

「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、2025年11月期(2024年12月～2025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

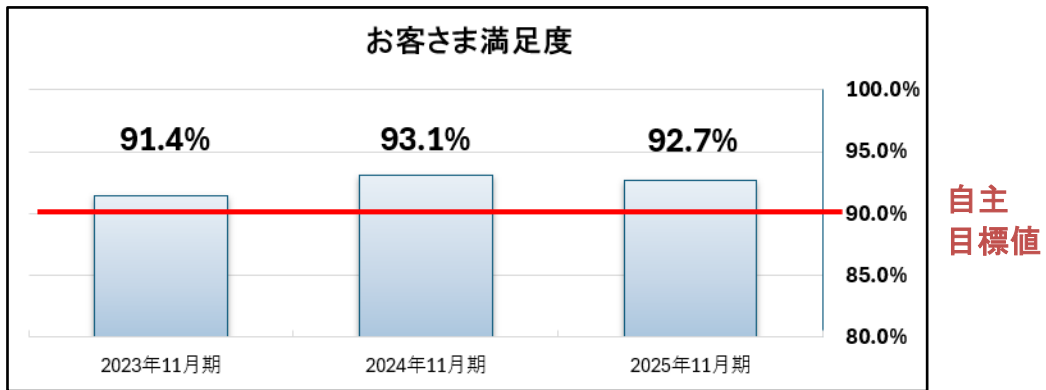
(注)「FP」とはファイナンシャルプランナーを指し、日本FP協会・金融財政事情研究会が実施するFP資格試験に、合格した者のことです。

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等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.6～11)。

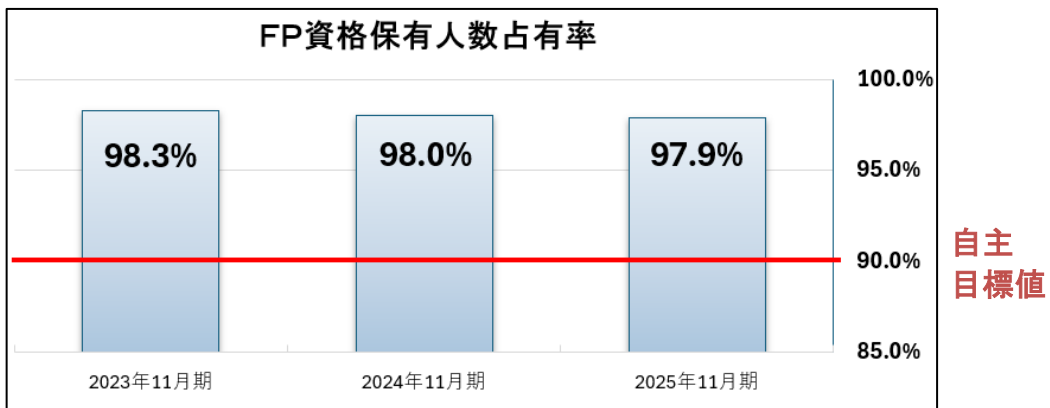
グラフで見るKPIの推移

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

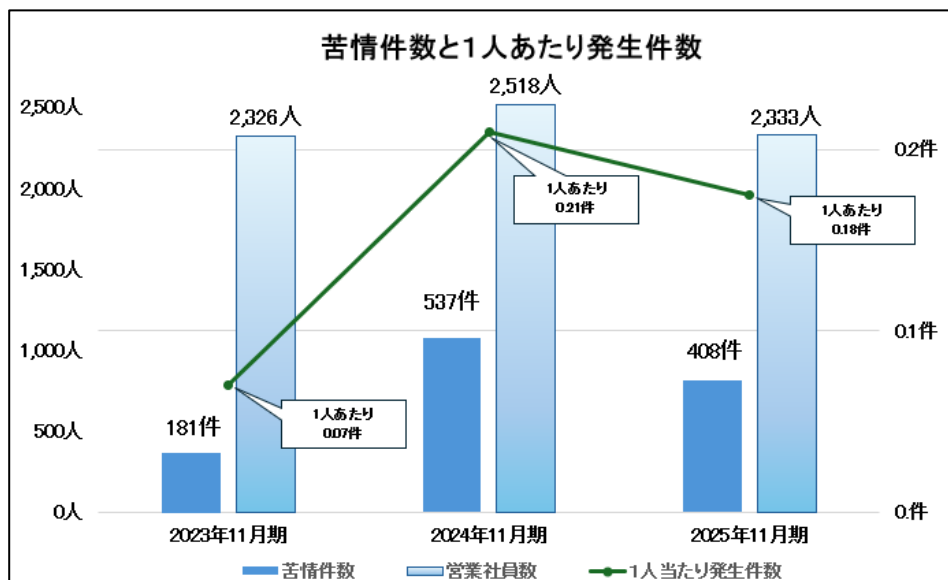
② 「FP資格保有人数の営業社員における占有率」および「占有率90.0%以上」



※各年度前年12月～当年11月までの実績

※資格保有人数および営業社員は入社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月までの実績

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、FP相談への満足度で「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 : 2024年12月1日～2025年11月30日
- 4) アンケート回答数 : 合計1,803件(総数12,412件に対して、回答率14.5%)

【お客さま満足度の現状報告】

お客さま満足度の推移

項目	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
お客さま満足度	91.4%	93.1%	92.7%

自主目標値である満足度90.0%を引き続き維持できている背景には、営業社員一人ひとりが、お客さまの状況やご意向を丁寧に把握した上で、より良い提案ができるよう、日頃から相互に意見交換を行い、知識・対応力の向上に努めている点が大きく影響していると考えております。

実際にWebアンケートの回答結果においても、「説明が分かりやすい」「親身に相談に乗ってもらえた」「強引な勧誘がなかった」といった営業社員の対応姿勢に対する高い評価が多く寄せられており、日々の取組みが一定の成果として表れているものと認識しております。

また、弊社では社内サイトに研修動画を掲載し、営業社員がオンデマンドでいつでも学習できる環境を整備しております。「金融リテラシーBasic研修」をはじめとした各種研修コンテンツをアーカイブ資料として共有することで、継続的な知識習得とお客さま対応の質の向上につなげております。

今後とも、Webアンケートを通じてお客さま満足度を継続的に把握するとともに、お寄せいただいたご意見・ご要望を真摯に受け止めながら、営業社員の育成および業務プロセスの改善を図り、業務品質の一層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	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
FP資格占有率	98.3%	98.0%	97.9%

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資格の取得に加え、実務に直結する知識・スキルの向上にも取り組んでまいります。

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

1年間に発生した苦情のうち、生保新契約業務に関する苦情件数を「苦情件数」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「苦情件数」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。

【苦情件数の推移と営業社員1人あたり苦情発生件数の推移の現状報告】

苦情件数の推移

項目	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
苦情件数	181件	537件	408件

1人あたり苦情発生件数の推移

項目	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
1人あたり苦情発生件数	0.07件	0.21件	0.18件

苦情件数につきましては、前期の実績と比較し、減少している状況が確認されております。

これまで推進してまいりました各種取組みが、一定の成果を上げているものと受け止めており、業務品質向上に向けた取組みの方向性は概ね適切であったものと認識しております。

具体的には、全国朝礼にて、お客さま対応に関する好事例を継続的に共有することで、模範行動の浸透を図ってまいりました。加えて、コンプライアンス研修においては、実際に受け付けた苦情事例を題材とし、その発生要因や背景、ならびに再発防止策についての注意喚起を継続的に実施することで、お客さまと接する中で注意すべき点を意識できるよう取り組んでいます。

また、各拠点においては、お客さまとの面談場面を想定・再現したロールプレイング研修を実施し、現場における対応力および判断力の強化を図ってまいりました。これにより、個々の営業社員が状況に応じた適切な対応を行うための実践力が着実に養われてきているものと考えております。

これら一連の取組みを通じて、営業社員一人ひとりのコンプライアンス意識ならびにお客さま本位の行動姿勢が着実に醸成されるとともに、組織全体としての対応品質の底上げが進んだ結果として、苦情件数の減少につながったものと総括しております。

なお、お客さまより弊社へ直接寄せられた苦情およびご意見につきましては、その内容を速やかに精査・確認の上、早期解決を最優先とした対応を行っております。さらに、当該苦情を通じて業務上の課題や問題点が確認された場合には、原因の徹底究明を行い、必要に応じて業務プロセスの見直しや再発防止策の策定・実行を行うことで、同様の事案が再び発生することのないよう、継続的な改善に努めております。

今後におきましても、苦情を単なる個別事象として捉えるのではなく、業務品質向上に向けた重要な指標の一つとして位置付け、顧客本位の業務運営をすすめる中で、お客さまにとって有益な募集活動へとつなげてまいります。

【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。

2024年12月から2025年11月までの回答率は、

- ① 70歳以上のお客さま: 回答率 46.0% (対象 4,484契約先のうち2,062名から回答あり)
- ② 69歳以下のお客さま: 回答率 13.0% (対象27,485契約先のうち3,577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、2019年より、すべての営業社員（訪問型FP・店舗所属FP）を対象とした「ロールプレイング大会」を毎年開催しています。本大会は、顧客対応力向上と、商品提案における実践力を高めるための研修の一環として位置づけられています。実際の接客・対応シーンを想定し、参加者がロールプレイングを通じてスキルを磨くとともに、他参加者の対応から学びを得る機会としています。

今大会も「お客さまのご要望に対し、いかに的確に分かりやすいご対応ができるか」を主な評価基準とし、経歴や社歴に関係なく全員が実力を披露しました。大会当日の様子は各拠点にライブ配信された後、社内サイトにアーカイブ保管されます。社員はいつでも視聴でき、自己研鑽に役立てています。

2025年11月期のロールプレイング大会では、お客さま本位の活動の定着を目指し、お客さまのご意向を丁寧にヒアリングした上で、当社取扱商品の中から適切な商品を選定し、その選定理由を客観的に分かりやすく説明することをテーマとしました。

《第7回全国ロールプレイング大会》

テーマ：お客さまのご意向を丁寧にヒアリングし、そのご意向に沿った商品内容を分かりやすく説明する
当初意向：病氣、けがをされたとき（特に備えたいのは、がんや三大疾病の治療）

日 程：2025年9月29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、全営業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。

■ 第7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社員を表彰する弊社代表取締役社長 黒木勉

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】

弊社ではお客さまにご満足いただけるFP相談を実現することを目的に、業務品質部門と営業支援部門が連携し、営業社員に対する接客マナーや販売スキルに関する研修を継続的に実施しています。特に「お客さまの声」を重要指標と位置づけ、当社FP相談サービスをご利用いただいたお客さまを対象にWebアンケートを実施し、満足度やご意見を収集しております。アンケートでご回答いただいた「評価」や「ご意見」は、サービスの品質向上や営業社員の行動改善に積極的に活用しています。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、2024年11月期の調査結果(P.3の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)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。マナーマイスター認定を受けた3名には、今後も当社の品質向上、お客さま満足度の向上をけん引してほしいという期待を含め、トロフィーと表彰状が授与されました。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】

いままでマネープランについて相談した経験がなく当初は不安でした。実際の面談前の段階から、当日の心配ごとや不安ごとについて大変親身にお聞きくださったので、面談日は身構えることなく安心してお話しさせていただけました。また、面談の本題にはいる前に担当FPさんご自身のプロフィールをご紹介くださったのが大変有り難く信頼度が増しました。当方が無知で理解できない時には簡単な言葉や言い回しを何度も変えてくださり、本当に助かりました。今後何かあった時には今回の担当のFPさんに相談させていただきたいと思っております。

ニーズを把握していただき、それに基づいたキャッシュフローの作成や保険商品の提案を的確にさせていただきました。客観的な視点でライフプランの説明や家計の分析をいただいた上で、提案いただけたのでよかったです。

お金の初心者わたしにも、分かりやすく丁寧に説明いただきました。また保険の勧誘ありきではなく、「まずは現状の把握をしましょう」と提案いただき、そして落ち着いた話し方で安心して相談できる方と感じました。



2025年11月期 マナーマイスター認定表彰式の様子(2025年9月29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、前述のとおり、社内サイトに研修動画を掲載し、営業社員がオンデマンドで学習できるようにしております。また、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。

【特定保険商品の苦情発生率の推移】

○変額保険の苦情発生率の推移

項目	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
a.苦情件数(年間件数)	36件	56件	47件
b.新契約件数	49,649件	53,036件	53,100件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.07%	0.11%	0.09%

※苦情件数・新契約件数は各年度前年12月～当年11月までの数値

○外貨建保険の苦情発生率の推移

項目	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
a.苦情件数(年間件数)	25件	23件	29件
b.新契約件数	25,635件	28,516件	21,736件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.10%	0.08%	0.13%

※苦情件数・新契約件数は各年度前年12月～当年11月までの数値

特定保険商品の苦情発生率は、低い水準を維持しており、今後もより一層引き下げられるように適切な研修を実施してまいります。

(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)」への対応として、弊社では複数の保険商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等を行うことは行っておりません。

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。

【高齢者のお客さまからの苦情発生率の推移】

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	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
a.苦情件数(年間件数)	45件	73件	38件
b.新契約件数	14,148件	12,536件	8,373件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.31%	0.58%	0.45%

※苦情件数・新契約件数は各年度前年12月～当年11月までの数値

弊社では、上記のとおり、高齢者のお客さまの対応について、ご親族の同席をお願いするだけでなく、1回の面談時間を1時間程度とし、日にちを変えて2回以上の面談機会をもうけるなどのルールを設定しております。また、リスクが高い保険商品の場合は、収支状況等を踏まえ、適合性の原則に反していないか、またお客さまのご理解度に不安がないかなどを総合的に確認し、お客さまにとって適切な保険商品であるかを慎重に判断しております。仮に、適切でないと判断させていただいた際には、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。

(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)」への対応として、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行っておりません。

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、業務品質部門が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、受講率は100%となっています。

【外部講師による特別講演の実施】

弊社では、社員が高い意欲をもって業務に取り組めるよう、外部講師による特別講演を実施しております。2025年11月期においては、下記の講演を開催しております。

- ① 2025年5月に全営業社員を対象として、広島大学医学部の教授による「手術治療の最前線 肺がん編 ～保険と関わりの深い医療の最前線を学ぶ～」をテーマとした講演を開催しました。最新の肺がん治療の動向や近年の医療技術の進歩によるがん生存率の向上などの内容で、本来あるべき保険業を追究し、お客さまの人生を保険で守り続けることの大切さをあらためて認識しました。
- ② 2025年11月に内勤社員および営業社員管理職を対象として、弁護士による「保険業法改正とその背景について」をテーマとした対面研修会を実施しました。今後とも、社員のコンプライアンス意識の向上や、お客さま本位の業務運営の実現に取り組む意欲の醸成につながりました。

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。2025年11月期においては、2月に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。

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みます。

取組内容 「保険会社との情報連携」

弊社は、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」に記された補充原則1、2、3(注1・2)、および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。