

「お客さま本位の業務運営方針」に関する取組状況のご報告

株式会社FPパートナーは、2024年11月期(2023年12月～2024年11月)における「[お客さま本位の業務運営方針](#)」に関する取組状況を以下のとおりまとめましたので公表いたします。

お客さま本位の業務運営方針は、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」(2024年9月26日)に基づき、弊社が自ら主体的に創意工夫を発揮し、ベスト・プラクティスを目指してお客さま本位の良質な商品・サービスをご提供することを広く社会の皆さまにお約束するために策定したものです。

この資料は、本方針に基づいて弊社が取り組んできた、さまざまな業務や施策の具体的な内容をご紹介しますとともに、その成果を客観的に評価して皆さまに分かりやすくご説明するためのものです。

この資料では、まず、本方針の取組状況を定量的かつ継続的に評価するために弊社が設けた重要業績評価指標(KPI)とその自主目標値について、過去3年間の推移と目標達成の状況をグラフでご紹介しております(P.2)。その際、使用するKPIは以下の3種類としております(囲みの中の下線部は自主目標値を表します)。

- ① 「お客さま満足度Webアンケート結果の推移」および「お客さま満足度90.0%以上」
- ② 「FP_(注)資格保有人数の営業社員における占有率」および「占有率90.0%以上」
- ③ 苦情件数の推移と営業社員1人あたり苦情発生件数の推移

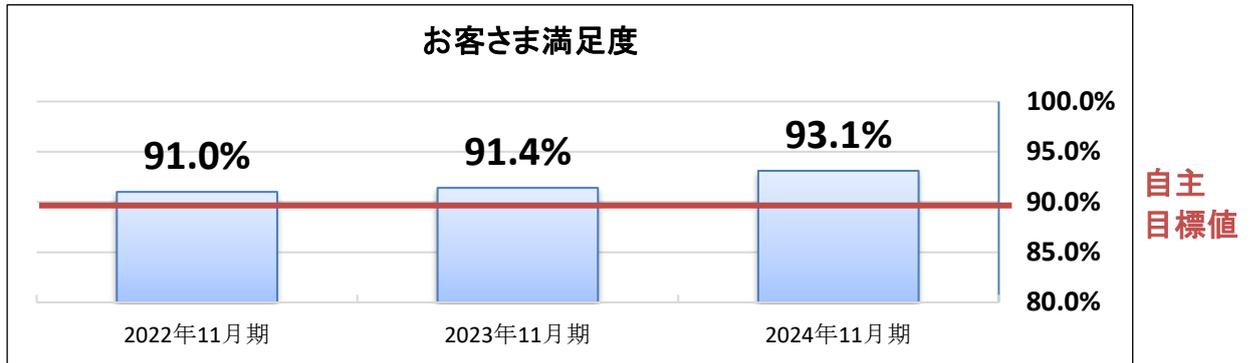
(注)「FP」とはファイナンシャルプランナーを指します。

KPIと自主目標値の詳細については、2020年3月2日に発表した[お客さま本位の業務運営方針に関する取り組み状況「KPI設定」について](#)をご覧ください。

続いてこの資料では、各KPIの推移について、その背景にある弊社の取組状況も含め、詳細をご説明しております(P.3～4)。その次に、本方針に記された個々の取組方針に対応する、弊社におけるお客さま本位の業務運営の実例をご紹介します上で、最後に、今後の本方針への取組みについて弊社の決意を表明させていただいております(P.5～11)。

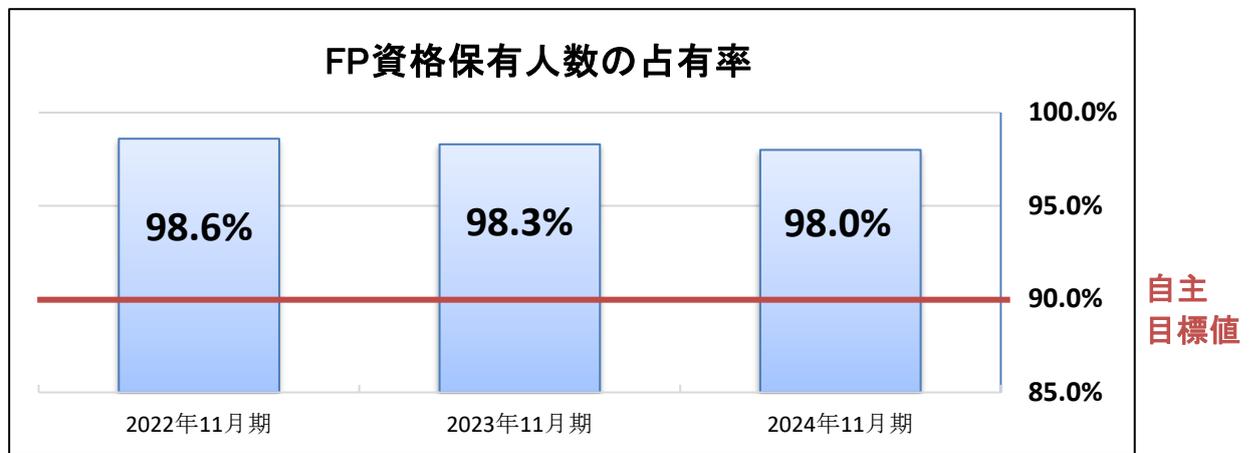
グラフで見るKPIの推移

① お客さま満足度Webアンケート結果の推移および「お客さま満足度90.0%以上」



※各年度前年12月～当年11月までの実績

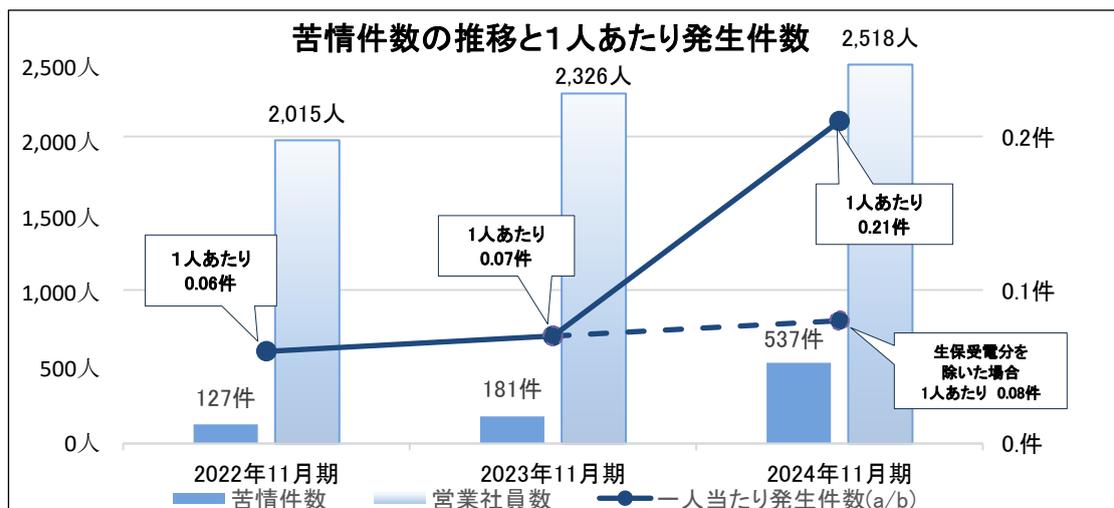
② FP資格保有人数の営業社員における占有率および「占有率90.0%以上」



※各年度前年12月～当年11月までの実績

※資格保有人数及び営業社員は入社1年以上の営業社員を対象

③ 苦情件数の推移と営業社員1人あたり苦情発生件数の推移



※各年度前年12月～当年11月までの数値

※従来は当社受付件数のみを集計していましたが、2024年11月期からは生命保険会社が受電した当社に関わるお客さまの申出件数を合わせて集計しております。そのため、2024年11月期の苦情件数は生保会社受付の325件を加算しております。

※これまでに掲載しておりました2022年11月期の苦情件数を、今回修正しております。

各KPIの推移に関する詳細説明

① お客さま満足度Webアンケートにおける「お客さま満足度」の推移

弊社のFP相談サービスを利用されたお客さまにWebアンケートを実施し、満足度についてご評価をいただいております。「お客さま満足度」は、下記、2)の設問のうち、担当したFPへの相談の満足度で「非常に満足」および「やや満足」を選択された回答数の全回答数に占める割合と定義しております。アンケートから得られるお客さま満足度の結果を業務品質向上に役立て、営業社員の態度・マナーやFP相談サービスの改善等に活用しております。

また、お客さま満足度の推移については、事業年度単位だけでなく、月単位でも数値の増減を確認しております。

【Webアンケート内容について】

- 1) アンケート方法 : 面談後に弊社からお客さまへメールを送信しご回答いただく
- 2) アンケート設問 : 今回の相談の満足度(非常に満足・やや満足・やや不満・非常に不満)
- 3) アンケート期間 : 2023年12月1日～2024年11月30日
- 4) アンケート回答数 : 合計2,058件(総数12,929件に対して、回答率15.9%)

【お客さま満足度の現状報告】

お客さま満足度の推移

項目	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
お客さま満足度	91.0%	91.4%	93.1%

2024年11月期お客さま満足度は93.1%で前期比1.7%上昇しました。また、2024年11月期において、お客さま満足度が90%未満となった月はありませんでした。

引き続き高い水準を維持できているのは、営業社員がお客さまにより良いご提案ができるよう社の内外で日々研鑽を重ねており、社員の間で「教え合う文化」が定着していることが大きな要因となっていると考えております。また、弊社では全社的なコンプライアンス研修やテスト、および各エリア駐在の業務品質課員による営業管理職向けの研修を実施しており、その積み重ねが営業社員の知識や対応に反映されているものと考えます。今後とも、Webアンケートによりお客さま満足度を継続的に確認し、お客さまの声を真摯に受けとめながら、業務品質の向上に取り組んでまいります。

② FP(ファイナンシャルプランナー)資格保有人数の営業社員における占有率の推移

営業社員は、相談内容の多様化・複雑化に伴い、高い専門性と職業倫理を持ってお客さまに適切な提案をするために、ファイナンシャル・プランニングの知識やスキルを身につける必要があります。このため弊社では社員に対して、FP資格の取得を積極的に推奨しています。

【FP資格占有率の現状報告】

FP資格占有率の推移

項目	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
FP資格占有率	98.6%	98.3%	98.0%

2024年11月期の営業社員のFP資格占有率は98.0%で前年比▲0.3%低下しました。引き続き高い水準を維持できているものと考えられます。

今後ともお客さまにご安心いただける適切なサービスを提供できるよう、営業社員によるFP資格の取得を推進してまいります。

③ 苦情件数と営業社員1人あたり苦情発生件数の推移

1年間に発生した苦情のうち、新契約業務に関する苦情件数を「年間苦情発生件数」としております。また、発生量の傾向を把握しやすくするために「年間苦情発生件数」を「弊社年度末における全営業社員数」で除し、営業社員1人あたりの年間苦情発生件数を算出して、増減推移を確認しております。

【苦情件数と営業社員1人あたりの苦情発生件数の現状報告】

苦情件数の推移

項目	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
苦情発生件数	127件	181件	537件

1人あたりの苦情発生件数の推移

項目	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
1人あたりの苦情発生件数	0.06件	0.07件	0.21件

2024年11月期の苦情件数は537件、営業社員1人あたりの苦情発生件数は0.21件と、いずれも前期より増加しました。

増加した理由は、従来は当社受付苦情件数のみを集計していましたが、2024年11月期は生命保険会社が受電した当社に関わるお客さまの苦情件数を含めて集計(生保会社受付分325件を加算)したことによります。仮に生保会社受付の325件を除いた場合(2022年11月期および2023年11月期と同様の試算結果)では、苦情発生件数は212件、1人あたりの苦情発生件数は0.08件となります。

なお、これまでに掲載しておりました2022年11月期の苦情件数を、今回「0.06件」と修正しております。営業社員1人あたりの苦情発生件数は、引き続き低い水準を維持できているものと考えられます。これは、毎週開催の全国朝礼でお客さま対応の好事例を共有し、各拠点でもお客さまとの面談を再現したロールプレイング研修を実施してきた成果だと考えております。

お客さまから弊社へ寄せられた苦情およびアフターコール時に頂戴した苦情は、速やかに対応し解決できるように努めてまいります。また、いただいた苦情により問題事案が確認された場合はその原因究明を行い、毎月実施しているコンプライアンス研修やWebコンプライアンステストを通じて営業社員間で問題事案を共有し、再発防止に努めてまいります。

【補足：アフターコール(ご契約お礼コール)の実施状況】

弊社では、お客さまのご意見・ご感想を直接お聞きすることが重要と考え、ご契約いただいたお客さまへアフターコールを実施しています。

2023年12月から2024年11月までの回答率は、

- ① 70歳以上のお客さま: 回答率 55.9%(対象7,594契約先のうち4,249名から回答あり)
- ② 69歳以下のお客さま: 回答率 12.8%(対象28,615契約先のうち3,663名から回答あり)

となっております。

なお、アフターコールの確認内容は、弊社営業社員のマナー・態度、商品説明の適切性、申込書類への本人署名確認等となっております。

今後とも、アフターコールの実施により、弊社営業社員の募集品質を確認し、業務の改善に努めてまいります。

『お客さま本位の業務運営方針』に対応する具体的取組み

方針2. 当社は、高い専門性と職業倫理を持ってお客さまに誠実・公正に対応し、良質な商品・サービスを提供します。

取組内容 1. 「お客さまに対するコンサルティング技術の向上」

【営業社員全国ロールプレイング大会の実施】

弊社では、お客さまにご満足いただける FP 相談を実現することを目的に、コンサルティング技術に関する営業社員向け研修を実施しております。本研修では、お客さま本位の商品販売の徹底とスキル向上を図るため、実践形式のロールプレイングを採り入れております。また、2019年からは全FP社員（訪問型営業社員および店舗所属営業社員）を対象とした「全国ロールプレイング大会」を開催しており、昨年で6回目となります。

《第6回全国ロールプレイング大会》

テーマ: ライフプランに基づいたキャッシュフロー表の作成のご提案

※「貯蓄計画機能」、「貯蓄診断機能」等を搭載している、弊社開発のライフプランシミュレーションソフト「マネーカルテ」を使用しております。

日程: 2024年10月28日(月) 場所: 浅草公会堂(東京都台東区)

全営業社員が参加する支社予選・エリア予選を経て選抜された9名のエリア代表者が、優れたロールプレイングを披露しました。ロールプレイングはオンラインでのライブ配信を行い、全営業社員が視聴しました。

代表者9名のロールプレイング実演後、全社員が審査員となり、「実践的である」「効果的である」等の視点から投票し、獲得票数で上位3名が表彰対象となります。

表彰式では、それぞれ金賞・銀賞・銅賞に輝いた3名に表彰状や特別社章等が授与されました。

本選の様子は、模範教材として、社内ポータルサイトを通じ、全営業社員が学習できるようにしております。

■ 第6回ロールプレイング大会の様相



エリア代表営業社員によるロールプレイング



結果発表を終え入賞営業社員を表彰する弊社代表取締役社長 黒木勉(右側)

取組内容 2. 「お客さまからのお褒めの言葉の活用」

【お褒めの言葉の社内共有】

弊社ではお客さまの声の中から、お褒めの言葉をまとめて、社内共有しております。

共有する目的は、他の営業社員のどのような言動・姿勢がお客さまのお褒めの言葉につながったのかを学び、各営業社員の活動に活かしていくことにあります。

お褒めの言葉は、営業社員がお客さまの立場に立って、お客さまに寄り添う姿勢が評価された証しであると考えております。

今後ともお客さまにご満足いただけるよう、お褒めの言葉を社内共有する取組みを継続してまいります。

【マナーマイスターの認定・表彰】

弊社は、年間を通じて実施しているお客さまアンケートのうち、2023年度の調査結果(P.3の①:お客さまWebアンケートにおける「お客さま満足度」の推移)に基づき、お客さま対応や販売姿勢について評価の高かった営業社員を「マナーマイスター」として認定・表彰しております。

昨年は全国ロールプレイング大会の機会を活用して、3名の営業社員に表彰状等が授与されました。

今後とも営業社員が「お客さま本位」とは何かを考え、学ぶ機会の創出を通じて、募集品質の向上に努めてまいります。

【お褒めの言葉の例】

FP資格を所持されているだけあってお金の知識が非常に豊富でした。また、話の進め方についても、はじめは身近な話題から始めて現在の高齢社会にむけて老後資金形成の詳細の相談だけでなく、趣味や今後のライフプランに沿った保険商品までご紹介していただきました。当方の意向に沿った提案でしたので加入することにしました。

分からないことだらけからのスタートでしたが、ご丁寧に基本から教えていただきました。言葉だけでなく、画面や冊子を見ながら面談できイメージもしやすかったです。また、私の理解度に合わせて話を進めてくださいました。最後まで混乱せずにこれからの人生プランを練るための準備が出来たなと思いました！

お金の悩みを聞いてもらう中で体調や生活面も心配してくださり、本当にブランド名のとおりドクターのように感じました。大変な時期ですが頑張れる気持ちになりました。ありがとうございました。



2024年11月期 マナーマイスター認定表彰式の様子(2024年10月28日・浅草公会堂)

方針4. 当社は、お客さまに市場リスクを有する保険商品(変額保険や外貨建保険等の特定保険契約)を提案・推奨する際には、保険料の一部が保険契約の締結・維持等にかかる費用に充てられることや、商品特性によりお客さまのご負担となるリスク等について、お客さまの契約判断に影響する重要な情報として、ご負担いただく費用を保険募集時の資料(「契約概要」「注意喚起情報」)等を用いて説明を行い、お客さまにご理解いただけるよう取り組みます。

方針5. 当社は、お客さまに商品内容の理解を深めていただき、契約にご納得いただけるよう、重要な情報を分かりやすく説明することを心がけます。

取組内容「重要な情報の丁寧で分かりやすい説明の徹底」

変額保険や外貨建保険等の特定保険商品をお客さまに適切に提案するため、弊社営業社員はお客さまにご負担いただく費用等をすべて把握し、お客さまの投資性金融商品を購入した経験や金融知識なども十分に考慮した上で、丁寧で分かりやすい説明に努めております。

特定保険の契約判断に影響する重要情報(金利・為替・株式相場等の影響により、お受け取りになる保険金額が変動するという特性等)を、お客さまに十分ご理解いただくため、営業社員が分かりやすい説明を行えるよう、弊社ではWebコンプライアンステスト等を毎月実施して、特定保険商品に関する営業社員の知識向上を図っております。

【特定保険契約の苦情発生率の推移】

○外貨建て保険の苦情発生率の推移

項目	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
a.苦情件数(年間件数)	10件	25件	23件
b.新契約件数	11,184件	25,635件	28,516件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.09%	0.09%	0.08%

※苦情件数、新契約件数、苦情発生率は各年度前年12月～当年11月までの数値

2024年11月期苦情発生率は0.08%で前期比▲0.01%減少しました。

なお、2024年11月期は生命保険会社を受電した当社に関わるお客さまのお申出件数を含めて集計した結果です。仮に生保会社受付分を除いた場合(2022年11月期および2023年11月期と同様の試算結果)では、0.05%となります。

○変額保険の苦情発生率の推移

項目	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
a.苦情件数(年間件数)	15件	36件	56件
b.新契約件数	43,609件	49,649件	53,036件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.03%	0.07%	0.11%

※苦情件数、新契約件数、苦情発生率は各年度前年12月～当年11月までの数値

2024年11月期苦情発生率は0.11%で前期比0.04%増加しました。

なお、2024年11月期は生命保険会社を受電した当社に関わるお客さまのお申出件数を含めて集計した結果です。仮に生保会社受付分を除いた場合(2022年11月期および2023年11月期と同様の試算結果)では、0.04%となります。

(注)金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」の「原則5(注2)」への対応については、弊社は複数の保険商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等を行うことはありません。

方針6. 当社は、お客さまのニーズや資産状況、取引経験、金融商品知識などを適切に理解し、適合性の原則に基づいてお客さまに適した商品やサービスのご提案を行ってまいります。

取組内容「お客さまに適した商品提案の徹底」

弊社では、70歳以上のお客さまを「高齢者」と定義し、高齢者のお客さまには、理解度と商品性に応じ、明確・平易で誤解を招くことのない情報提供に努めております。高齢者への説明時には原則としてご親族同席での面談をお願いしております。また、リスクが高い商品に関しては、お客さまにとって適切なものであるかを慎重に検討し、弊社からの提案を控えさせていただくこともございます。

【高齢者のお客さまからの苦情件数の推移】

高齢者のお客さまの声に対しては、迅速に社内対応を行う等、社員教育を徹底しております。アフターコールの実施により、高齢者のお客さまに募集時の説明等に関する感想・ご意見を伺い、業務の改善に役立てております。

○高齢者のお客さまからの苦情発生率の推移

項目	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
a.苦情件数(年間件数)	6件	45件	73件
b.新契約件数	9,089件	14,148件	12,586件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.06%	0.31%	0.58%

※苦情件数、新契約件数、苦情発生率は各年度前年12月～当年11月までの数値

2024年11月期苦情発生率は0.58%で前期比0.27%増加しました。

なお、2024年11月期は生命保険会社が受電した当社に関わるお客さまのお申出件数を含めて集計した結果です。仮に生保会社受付分を除いた場合(2022年11月期および2023年11月期と同様の試算結果)では、0.29%となります。

(注)金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」の「原則6(注2)」への対応については、前頁でお示したとおり、弊社は複数の保険商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等を行うことはありません。

方針7. 当社は、社員が意欲を持てる働きやすい職場を作り、お客さまへの高品質なサービスの提供につなげます。

取組内容 1.「社員研修の充実」

【入社時BTS(ベーシック・トレーニング・スクール)研修等の実施】

営業社員に対しては、入社後1か月間、業務への理解を深め、営業活動に必要な知識を身につけさせる目的で、保険商品知識や保険募集ルール、正しい契約手続きの流れを学ぶBTS研修を実施しております。その後、3か月間にわたりフォローアップ研修等を実施してスキルの定着を図り、コンプライアンス意識の醸成等に取り組んでおります。

【コンプライアンス研修とテストの実施】

弊社は、営業社員による法令等遵守を徹底させるため、コンプライアンス基本計画に基づき、営業社員に向けたコンプライアンス研修とWebコンプライアンステストを実施しております。

コンプライアンス研修は、生命保険・損害保険募集に関する法令・監督指針等について、営業社員の理解を促すことを目的として毎月実施しております。求められる知識の習得に加え、日常の営業活動で起きた事例の共有などにも取り組んでおります。また研修内容をもとに、Webコンプライアンステストを毎月実施し、全問正解を必須としております。営業社員全員が履修し、受講率は100%となっています。

また、各地区で毎月開催される支社長会議において、業務品質課員がWebコンプライアンステストの結果を共有し、誤回答の多かった問題を解説することで研修効果を高めております。

内勤社員も、保険業法を含む関係法令知識の知見を深め、営業社員へのサポート体制を強化する必要があることから、内勤社員向けのWebコンプライアンステストを四半期ごとに実施しております。受講率は100%となっています。

【外部講師によるコンプライアンス研修の実施】

弊社では、法令遵守意識の醸成を目的として、外部講師によるコンプライアンス研修を実施しております。2024年11月期においては、情報漏えい防止のための啓発研修として、

- ① 2024年7月には全国支社長を、8月には全国営業社員を対象として、「SNS利用による情報漏えいの影響と防止策」をテーマに、弁護士による対面研修会を実施しました。
- ② 2024年11月には内勤社員および全国営業社員管理職を対象として、「個人情報保護法の重要性および問題発生事例やその予防・解決策について」をテーマに有識者による対面研修会を実施しました。

また、毎月のWebコンプライアンステストに、本研修内容に基づく設問を盛り込むことで、個人情報保護に関する知識の定着を図っております。

取組内容 2 お客さま情報の安全管理の徹底

弊社は、お客さまに安心してサービスを受けていただくために、お客さま情報の安全管理に取り組んでおります。

【標的型攻撃メール訓練の実施】

大切なお客さま情報や会社の機密情報といった情報資産を守るために、標的型攻撃メールの脅威の実態と適切な対処方法を周知することを目的として、毎年全社員に向けて「標的型攻撃メール」の対応訓練を実施しております。2024年度は、昨今の攻撃メールの実態に即した訓練とするために、添付ファイル型メールからURL型メールに変更して実施しました。

今後とも社員一人ひとりの情報セキュリティに対する十分な理解と意識向上に努めてまいります。

【お客さま情報の安全管理体制を整備】

2019年より、情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS※) の国際規格を取得し、お客さま情報を安全に管理・運用する環境を整え、お客さまに安心してご相談いただける体制を整備しております。今後ともより強固で確実なお客さま情報の安全管理体制を整えてまいります。

《情報セキュリティシステム (ISMS※) の国際規格》

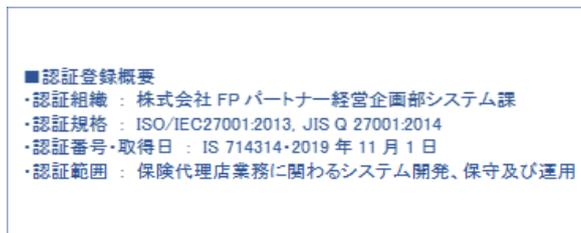
認証基準 : ISO/IEC27001:2013, JIS Q 27001:2014

認証登録範囲 : 保険代理店業務に関わるシステム開発、保守および運用
2029年8月1日 適用宣言 第1版

初回認証登録日 : 2019年11月1日

※ISMS 認証: 情報の機密性、完全性、可用性を担保した情報セキュリティに関する評価制度です。

弊社は再認証審査を毎年受けており、2024年11月期は10月3日に審査を経て認証を受けております。



方針8. 当社は、保険会社と連携してお客さま本位の保険募集に取り組めます。

取組内容 「保険会社との情報連携」

当社は、保険募集を通じて収集・分析したお客さまのご意見・ご要望等を、個人情報の保護等に配慮しながら、求めのある保険会社に対して必要に応じ提供することを通じて、よりお客さまのニーズに沿った保険商品の創出等にご貢献しております。

(注) 金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」に記載された補充原則1、2、3(注1・2)、及び4(注1)については、「金融商品の組成に携わる金融事業者」のみを対象とするものであり、「金融商品の販売に携わる金融事業者」である弊社は対象外となります。

今後の「お客さま本位の業務運営方針」への取組みについて

弊社は、保険商品の販売だけが保険営業の姿ではないと考えております。お客さまの信頼は、ご意向に沿った適切な商品提案と正確な手続きを行い、ご加入後のアフターサービスを充実させることを通じて築かれるものです。「担当者はお客さまとご家族の一生涯を保障で守り、安心して満ちた豊かな人生の時間をお客さまと共有する。」という経営理念のもと、お客さまとの長期間にわたる信頼関係構築のためにお客さま本位の業務運営を実践してまいります。

「すべてはお客さまのために」を掲げ、一生涯にわたり安心できるパートナーとして選ばれるために社員一同日々研鑽してまいります。

掲載内容に関するご質問等は[弊社HPお問い合わせフォーム](#)よりお願いいたします。