2026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

2026年7月9日
株式会社 創企社

2026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) 株式会社 創企社（以下、当社という。）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朝礼にて全従業員に周知し、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. 2026年度 経営方針の発表に際し、経営理念および理念に即した業務運営の徹底について、全社員に周知いたしました。
3. 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）を各拠点の壁面や、各自の机上に掲示するなど全社員への浸透を推進しています。
4. 企業理念を社内に定着させ、全社員が企業理念に沿った行動をとるよう、朝礼で唱和する等定着化を図っています。

2026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.　お客さま満足を向上させる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、お客さまのご意向を十分に把握したうえで、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みます。

E) 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。

L) 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

5.　保険にお申込みいただいたお客さま全員に対し、後確認コール（※）を実施して申込内容が意向に添っているか、不明な点や質問等がないか確認を行っています。

6.　ご契約いただいた全てのお客さまに「お客さま満足度アンケート」を2023年1月から実施し、「お客さまからの評価」を今後の業務改善に役立てるよう推進します。

7.　専門知識を有した社員がお客さまに適切な情報提供・対応を行う体制を整備しています。

19.　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（コンプライアンスに関する研修・お客様の声の事例に関する苦情再発防止研修等）を定期的（毎月）に実施しています。

26.　当社は、委託先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。
※お申込みの御礼とご契約が成立するまでの流れ、保険料の収納方法のご案内およびお客さまのご意向の確認等をお電話にてご説明

2026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

F) 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。

主な取組み

8. ご高齢のお客さまへは、原則、親族の同席を必須にするなど、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。
9. 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、「意向チェックシート」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。
10. 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応じて適切な勧誘を行うため、年齢に問わず「親族」の同席をお客さまにお願いしています。　（2025年度同席率：34.2%　対前年－0.9%）
11. お申込み受付後、後確認コールとして募集時と違う募集人から申し込み内容の確認を意思の確認を実施。同時に重要事項の理解促進を図っています。
25. 当社は、変額保険・外貨建て保険等の市場リスクを有する商品の取扱はありません、よってお客さまが支払う保険料のうち手数料等の負担はありません。また、金融商品の組成に携わること、複数の金融商品をパッケージとして販売・推奨することはありません。

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

G) 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習得を優先します。

E) 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

12. 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、自己啓発を促すため、資格等保有に奨励規程を設け自己啓発の推進を行っています。

13. 加入期間に応じて定期的に、ご加入中の保険の再説明や給付金の請求漏れがないか等の確認を行い、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。

14. お申込みいただいた契約の早期消滅率・継続率等を募集品質および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、業務品質改善に取り組んでいます。
早期消滅率：2024年度 1.5% / 2025年度 1.5%
MOF13*： 2024年度 92.5% / 2025年度 92.5%

15. ご高齢のお客さまには、ご親族の同席、複数回の面談機会を設けるなどの対応を推進しています。お申込み受領後も、募集時と別の者が内容の確認の機会を設けるなどの対応を実施しています。

*MOF13…集計対象期間に成立したご契約のうち、保険料払込回数が13回以上継続された割合
（集計対象期間：現在を起算点として14ヶ月前までの1年間）

2026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

H) 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。

I) 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

16. 保険募集の適切性を確認・管理するため、営業部門とは別に募集管理部門を設置し、お客さまとの架電および訪問ログのモニタリングを行い、適切な募集が行われているかの確認を行なっています。

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

J) 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

17. 全社員の報酬・評価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。（2025年度：1件）
18. お客さま中心主義に基づいた保険募集を実現すべく、お預かりした保険のお申込み状況だけではなく、成立状況やご継続状況等も社員評価に反映していくことを検討します（2026年度）。
19. 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（コンプライアンスに関する研修・お客様の声の事例に関する苦情再発防止研修等）を定期的（毎月）に実施しています。
20. お客さま中心主義に基づいた保険募集を実現すべく、保険契約の成立状況やご継続状況といったお客さま満足度と相関関係にある項目について、定期的に状況を確認しています。
21. 全社員が「認知症サポーター資格」を取得し、高齢のお客さまと接する際の留意すべき事項や対応について習得する機会を設けています。

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

K) 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

22. 「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。
23. 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。2025年度は四半期毎に計4回実施しました。
24. 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。

2026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（ＫＰＩ）

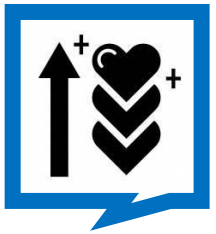
2026年度、当社は「お客さま中心の業務運営方針」の成果を確認するための指標として、以下の3項目を設定しました。



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。

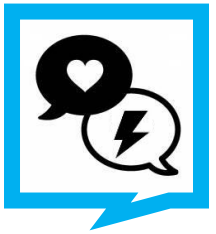


指標2.

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3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。

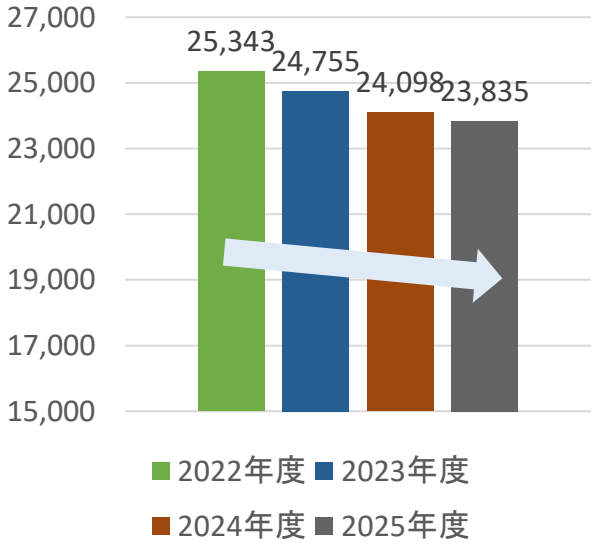
2026年度「お客さま中心の業務運営方針」に係る取組状況の振り返りと今後の取組みおよび成果指標（ＫＰＩ）の結果

株式会社 創企社

「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。

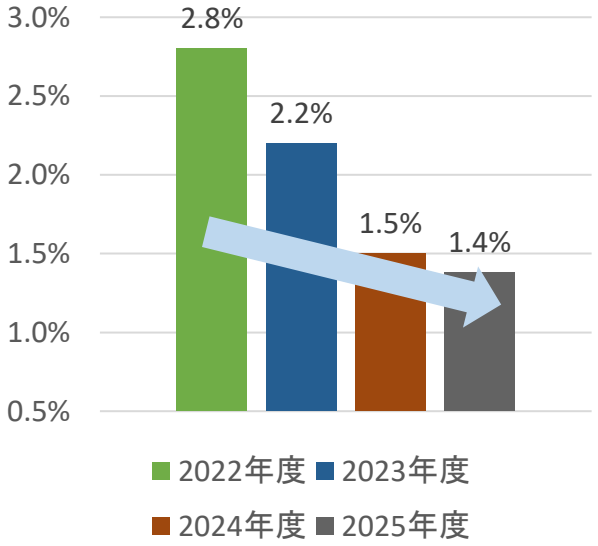
指標1.
お預かりしている契約件数

ここ数年微減傾向が続いています。ひとりでも多くのお客さまに安心をお届けするための努力を継続してまいります。



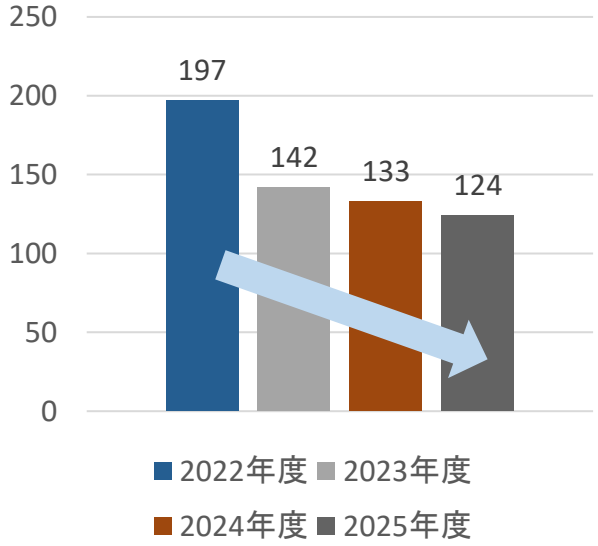
指標2.
早期消滅率

安定的に改善を図っています。お客さまが安心してご継続いただけるよう適切な商品の案内とアフターフォローの充実を図ってまいります。



指標3.
お客さまの声の受付件数

2022年度以降は減少に転じてしまいました。今年度は、お客さまの声を収集し業務改善に繋がるようにしてまいります。



■　「顧客本位の業務運営に関する原則」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
【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・4
（注）	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・E）	（2頁）5・6・7・19　（4頁）13・14
【利益相反の適切な管理】			
原則３	実施	（5頁）方針5.利益相反の適切な管理（J）	（5頁）16
（注）	実施	（5頁）方針5.利益相反の適切な管理（J）	（5頁）16
【手数料の明確化】			
原則４	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
【重要な情報の分かりやすい提供】			
原則５	実施	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）8・9
（注１）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注２）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注３）	実施	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）10
（注４）	実施	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）10
（注５）	実施	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）11
【顧客にふさわしいサービスの提供】			
原則６	実施	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）9
（注１）	実施	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）9・11
（注２）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注３）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注４）	実施	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（4頁）15
（注５）	実施	（４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(G)	（4頁）12
（注6）	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（L）	（2頁）25・26
（注7）	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（L）	（2頁）25・26

■　「顧客本位の業務運営に関する原則」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
【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】			
原則７	実施	（6頁）方針6.お客さま志向実現のための教育・報酬体系(J)	（6頁）17・18・19・20・21
（注）	実施	（7頁）方針7.お客さま中心の業務運営品質の維持・向上(K)	（7頁）22・23・24

■　「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	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
【体制整備】			
補充原則2	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注1）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注2）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
【金融商品の組成時の対応】			
補充原則3	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注1）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注2）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注3）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
【金融商品の組成後の対応】			
補充原則4	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注１）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注２）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注３）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
【顧客に対する分かりやすい情報提供】			
補充原則5	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注１）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25
（注２）	非該当	（3頁）方針3.保険募集時における十分な情報の提供（F）	（3頁）25

※　詳細については金融庁HP（https://www.fsa.go.jp/index.html）をご覧下さい。

掲載・更新年月日：　2026年7月9日

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	株式会社創企社
■取組方針掲載ページのURL　：	https://www.soki.co.jp/wordpress/wp-content/uploads/2026/07/2026FD_SOKI.pdf
■取組状況掲載ページのURL　：	https://www.soki.co.jp/wordpress/wp-content/uploads/2026/07/202FD_SOKI.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・4
	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・E)	(2頁)5・6・7・19　(4頁)13・14
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	(5頁)方針5.利益相反の適切な管理(J)	(5頁)16
	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	(5頁)方針5.利益相反の適切な管理(J)	(5頁)16
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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)8・9
	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	非該当	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)10
	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意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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)10
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)11
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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)9
	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	実施	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)9・11
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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。	実施	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(4頁)15
	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	(4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(G)	(4頁)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(L)	(2頁)25・26
	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.お客さま満足を向上させるための最適なサービスの提供(L)	(2頁)25・26

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	(6頁)方針6.お客さま志向実現のための教育・報酬体系(J)	(6頁)17・18・19・20・21
	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	(7頁)方針7.お客さま中心の業務運営品質の維持・向上(K)	(7頁)22・23・24
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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
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。	非該当	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25
	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	(3頁)方針3.保険募集時における十分な情報の提供(F)	(3頁)25

【照会先】

部署	業務コンプライアンス部
連絡先	電話番号:045-285-0285 メールアドレス:compliance@n-h-s.co.jp