

「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、2026年11月期(2025年12月～2026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。

弊社では、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」を踏まえ、「お客さま本位の業務運営方針」を策定し、その実践に取り組んでいます。

本資料では、本方針に基づく具体的な取組内容とその成果をご紹介します、弊社のお客さま本位の業務運営に関する取組状況をご報告いたします。

本方針に基づく取組状況を継続的に確認するため、弊社では重要業績評価指標(KPI)と自主目標値を設定しています。

本資料では、各KPIの過去3年間の推移と目標達成状況をグラフでご紹介いたします(P.2)。
対象とするKPIは以下の3項目です。なお、囲み内の下線部は自主目標値を示しています。

- 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一人当たり発生率の推移
(注)「FP」とはファイナンシャル・プランニング技能士資格を指します。

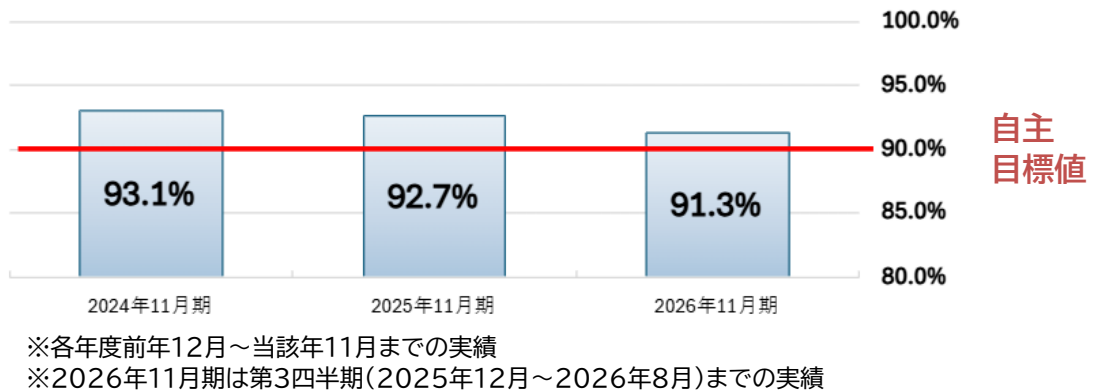
KPIと自主目標値の詳細については、2020年3月2日公表の「[お客さま本位の業務運営方針に関する取り組み状況『KPI設定』](#)について」をご覧ください。

本資料では、各KPIの推移とその背景にある取組内容をご説明するとともに(P.2～5)、本方針に基づく具体的な取組事例をご紹介します(P.6～12)。

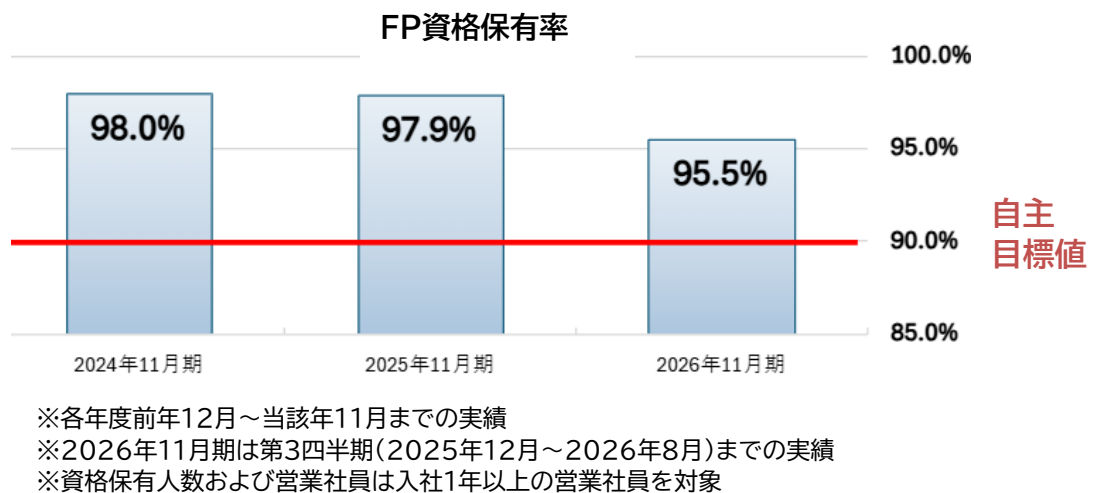
また、最後に今後の取組方針についてご説明いたします。

グラフで見るKPIの推移

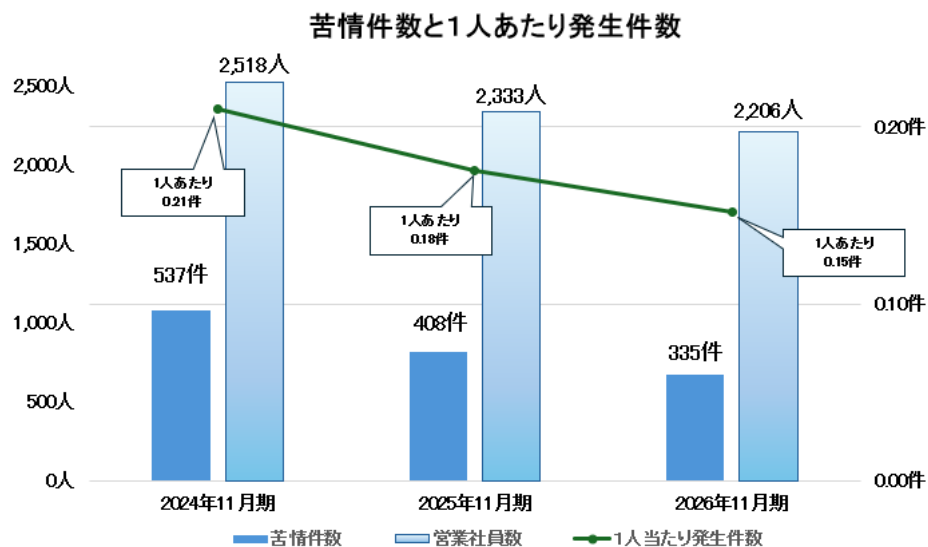
① お客さま満足度Webアンケート結果の推移および「お客さま満足度90.0%以上」 お客さま満足度



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」



③ 苦情件数の推移と営業社員一人当たり発生率の推移



※各年度前年12月～当該年11月までの実績
※2026年11月期は第3四半期(2025年12月～2026年8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

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

弊社は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、満足度をご評価いただいております。「お客さま満足度」は、下記2)の設問において、FP相談への満足度を「非常に満足」または「やや満足」と回答された件数が、全回答数に占める割合と定義しております。アンケート結果は、営業社員の態度・マナーやFP相談サービスの改善など、業務品質の向上に活用しております。

また、お客さま満足度の推移は、事業年度単位に加え、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 : 2025年12月1日～2026年8月31日
- 4) アンケート回答数 : 合計897件(総数6,944件に対して、回答率12.9%)

【お客さま満足度の現状報告】

お客さま満足度の推移

項目	2024年11月期	2025年11月期	2026年11月期
お客さま満足度	93.1%	92.7%	91.3%

お客さま満足度は、自主目標値である90.0%以上を維持しているものの、前期に引き続き低下しております。このため、低下の要因を分析し、改善すべき事項を明確にすることが喫緊の課題であると認識しております。

これを踏まえ、営業社員一人ひとりがお客さまのご意向を丁寧にお伺いし、より良いご提案につなげられるよう努めてまいります。

そのために必要な知識や対応力の向上に継続して取り組むとともに、業務品質のさらなる向上を図ってまいります。

一方、Webアンケートでは、「また相談したいと感じた」「接客対応が非常によかった。親身になって考えてくれていると感じた」「プロの視点がよかった」といった評価も寄せられております。今後は、こうした高く評価いただいた点を生かすとともに、アンケートの回答内容や面談状況を幅広く分析し、お客さま満足度の向上につなげてまいります。

また、営業社員が継続的に学習できるよう、社内サイトに「金融リテラシーBasic研修」をはじめとする研修動画を掲載しております。研修で得た知識やスキルが実際のお客さま対応にどのように生かされているかを確認し、研修の実効性を高めてまいります。

今後も、Webアンケートを通じてお客さまの声を継続的に把握し、満足度の推移やご意見・ご要望を分析したうえで、その結果を営業社員の育成や業務プロセスの改善に反映してまいります。

これらの取組の進捗と成果を継続的に確認し、業務品質のさらなる向上を図ってまいります。

② 営業社員におけるFP(ファイナンシャルプランナー)資格占有率の推移

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備え、お客さまに適切な提案を行うために、ファイナンシャルプランナーとして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資格保有率の現状報告】

項目	2024年11月期	2025年11月期	2026年11月期
FP資格保有率	98.0%	97.9%	95.5%

FP資格保有率は、自主目標である90.0%以上を維持しているものの、営業社員の退職等に伴い2年連続で低下しております。FP資格は、お客さま一人ひとりのライフプランやニーズに応じた適切なご提案を行うための基礎となるものであり、資格保有率の維持・向上は相談品質の確保において重要な課題であると認識しております。

今後も、お客さまに安心して適切なサービスをご利用いただけるよう、営業社員のFP資格取得を推進するとともに、実務に直結する知識・スキルの向上にも継続して取り組んでまいります。

③ 苦情件数および営業社員1人あたりの苦情発生件数の推移

1年間に発生した苦情のうち、生命保険の新契約業務に関するものを「苦情件数」としております。また、発生傾向を把握しやすくするため、「苦情件数」を「弊社年度末時点の全営業社員数」で除して営業社員1人あたりの苦情発生件数を算出し、その推移を確認しております。

【苦情件数および営業社員1人あたりの苦情発生件数の現状】

苦情件数の推移

項目	2024年11月期	2025年11月期	2026年11月期
苦情件数	537件	408件	335件

1人当たりの苦情発生件数の推移

項目	2024年11月期	2025年11月期	2026年11月期
1人あたりの苦情発生件数	0.21件	0.18件	0.15件

※各年度前年12月～当該年11月までの実績

※2026年11月期は第3四半期(2025年12月～2026年8月)までの実績

2026年11月期の苦情件数は、8月末時点で335件となっており、現在のペースでは前期を上回る水準となることが見込まれます。こうした状況を踏まえ、苦情の内容や発生要因、傾向の分析を進めるとともに、再発防止策や業務品質の向上に継続的に取り組み、苦情件数の抑制に努めてまいります。

件数の増加については、従来から寄せられていたお客さまの声をより適切かつ漏れなく把握するため、2025年9月に「お客さまの声対応マニュアル」を制定し、苦情として報告・起票する基準を明確化したことで、社内での報告・起票が徹底されたことも一因です。

そのことにより、これまで把握できていなかったお客さまのご不満も受け止めることができるようになったことは弊社の取組の成果と考えております。

弊社が把握するご不満の表明が増えている事実を重く受け止め、お客さまからお寄せいただいた苦情やご意見には、迅速かつ丁寧に対応するとともに、その原因を分析し、再発防止策につなげてまいります。

今後も、面談後のアンケート結果や、ご契約に至らなかったお客さまのご意見も含めて幅広く把握・分析し、募集・面談プロセスや研修内容の改善に反映してまいります。

なお、2026年11月期の数値は、2026年8月末時点の途中経過であるため、最終的な苦情件数を確認したうえで、前期との比較および取組の有効性を慎重に検証してまいります。

【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、お客さまから直接ご意見やご感想をお伺いすることが重要であると考え、ご契約いただいたお客さまを対象に、アフターコールを実施しております。

2025年12月から2026年8月までの回答率は、

- ① 70歳以上のお客さま:回答率 37.7%(対象 2,799契約先のうち1,056名から回答あり)
 - ② 69歳以下のお客さま:回答率 12.8%(対象20,384契約先のうち2,611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、弊社営業社員の業務品質を確認し、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」を毎年開催しております。

大会は、お客さま対応力および商品提案における実践力の向上を目的とした研修の一環です。実際の接客場面を想定したロールプレイングを通じて、参加者が自身のスキルを磨くとともに、他の参加者の対応から学びを得る機会としております。

今大会においては、「漠然とした不安をお持ちのお客さまに寄り添い、相談内容を丁寧に引き出し、適切に対応できるか」を主な評価基準とし、経歴や社歴にかかわらず、参加者がそれぞれの実力を披露しました。大会当日の様子は各拠点へライブ配信し、その後、社内サイトにアーカイブとして掲載しております。社員はいつでも視聴でき、自己研鑽に活用しております。

《第8回全国ロールプレイング大会》

テーマ：相談ニーズが顕在化していないお客さまへのアプローチ

日程：2026年9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、ロールプレイングを披露しました。当日の様子はオンラインでライブ配信し、全営業社員が視聴しました。

代表者9名による実演後、全営業社員が審査員となり、「実践的である」「効果的である」などの観点から投票を行い、得票数上位3名を表彰対象としました。

表彰式では、金賞・銀賞・銅賞を受賞した3名に、表彰状および特別社章等を授与しました。

■ 第8回全国ロールプレイング大会の様様



エリア代表営業社員によるロールプレイング



結果発表後、全国の代表者と記念撮影する弊社代表取締役社長 黒木勉(左から5番目)

取組内容 2.「お客さまからのお褒めの言葉の活用」

【マナーマイスターの認定・表彰】

弊社では、年間を通じて実施しているお客さまアンケートの結果に基づき、お客さま対応や販売姿勢において高い評価を得た営業社員を「マナーマイスター」として認定・表彰しております(P.3①「お客さまWebアンケートにおけるお客さま満足度の推移」参照)。

2026年11月期は、マナーマイスターに認定された3名に対し、日頃のお客さま本位の対応と高い業務品質を称え、トロフィーおよび表彰状を授与しました。

この取組を通じて、お客さまから高い評価をいただいた対応事例や考え方を社内で共有し、営業社員一人ひとりがお客さま本位の業務運営について学ぶ機会の創出に努めております。

今後も、お客さま本位の姿勢を実践する企業文化の醸成を図り、業務品質およびお客さま満足度のさらなる向上に取り組んでまいります。



2026年11月期マナーマイスター認定・表彰式(2026年9月28日浅草公会堂)

【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相談の実現を目的として、業務品質部門と営業部門が連携し、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おります。

お褒めの言葉については、社内で共有し「丁寧な傾聴」「わかりやすい説明」など、お客さまから評価された行動や対応を重要視しております。

そうした情報を研修や営業社員への指導に反映し、優れた対応を組織全体で実践できるよう、業務品質の向上に取り組んでおります。

【お褒めの言葉の例(原文のまま掲載)】

- ・丁寧にお話してくださいました。わかりやすく例えを出してくださったため理解しやすかったです。
- ・こちらの話をよく聞いてくださったこと、強引なところがなく話しやすかったことがよかったです。
- ・物腰柔らかく、落ち着きがあり、たいへん信頼できる方ですので友人にも紹介します。
- ・心配な点を細かく聞いてくださり、都度修正してイメージしやすいライフプラン表を作っていただけました。また保険料についても親身になってくださり非常に安心しました。
- ・とても丁寧に長時間相談に乗って頂き感謝しています。来週もまたお世話になる予定です。
- ・具体的でわかりやすいご説明で、プロフェッショナルなアドバイスをいただきました。

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「重要な情報の丁寧かつ分かりやすい説明の徹底」

弊社では、変額保険や外貨建保険等の特定保険商品について、契約時の説明や商品特性への理解に関する苦情が寄せられていることを重要な課題として認識しております。

これらの商品は、市場環境の変化により受取額等が変動するほか、費用やリスクの内容が複雑であることから、お客さまの投資経験、金融知識、資産状況およびご意向を踏まえた慎重な提案と、丁寧かつ分かりやすい説明が必要であると考えております。

このため、苦情の内容や発生要因を分析し、その結果を営業社員向けの研修やWebコンプライアンステストに反映するとともに、募集プロセスの改善にもつなげております。今後も、研修の実施にとどまらず、苦情発生率やお客さまからのご意見を通じて取組の実効性を検証し、業務品質の向上に取り組んでまいります。

【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	2024年11月期	2025年11月期	2026年11月期
a.苦情件数(年間件数)	56件	47件	40件
b.新契約件数	53,036件	53,100件	36,865件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.11%	0.09%	0.10%

外貨建保険の苦情発生率の推移

項目	2024年11月期	2025年11月期	2026年11月期
a.苦情件数(年間件数)	23件	29件	21件
b.新契約件数	28,516件	21,736件	18,558件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.08%	0.13%	0.11%

※各年度前年12月～当該年11月までの実績

※2026年11月期は第3四半期(2025年12月～2026年8月)までの実績

2026年11月期の数値は8月末時点の途中経過ですが、変額保険および外貨建保険の苦情件数は、いずれも現在のペースでは前期を上回る見込みです。苦情発生率は1.0%を下回っているものの、件数・発生率のいずれの観点からも、苦情の発生は継続的に改善すべき事項であると認識しております。今後も、一件一件の内容や発生要因を確認し、業務改善に取り組んでまいります。

(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)」の対応に関し、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」

【改正保険業法を踏まえた比較推奨販売方法の強化】

2026年6月に施行された改正保険業法では、特定大規模乗合保険募集人に対し、募集管理態勢の一層の整備が求められました。

弊社では、こうした法改正に加え、比較推奨販売に関する制度見直しの趣旨を踏まえ、2026年7月より、お客さまのご意向に沿った商品提案を支援するため、顧客管理システムの機能追加をしております。本システムを活用し、お客さまが重視される事項やご意向に基づいて比較可能な商品を絞り込むとともに、商品の選定・推奨理由やご意向の確認過程を記録しております。

これにより、営業社員の経験や主観に依存しない、より客観的で分かりやすい商品提案を行う態勢を整備しました。今後も運用状況を継続的に確認し、その結果を研修や募集業務の改善に反映してまいります。

【高齢者のお客さまに係る苦情発生率の推移】

弊社では、70歳以上のお客さまを「高齢者」と定義し、お客さまのご理解の状況や商品の特性に応じ、明確かつ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。

高齢者のお客さまに関する苦情は、件数の多寡だけでなく、商品内容やリスクをご理解いただけないまま契約に至ることがなかったかという観点から、特に重く受け止める必要があると認識しております。このため、個々の苦情について、説明内容、ご意向の確認状況および契約に至る経緯を確認し、募集時の対応に課題がなかったかを検証しております。

また、ご契約後のアフターコールでは、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の状況等を確認しております。アフターコールを通じて把握した内容を、営業社員への指導や募集業務の改善に生かし、業務品質の一層の向上につなげてまいります。

高齢者のお客さまからの苦情発生率の推移

項目	2024年11月期	2025年11月期	2026年11月期
a.苦情件数	73件	38件	37件
b.新契約件数	12,536件	8,373件	5,965件
c.苦情発生率(a/b)×100	0.58%	0.45%	0.62%

※各年度前年12月～当該年11月までの実績

※2026年11月期は第3四半期(2025年12月～2026年8月)までの実績

2026年8月末時点ですでに前期と同程度の水準となっており、前期を超えることが見込まれるため、大きな課題と捉えております。弊社はご不満の表明が増えている事実を重く受け止め、寄せられた苦情を一件一件丁寧に確認し、その内容や発生要因を踏まえ、募集時の対応や業務プロセスの改善につなげてまいります。

弊社では、高齢者のお客さまへの対応として、ご親族の同席や、面談を1回1時間程度、別日に2回以上実施するなどのルールを定めております。

また、リスクのある保険商品は適切性を慎重に確認し、適切でないと判断した場合はご提案を控えております。

(注)金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の「原則6(注2)」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」

【入社時のBTS(ベーシック・トレーニング・スクール)研修等の実施】

営業社員を対象に、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習得するため、保険商品に関する知識や保険募集のルール、適切な契約手続きの流れを学ぶBTS研修を実施しております。その後も3か月間にわたりフォローアップ研修等を実施し、知識・スキルの定着とコンプライアンス意識の醸成に取り組んでおります。さらに、研修で習得した知識やスキルを実際の募集活動で適切に実践できるよう、継続的な指導を通じて営業社員の早期育成を図り、業務品質の向上につなげております。

【コンプライアンス研修・テストの実施】

弊社では、営業社員が法令や社内ルールを知識として理解するだけでなく、日々の募集活動において適切に判断・実践できることを目指し、コンプライアンス基本計画に基づく研修およびWebコンプライアンステストを毎月実施しております。

研修では、生命保険・損害保険の募集に関する法令や監督指針等に加え、実際の営業活動で生じた事例や苦情の傾向を取り上げ、同様の事案を未然に防止するための判断ポイントを共有しております。

Webコンプライアンステストは全問正解を必須とし、営業社員の受講率は100%となっております。また、結果を正答率だけで評価するのではなく、誤回答が多かった問題や理解にばらつきが見られたテーマを業務品質部門が分析し、各地区の支社長会議で解説するとともに、その後の研修や営業社員への指導に反映しております。

内勤社員についても四半期ごとにWebコンプライアンステストを実施し、受講率は100%となっております。営業社員を支える内勤社員を含めて共通認識を形成することで、組織全体で法令等遵守と業務品質の向上に取り組んでおります。

【外部講師による特別講演の実施】

2026年3月、部長職以上を対象に、内部通報およびハラスメント防止に関する研修を実施しました。事例を通じて内部通報と公益通報の違いを確認するとともに、内部通報を受ける側に求められる姿勢や留意点を学び、透明性の高い職場環境の実現を目指しております。

また、内部通報の中でも特に多いハラスメントの行為類型について学び、ハラスメントに該当するかを判断する基準や、優越的な立場にある管理職自身が加害者とならないための留意点への理解を深めることで、心理的安全性の高い組織運営に取り組んでおります。

2026年3月19日(木) テーマ 「管理職としての内部通報・ハラスメント対応」

- ①金融機関における最近のトピック
- ②内部通報制度の枠組み
- ③職場におけるハラスメント
- ④ハラスメント解決に向けた対応
- ⑤ミドルクライシスマネジメント

内部通報やハラスメントに関する事案が発生した際に管理職に求められる役割と、適切な初動対応について理解を深めました。今後も、健全で働きやすい職場環境の整備に向け、管理職の対応力向上に取り組んでまいります。

取組内容 2.「お客さま情報の安全管理の徹底」

弊社では、お客さまに安心してサービスをご利用いただけるよう、お客さま情報の適切かつ厳正な管理に取り組んでおります。

【標的型攻撃メール対応訓練の実施】

近年、実在する企業や取引先を装ったメールから偽のWebサイトへ誘導し、認証情報を窃取したうえで不正アクセスにつなげる手口や、ランサムウェア等により大量の個人情報漏えいする事案が相次いでいます。こうした攻撃は巧妙化しており、システム面の対策に加え、社員一人ひとりが不審なメールを適切に見極め、速やかに報告・対処することが重要となっています。

弊社では、お客さま情報や会社の機密情報等の情報資産を保護するため、全社員を対象とした標的型攻撃メール対応訓練を毎年実施しております。2026年11月期は、4月に近年の攻撃手口の変化を踏まえ、従来の添付ファイル型メールからURL型メールへ訓練形式を変更し、より実態に即した内容で実施しました。

今後も、訓練結果を分析し、誤ってURLへアクセスした場合の初動対応や社内への報告手順を含め、実際の業務において適切に行動できる力の定着を図ります。攻撃手口の変化に応じて訓練内容を継続的に見直し、人的なリスクの低減と情報管理体制の実効性向上につなげてまいります。

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めます。

取組内容 「保険会社との情報連携の推進」

弊社では、保険募集を通じてお寄せいただいたお客さまのご意見・ご要望等を収集・分析し、個人情報の保護に十分配慮したうえで、保険会社から要請があった場合には、必要な範囲で情報を提供しております。お客さまの声を保険会社と共有することで、ニーズや課題の把握を促し、よりお客さまの実情に即した保険商品やサービスの開発・改善につなげてまいります。

(注)金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」に定める補充原則1、2、3(注1・2)および4(注1)は、「金融商品の組成に携わる金融事業者」を対象とするものです。「金融商品の販売に携わる金融事業者」である弊社は、これらの補充原則の対象には含まれません。