

「顧客本位の業務運営に関する方針」取組状況 2024 年度

1. 顧客の最善の利益の追求

< K P I >

「推薦者」のお客様の割合（NPS®）：63.2%（前年度60.3%）

- ・NPS®（ネットプロモータースコア）とは、お客様のアンケート結果によりお客様を弊社のサービスに対する「推薦者」「中立者」「批判者」に3つに分けて、「推薦者」の割合－「批判者」の割合で算出する値です。
- ・「推薦者」の割合がより高く、「批判者」の割合がより低くなるよう、引き続き業務運営の改善を進めて参ります。

2. 利益相反の適切な管理

< K P I >

予め選定した推奨商品での生命保険成約率：79%（前年度79%）

- ・弊社で提案する生命保険商品は、お客様の課題の類型ごとに解決に適していると予め絞り込んだ推奨商品群から選択することとしているので、推奨商品での成約率はお客様の課題解決を第一にした提案がされていた指標と考えております。
- ・なお推奨商品以外で成約しているものについても、提案理由を全件事後チェックして確認を行っています。

3. 手数料等の明確化

< K P I >

F Pバンク料金体系の説明実施率：93%（前年度98%）

（初回相談のみ顧客を除く）

- ・弊社のF P相談は初回無料なので、二回目以降の相談に進む場合に料金体系をきちんと説明していたかを指標としています。
- ・ご紹介のお客様等で二回目以降も無料のまま面談が終了するケースもあるため、100%ではありませんが、説明が必要な場合は徹底されていたと評価しております。

4. 重要な情報の分かりやすい提供

< K P I >

平均面談回数：3.3回（前年度3.7回）
（初回相談のみ顧客を除く）

- ・ 弊社のFP相談は初回無料なので、二回目以降の有料相談に進んだお客様に十分に時間をかけて説明を行ったかという観点で、平均面談回数を指標としています。
- ・ 平均で3～4回の面談が行われているので、説明は十分な時間をかけて行われていると評価しております。

5. お客様にふさわしいサービスの提供

< K P I >

ライフプランニング実施率：99%（前年度97%）
（初回相談のみ顧客を除く）

- ・ 弊社は「お金の不安を解決するライフプラン相談所」をコンセプトとし、お客様にふさわしいサービスの提供にはライフプランニングが極めて有効という考えから、基本的には全てのお客様にライフプランニングの実施を提案しております。
- ・ お客様がご希望されないケースもあるため、100%ではありませんでしたが、ライフプランニングに基づく相談・提案は徹底されていたものと評価しております。

6. 金融商品の組成に携わる金融事業者との連携の取組み

< K P I >

金融商品の組成に携わる金融事業者とのミーティングの実施回数：8回

- ・ 弊社では、推奨しているファンド・ラップの運用助言会社と定期的にミーティングを行っています。
- ・ 当社からは顧客や販売の状況に関する情報等を提供し、運用助言会社からは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等の情報の把握に努めています。

7. 顧客本位の業務運営に関する方針を社内の浸透させるための取組み

< K P I >

企業理念等の読み合せミーティングの実施回数：9回（前年度41回）

- ・ 弊社では、顧客本位の業務運営に関する方針を含む、企業理念や解説をまとめたハンドブックを全社員に配布しています。
- ・ 新入社員が入社した前年度は全員の読み合せミーティングを週1回ペースで行ったのに対し、3月まで新入社員がなかった今年度は、実施回数が大幅に減少しました。
- ・ しかし半期毎のフィロソフィー研修実施等により、既存社員に対する顧客本位の業務運営に関する当社方針の浸透に引き続き努めました。

8. 「顧客本位の業務運営に関する原則」（2024年9月26日改訂 金融庁）の非該当の項目について

弊社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではない為、金融商品の組成に携わる金融事業者を対象とする項目については取組みを行っておりません。

以上