

2025年度

「お客さま中心の業務運営方針」に
係る基本方針および具体的な取組内容

2025年6月30日

ライフナビパートナーズ株式会社

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針1.

方針1. 企業文化としてのお客さま志向の醸成・定着

- A) ライフナビパートナーズ株式会社（以下、当社といいます。）は、「保険という安心を通じて、お客さまの豊かな人生の実現をサポートする」という使命のもと、「お客さまに最も信頼され、選ばれる、これまでにない新しいタイプの保険代理店」を実現し、常にお客さま視点で物事を考え、誠実にお客さまに向き合い、約束を守り行動することを企業理念としています。お客さまにとって常に最善の利益が図られるよう、「お客さま中心の業務運営」を企業文化として定着させるとともに、役職員一人ひとりが高い倫理観のもとで、継続的かつ高水準のサービスをご提供できるよう努めます。
- B) 当社は、保険を軸にお客さまの利益の最大化に資する提案を行い、常にお客さまに寄り添った対応を行います。

主な取組み

1. 「お客さま中心の業務運営方針」策定にあたり、策定の背景や目的とともに方針の内容を全従業員に周知し、当方針に則った業務運営を行うことを全従業員に徹底しました。
2. 当社の経営理念・存在意義（ミッション）・目指すべき方向性（ビジョン）・行動指針（バリュー）を各拠点に掲示し、全従業員の携行品にする等、全社員への浸透を推進しています。
3. 全国拠点長会議にて経営陣からコンプライアンス事案の周知を図り、コンプライアンス重視の経営姿勢を明示しました。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針2.

方針2. お客さま満足向上のための最適なサービスの提供

- C) 当社は、保険商品の提案時において、公的保険制度を踏まえたうえで、お客さまのご意向を十分に把握し、お客さまご自身を取り巻く環境や社会環境の変化をふまえつつ、最も適切なご提案を行うよう努めます。また、保険契約のお申込み、および成立後においても、お客さまに対して継続的な情報提供等のサービスを通じて、お客さま満足の向上を図ることに努めます。
- D) 「お客さまの声」を経営に活かし、日々業務改善に取り組めます。
- N) 当社は、お客さまのニーズやご要望を積極的に聴取し、以後のサービス提供に活かせるよう、社内及び、乗合保険会社に共有・還元してまいります。

主な取組み

- 4. ご契約をお預かりしたお客さまへサンクスコールを実施し、不明な点や質問等がないかの確認を行っています。
- 5. お客さまが公的保険制度を理解したうえで自らのライフプラン等を検討できるように、募集人全員に公的保険制度に関する研修を実施いたしました。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針2.

6. 2024年度にご契約いただいたお客さまに対し、「お客さまアンケート」を実施し、「お客さまからの評価」を業務改善に役立て、ダイレクトな声を経営に生かす取組を行っています。2024年度は62名のお客さまからアンケートのご回答をいただきました。そのうち80.6%のお客さまに、現在ご加入いただいている保険について「とても満足」「満足」とご回答いただきました。
7. 当社や乗合保険会社が受け付けた「お客さまの声（苦情・ご要望ご相談・お褒めの言葉・その他）」を、月に一度全件周知し、業務改善に役立てるとともに、お客さまへの感謝の気持ちを醸成しています。（2024年度受付苦情件数：65件、ご要望ご相談：159件、お褒めの言葉280件、その他：8件）
28. 当社は、乗合保険会社と情報交換を適宜実施し、相互の状況把握や問題解決に向けた議論をする機会を設けています。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針3.

方針3. 保険募集時における十分な情報の提供

- E) 当社は、保険の提案にあたりお客さまの資産保有状況、投資経験および余裕資産等の経済状況を適切に把握します。また、お客さまの意向に沿った商品・サービス等の説明を丁寧に行い適切な勧誘を行います。
- F) 当社は、お客さまがご意向に沿った最適な保険商品を選択するために必要な重要情報を分かりやすくご説明するとともに、保険商品の特性等について適切かつ十分な情報をご提供することに努めます。
- G) 外貨建保険や変額保険等の市場リスクのある商品の販売に際しては、お客さまにご負担いただく手数料その他の費用について、お客さまに正しくご理解いただくため、分かりやすく開示を行います。

主な取組み

- 8. お客さまが保険への加入を検討するにあたり重要な情報を適切に提供しているか、当社独自の「意向把握シート」や「最終確認書」を使用して、募集人とお客さまが内容を確認できるようにしています。また、お客さまからヒアリングしたご意向については、「意向把握シート」で記録として残し、のちに保険加入プロセスをご確認いただくことができるようにしています。
- 9. ご高齢のお客さまへは、親族の同席を依頼するなど、お客さまのご親族に対しても、検討している保険商品について積極的に説明しています。
- 10. 半期毎に「商品選定委員会」を開催し、保障内容、保険料および当社取扱実績等を考慮の上、当社がお客さまに推奨すべき商品を推奨商品として選定しています。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針3.

11. 保険を検討・加入するにあたり特に重要な事項については、当社独自の「最終確認書」を用いてお客さまへ適切に情報の提供を行っています。
12. 特定保険契約に関する注意点およびお客さまが負担する手数料等については、お客さまに手交する「推奨保険商品のご案内にあたって」に記載して、ご確認いただけるようにしています。
13. 生命保険・損害保険の販売資格を有した専門性の高い募集人によって、お客さまへの情報提供の幅を広げるよう務めています。
14. 外貨建保険や変額保険等の市場リスクのある商品の販売に際しては、「特定保険契約ヒアリングシート」等を用いて、お客さまが負担する手数料その他の費用についてわかりやすい開示を行い、お支払いいただく保険料の一部がご契約の維持・管理および資産運用に係る費用等として充てられることなどをご説明します。
15. 当社は、生命保険（少額短期保険含む）・損害保険の代理店であり、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨することはありません。また、金融商品の組成等に携わることはありません。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針4.

方針4. お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー

- E) 当社は、保険を提案するにあたりお客さまの資産保有状況、投資経験および余裕資産等の経済状況を適切に把握します。また、お客さまの意向に適った商品・サービス等の説明を丁寧に行い適切な勧誘を行います。
- H) 当社は、お客さまに正しい情報とサービスを提供するため、企業理念に基づいた社員教育を経営上の重要課題と捉え、お客さまを中心とした行動および専門知識の獲得を優先します。
- I) 当社は、保険商品は永くご継続いただくことで、真にお客さまのお役に立つことができ、ひいては豊かな人生の実現を可能にできると考えています。ご契約後においても、継続的な情報提供や保険金・給付金の請求勧奨等を行い、お客さまに寄り添った十分なアフターフォローに努めます。

主な取組み

- 14. 外貨建保険や変額保険等の市場リスクのある商品の販売に際しては、「特定保険契約ヒアリングシート」等を用いて、お客さまが負担する手数料その他の費用についてわかりやすい開示を行い、お支払いいただく保険料の一部がご契約の維持・管理および資産運用に係る費用等として充てられることなどをご説明します。
- 15. 当社は、生命保険（少額短期保険含む）・損害保険の代理店であり、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨することはありません。また、金融商品の組成等に携わることはありません。
- 16. 当社社員は、お客さまに保険のご提案を行うにあたり、会社が定める研修プログラムを履修することを条件にしています。また、お客さまの保険および関連する金融商品に関する知識について、社員のスキル・経験等を踏まえて、社員教育を実施しています。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針4.

17. ご契約にあたってお客さまの意向に適った適切な商品を提案しているか、正しく記録を残し募集の振り返りを行える内容となっているか確認するため、「意向把握シート」を作成しています。「意向把握シート」については、各拠点責任者およびコンプライアンス室が内容を確認し、その充実に向けた指導を行っています。
18. ご契約内容の説明や給付金の請求漏れがないか等を確認するため、各種お客さまサポートをお電話やご自宅等への訪問にて行っています。また、ご契約後も「お客さまアンケート」を実施し、アフターフォローに努めています。
19. 契約継続率等の募集品質指標をカスタマーサービスのバロメーターと捉え、毎月社内で共有し、業務品質改善に活かしています。
20. お客さまが保険への加入を検討するにあたり重要な情報を適切に提供しているか、当社独自の「意向把握シート」や「最終確認書」を使用して、募集人とお客さまが内容を確認できるようにしています。保険にお申込みいただいたお客さまに対し、アンケートを実施して 申込内容が意向に沿っているか、不明な点や質問等がないか確認を行っています。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針5.

方針5. 利益相反の適切な管理

- J) 当社は、お客さまの利益を保護するために、利益相反の可能性のある取引を適切に管理するための態勢を整備し、対応に努めます。また、お客さまの利益保護の観点から、当社の根幹業務である保険募集の適切性を確保するための保険募集管理態勢やお客さまから寄せられる様々な声を網羅的に把握し、真摯に対応する顧客サポート態勢を整備し、対応に努めます。
- K) 当社は、お客さまの意向に基づいた最も適切な商品を提案します。

主な取組み

10. 半期毎に「商品選定委員会」を開催し、保障内容、保険料および当社取扱実績等を考慮の上、当社がお客さまに推奨すべき商品を推奨商品として選定しています。
21. 同委員会にて、販売傾向の偏向や募集人毎の販売状況を確認し偏った販売がないか確認を行っています。問題がある場合は募集人にヒアリングを行い、必要に応じて改善を促す等の対応をとっています。
22. 短期間で解約等されたお客さまには、その理由や当社に対するご不満がないか等を確認しています。また、解約理由について募集人から募集管理部門へ報告を行い、適切に募集を行っていたか確認しています。2024年度の早期消滅率は2.8%、主な消滅理由は、前年度同様「収入減少のため」でした。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針6.

方針6. お客さま志向実現のための教育・報酬体系

L) 当社は、当原則および経営理念の実現には、社員の報酬・評価制度、教育制度等が重要であることを深く認識します。お客さまの利益を最優先とする行動が会社および社員一人ひとりの成長と自己実現に繋がると確信します。

主な取組み

16. 当社社員は、お客さまに保険のご提案を行うにあたり、会社が定める研修プログラムを履修することを条件にしています。また、お客さまの保険および関連する金融商品に関する知識について、社員のスキル・経験等を踏まえて、社員教育を実施しています。
23. 全社員の報酬等の制度内にコンプライアンスに関わる項目を設け、適切な行動を促すとともに、万が一、不適切な行動等あった場合は、経営陣による「賞罰委員会」にて処分等を行っています。また、不適切な事案は社内に周知するとともに改善策を策定し、改善を図っています。
24. コンプライアンス意識の醸成と定着には、継続的な啓蒙が重要と考え、コンプライアンスマインドの醸成・確保をテーマとした研修を定期的実施しています。2024年度は、コンプライアンスに関わる研修を10回実施しました。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 取組状況 ～方針7.

方針7. お客さま中心の業務運営品質の維持・向上

M) 当社は、当原則の趣旨、内容について全社員が正しく理解し、それに基づいた行動をとることが重要であると考え、全社員が策定した原則に基づいた行動をとるための仕組みを整備し、行動を適切に把握・評価します。また、「お客さま中心の業務運営」に係る諸取り組みについて、その品質の維持・向上を図るために、経営陣が主導となり実施状況を定期的に把握し、必要に応じて改善を図る全社レベルのPDCAサイクルの実践に努めます。

主な取組み

25. 「お客さま中心の業務運営」の推進を、経営陣をはじめとする全ての従業員が一丸となって取り組んでおり、NHSインシュアランスグループおよびグループ各社のコンプライアンス部門がその取り組み状況をお互いにチェックしています。2024年度は、顧客本位の企業文化の醸成を目的に、経営会議・拠点長会議において取り組み状況の報告を実施し、経営陣、営業部門及び募集管理部門が率直な意見の交換を行い、募集品質の更なる向上に活かしています。
26. NHSインシュアランスグループ各社の取り組み状況を横断的に把握し、グループ各社間の業務運営品質のばらつきを極小化するための指示・指導を行うために、グループの経営陣や責任者が一堂に会する「グループコンプライアンス委員会」を開催しています。2024年度は四半期毎に計4回実施し、グループ会社の課題の共有、親会社である朝日生命の募集品質向上に向けた取組み等、情報共有を行いました。
27. 今後、取り組み状況を踏まえ、本運営方針の見直しを協議するとともに、見直し結果については、適時に開示します。

2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る基本方針および具体的な取組状況 成果指標（K P I）

2025年度、当社は「お客さま中心の業務運営方針」の成果を確認するための指標として、以下の3項目を設定しました。



指標1.

お預かりしている契約件数

お預かりしている契約件数が増えていくことは、「お客さまに当社サービスをご満足いただけている事」を表す数値と考えます。

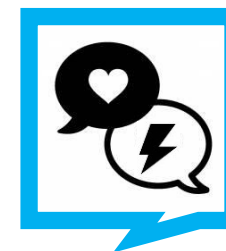


指標2.

早期消滅率

早期消滅率は、保険のお申込にあたり「真にお客さまのご意向に沿ったご提案をすることにより、当社を選んでいただいた事」を表す数値であると考えます。

※契約日より6ヶ月以内に消滅(解約・失効)した契約の割合



指標3.

お客さまの声の受付件数

お客さまの声（苦情・ご意見・ご要望・お褒めの言葉）は、当社が業務を運営するにあたり「綻びを教えていただく最良の機会」であると考えます。

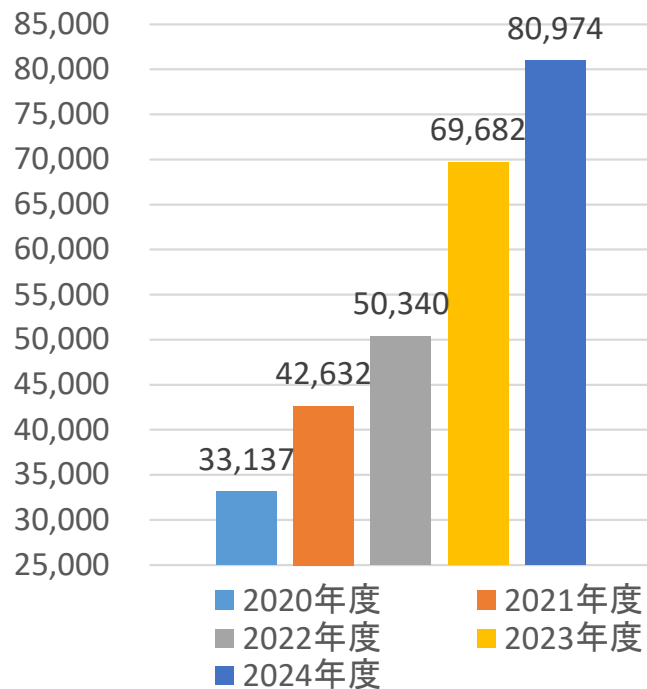
2025年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る取組状況の振り返りと今後の取組みおよび 成果指標（K P I）の結果

ライフナビパートナーズ株式会社

「お客さま中心の業務運営方針」の成果指標の状況は、以下のとおりです。

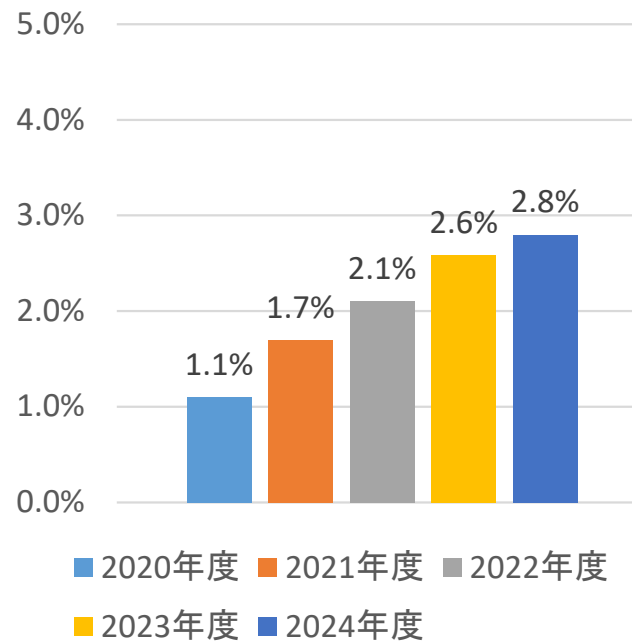
指標1.

お預かりしている契約件数



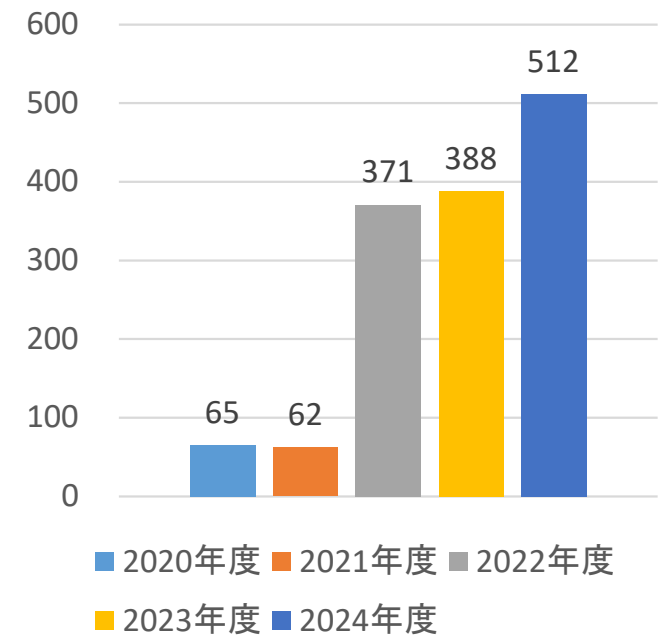
指標2.

早期消滅率



指標3.

お客さまの声の受付件数



■ 「顧客本位の業務運営に関する原則」と本編との対応関係 1

	実施・不実施	取組方針	具体的な取組内容
【顧客の最良の利益の追求】			
原則 2	実施	(1頁) 方針1.企業文化としてのお客さま志向の醸成・定着 (A・B)	(1頁) 1・2・3
(注)	実施	(2頁) 方針2.お客さま満足向上のための最適なサービスの提供 (C・D)	(2頁) 4・5 (3頁) 6・7
【利益相反の適切な管理】			
原則 3	実施	(8頁) 方針5.利益相反の適切な管理 (J)	(8頁) 10・21・22
(注)	実施	(8頁) 方針5.利益相反の適切な管理 (J)	(8頁) 10・21
【手数料の明確化】			
原則 4	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (G)	(5頁) 14
【重要な情報の分かりやすい提供】			
原則 5	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(4頁) 8・9
(注 1)	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G) (7頁) 方針5.利益相反の適切な管理 (K)	(4頁) 10 (8頁) 10・21
(注 2)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 3)	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(4頁) 9 (5頁) 14
(注 4)	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(4頁) 8・9 (5頁) 14
(注 5)	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F)	(5頁) 14
【顧客にふさわしいサービスの提供】			
原則 6	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E) (6頁) 方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー (E)	(4頁) 10 (5頁) 14 (7頁) 17
(注 1)	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E) (6頁) 方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー (I)	(5頁) 14 (7頁) 17
(注 2)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 3)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 4)	実施	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E) (6頁) 方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー (E)	(5頁) 11 (7頁) 17・20
(注 5)	実施	(6頁) 方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー (H) (9頁) 方針6.お客さま志向実現のための教育・報酬体系 (L)	(6頁) 16 (9頁) 16
(注 6)	実施	(2頁) 方針2.お客さま満足向上のための最適なサービスの提供 (N)	(3頁) 28
(注 7)	実施	(2頁) 方針2.お客さま満足向上のための最適なサービスの提供 (N)	(3頁) 28

■ 「顧客本位の業務運営に関する原則」と本編との対応関係 2

	実施・不実施	取組方針	具体的な取組内容
【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】			
原則 7	実施	(9頁) 方針6.お客さま志向実現のための教育・報酬体系 (L)	(9頁) 16・23・24
(注)	実施	(10頁) 方針7.お客さま中心の業務運営品質の維持・向上 (M)	(10頁) 25・26・27

■ 「補充原則」と本編との対応関係

	実施・不実施	取組方針	具体的な取組内容
【基本理念】			
補充原則1	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
【体制整備】			
補充原則2	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注1)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注2)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
【金融商品の組成時の対応】			
補充原則3	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注1)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注2)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注3)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
【金融商品の組成後の対応】			
補充原則4	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 1)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 2)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 3)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
【顧客に対する分かりやすい情報提供】			
補充原則5	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 1)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15
(注 2)	非該当	(4頁) 方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁) 15

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		ライフナビパートナーズ株式会社		
■取組方針掲載ページのURL		https://www.l-n-p.co.jp/wp/wp-content/uploads/2025FD_LNP.pdf		
■取組状況掲載ページのURL		https://www.l-n-p.co.jp/wp/wp-content/uploads/2025FD_LNP.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	(1頁)方針1.企業文化としてのお客さま志向の醸成・定着(A・B)	(1頁)1・2・3
	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	(2頁)方針2.お客さま満足を向上させるための最適なサービスの提供(C・D)	(2頁)4・5(3頁)6・7
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	(8頁)方針5.利益相反の適切な管理(J)	(8頁)10・21・22
	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	(8頁)方針5.利益相反の適切な管理(J)	(8頁)10・21
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。	実施	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(G)	(5頁)14
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。	実施	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F・G)	(4頁)8・9
	注 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	実施	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F・G) (7頁)方針5.利益相反の適切な管理(K)	(4頁)10(8頁)10・21
	注 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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F・G)	(5頁)15
	注 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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F・G)	(4頁)9(5頁)14
	注 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頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F・G)	(4頁)8・9(5頁)14
	注 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頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F)	(5頁)14
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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E) (6頁)方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー(E)	(4頁)10(5頁)14(7頁)17
	注 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	実施	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E) (6頁)方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー(I)	(5頁)14(7頁)17
	注 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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F・G)	(5頁)15
	注 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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E・F・G)	(5頁)15
	注 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。	実施	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(E) (6頁)方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー(E)	(5頁)11(7頁)17・20
	注 金融事業者は、従業員がその取り扱い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	(6頁)方針4.お客さまのニーズに合った商品・サービスのご案内とご契約後の適切なアフターフォロー(H) (9頁)方針6.お客さま志向実現のための教育・報酬体系(L)	(6頁)16(9頁)16
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。	実施	(2頁)方針2.お客さま満足を向上させるための最適なサービスの提供(N)	(3頁)28

	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。	実施	(2頁)方針2.お客さま満足度を向上させるための最適なサービスの提供 (N)	(3頁)28
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	(9頁)方針6.お客さま志向実現のための教育・報酬体系 (L)	(9頁)16・23・24
	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	(10頁)方針7.お客さま中心の業務運営品質の維持・向上 (M)	(10頁)25・26・27
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。	非該当	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
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。	非該当	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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。	非該当	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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。	非該当	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
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。	非該当	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
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。	非該当	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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事実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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15
	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	(4頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供 (E・F・G)	(5頁)15

【照会先】

部署	コンプライアンス室
連絡先	compliance@l-n-p.co.jp