 65	51%

特定保険契約のアフターフォロー対応

計 413 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 256 件について、フォロー案内を送付しました。うち 26 件から返信があり、フォロー対応を行いました。また、返信はなかったものの当該期間において他の案件などで面談等を実施した 39 件については、面談等にてフォロー対応を行いました。契約者が法人である 157 件について、うち 147 件は、面談等の方法でフォロー対応を実施しました。

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
2023 年 10 月 19 日	<p>■指摘事項</p> <p>①具体的な保険商品の提案前にお客様よりヒアリングシートによる意向の聞き取りがなされていない（または、聞き取りはしているものの、ヒアリングシートに記録を残していない）ケースがある。</p> <p>②失効防止、復活勧奨について、リストは準備できているが、そのリストの活用ができておらず、毎月のフォロー対象者に対して、具体的な活動ができているか一覽確認ができない。</p> <p>■改善事例</p> <p>①即時、社内会議にてヒアリングシートを取得すべき場面の確認を実施して、改めて理解を促す場を設けました。意向の確認はしているが、ヒアリングシートを所定の記録・保管方法にて管理できていなかったケースが多くありましたが、毎週実施している営業会議や、毎月実施している全体会議等において、細かいチェックを行うことで、記録漏れ等の防止を実施しています。</p> <p>②社内の保険料未収管理担当者より、リストの更新案内について、社内メールによる注意喚起だけでなく、朝礼等の際に全員に声掛けをすることで、活動意識の強化を図るとともに、リストの対応結果欄の未入力状況を共有することにより、フォロー漏れの防止を図っています。</p>
2023 年 12 月 9 日 ※外部監査	<p>■弊社顧問弁護士からの指摘事項</p> <p>①公的保険制度の説明を実施する際に使用するパンフレット等について、特定の保険会社が発行したものを使用する場合は、なぜその保険会社のものを使用するのかの理由をお客様に明確に説明したほうがよい。</p> <p>②商品説明はもちろんのこと、公的保険制度の説明についても、同じ組織内の募集人であれば一定水準以上の説明ができるように質を高めていくべき。</p> <p>■改善事例</p> <p>①営業職員によってお客様に対する説明にばらつきが生じることのないよう、社内ロープレ研修を実施して参ります。</p> <p>②定期的に行っている社内研修においては、商品分類ごとや対応場面ごとでのお客様への伝え方、注意点などを各担当より全社員に伝達しています。今期中に社内ロープレ資料（動画研修コンテンツ）が利用できるよう再整備を進めています。</p>

<p>2024年 3月21日</p>	<p>■指摘事項</p> <p>①使用期限切れの帳票が廃棄されずに残っている。</p> <p>②特定保険提案前チェックシートについて、法人のお客様へのご案内時に取得できていない。</p> <p>■改善事例</p> <p>①帳票管理ルールの一部見直しを実施しました。各店舗ごとに発注・差替えをする方法では使用期限切れ帳票の差替え漏れがあったため、社内の各保険会社担当が担当各社の帳票改定情報を確認したのち、全店舗分の発注を行うよう改善しました。</p> <p>②社内会議において、個人・法人問わず特定保険契約のご案内をする前に、提案前チェックシートを取得することを確認しています。また、その取得状況について、3か月ごとに実施する社内自主点検で確認をしています。</p>
<p>2024年 6月20日</p>	<p>■指摘事項</p> <p>①いただいたお客様の声について、顧客管理システムへの入力漏れ、日報への入力漏れがあった。</p> <p>②顧客管理システムの情報が最新化されていない。</p> <p>■改善事例</p> <p>①営業社員が外出先でいただいたお客様の声について、帰社後に他業務を先に取り掛かった結果、入力等を失念してしまったことが原因となっていたことから、入力・報告の効率化を図るため、ボイスレコーダーを営業社員に貸与して、外出先でも音声で記録を残すことで、社内アプリケーションとの連携を図り、入力漏れを防ぐ仕組みを導入し、改善を進めています。</p> <p>②各担当者がお客様との契約手続きやお問い合わせ時などの各種コンタクトのタイミングで収集した最新情報をシステムに反映することを失念したことが原因になっていたため、毎日実施している朝礼にて、お客様との全コンタクト内容を全員で確認して、更新すべき内容が反映されているかをチェックすることにより、更新漏れを防ぐ取組みを推進しています。</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。

～お客さま本位の業務運営方針の原則2～7に示されている内容と取組方針との対応関係～

掲載・更新年月日 2025年1月10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/5592		
■取組状況掲載ページのURL		https://www.yoshinoag.co.jp/information/5592		
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	<p>【顧客の最善の利益の追求】</p> <p>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。</p>	実施	<p>1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組</p> <p>①お客様の声の管理,具体的な取組</p> <p>②アフターフォロー活動</p>	<p>1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組状況</p> <p>①お客様の声の管理,具体的な取組状況</p> <p>②アフターフォロー活動</p>
	<p>(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。</p>	実施	<p>1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組</p> <p>①お客様の声の管理,具体的な取組</p> <p>②アフターフォロー活動</p>	<p>1.顧客の最善の利益の追求 具体的な取組状況</p> <p>①お客様の声の管理,具体的な取組状況</p> <p>②アフターフォロー活動</p>
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	<p>2.利益相反の適切な管理 具体的な取組</p>	<p>2.利益相反の適切な管理 具体的な取組の状況</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"> ・販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴 	実施	<p>2.利益相反の適切な管理 具体的な取組</p>	<p>2.利益相反の適切な管理 具体的な取組の状況</p>

	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 			
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に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 具体的な取組①	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"> ・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 	実施	4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組①	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>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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） ・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>（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>	非該当	非該当につき※1に記載に記載しています	非該当につき※1に記載しています
<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	4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組①	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</p>	実施	4.重要な情報の分かりやすい提供 具体的な取組①	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>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>			
	<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。</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>
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 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 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"> 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 	実施	<p>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</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>

<ul style="list-style-type: none"> ・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、長期的な視点も考慮した、適切なフォローアップを行うこと 			
<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>	非該当	非該当につき※2に記載	非該当につき※2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。</p>	非該当	非該当につき※3に記載	非該当につき※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 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
<p>（注5）金融事業者は、従</p>	実施	5.顧客にふさわしいサー	5.顧客にふさわしいサー

	<p>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。</p>		<p>ビスの提供 具体的な取組 特定保険 契約の取扱い</p>	<p>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>
原則7	<p>【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。</p>	実施	<p>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</p>	<p>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>
	<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	<p>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</p>	<p>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>

照会先 コンプライアンス部

電話：055-963-2392

Mail：info@yoshinoag.co.jp