

『お客さまファーストの取組方針』に基づく

2025 年度取組状況

=2026 年度版=

目次

第 1 部 お客さまファースト宣言・取組方針

お客さまファースト宣言・取組方針 P. 2

補足 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファースト
の取組方針」との関係 P. 3、P. 22

お客さまファーストの方針の定着度合いを評価する指標（K P I） P. 3

第 2 部 お客さまファーストの取組方針に基づく 2025 年度取組状況

2025 年度 重点取り組み項目 P. 4

方針 1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。 P. 6

方針 2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーション
に取り組みます。 P. 11

方針 3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。 P. 14

方針 4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着
に取り組みます P. 18

方針 5 お客さまの利益を不当に害することのないよう適切な業務運営
に取り組みます。 P. 22

第1部 お客さまファースト宣言・取組方針

お客さまファースト宣言

私たちは、お客さまに迅速かつ丁寧なサービスと誠意あるコミュニケーションで安心を提供し、お客さまのご満足を最大の喜びとして業務を遂行することを宣言します。

＝お客さまファーストの取組方針＝

方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。

- (1) お客さまのご意向（ニーズ）と時代の変化に対応したお客さまにふさわしい商品・サービスを提供できるよう、商品ラインアップを整備します。
- (2) お客さま本位の良質なサービスが提供できるよう、代理店が行う保険募集業務の品質向上に取り組みます。

方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。

- (1) 商品・サービスの重要な情報をお客さまが理解できるよう分かりやすく提供します。
- (2) 寄せられたすべてのお客さまの声に真摯に耳を傾け、迅速かつ適切に対応します。また、お客さまの声を品質の向上に向けた諸施策に活かします。

方針3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。

- (1) 保険金のご請求・お支払いに際し、丁寧かつわかりやすく説明します。
- (2) 保険金を適切かつ迅速にお支払いします。

方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。

- (1) すべての人（お客さま、取引先、社員、地域社会）へ、思いやりの心で接し、永きにわたるかけがえのない関係を築くことに高い価値観を持ち、経営が牽引し、また当社の業務パートナーである大東建託パートナーズ株式会社と密接に連携し、その実現に取り組みます。【共に歩む心】
- (2) つねに新たなことに挑戦する精神を持ち、多様化するお客さまのニーズと時代の変化に柔軟に対応する社員の育成・研鑽に努めます。【Change & Challenge】
- (3) 本取組方針を社員に周知するとともに、その実現に向け全員で取り組みます。

方針5 お客さまの利益を不当に害することのないよう適切な業務運営に取り組みます。

- (1) お客さまの利益を不当に害することのないよう、お客さまのご意向に沿った商品・サービスの提供を行います。
- (2) 「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」の類型を明確にし、類型に該当するおそれのある事案が発生した場合、適切な対応措置を講じる運営とします。

<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と
当社「お客さまファーストの取組方針」との関係

当社は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下「金融庁原則」と言います。）を採択し、当社「お客さまファーストの取組方針」（以下「本方針」と言います。）を当社ホームページで公表しております。金融庁原則と本方針の関係については、次のとおりです。詳細につきましては、対応関係表として巻末に掲載しております。

金融庁原則（※1、※2、※3）	対応する本方針
原則2 顧客の最善の利益の追求	方針1, 2, 3, 4
原則3 利益相反の適切な管理	方針5
原則5 重要な情報の分かりやすい提供	方針1, 2, 3
原則6 顧客にふさわしいサービスの提供	方針1
原則7 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	方針4
補充原則1 基本理念	方針1, 3, 4
補充原則2 体制整備	方針1, 3, 4
補充原則3 金融商品組成時の対応	方針1
補充原則4 金融商品組成後の対応	方針1, 2, 4
補充原則5 顧客に対する分かりやすい情報提供	方針2

※1 金融庁原則には、各原則に付されている（注）を含みます。

※2 原則4（手数料等の明確化）、原則5（注2、注4）および原則6（注1～4、注6、注7）及び補充原則3（注2、注3）補充原則4（注3）、補充原則5（注1）は、当社の取引形態上、または投資リスクのある金融商品・サービスの取扱いがないため、本方針の対象としておりません。従って、本方針の取組状況においても報告の対象としておりません。

※3 金融庁原則の詳細につきましては、（金融庁ホームページ）にてご確認ください。

→ <https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>

＝お客さまファーストの取組方針の定着度合いを評価する指標（KPI）＝

当社では、お客さまファーストの取組方針の定着度合いを評価する指標として8項目を定めています。これらの指標は「お客さま満足度の指標（①～⑥）※」と「当社取り組みに関する指標（⑦、⑧）」から構成しています。各指標の状況と推移等の詳細の掲載ページは次のとおりです。

※当社では、2018年11月より保険金お支払い後に保険の補償内容、ご契約時の代理店対応および保険金ご請求時の当社の対応についてお客さまアンケートを実施しています。

指標の種類	KPI指標	2025年度状況	掲載ページ
お客さま満足度の指標※1	① 保険の補償内容についての満足度	91% ↓	P. 9
	② ご契約時の代理店対応についての満足度	92% →	P. 9
	③ 保険金ご請求対応窓口のマナーへの満足度	98% ↑	P. 16
	④ 保険金ご請求対応窓口の説明への満足度	97% ↑	P. 16
	⑤ 保険金ご請求書類についての満足度	98% ↑	P. 17
	⑥ 保険金支払所要期間についての満足度	91% ↓	P. 17
当社取組に関する指標※2	⑦ お客さま数（保有契約数）	42.1万人 ↑	P. 20
	⑧ WEB申込みのご利用率	94% →	P. 10

※1 「お客さま満足度の指標」の2025年度状況欄は2025年度に実施したアンケートの4段階の回答選択肢のうちの上位2段階、または2段階の回答選択肢のうちの上位段階の回答割合を表示しています。

※2 「当社取組に関する指標」の2025年度状況欄は2026年3月末の数値を表示しています。

第2部 お客様ファーストの取組方針に基づく2025年度取組状況

当社は、2014年12月に営業を開始し、「少額短期保険事業を通じ、お客さまに確かな安心をご提供し、「みなさまから常に信頼され、社会に貢献する企業」を目指し、以下の3点に取り組んでまいりました。

- (1)わたしたちは、お客さまにとってわかりやすく、満足いただける商品・サービスをご提供します。
- (2)わたしたちは、あらゆる場面で誠実、親切、公平に行動します。
- (3)わたしたちは、絶えずみなさまの声に耳を傾け、仕事の見直しと商品・サービスの開発に取り組めます。

2017年の金融庁の「顧客本位の業務運営の原則」の公表に伴い、目指す姿の実現に向けた取り組みをより一層推進するために、同年に「お客さまファースト宣言」を策定しました。

当社は顧客本位の業務運営を実現するには、社員全員が自らできる事を考え、宣言し、実行することが重要と考え、取り組みを「見える化」する「社員各自のお客さまファースト宣言」を、2018年から実施しております。

その結果、お客さまにとって本質的に必要と思われる取り組みや、デジタルを活用した取り組み、大東建託グループのお客さまサービスと連携した取り組みなど、お客さまに近い現場の声を最大限に生かし、当社独自の取り組みとしての定着を図っております。

以下に2025年度に実施した主な取り組みのうち、社員各自のお客さまファースト宣言に基づく取り組みの状況をご報告させていただきます。

■社員各自のお客さまファースト宣言取組状況（集計結果）

	選択した社員数	社員の取組項目数
方針1	17	36
方針2	21	44
方針3	13	22
方針4	24	59
方針5	22	58

※社員総数は28名です。上記集計は複数の方針、取組項目を重複計算しております。

2025年度 重点取り組み項目

■お客様の声対応委員会の活動を本格稼働

・背景

「お客様の声」に対する周知、宣伝活動によって社員ひとりひとりの「お客様の声」に対する感度は成長してきている一方で、「お客様の声」に対する再発防止策については策の効果検証が十分とはいえませんでした。

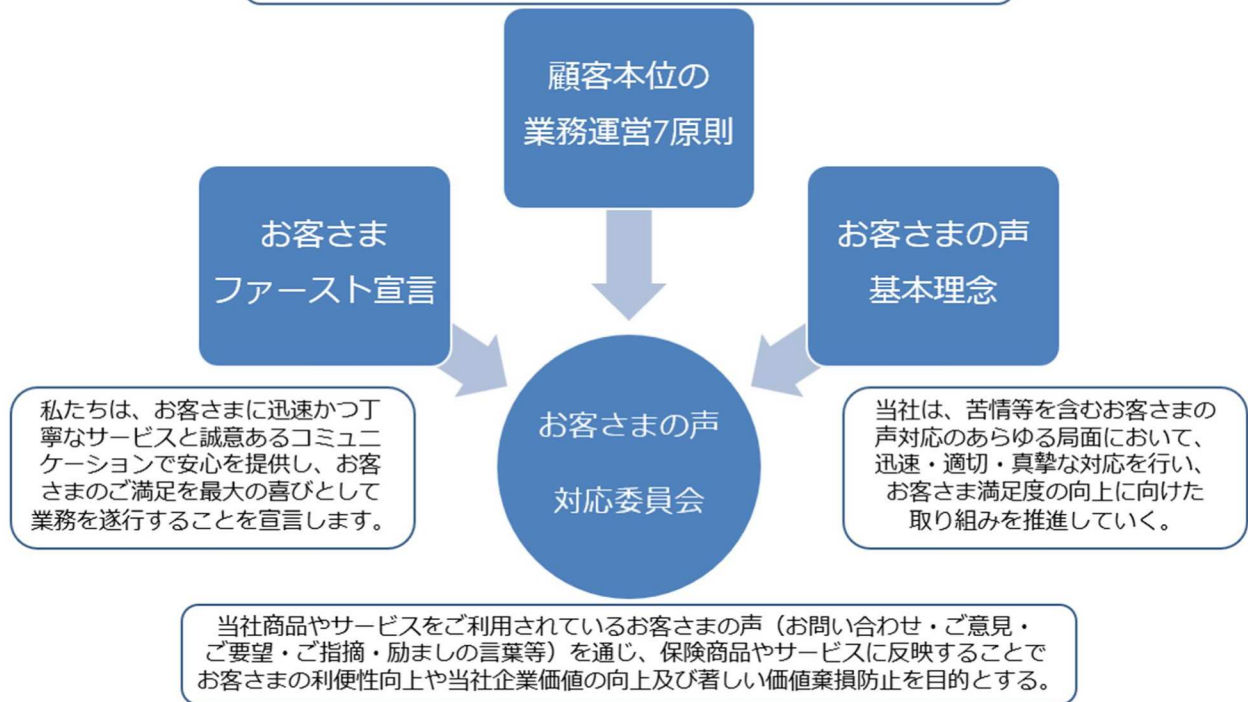
お客様の声に対するPDCAサイクルを構築し会社全体で「お客様の声」と向き合う体制を構築するため「お客様の声対応委員会」を本格的に活動開始しました。

・委員会の目的

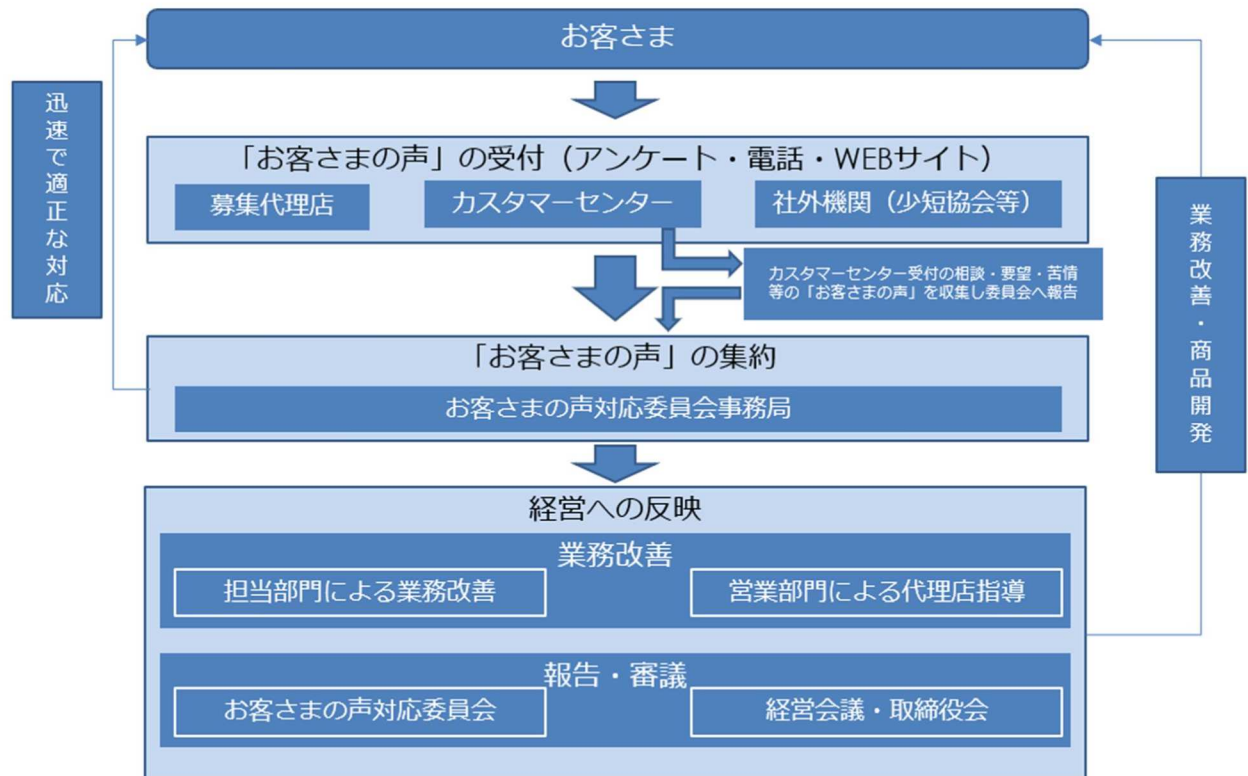
当社商品やサービスをご利用されているお客様の声（お問い合わせ・ご意見・ご要望・ご指摘・励ましの言葉等）を通じ、保険商品やサービスに反映することでお客様の利便性向上や当社企業価値の向上及び著しい価値棄損防止を目的とします。

2025 年度重点取組方針

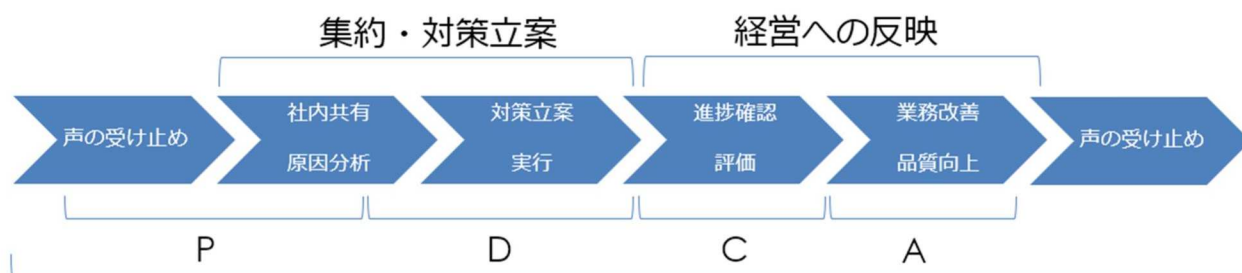
- 1、方針策定・公表等
- 2、顧客の最善の利益追求
- 3、利益相反管理
- 4、手数料の明確化
- 5、重要情報の分かりやすい開示
- 6、顧客にふさわしいサービス提供
- 7、従業員への動機づけ枠組み



お客さまから頂いた様々な声をお客さまの声対応委員会事務局で集約。集約した中からテーマを決め、再発防止策を委員会で話し合い実践。効果検証を行い次の取組に繋げています。



「お客様の声」に対する PDCA サイクルの構築



お客様の声を起因とした主な改善項目・取組項目

個別の取組項目につきましては、各方針の中で記載、説明しています。

方針1 お客様にふさわしい商品・サービスの提供に取り組めます。

- (1) お客様のご意向（ニーズ）と時代の変化に対応したお客様にふさわしい商品・サービスを提供できるよう、商品ラインアップを整備します。
- (2) お客様本位の良質なサービスが提供できるよう、代理店が行う保険募集業務の品質向上に取り組めます。

■当社の取扱商品のラインナップ

商品名	賃貸住宅入居者あんしん総合保険	賃貸住宅経営あんしん保険
ペットネーム	新リバップガードα	オーナーズガード
主な被保険者	賃貸住宅入居者	大東建託グループの管理する賃貸住宅専用物件の所有者
主な補償内容	賃貸住宅入居者にニーズの高い ・家財の補償 ・費用の補償 ・賠償責任の補償 をセットした商品	最大6ヶ月間以下の損失を補償 ・家賃の補償 ・入居者死亡の場合の修理費用 ・遺品整理費用 ・事故時諸費用
保険期間	2年	2年

※詳細は商品の概要・ご契約のしおり（[新リバップガードα](#)、[オーナーズガード](#)）をご確認お願いいたします。

実施した取組内容

① お客様の利便性を高めるサービスのご提供

WEB手続き強化によるお客様の利便性向上

2025年度新規取組

■マイページのログインID照会機能

- ・マイページのログインIDがわからない場合に、契約者さまがご自身でIDを照会することができる機能を追加しました。これにより手続きがWEB上で完結するようになり、利便性が大きく向上しました。

■公式ホームページにマイページリンクの設置

・これまで SMS や e メールでの案内に限られていたマイページへの導線を改善し、当社ホームページ上にログイン画面へのリンクを新設しました。これにより、案内メールを紛失した場合でもホームページ経由でログインが可能となりました。

■e メール・SMS による更新案内

・2024 年度に e メールによる WEB 申込システムを導入したのをきっかけとして、従来のハガキ郵送による更新案内に加え、SMS および e メールによる案内を開始しました。メール記載の URL からマイページにログインし、契約内容の確認、クレジットカード決済やコンビニ払込番号の取得までシームレスに行える体制を整え、手続き漏れや払い忘れの防止に繋がっています。

■マイページからの契約内容の変更や解約手続きの対象者拡大

・契約状況によって制限のあった解約の手続き、変更の手続きの制限を緩和し、多くの契約者さまがマイページからお手続きいただけるように改善しました。カスタマーセンターでしか受付できなかった契約者さまもマイページから手続きが可能となり、利便性向上に繋がりました。

■カスタマーセンターの対応力の強化

・カスタマーセンターへご連絡いただいた方へ、ガイダンスで WEB でのお手続きも可能な旨ご案内し、マイページの URL を送信するサービスを行っています。カスタマーセンターとマイページを連携することで、カスタマーセンターの待ち時間軽減や、電話が繋がらない不安を解消する効果が発揮されています。

■ご契約 1 年後に契約内容ご確認の SMS (RCS※) の送信

・ご契約開始から 1 年を経過したご契約者様へ契約内容ご確認をお願いする内容の SMS 送信を開始しました。さらに、情報の信頼度向上、見やすさの向上のため RCS (リッチコミュニケーションサービス) を導入、公式アカウントを取得しました。

※RCS とは

電話番号を使いながらインターネット回線で写真・動画・スタンプ・既読など単なる文字にとどまらないやり取りができる次世代メッセージ規格です。
友だち登録や ID 交換不要で、電話番号だけで画像等を含めたメッセージが送れます。
公式アカウントを取得することにより、なりすましを防止しお客さまに安心してご利用いただくことができます。

その他お客さまの利便性向上

2025 年度新規取組

■業務委託先管理体制の見直し

・各種業務委託をしている会社について改めて評価し、定例的な打ち合わせを開始した他、新たな委託先を追加して業務品質向上に努めております。

■新商品開発開始

・昨今の環境変化や社会情勢の不確実性の高まりを踏まえ、お客さまのニーズが多様化している点を重視し、顕在化しているリスクへの対策のご要望や潜在的なリスクへの対応が求められていると考えています。そのため、これらの動向を総合的に鑑み、お客さまの声による新商品開発を開始しました。

■ペーパーレス・キャッシュレスの保険申込み

- ・スマートフォンにて申込みが完結できる方式に加え、保険料払込方法もクレジットカード払、口座振替、コンビニエンスストア払、銀行振込、ウォレット払から選択いただけます。

※利用可能なウォレット払 PayPay / auPAY / PayB



■賃貸住宅入居者様向けアプリ (room) での退去連絡と保険解約の同時完結

- ・大東建託パートナーズ株式会社が管理する賃貸住宅の入居者様向けアプリ (room) で保険申込が可能としています。
- ・room に保険解約手続きも行える機能を追加したため、退去手続きと合わせて保険解約が可能となります。この機能追加で退去時の保険解約忘れの防止と手続き簡素化が実現しました。

② 代理店の保険募集業務の品質向上について

2025 年度新規取組

■代理店 (募集人) の業務品質向上へ向けた取り組み

- ・代理店ごとに保険責任者を選任し、お客さま対応力を強化する取組
- ・代理店募集マニュアル等の作成・活用による募集人のお客さま対応力向上
- ・代理店勉強会 (保険責任者向け全 4 回、前募集人向け全 8 回) の開催による支援
- ・他代理店の具体的事例を基にした代理店教育の充実
- ・書面監査、代理店監査、代理店自主点検による代理店の体制整備の支援

※代理店の募集品質向上の取組状況

取組項目	実施回数	実施店数
代理店勉強会	12 回	1,646 名
書面監査	年 1 回	714 店
登録届出点検	年 1 回	263 店
対面監査	63 回	63 店

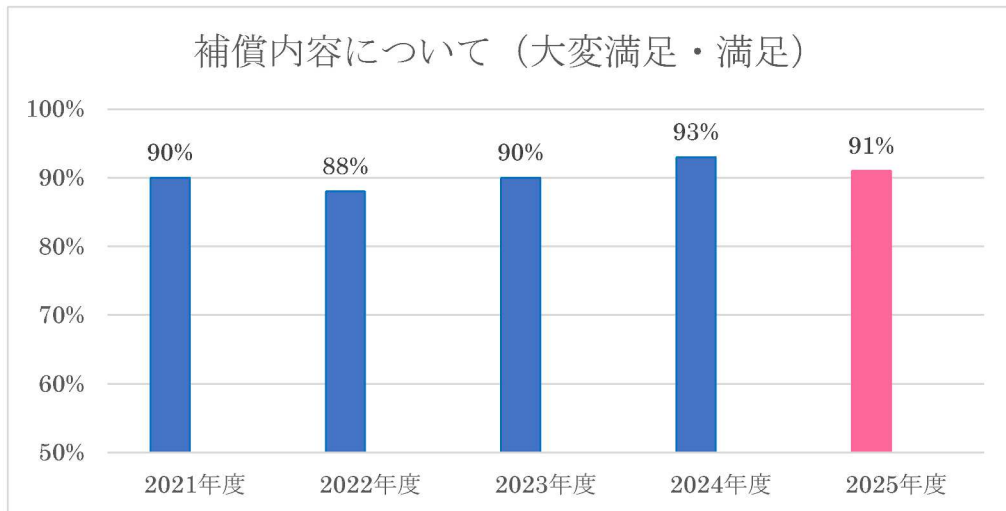
※2025 年度の実施回数です。

※勉強会に参加された代理店従業員様の声（研修アンケートより）

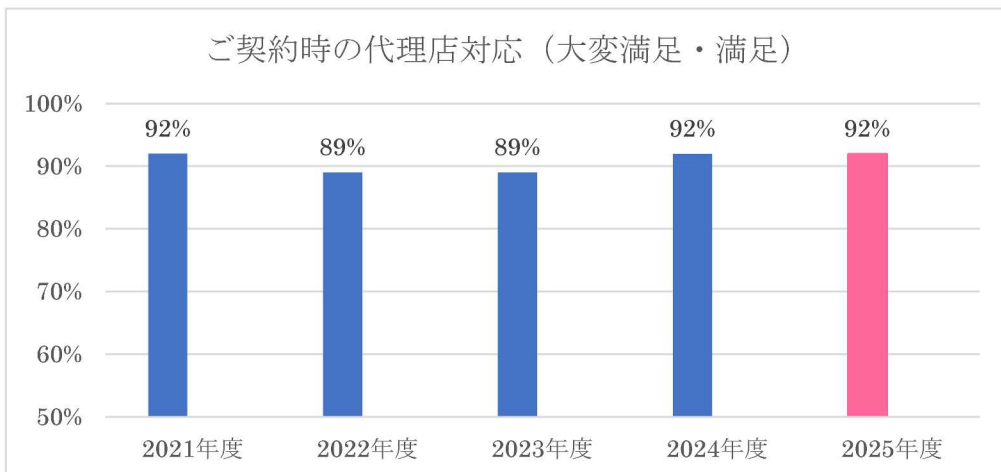
保険責任者 勉強会	・ 保険責任者としての注意点や心構えが分かりやすく説明されていました。
	・ 保険募集の際の注意点、法令遵守等が改めてよく理解できました。
	・ 知っていてもどこか気持ちの甘えがあり、このくらいいいだろうと考えてしまっている気持ちを正すことができました。
	・ 全募集人に注意事項を伝えます！
全募集人向け 勉強会	・ 火災保険の募集の知識を再確認出来ました。
	・ 更新業務でハウスガードさんを取り扱う事があるので、しっかり頭に入れて取り扱っていきたいと思いました。
	・ 仕事上お客さまに保険に加入してもらっていますが、その内容について詳しく知る機会はあまりないため勉強になりました。
	・ Eメール申込について、相手側の画面を用いながらご説明して頂いたので、流れがより分かりやすかったです。

③ 方針 1 に関連する KPI 指標の状況

■ 「保険の補償内容」についてのお客さま満足度【KPI 指標①】

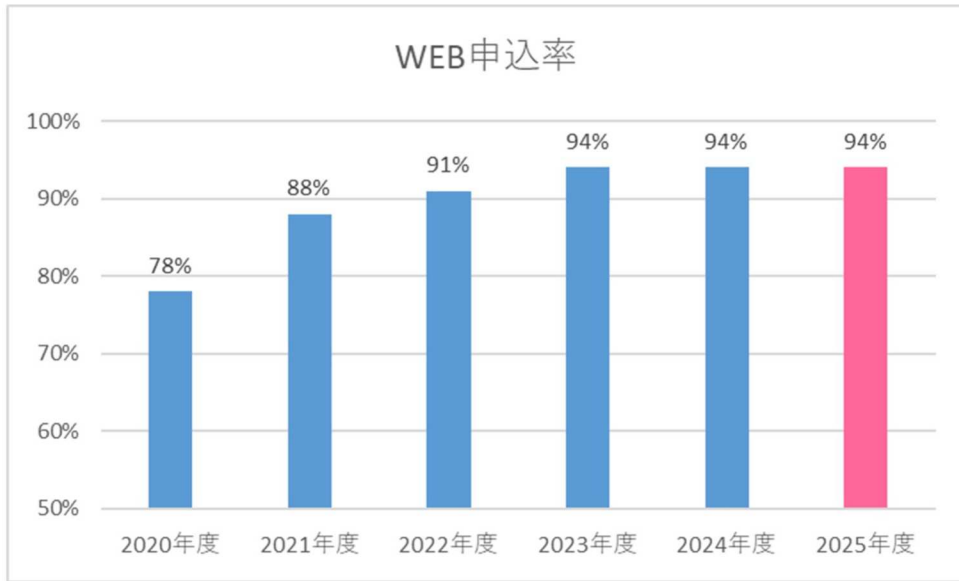


■ 「ご契約時の代理店対応」についてのお客さま満足度【KPI 指標②】



■WEB 申込みのご利用率 [KPI 指標⑧]

WEB申込みご利用率 (2026年3月末)	94.7%
-----------------------	-------



社員各自のお客さまファースト宣言取組状況 (抜粋)

取組項目	具体的取組
お客さまサービスの向上	<ul style="list-style-type: none"> ・マイページの ID について自分自身で ID を照会できるようシステム改修を行いました。これにより、ID (証券番号) がわからなくてもマイページを利用できるようになりました。今後は見やすさや使いやすさの向上を進めていきます。 ・全代理店に対し保険責任者の選任を依頼しました。2025 年度末時点で保険責任者の選任が済んでいる代理店は 384 社 (全体の 40%) となりました。保険責任者を通してさらなる募集体制の向上、お客さま対応力の向上を目指します。
お客さまの声の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・お客さまより、マイページへログインしたいができないとの申し出があり、ID、パスワードともに WEB 上で照会、リセットできるよう改善しました。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ Q & A がテキストの羅列で見づらいです。 ・問い合わせ内容ごとにカテゴリーを分け、目次を作成しました。 ・実際の表示画面や図を入れることによりわかりやすさを向上させました。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ショートメッセージの文言が抽象的で迷惑メールだと思ってしまったとのご指摘がありました。 ・すぐに対応可能な改善策として、当社名を冒頭に明確に表示し、具体的な表現で内容を記載することにしました。 ・長期的な改善策として、RCS (リッチコミュニケーションサービス) を導入し、お客さまに安心してメールを開封していただける環境を整えました。

方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。

- (1) 商品・サービスの重要な情報をお客さまが理解できるよう分かりやすく提供します。
- (2) 寄せられたすべてのお客さまの声に真摯に耳を傾け、迅速かつ適切に対応します。
また、お客さまの声を品質の向上に向けた諸施策に活かします。

実施した取組内容

① お客さまへのわかりやすい説明と双方向のコミュニケーション

■動画を活用しお客さまにご理解いただくための工夫をしております。

- ・商品内容の説明用動画 https://www.youtube.com/watch?v=Q1VIfcwl_0k
- ・重要事項説明補助動画 <https://www.youtube.com/watch?v=hlea0IxNhro>
- ・重要事項説明補助動画（手話付） <https://www.youtube.com/watch?v=Vt8Ahp6Hh40>
⇒手話付き動画は共生社会実現に向けた取組みの一環として作成いたしました。
- ・保険金お支払い事例動画 <https://www.youtube.com/watch?v=32mjuzT7fbQ>

手話付 重要事項説明動画



保険金お支払い動画



■スマートフォン申込時、カスタマーセンターでの6カ国語対応

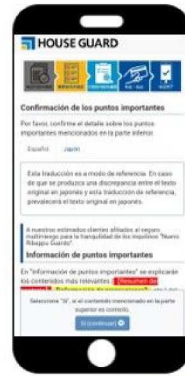
- ・外国人のお客さまの利便性、重要事項のご理解推進のため、スマートフォン画面上6カ国語（※1）のいずれかを選択、同言語で商品内容を確認しお申込みできます。
- ・3者間通話（同時通訳）システムにより、通話の内容に応じて「いい部屋サポートセンター」（※2）もしくは外部委託通訳センター（※3）を介した同時通訳のもと、お客さまの母国語でスムーズにコミュニケーションがとれる態勢を整備しています。



- ※1 英語、中国語、韓国語、スペイン語、ポルトガル語、ベトナム語
- ※2 大東建託グループの入居者専用電話窓口。
- ※3 6カ国語を含む約20カ国語対応が可能。

■6 カ国語サービス累計ご利用者数

言語	累計利用者
英語	219 人
中国	51 人
韓国	20 人
スペイン	22 人
ポルトガル	128 人
ベトナム	22 人
合計	462 人



スペイン語(イメージ)



RCS

■サンクスメール（契約お礼メール）とマイページのご案内

- ・ e メールお申込みのお客さまに対し、新規契約時に e メールでご契約のお礼を送信し、その際にマイページでのご契約内容確認・変更・解約ができることをご案内。
- さらに契約 1 年後にもマイページでのご契約内容のご確認をいただくようリマインド SMS (RCS) を送信。マイページの利便性をご案内しております。

■お客さまの声への対応を強化する全員参加による取り組み

- ・ お客さまの声対応委員会の本格稼働（2025 年 4 月）
- ・ お客さまの声対応委員会によるお客さまの声の集約と分析の開始
- ・ お客さまの声対応委員会における毎月の PDCA の実施による改善策の検討

■改善取組事例

お客さまの声	改善取組
<ul style="list-style-type: none"> ・ ID とパスワードがわからないので、マイページに入りたくても入れない。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ID 照会、パスワードリセットできるよう改善しました。 ▶ ホームページの入り口をマイページに作り直しました。
<ul style="list-style-type: none"> ・ よくある問い合わせがわかりにくいです。（お客さま） ・ コールセンターへ同じような問い合わせが多く入ってきます。（コールセンター職員） 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ よくある問い合わせの記述を変更し、カテゴリの整理と目次を作成し見やすくしました。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 保険金請求時にメールで質問をしましたがレスポンスが遅かったです。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ メール受信時に受付が完了している旨の自動応答メールを設定しました。

社員各自のお客さまファースト宣言取組状況（抜粋）

取組項目	具体的取組
お客さまの声の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・お客さまの声委員会で挙げたお客さまの声の共有方法に対する意見を取り入れ、より声を報告しやすいツールに変更しました。 ・お客様の声の原因分析と再発防止策の社内展開に取り組んだ結果、類似苦情の発生が減少し、業務品質が向上しました。フォロー対応によりお客様満足度も改善し、苦情対応の質を高めることができました。
代理店募集力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・代理店監査・点検と指導を一体で取り組み、代理店の募集力向上に寄与しました。 ・勉強会後のアンケートの代理店の声を生かし、代理店システムの申込書管理の機能修正を行った。また勉強会の内容を、事例を交えた説明を増やしました。その結果、代理店の品質向上に寄与できました。 ・代理店勉強会を保険責任者向けと募集人向けに分けて実施し、職責応じた研修とすることで保険募集管理体制の構築を図りました。

方針3 お客様の状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。

- (1) 保険金のご請求・お支払いに際し、丁寧かつわかりやすく説明します。
- (2) 保険金を適切かつ迅速にお支払いします。




実施した取組内容

① お客様の利便性を高める保険金支払い体制の構築

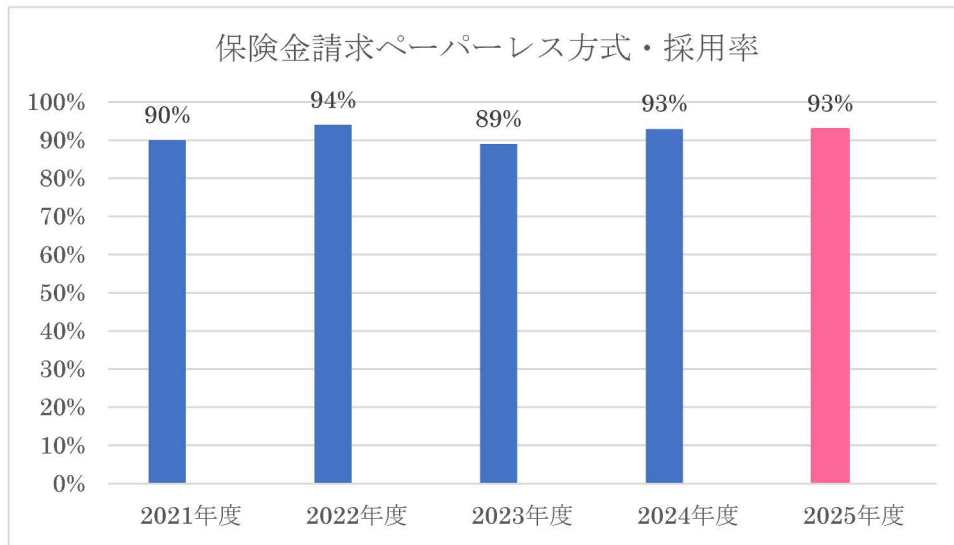
■ 当社損害サービス部の対応を効果的に実施する取り組み

- ・ 外部委託先コールセンターの受付機能を有効活用し、迅速な保険金支払いを実現した。
- ・ 事案を詳細に確認し、案件ごとに当社とコールセンター間で機動的な事案担当を行った。
- ・ 賠償責任など、法的な見解が必要な場合、提携法律事務所の専門弁護士に確認する体制を構築した。

■ 事故連絡・保険金請求・受取手続きのモバイル完結の流れ

お客様		ハウスガード	
① ハウスガードのホームページにて事故のご連絡・保険金のご請求		HPに 入力	
		メール	② 損害認定書類（見積書、写真等）の依頼
③ 受信メール内容を確認、損害認定書類を準備し、メール添付でハウスガードへ送信		メール	
		電話 メール	④ 認定損害額を案内・保険金振込先の確認を依頼 ※調査等に時間がかかる場合は、途中経過を報告
① 保険金振込先をメールにて報告		メール	
		送金	② 保険金を振込先へ送金
		郵送	③ 「保険金お支払のご案内」

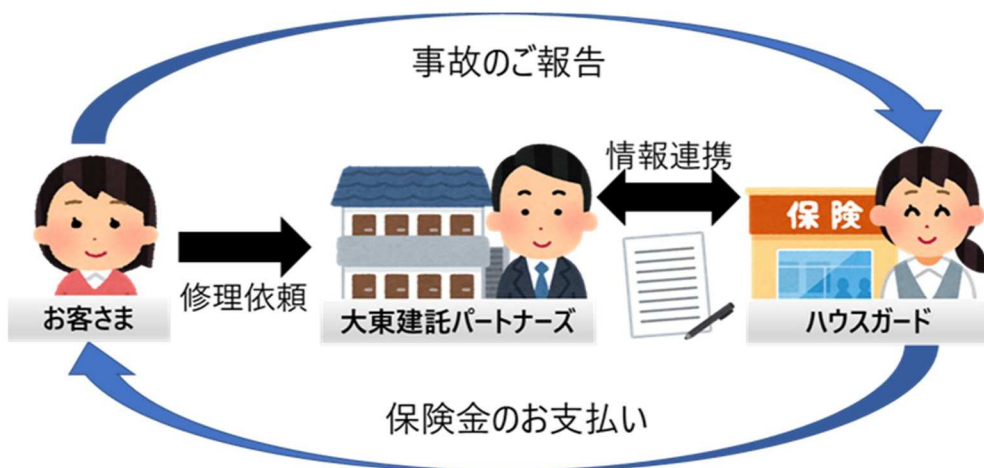
■賃貸住宅入居者 保険金請求のペーパーレス方式採用率



※保険金請求のペーパーレス方式導入と利用率の向上に比例し、お支払いまでの所要期間が短縮され、その期間短縮によってお客さま満足度も高位を維持しています。（KPI指標⑥）

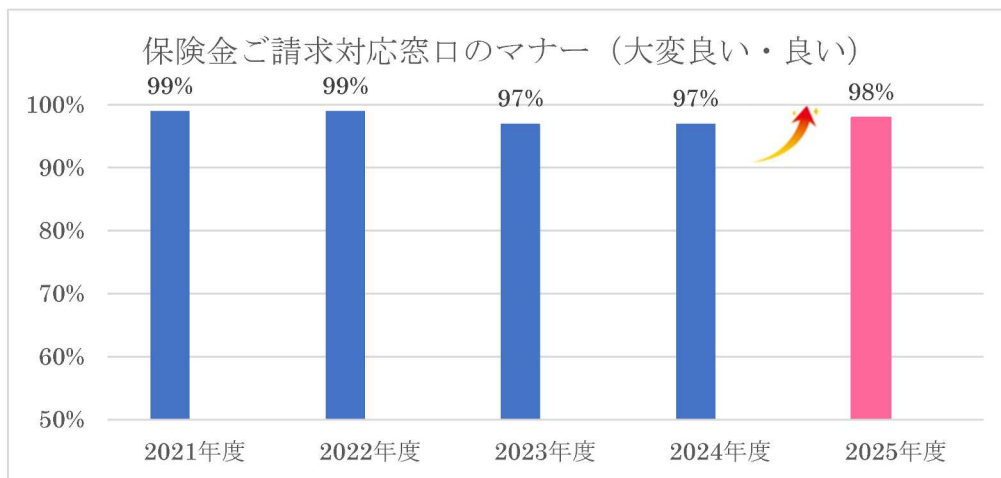
■管理会社との連携による事故時のお客さまのご負担軽減

- ・大東建託パートナーズ株式会社が管理する賃貸住宅で保険事故が発生した場合、同社営業所と情報連携し修理見積の取得などシームレスな保険金請求フローを実現しております。その結果、迅速な保険金支払いを行っております。



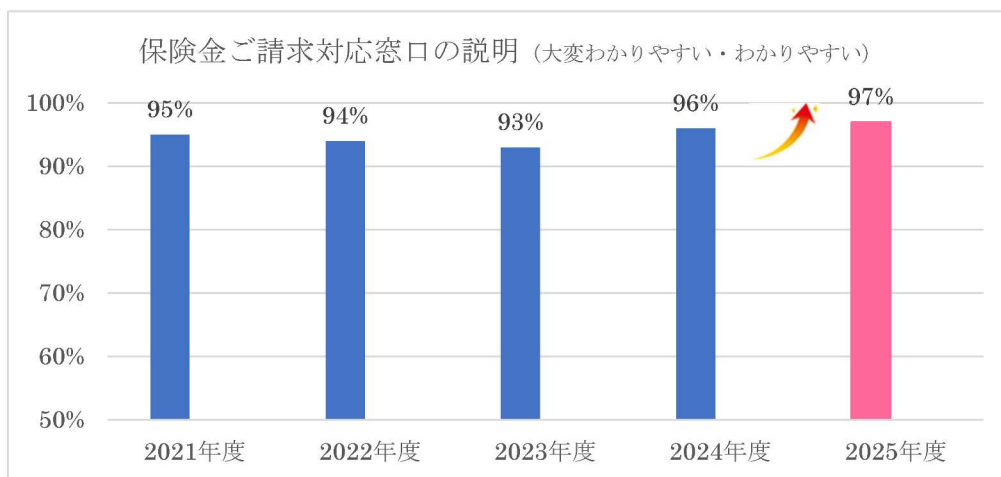
② 方針 3 に関連する KPI 指標の状況

■ 「保険金ご請求対応窓口のマナー」へのお客さま満足度 [KPI 指標③]



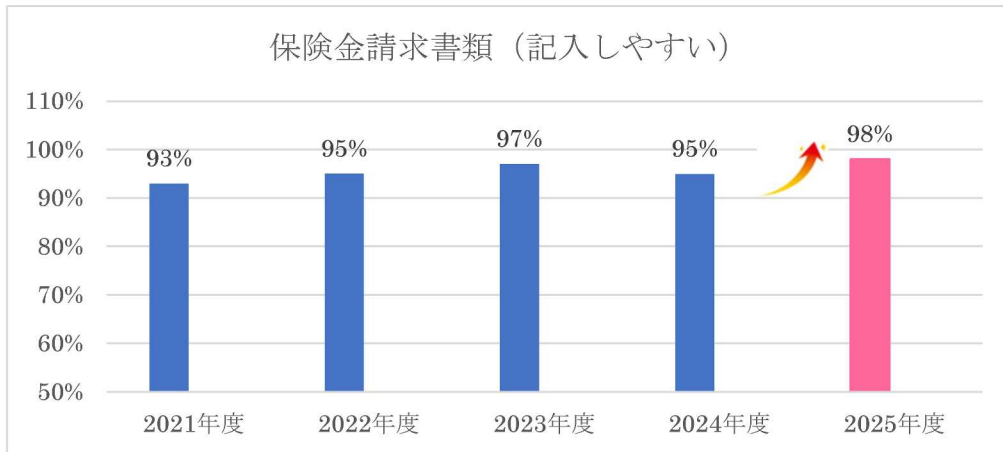
※アンケートの4段階の回答選択肢のうち、上位2段階の回答割合を表示しています。

■ 「保険金ご請求対応窓口の説明」へのお客さま満足度 [KPI 指標④]



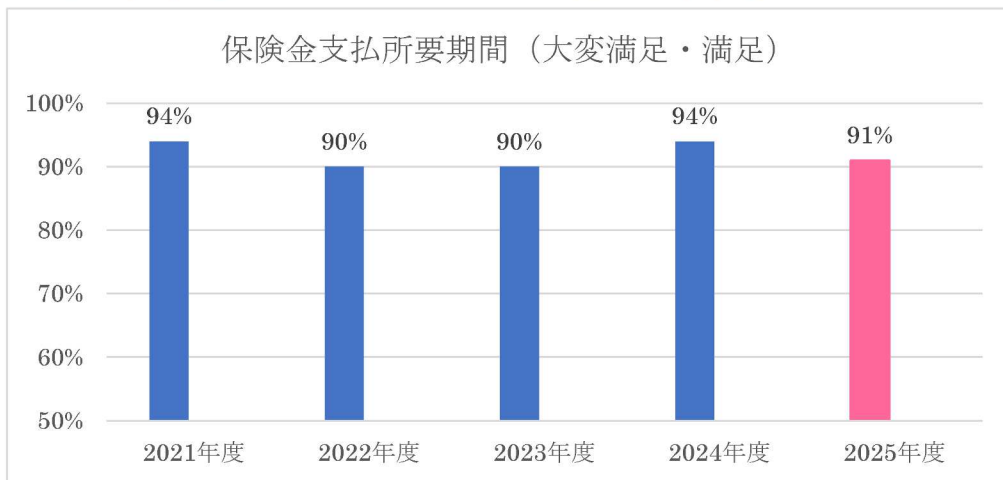
※アンケートの4段階の回答選択肢のうち、上位2段階の回答割合を表示しています。

■ 「保険金請求書類」についてのお客さま満足度 [KPI 指標⑤]



※アンケートの2段階の回答選択肢のうち、上位の回答割合を表示しています。

■ 「保険金支払所要期間」についてのお客さま満足度 [KPI 指標⑥]



※アンケートの4段階の回答選択肢のうち、上位2段階の回答割合を表示しています。

社員各自のお客さまファースト宣言取組状況 (抜粋)

取組項目	具体的取組
事故処理体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 専門弁護士による勉強会を全3回実施しました。定期的な勉強会実施により、知識向上に努めることで正しい保険金支払い判断とお客さまへの説明を行います。 ・ 業務管理点検を毎週実施し、業務におけるリスク発生を未然に防止する体制を継続して行っています。 ・ マニュアルを整備し、リスク管理が必要な後続業務についても点検体制を整え実施しています。

方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。

- (1) すべての人（お客さま、取引先、社員、地域社会）へ、思いやりの心で接し、永きにわたるかけがえのない関係を築くことに高い価値観を持ち、経営が牽引し、また当社の業務パートナーである大東建託パートナーズ株式会社と密接に連携し、その実現に取り組みます。【共に歩む心】
- (2) つねに新たなことに挑戦する精神を持ち、多様化するお客さまのニーズと時代の変化に柔軟に対応する社員の育成・研鑽に努めます。【Change & Challenge】
- (3) 本取組方針を社員に周知するとともに、その実現に向け全員で取り組みます。

実施した取組内容

① 当社の企業文化定着のための取り組み

- お客さまの声対応委員会を毎月開催し、2025年度新規取組
 お客さまの声を全社で共有する取組を行いました（PDCA サイクル）
- 役職員全員参加によるお客さまファースト宣言の取組について
 社員全員の取組として「社員各自のお客さまファースト宣言」を実施しております。
 - ・参加社員数：28名（全員）
 - ・取り組みの項目数：83項目
- 社内勉強会の定例開催と保険に精通する人材の育成2025年度新規取組
 - ・リスク分散手段である「再保険」について外部講師による勉強会を実施（全3回）
 重要性を増す再保険について、知識を深め業務に役立てることを目指しました。
 - ・法令等遵守および態勢整備についての勉強会を実施
 保険業法改正を目前に控え保険事業者としての法令遵守について全員参加型で、外部講師（弁護士）の協力を得て、実効性の高いコンプライアンス研修を実施しました。

<p>参加した社員の感想</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・代理店・契約者との関係は「信頼」を前提に成り立っていることを再認識しました。 ・自身の業務が本当にお客さまの安心につながっているか、常に立ち返る必要があると感じました。 ・お客さまの信頼を失わないよう、誠意をもって公正に顧客本位の対応をします。
------------------	---

② 社会貢献活動への積極的な取り組み

■「ふれあい講習会」の実施

2025 年度新規取組

保険事業者として障がい者への合理的配慮に取り組むことを目的とし「ふれあい講習会」を実施しました。視覚・聴覚に障がいのある方を招き、障がい者に対する理解を深めサポートの方法やノーマライゼーションを学びました。

<p>参加した社員の感想</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自身で思っている配慮の形では、相手に通じないことがあると改めてわかりました。相手が何を求めているのか考えて行動したいと感じました。 ・ 障がいのある人に自分から積極的にコミュニケーションをとっていきたいと思いました。手話にも興味を持ちました。 ・ 障がいのある方への配慮の充実を社会全体で考え、取組んでいかなければならないと思いました。
------------------	--

■グリーンライトライセンス（GLS）への参加



■ペットボトルキャップの回収、リサイクル



キャップ14個



クリアファイル1枚

■手話通訳付き重要事項説明動画の作成と公開

- ・ 合理的配慮が法的に義務化され、共生社会実現に向けた取り組みを強化しています。



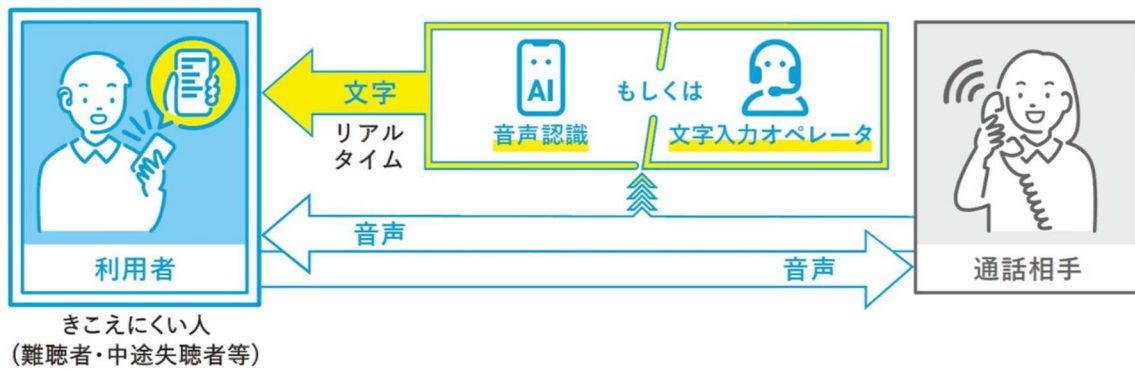
お申し込みの前に「ご契約のしおり」に記載されている「重要事項のご説明」を必ずお読みください。

- 電話リレーサービス導入による聴覚や発話に困難のあるお客さまへのご配慮
- ・電話リレーサービス



・ヨメテル

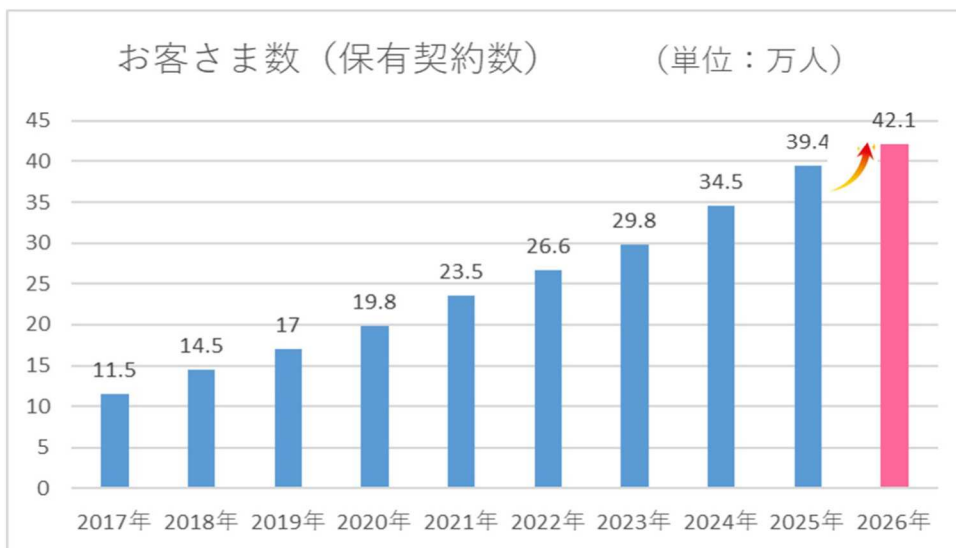
電話で相手先の声が聞こえにくいことがある人へのサービスとして、通話相手の声を文字にする電話アプリです。24時間・365日、双方向での利用ができます。通話相手の声を文字にすることで、電話でのコミュニケーションをスムーズにする、法律に基づいた公共インフラとしてのサービスです。



③ 方針4に関連する KPI 指標の状況

■「お客さま数（保有契約数）」【KPI 指標⑦】

お客さま数（保有契約数）2026年3月末	42.1万人
----------------------	--------



社員各自のお客さまファースト宣言取組状況（抜粋）

取組項目	具体的取組
社内体制の強化	<ul style="list-style-type: none">・お客さまの声対応委員会活動において声を起点とした改善活動について全社レベルで話し合い、結果としてお客さまの声の受付数が向上しました。・委託先管理強化の一環として保全業務委託先の追加を行いました。これにより業務のブラックボックス化を防ぎ、相互牽制作用によっても業務質の向上を図ります。
社員の対応力向上	<ul style="list-style-type: none">・お客様・代理店からのすべてのお問い合わせに対し、内容を正確に把握できるよう、丁寧な聞き取りを行いました。内容を理解したうえで、相手の求めている適切な受け答えを心掛け、真摯に対応することができました。

方針5 お客さまの利益を不当に害することのないよう適切な業務運営に取り組みます。

- (1) お客さまの利益を不当に害することのないよう、お客さまのご意向に沿った商品・サービスの提供を行います。
- (2) 「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」の類型を明確にし、類型に該当するおそれのある事案が発生した場合、適切な対応措置を講じる運営とします。

実施した取組内容

① お客さまの不利益を生じさせないための取組

■ 申込書の不備削減によるお客さまの不利益防止、そのための代理店事務処理マニュアル整備、代理店勉強会などの実施

■ 利益相反に対する適切な社内管理体制の構築

- ・ 「利益相反管理方針」「利益相反管理要領」により、お客さまの利益が不当に害されないような社内体制を構築しております。

社員各自のお客さまファースト宣言取組状況（抜粋）

取組項目	具体的取組
社内体制の強化	<ul style="list-style-type: none">・ 社内規程を体系的に整理し、必要規程の新設、改定等整備を進め、内部統制の強化を図りました。（利益相反管理方針の改定）・ 不備撲滅のため業務記述書、業務マニュアルを改定しました。また、各事務処理についての事務所処理マニュアルも更新し、申込不備を減少することで、お客さまに不利益が生じないような体制を作りました。
代理店対応力の強化	<ul style="list-style-type: none">・ 課題を代理店監査部内で共有し改善策を実行した結果、代理店の内部管理や記録精度が改善し、重要指摘の再発が減少しました。これにより代理店全体の品質が向上し、お客さまへの説明品質の安定化につながりました。

以上

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		少額短期保険ハウスガード株式会社		
■取組方針掲載ページのURL		https://www.hg-ssi.com/about/images/pdf/Current Status of customers first 2025.pdf		
■取組状況掲載ページのURL		https://www.hg-ssi.com/about/images/pdf/Current Status of customers first 2025.pdf		
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	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(2) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針2に関する「実施した取組内容」② 方針4に関する「実施した取組内容」①②
	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1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。(1)(2) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針3に関する「実施した取組内容」① 方針4に関する「実施した取組内容」①②
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5 お客さまの利益を不当に害することのないよう適切な業務運営に取り組みます。(1)(2)	方針5に関する「実施した取組内容」①
	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 ・当該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取引・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5 お客さまの利益を不当に害することのないよう適切な業務運営に取り組みます。(1)(2)	方針5に関する「実施した取組内容」①
原則4	【手数料等の明確化】 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。	非該当	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
原則5	【重要な情報の分かりやすい提供】 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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(2) 方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(1) 方針3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。(1)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針2に関する「実施した取組内容」① 方針3に関する「実施した取組内容」①
	注1 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、その具体的な内容(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	実施	方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(1)	方針2「実施した取組内容」①
	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、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)。	非該当	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
	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。	実施	方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(1)	方針2に関する「実施した取組内容」①
	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、顧客において同様の商品の内容と比較することが容易となるよう配意した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係と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。	非該当	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
	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2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(1)	方針2に関する「実施した取組内容」①
	注1 【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1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)	方針1に関する「実施した取組内容」①②
原則6	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	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
	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。	非該当	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
	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。	非該当	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
	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	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
	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1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①②
	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、製販先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	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
	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	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2

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7	【従業員に対する適切な勤機づけの枠組み等】 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勤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4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(2)(3)	方針4に関する「実施した取組内容」①②
	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4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(2)(3)	方針4に関する「実施した取組内容」①②
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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。(1) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針3に関する「実施した取組内容」① 方針4に関する「実施した取組内容」①②
補充原則2	【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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。(1) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針3に関する「実施した取組内容」① 方針4に関する「実施した取組内容」①②
	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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。(1) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針3に関する「実施した取組内容」① 方針4に関する「実施した取組内容」①②
	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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針3 お客さまの状況や立場に寄り添った保険金の支払いに取り組みます。(1) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針3に関する「実施した取組内容」① 方針4に関する「実施した取組内容」①②
補充原則3	【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動かし、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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①②
	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こと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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①②
	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、元本確保を目的とする顧客等)も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・配分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	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
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みすべきである。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	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
補充原則4	【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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(2) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針2に関する「実施した取組内容」② 方針4に関する「実施した取組内容」①②
	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す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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(2) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針2に関する「実施した取組内容」② 方針4に関する「実施した取組内容」①②
	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。	実施	方針1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供に取り組みます。(1)(2) 方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(2) 方針4 お客さまファーストを経営の重要課題と位置づけ、企業文化としての定着に取り組みます。(1)(2)	方針1に関する「実施した取組内容」①② 方針2に関する「実施した取組内容」② 方針4に関する「実施した取組内容」①②
	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	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2
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。	実施	方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(2)	方針2に関する「実施した取組内容」②
	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べきである。	非該当	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※2	<補足> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さまファーストの取組方針」との関係※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。	実施	方針2 お客さまへの分かりやすい情報提供に努め、また双方向のコミュニケーションに取り組みます。(2)	方針2に関する「実施した取組内容」②

【照会先】

部署	業務企画管理部
連絡先	03-6718-9240