

顧客本位の業務運営取組方針における

主な取組施策

1. 経営理念を基にした企業風土の醸成とその浸透（原則②⑦）

＜具体的な取組＞

1. 保険ライコ独自のクレド（※1）を作成し、お客様本位の業務運営を実行するために明文化しています。全てのキャストが共有すべき考え方やお客様との向き合い方、保険募集人としての意識すべきこと等をまとめています。
2. 保険ライコクレドの浸透のために、日々の朝礼で唱和します。日常の中に取り込むことによって、キャストへの意識付けを強化しています。

（※1 クレド：企業活動が拠所とする価値観・行動規範を間接に表した言葉）

2. お客様の「想い」を大切にしたコンサルティング（原則②⑤⑥⑦）

＜具体的な取組＞

1. お客様がどんな想いでいらっしゃるかを大切にします。人によって好きな食べ物や好きな服が違いうように、必要な保障も違うはずです。そのため、お客様の希望や不安、ライフプランなどをじっくり時間をかけてお伺いし、最適な答えを導くお手伝いをします。それによってお客様の利益追求に繋がると考えます。
2. 目に見えない保険だからこそ、分かりやすい情報提供をします。書面・ホワイトボードを利用し、図や分かりやすい言葉で十分に時間をかけてお客様にお話しします。
3. お客様により適した商品を提案できるよう、複数の保険会社と保険募集委託契約を締結し、様々な商品を取り揃えています。
4. お客様の想いを形にするために、「ご意向お伺いシート」「商談カルテ」を作成します。各キャストがお客様一人ひとりの希望・要望を把握し、最も適した商品をご提供するために用います。またこれらの情報を蓄積し、時間経過や担当スタッフが変わってもお客様の想いが引き継がれる仕組みをとっています。

3. お客様の想いに応えるキャストの応援（原則③⑤⑥⑦）

<具体的な取組>

1. 私たちは、キャストがお客様の利益を最優先できるように、固定給を採用しています。
2. 保険会社から支払われる手数料等に左右されるような販売を排除し、商品の比較・推奨を適切に行うために比較推奨販売に関する規定を策定しています。そして推奨方針は、多くのお客様から支持されている商品として、直近一年間の販売実績からの選定を採用しています。
3. お客様にとって有益な情報やコンプライアンスに関する知識の共有の為に、各種研修を実施します。保険商品全般から社会保障制度、保険以外の金融商品まで、見識を広め、お客様の人生におけるマネープランを総合的にコンサルティングできるキャストを育てます。
4. 新入社員には別途研修プログラムを組み、保険ライコ独自のクレドの意識付け、必要な知識・技術の習得を含め、キャストとしてのマインドを形成します。
5. 資格手当や資格取得に係る費用の一部を会社が負担し、キャストのスキルアップをサポートします。

4. お客様の事情に配慮する体制整備（原則④⑤⑥）

<具体的な取組>

1. お客様のプライバシーを守り、落ち着いた環境で考えて頂くために、店舗でのご相談は半個室の空間で落ち着いて話せる環境を整えています。
2. オンライン相談を導入し、諸事情によって直接お会いできない方へも同等のサービスができる体制を整えています。
3. 店舗にはキッズスペースを完備し、お子様連れのお客様にも集中して頂きやすいよう配慮しています。
4. お客様の経験や適性を鑑み、「保険の基礎の話」「運用リスク・為替リスク・各種手数料のお話」などをお伝えします。また、お客様のリスク許容度に応じた提案を行います。
5. 高齢者のお客様には、可能な限りご親族に同席頂き、十分に時間をかけてゆっくりと説明し、手続きにも十分な日数をかける等、無理の無い確実な対応をします。特定保険(※2)を検討のお客様には、お客様の知識・経験・財産等の適合性の原則に基づいた適切な対応をし、保険会社提供資料を活用しながら理解し易い情報提供を行います。

(※2 特定保険：特定保険とは、金融商品取引法が準用される投資性の強い保険契約をさします。例えば、変額保険・変額年金保険、外貨建保険・外貨建年金保険、市場価格調整機能付保険・市場価格調整機能付年金保険をいいます。)

5. お客様との信頼関係を構築し、地域に根ざした活動（原則②）

＜具体的な取組＞

1. 保険の最大の目的は保険金・給付金の支払いだと考えます。その場面でもお客様に寄り添い、少しでも不安や負担が軽減されるサポートができるように、ご契約後からのお付き合いを大切にします。年に1回以上のアフターフォローを実施し、お客様の生活環境の変化や市場環境の変化に応じて、保障内容やマネープランの最適化を図ります。証券ファイルのお渡しやご契約者様感謝祭、バースデーハガキの送付やお電話、保障内容確認勧奨などでおお客様の人生に寄り添った継続的なフォローを行います。
2. 保険相談だけでなく、勉強系・カルチャー系のセミナーを継続的に開催します。保険に関するセミナーはもちろん、生活に役立つ豆知識やお金に関する知識の情報発信を通して、お客様の金融リテラシーの向上に貢献します。
3. 健全経営で地域に根ざした身近な存在であり続けるために、お客様に対して誠実で良質なサービスを提供します。

6. 業務運営のブラッシュアップ（原則⑥⑦）

＜具体的な取組＞

1. お客様の「想い」の把握やそれに応える販売がなされているか検証するために、担当者による「ご意向お伺いシート」「商談カルテ」のチェックを実施します。
2. 適正な業務運営を遂行するために、キャスト自身による自主点検に加え、担当者による内部監査を実施します。
3. お客様から寄せられた不満・要望（お客様の声）を把握し、全キャストに共有するとともに、随時業務運営の見直しを行います。
4. 保険会社と連携を図り、募集実態や体制整備等の情報提供をするとともに、保険会社の取組状況等をヒアリングし、より良いサービスの提供を目指します。

※当社における『お客様本位の業務運営方針』は、金融庁が公表している「顧客本位の業務運営に関する原則」を踏まえて、策定・公表しています。また、当社の各取り組みがどの原則に該当しているか原則の○数字で記しています。

留意事項

当社では金融商品の組成および複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨は行っていないため、顧客本位の業務運営に関する原則＜原則5（注2）原則6（注2）（注3）補充原則1～5（各注記も含む）については対象としておりません。

2025年7月24日改訂

「顧客本位の業務運営に関する原則」（金融庁公表：2017年3月30日）

【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表】

原則①：金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。

【顧客の最善の利益の追求】

原則②：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。

【利益相反の適切な管理】

原則③：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。

【手数料等の明確化】

原則④：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。

【重要な情報の分かりやすい提供】

原則⑤：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。

【顧客にふさわしいサービスの提供】

原則⑥：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。

【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

原則⑦：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。