別紙

お客さま本位の業務運営に関する取組方針・2024年度取組状況について

※記載内容は、特段の記載がない限り2025年5月現在の状況を記載しています。また、生命保険商品・付帯サービス等はすべて概要を説明したものであり、生命保険のご加入のご検討や、付帯サービスのご利用等にあたっては、最新の情報を必ずご確認ください。

2025年６月
大樹生命保険株式会社

お客さま本位の業務運営に関する方針

方針1 あらゆる業務でのお客さま本位の業務運営の実践

・私たちは、あらゆる業務においてお客さま本位で行動します。その実現に向け、お客さま本位の業務運営を徹底・推進する態勢を構築し、目標を定めて実践するとともに、その取組結果についても公表します。

方針2 よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

・私たちは、お客さまのニーズに沿うよう、商品・サービスのラインナップを充実させるとともに、お客さまの商品等に関する知識、加入目的、ご年齢や家族構成、財産状況等を総合的に踏まえた、お客さまに相応しいコンサルティングを通じて、お客さまに信頼いただけるよう最善を尽くします。
・また、お客さまのご意向に沿った最適な商品・サービスを選択頂けるよう、ご契約に関する重要な情報を、適切な資料を提供しながら分かりやすくお伝えしてまいります。

方針3 確実な保障責任の全う

・私たちは、商品のご加入からお支払いに至るまで、お客さまのご要望に合ったアフターサービスや情報提供を行い、お客さまに寄り添い、お客さまの輪を拡げます。
・また、将来の保険金・給付金を確実にお支払いする為に、適切な資産運用に努めます。
・こうした取組を通じ、長期にわたる保障責任を全うします。

方針4 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

・私たちは、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反のおそれがある取引について適切に管理します。
・また、これに留まらず、あらゆる場面で、ルール・マナーを守り、お客さまとともに行動します。

方針5 お客さまの声を活かす取組・結果の検証

・私たちは、お客さまの声を大切にし、学び、サービス向上に努めます。
・その実現に向けて、お客さまのご意見・ご要望だけでなく、お客さまの立場に立った従業員の提案等、幅広くお客さまの声を収集し、業務改善につなげるとともに、その取組結果を検証します。

方針6 一人一人がお客さま本位で行動するための取組

・私たちは、従業員があらゆる業務においてお客さまのご要望に誠実・迅速にお応えし、お客さま本位で行動できるよう、本方針の浸透・定着に取組むとともに、適切な評価体系等も整備します。
・また、適切なサービスをご提供できる高い専門性・職業倫理を持った従業員を育成します。

方針1. あらゆる業務でのお客さま本位の業務運営の実践

取組方針

■お客さま本位の業務運営の推進

○お客さま本位の業務運営をより一層推進するため、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ってまいります。

○お客さま本位の業務運営に係る取組について、経営会議の諮問機関として「お客さまの声による業務品質向上会議」を設置し、各方針ごとの目標と年間を通じた取組を定め、取組状況についてモニタリングし、公表します。

■お客さま本位に関する指標

○全社のお客さま本位の取組内容の定着を測る指標（KPI）として「お客さま満足度」を設定するとともに、各領域ごとに取組目標を定め、お客さま本位の業務運営を推進します。

取組状況

■お客さま本位の業務運営の推進 全チャネル共通

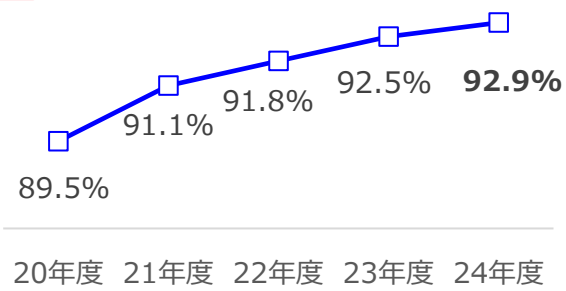
○「お客さまの声による業務品質向上会議」を５回開催し、「お客さま本位の業務運営に関する方針」、およびそれに基づく取組状況等について審議を行いました。

○これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について公表します。

■お客さま本位に関する指標 全チャネル共通

○2024年度の「お客さま満足度(※)」は、92.9%（対前年＋0.4%）と当社目標水準である90%を達成し、引き続き高い水準を維持しています。

○2025年度も引き続き当指標を用いて取組内容の定着を測るとともに、お客さまの声を踏まえ、業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、会社全体でお客さま対応品質を向上してまいります。



(2024年度調査 実施概要)
・年１回実施(2024年９月４日～９月25日)
・調査対象：既契約者約1.4万名
・有効回答者数：約0.4万名

※お客さま満足度については、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の４択のうち、「満足」「やや満足」と回答された割合です。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■最適なコンサルティング活動の実施

○お客さまの情報やニーズをお伺いし、公的保険制度等を踏まえつつ、まだ気づかれていないリスクも含め、すべてのお客さまへの最適・最新な保障の分かりやすいご提案に取り組みます。

○お客さまの希望される接点でのコンサルティングを行います。

取組状況

■最適なコンサルティング活動の実施

商品・サービス提供の取組

○昨今の資産形成ニーズの広がりを踏まえ、2024年４月から、日本生命・大樹生命による共同開発商品である平準払外貨建養老保険の「ドリームツリー」を販売しました。

○当商品では、毎月お払い込みいただく定額の円建金額を外貨に換算し、資産形成をすることができます。加えて、一定期間の死亡保障も備えることができ、お客さまの多様なニーズにお応えできるようになりました。

○「ドリームツリー」の販売にあわせ、安定的な資産運用のポイントや、通貨分散の効果について分かりやすく解説するニーズ喚起動画、商品のポイントを簡潔に説明する商品説明動画など、高まる資産形成ニーズにお応えする各種ツールを作成しました。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■**最適なコンサルティング活動の実施**
（続き）

取組状況

販売チャネルの取組

○2024年７月より、業務用スマートフォンを全営業職員等に貸与し、対面とデジタルを組み合わせた活動推進、多様なコンテンツの定期的な情報提供等、お客さまのご意向に沿った最適なサービスの提供を実践しました。
○専門医によるセカンドオピニオンをご家族も無料で受けることができる「大樹ファミリーセカンドオピニオンサービス」について、より多くのお客さまのお役に立てるよう、2024年５月より利用対象となる特約を拡大しました。
○お手続き直後のお客さまを対象とした「手続き時お客さまアンケート」を引き続き実施し、お客さまの声を幅広くタイムリーにお聴きすることで、お客さま対応品質の向上に向けた取組を行いました。

業務用スマートフォン

○2025年度は、営業職員端末の更改、業務用スマートフォン機能の順次拡張を進め、お客さまへの最適なサービス提供に注力し、引き続きお客さま対応品質の向上に資する取組を継続してまいります。
○なお、ご契約内容に関する情報を事前にご登録していただいたご家族の方に開示することができるサービス「ご家族登録制度」について、2025年度より複数名のご家族を登録いただけるよう、拡充を予定しています（現在は１名のみ登録可能）。
○これにより、ご契約者さまご本人だけではなく、ご家族の方にもより一層安心いただけるサービス提供に努めてまいります。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■重要な情報の提供

○保険やその他金融商品の知識、加入目的、財産状況等を総合的に勘案し、提案します。

○商品の内容（保険料・保険金額・支払事由等）や仕組み、想定する主なお客さま層を説明し、ニーズに合うことを確認します。また、複数商品を組み合わせたパッケージのご提案時は、個別の加入も検討いただけるよう情報提供します。

○市場リスクのある外貨建保険について、上記に加え、お客さまの投資経験等に照らし、最適と考えられる商品をお勧めするとともに、リスク等について丁寧に説明します。

取組状況

■重要な情報の提供

○お客さまのニーズに関する情報収集に努め、お客さまの意向に沿った商品提案を行いました。市場リスクを持つ商品のご案内時には、お客さまの知識、投資経験等を踏まえた上で、商品内容およびリスクの説明を行いました。また、特にご留意いただきたい事項に関しては、動画により均質化した説明を実施しました。

○外貨建保険について、提案前の適合性確認の確実な実施に向けて、2024年４月より設計書（契約概要）の表紙に適合性確認に関する注意文言を明記しました。当該書面を用いてお客さまへ初回提案前にご説明しています。

○2025年度も引き続き、「お客さま本位」の視点に立ったサービスの提供を目指し、保険商品を主とする金融商品の販売における勧誘基本方針を制定・公表するとともに、以下の事項を徹底することに努め、お客さまの声に耳を傾け、より分かりやすい情報提供に取り組みます。

1. お客さまのニーズに関する情報収集に努めたうえで、リスクや財産の状況あるいはライフサイクルを考慮して必要な保険金額や保障内容を設定するなど、お客さまの契約締結の目的・ニーズに合致した商品プランを提案します。

2. 具体的なプランの提案にあたっては、社会保障制度も踏まえたお客さまのご意向を必ずお伺いし、お客さまのご意向とご提案プランの関係をご説明するとともに、最終的なご意向と当初のご意向の比較・確認を行います。更に、契約締結に際しては、お申し込みいただく保険商品の内容がお客さまのご意向と合致しているかどうかを確認します。

3. 市場リスクのある外貨建保険については、1・2に加え、お客さまの商品知識、投資経験、財産状況および契約締結の目的に照らしてご提案するとともに、契約締結に際しては、保険商品の内容がお客さまのご意向に合致しているか、市場リスクについてご理解いただいているかどうかを、改めて確認します。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■**重要な情報の提供**
（続き）

取組状況

○お客さまに生命保険商品の内容・仕組みをご理解いただくために、特に重要な情報（保険料・保険金額・支払事由等）を記載した「設計書（契約概要）」と、ご加入にあたって特にご注意いただきたい情報（保障の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等）を記載した「注意喚起情報」を交付・説明しています。
○複数の保障を組み合わせることができる「大樹セレクト」等、複数の生命保険商品を組み合わせてご提案する際には、お客さまが個別にご加入することもご検討いただけるよう、「設計書（契約概要）」において個々商品の保険料や保障内容等をご説明しています。
○また、外貨建保険については、投資性金融商品で為替リスク等がお客さまへ帰属することより、「契約締結前交付書面（契約概要／注意喚起情報）」に、保険料・保険金額・支払事由や保障の開始時期、保険金・給付金等をお支払いできない場合等とともに、お客さまにご負担いただく費用（保険契約関係費用、外貨のお取扱いによりご負担いただく費用等）や為替リスクについて記載しています。
○自社で開発した商品ラインナップを補完する目的で募集を受託している他の保険会社の商品について、当該保険会社と協議し、商品の特性に応じ、適切にお客さまのご意向等に対応した商品提案や、重要な情報の提供等が行えるよう努めました。

○2025年度も引き続き上記の対応を継続してまいります。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■事務手続きの対応

○お客さまにご契約をいただくにあたり、スムーズなお手続きに向けたインターフェイス構築による利便性の高いサービス提供に取り組みます。

○ご高齢のお客さまや障がいのあるお客さまへ、お客さまのご要望を踏まえ、より丁寧な対応に努めてまいります。

○また、性的マイノリティ（LGBTQ＋）のお客さまが希望されるサポート方法を踏まえ、丁寧に対応してまいります。

取組状況

■事務手続きの対応

事務手続きの利便性向上に向けて

○安心かつ確実な本人確認や、よりスムーズなお手続き実現のため、マイナンバーカードの公的個人認証サービスを活用した申込手続時のオンライン本人確認とサインレスの取扱いを開始しました。

○利便性の高いサービスの提供に向け、引き続きペーパーレス手続範囲の拡大等に取り組みます。

<手続き時のイメージ>

＊「QRコード」は株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

ご高齢のお客さまへの対応

○70歳以上のお客さまの申込手続時には、ご親族の同席を必須とし、特にお子さま世代の同席を推進することで、ご加入の意思・理解状況をしっかりと確認させていただくよう努めています。また、申込手続後に改めてご不明点の有無などをお電話等にて確認させていただいています。

○加えて、80歳以上のお客さまの申込手続きに際し、複数募集人による説明や複数回の説明機会を必須とする社内ルールについて、2024年10月から70歳以上のお客さまにも同様の対応を行うよう改定し、ご高齢のお客さまへの丁寧な対応に努めました。

○引き続き、ご高齢のお客さまへの丁寧な対応に努めてまいります。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■事務手続きの対応
（続き）

取組状況

■事務手続きの対応

障がいのあるお客さま・性的マイノリティの方への対応

○障がいのあるお客さまのお手続時には、配偶者の方やご親族の方の代理によるお手続きを認めています。加えて、募集担当者以外の当社立会人よりご契約内容を十分に説明する等、ご加入の意思をしっかり確認させていただくよう努めています。

○性的マイノリティ（LGBTQ＋）のお客さまへの対応として、指定代理人請求の指定範囲を拡大する等、柔軟な対応を順次進めています。

○障がいのあるお客さまや性的マイノリティ（LGBTQ＋）のお客さまへのサービス向上取組として、お客さまが望まれるサポート方法を確認の上、より丁寧な取組を進めてまいります。

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■確実にお手続きいただくための取組

○確実な保障責任の全うに向けて、営業職員等によるご契約のアフターフォローを通じ、支払事由を漏れなく迅速に捉え、ご契約に関する情報提供に取り組みます。

○確実なお支払いの実施に向け、適切な情報提供等を通じたお客さまとの接点確保や事務処理体制の構築に取り組みます。

取組状況

■確実にお手続きいただくための取組

アフターフォローの実施（「安心さぽーと活動」の実施）

○お客さまへのご契約内容のご確認および請求漏れを無くすことを主目的として、「安心さぽーと活動」を実施しています。確実な保障責任の全うに加え、更なるお客さま満足度向上に向けて、当社の各種サービスご案内等もあわせて行っています。

○2022年度以降、業績評価のメインとして導入した「お客さま対応品質指標」に「安心さぽーと活動」実施率を導入することで、活動促進を行いました。

○また、お客さまのご希望にあわせて、対面・非対面（オンライン、電話）による「安心さぽーと活動」に加えて、「大樹生命マイページ」上において、お客さまご自身によりご契約内容等をご確認いただける「セルフ安心さぽーと」を2024年３月より導入しました。

○引き続き、お客さま満足度向上に向けて当社サービスの充実を図るとともに、全社一丸となった取組を実施してまいります。

安心さぽーとサービスの
ご案内チラシ

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■**確実にお手続きいただくための取組**
（続き）

取組状況

事務処理体制の構築

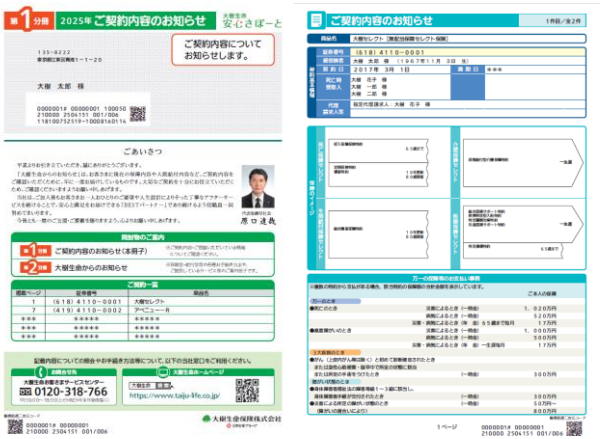
○年１回、「大樹生命からのお知らせ」（現在ご加入のご契約内容等をお知らせする通知）をお送りし、ご契約の維持管理のサポートを実施しています。

○また、お受取人さまを含めたご家族にもご契約内容を十分に理解いただくことが大切であると考え、ご契約内容に関する情報を事前にご登録していただいたご家族の方に開示することができるサービス「ご家族登録制度」を提供しています。

○営業職員が使用する携帯端末「ミレットPlus」(*)の画面上で給付金請求手続き等を簡便にガイドする機能により、的確かつ迅速な手続きに努めています。

(*) 2025年５月より新端末「T-Book」を導入

○ご契約者さまに配布しているガイドブック「保険金・給付金のご請求手続きとお支払いについて」は、当社ホームページ上にも掲載し、常時ご参照いただけるよう対応するなど、確実なお支払いの実施に向けた対応を継続的に行っています。



大樹生命からのお知らせ（一部抜粋版）

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■**確実にお手続きいただくための取組**
（続き）

取組状況

大樹生命マイページ

○ご契約内容の照会やご登録内容の変更、書類のご請求などの各種お手続きがWebで提供出来るよう「大樹生命マイページ」の取組を進めています。2024年度には、受取人変更等、取扱手続きの対象範囲を拡大しました。今後も、より多くのお客さまにご利用いただき、ご満足いただけるよう、サービスや機能の拡充に努めてまいります。

○今後、更なるお客さま利便性向上を目的に、大樹生命マイページのユーザビリティ向上に向けた取組を実施します。また、マイナンバーカードを活用したお客さまサービスの拡充として、マイナンバーカード情報の有効性確認結果を活用した年金の自動支払等、各種お手続きの簡素化に取り組みます。

○引き続き、確実なお支払いの実施に向け、適切な情報提供を通じたお客さまとの接点強化と事務処理体制の構築に努めてまいります。

大樹生命 MYPAGE マイページ

マイページでできる主な機能・お手続き（一部抜粋）	
各種照会	・ご契約内容の照会 ・ご登録情報の確認 ・（外貨建保険の）円換算レートの確認　等
お手続き	・入院・手術給付金・死亡保険金の請求 ・住所・電話番号の変更 ・保険料振替口座の変更 ・満期保険金、祝金、生存給付金の請求 ・契約者貸付の利用、積立金の一部引出し ・改姓改名、受取人の変更 ・生命保険料控除証明書の再発行 ・マイナンバー（個人番号）の登録　等
サービス	・ご家族登録制度の申込 ・大樹ファミリーセカンドオピニオンサービスの利用 ・未来メッセージの登録

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■適切な資産運用の実施

○保障責任を全うするために、お預かりした資産について、安全性・収益性・流動性に加え、公共性を勘案した適切な資産運用に取り組みます。

取組状況

■適切な資産運用の実施 全チャネル共通

○保険負債の特性にあわせ保険負債と同じ通貨建の確定利付資産をポートフォリオの中核とし、金利変動の影響の抑制を目指した運用を行いました。
○リスク許容度の範囲内で、保険負債と異なる通貨建の確定利付資産および外部委託資産、ならびに株式資産および不動産等への分散投資を目指した運用を行いました。
○スチュワードシップ活動において投資先企業と企業価値向上に向けた建設的な対話活動を実施しました。
○サステナビリティ経営基本方針のもと、 ESG投融資の取組として、グリーンボンド（環境債）やソーシャルボンド（社会貢献債）、サステナビリティリンクボンドや各種ローン、ESG投信などへの投資を行いました。
○気候変動への取組として、資産運用ポートフォリオにおけるCO_2排出量の削減目標を設定し、投融資先との対話を通じ気候変動への取組を後押しし、排出量削減に取り組みました。

○2025年度も引き続き、インカム収益及び資本の安定的拡大を目指してALMを推進します。
○適正なポートフォリオの構築を資産運用リスク管理の基本方針とし、リスク管理に努めます。
○スチュワードシップ活動を通じた、投資先企業の企業価値向上への取組を推進します。
○ESG投融資にあたっては、持続可能な社会への移行と運用収益確保を目指します。

方針4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

取組方針

■コンプライアンスの推進

○お客さまの利益が不当に害されることの無いよう、お客さまのニーズに合った商品の提案や、販売ルールを遵守し、適切な販売活動を進めます。

取組状況

■コンプライアンスの推進

○2024年度は「お客さま本位の業務運営の更なる推進」を掲げ、お客さまの意向に沿った商品の提案や、法令・社内ルールを遵守した適切な販売活動を推進しました。

○全営業職員に対して、「マナー・コンプライアンスマニュアル」を活用した定期的な研修やテストを実施し、コンプライアンスの理解度向上と、お客さま本位の活動の更なる定着に向けた教育を実施しました。

○2023年度より、業務外を含め、当社が業務上取扱う商品以外の金融商品を勧誘・紹介する等、お客さまから誤解を招く可能性のある行為を禁止する旨を「行動規範」に追加しました。

○2025年度も引き続きお客さま本位の業務運営を更に推進すべく、2024年度の取組を継続・強化し、お客さまの利益が不当に害されることの無いよう、お客さまのニーズに合致した商品プランの提案や、法令・社内ルールに沿った販売活動を行います。また、引き続き高齢のお客さま等に配慮した販売活動に努めてまいります。

○不祥事案の未然防止に向けた取組として、異常情報等の予兆把握の強化、職員管理の更なる高度化、モニタリングの強化等に取り組みます。

○また、各種教材の提供や、定期的な研修・テストの実施等を通じて、営業職員のコンプライアンスの理解度向上と、お客さま本位の活動の定着に向けた教育を徹底してまいります。

方針4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

取組方針

■利益相反の適切な管理

○お客さまの利益の保護に万全を尽くすため、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。

○利益相反管理が適切になされるよう、他部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。

○また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

■利益相反の適切な管理 全チャネル共通

○「利益相反管理基本方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理に取り組みました。

○具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して投資判断を行う体制を構築しています。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行っています。

○2025年度も引き続き、着実な取組を継続してまいります。

※「スチュワードシップ活動報告書」についてはリンク先をご参照ください。
https://www.taiju-life.co.jp/corporate/csr/steward2.htm

方針5. お客さまの声を活かす取組・結果の検証

取組方針

■お客さまの声を活かす取組

○当社では、「お客さまの声」の幅広い把握に努めるとともに、さまざまな機会を通じ、積極的にお客さまのご意見等をお聴きします。

○お客さまからいただいた声は改善取組の検討に活用し、社内で共有する中で、「お客さまの声」を基点とした継続的なサービス向上取組を全社で推進します。

取組状況

■お客さまの声を活かす取組

○2024年度は、「苦情（ご不満）」、「ご意見・ご要望」、「お褒め・感謝の声」、その他お手続きに関するご照会など、約91万件のお客さまの声をいただきました。

○上記お申出以外にも新契約へのご加入や、安心さぽーと活動等、お手続きをいただいたお客さまへ「手続き時お客さまアンケート」を実施し、タイムリーに幅広くお客さまの声を収集しています。

○いただいたご不満、お褒め・感謝の声を分析し課題を抽出することで、お客さまニーズに沿った改善策の策定・実行に取り組んでいます。

＜2024年度の主な改善例＞

○大樹生命マイページの更なる利便性向上を目的として、改姓改名・受取人変更など４項目の取扱手続きを開始しました。（2024年11月～）

○新契約申込手続きの利便性向上を目的として、マイナンバーカードを使用したオンライン本人確認の取扱を開始しました。（2024年9月～）

○お客さまの利便性向上に向けたお客さまサービスセンターの営業時間外受付（自動音声によるお申出専用ダイヤル）での取扱範囲を拡大しました。（2024年10月～）

○お客さまの利便性向上を目的として、スマートフォンに表示のバーコードで二回後保険料のコンビニ振込ができる電子バーコードの取扱を開始しました。（2025年3月～）

○2025年度も引き続き、より多くのお客さまの声を収集し、いただいたご意見・ご要望を分析・検証することでお客さまのニーズを把握し、サービス改善等の「お客さま本位の業務運営」に活かす取組を行います。

方針5. お客さまの声を活かす取組・結果の検証

取組方針

■お客さまの声を活かす取組
（続き）

取組状況

■お客さまからの評価

○年１回、社外機関を通じてご契約者さまへアンケートを実施する中で、営業職員チャネルにおける「お客さま満足度」について、当社目標水準である90%台を達成し、引き続き高い水準を確保しています。

○2025年度も高い満足度評価をいただけるよう、お客さまの声を大切にし、お聴きした声を分析のうえ、継続的なサービス向上に取り組みます。

方針6.一人一人がお客さま本位で行動するための取組

取組方針

■お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透

○営業職員・営業管理職に対し、「お客さま本位の業務運営」の浸透に努めるとともに、専門性や職業倫理を保持させる観点から、研修・教育を実施し、「お客さま本位の業務運営」をより一層推進します。

取組状況

■お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透

○「経営理念」や「お客さま本位の業務運営に関する方針」、および全役職員が共有する大切な価値観として策定したお客さま本位を志向する「大樹生命バリュー」の浸透に向けて、全役職員が携行する「コンプライアンス・カード」への掲載、「大樹生命バリュー」唱和等の取組を行っています。

○加えて、毎年役員が全国の支社を訪問し、「経営理念」や「大樹生命バリュー」、お客さま本位の重要性について語りかけを行い、理念の浸透を図るとともに、販売現場においてお客さま本位を実現するための意見収集を行い、現場と本社の双方向でお客さま本位の高度化に向けた取組を実施しています。

大樹生命バリュー

一、私たちは、常にお客さまの立場で考え、迅速・丁寧・誠実に行動します。

一、私たちは、互いの個性を尊重し、助け合い、高め合い、成長します。

一、私たちは、高い倫理観を持ち、よりよい社会の発展に向けて、挑戦し続けます。

大樹生命バリュー

○また、従業員意識実態調査により、年１回、お客さま本位の意識浸透度を組織別に確認のうえ、浸透不足の結果が見られる組織の管理者との対話による改善とともに、関係部への情報連携により更なる意識浸透・定着に取り組みました。

○2025年度も引き続き、これらの取組を継続し、「経営理念」や「お客さま本位の業務運営」の更なる浸透・定着に取り組みます。

○また、お客さま本位の意識浸透度を組織別に確認し、更なる意識浸透が必要な組織については、速やかに所属長との対話を行うとともに、関係部への情報連携により改善を図ります。

方針6.一人一人がお客さま本位で行動するための取組

取組方針

■お客さま本位の活動を評価する体系

○保険募集のみに着目することなく、情報提供等のお客さまサービス等も総合的に勘案した業績評価体系を構築し、当社職員がお客さまの利益を追求することができるような体制を整備します。

取組状況

■お客さま本位の活動を評価する体系

○営業職員の評価体系について、従来のお客さま本位の活動に対し評価を行う運行に加え、中長期での自己のお客さま数や、お客さま満足度評価を職階選考・給与規程に反映させる「お客さま本位活動に対する評価」の導入に向けた取組を進めました。

○販売促進策については、営業職員の活動がお客さま本位を損なうものとならないよう過度な内容・水準とならない社内ルールを設定の上、実施しています。

○「お客さま本位活動に対する評価」の導入について、今年度より導入・試行しています。

○お客さま本位の取組を一層推進すべく、2026年４月に営業職員による保全活動に対する給与評価の導入に向けた取組を進めます。

○引き続き、お客さま本位の活動に資する販売促進策となるよう社内ルールを設定の上、日々の活動に取り組んでまいります。

方針1. あらゆる業務でのお客さま本位の業務運営の実践

取組方針

■お客さま本位の業務運営の推進

○お客さま本位の業務運営をより一層推進するため、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ってまいります。

○お客さま本位の業務運営に係る取組について、経営会議の諮問機関として「お客さまの声による業務品質向上会議」を設置し、各方針ごとの目標と年間を通じた取組を定め、取組状況についてモニタリングし、公表します。

■お客さま本位に関する指標

○全社のお客さま本位の取組内容の定着を測る指標（KPI）として「お客さま満足度」を設定するとともに、各領域ごとに取組目標を定め、お客さま本位の業務運営を推進します。

取組状況

■お客さま本位の業務運営の推進 全チャネル共通

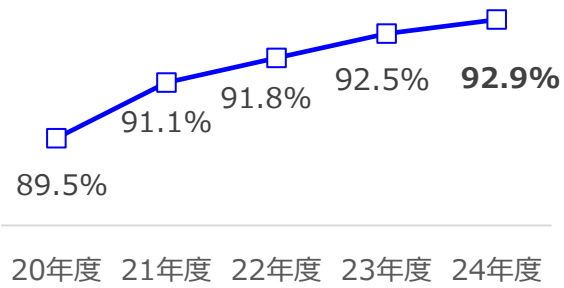
○「お客さまの声による業務品質向上会議」を５回開催し、「お客さま本位の業務運営に関する方針」、およびそれに基づく取組状況等について審議を行いました。

○これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について公表します。

■お客さま本位に関する指標 全チャネル共通

○2024年度の「お客さま満足度(※)」は、92.9%（対前年＋0.4%）と当社目標水準である90%を達成し、引き続き高い水準を維持しています。

○2025年度も引き続き当指標を用いて取組内容の定着を測るとともに、お客さまの声を踏まえ、業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、会社全体でお客さま対応品質を向上してまいります。



(2024年度調査 実施概要)
・年１回実施(2024年９月４日～９月25日)
・調査対象：既契約者約1.4万名
・有効回答者数：約0.4万名

※お客さま満足度については、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の４択のうち、「満足」「やや満足」と回答された割合です。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■最適なコンサルティング活動の実施

○代理店を通じた販売を行うことを踏まえ、お客さまに最適な商品を選択いただけるよう、代理店による分かりやすい情報提供やコンサルティング活動のサポート・推進に取り組みます。

■事務手続きの対応

○お客さまにご契約いただくにあたり、スムーズなお手続きに向けたインターフェイス構築による利便性の高いサービス提供に取り組みます。

○ご高齢のお客さまや障がいのあるお客さまへ、お客さまのご要望を踏まえ、より丁寧な対応に努めてまいります。

○また、性的マイノリティ（LGBTQ＋）のお客さまが希望されるサポート方法を踏まえ、丁寧に対応してまいります。

取組状況

■最適なコンサルティング活動の実施および事務手続き上の対応

○お客さま利便性の向上に向けて、お手続きを簡潔にするとともに、ユニバーサルデザインの活用など、分かりやすい帳票を作成しました。

※銀行窓販チャネルでは 2020年11月より、代理店チャネルでは日本生命の営業職員による販売を除き、2021年４月より新契約募集を停止しています。

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■確実にお手続きいただくための取組

○保険金・給付金の支払漏れの無いよう、代理店によるアフターフォローのサポート・推進に取り組みます。

○確実なお支払いの実施に向け、適切な情報提供等を通じたお客さまとの接点確保や事務処理体制の構築に取り組みます。

取組状況

■確実にお手続きいただくための取組

アフターフォローの実施

○保険金等の支払漏れが起きないよう、お客さま宛通知の内容を充実し、より分かりやすいツールや説明内容資料の提供を行いました。

○本社所管部門より、代理店へのアフターフォロー資料提供・情報提供等を行いました。

○代理店からの各種照会に対し、迅速な対応を実施しました。

○2025年度も引き続き、アフターフォロー推進に向けて、お客さま宛通知の内容を充実し、より分かりやすいツール等の提供を行います。

○本社所管部門より、代理店へのアフターフォロー資料提供・情報提供等を行ってまいります。

○代理店からの各種照会に対し、迅速な対応を図ってまいります。

事務処理体制の構築

○年１回「大樹生命からのお知らせ」（現在ご加入のご契約内容等をお知らせする通知）をお送りし、ご契約の維持管理のサポートを実施しています。また、お受取人さまを含めたご家族にもご契約内容を十分に理解いただくことが大切であると考え、ご契約内容に関する情報を事前にご登録していただいたご家族の方に開示することができるサービス「ご家族登録制度」を提供しています。

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■確実にお手続きいただくための取組
（続き）

取組状況

■確実にお手続きいただくための取組

大樹生命マイページ

○ご契約内容の照会やご登録内容の変更、書類のご請求などの各種お手続きがWebで提供出来るよう「大樹生命マイページ」の取組を進めています。2024年度には、受取人変更等、取扱手続きの対象範囲を拡大しました。
今後も、より多くのお客さまにご利用いただき、ご満足いただけるよう、サービスや機能の拡充に努めてまいります。

○確実なお支払いの実施に向け、大樹生命マイページのユーザビリティ向上に向けた取組等、引き続き、適切な情報提供等を通じたお客さまとの接点確保と事務処理体制の構築に取り組みます。

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■適切な資産運用の実施

○保障責任を全うするために、お預かりした資産について、安全性・収益性・流動性に加え、公共性を勘案した適切な資産運用に取り組みます。

取組状況

■適切な資産運用の実施 全チャネル共通

○保険負債の特性にあわせ保険負債と同じ通貨建の確定利付資産をポートフォリオの中核とし、金利変動の影響の抑制を目指した運用を行いました。
○リスク許容度の範囲内で、保険負債と異なる通貨建の確定利付資産および外部委託資産、ならびに株式資産および不動産等への分散投資を目指した運用を行いました。
○スチュワードシップ活動において投資先企業と企業価値向上に向けた建設的な対話活動を実施しました。
○サステナビリティ経営基本方針のもと、 ESG投融資の取組として、グリーンボンド（環境債）やソーシャルボンド（社会貢献債）、サステナビリティリンクボンドや各種ローン、ESG投信などへの投資を行いました。
○気候変動への取組として、資産運用ポートフォリオにおけるCO_2排出量の削減目標を設定し、投融資先との対話を通じ気候変動への取組を後押しし、排出量削減に取り組みました。

○2025年度も引き続き、インカム収益及び資本の安定的拡大を目指してALMを推進します。
○適正なポートフォリオの構築を資産運用リスク管理の基本方針とし、リスク管理に努めます。
○スチュワードシップ活動を通じた、投資先企業の企業価値向上への取組を推進します。
○ESG投融資にあたっては、持続可能な社会への移行と運用収益確保を目指します。

方針4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

取組方針

■コンプライアンスの推進

○法令にとどまらずあらゆる社会規範を遵守し、お客さまや金融機関代理店、そして社会の信頼に応え、誠実に仕事に取り組みます。

■適切な代理店手数料の支払

○募集代理店に支払う代理店手数料の水準について、当社の経営の健全性確保および募集代理店による業務品質等を考慮したうえで、適切な設定を行うよう努めます。

取組状況

■コンプライアンスの推進

○「代理店コンプライアンス・マニュアル」を作成し、法令ルール、ご契約のアフターフォロー、情報管理等について周知を図っています。

○代理店自己点検を実施し、代理店の内部管理態勢および業務運営等について確認を行っています。

○2025年度も引き続き、「代理店コンプライアンス・マニュアル」を活用した教育ならびに「代理店自己点検表」による内部管理態勢等の確認により、代理店の実効的なコンプライアンス態勢の確保を図ります。

■適切な代理店手数料の支払

○募集代理店に支払う代理店手数料の水準は、当社の経営の健全性確保および募集代理店による業務品質等に鑑み、適切な支払水準となるよう取り組んでいます。

※銀行窓販チャネルでは2020年11月より、代理店チャネルでは日本生命の営業職員による販売を除き、2021年４月より新契約募集を停止しており、新規募集分の手数料支払は行っておりません。

方針4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

取組方針

■利益相反の適切な管理

○お客さまの利益の保護に万全を尽くすため、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。

○利益相反管理が適切になされるよう、他部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。

○また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

■利益相反の適切な管理 全チャネル共通

○「利益相反管理基本方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理に取り組みました。

○具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して投資判断を行う体制を構築しています。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行っています。

○2025年度も引き続き、着実な取り組みを継続してまいります。

※「スチュワードシップ活動報告書」についてはリンク先をご参照ください。
https://www.taiju-life.co.jp/corporate/csr/steward2.htm

方針5. お客さまの声を活かす取組・結果の検証

取組方針

■お客さまの声を活かす取組

○当社では、「お客さまの声」の幅広い把握に努めるとともに、さまざまな機会を通じ、積極的にお客さまのご意見等をお聴きします。

○お客さまからいただいた声は改善取組の検討に活用し、社内で共有する中で、「お客さまの声」を基点とした継続的なサービス向上取組を全社で推進します。

取組状況

■お客さまの声を活かす取組

○銀行窓販ならびに代理店チャネル（日本生命の営業職員による販売を除く）でご加入されたお客さまを対象として、商品や事務・サービスに関する評価・ご意見等をいただく「お客さまアンケート」を実施し、ご意見を踏まえたサービスの向上に取り組んでいます。

○2025年度も引き続き、お客さまからの声を真摯に受け止め、これに誠実かつ迅速にお応えするよう努めてまいります。とりわけ、ご不満の声等については、係る課題を分析のうえ、根本的な解決・改善に向けた取組に努めてまいります。

方針6.一人一人がお客さま本位で行動するための取組

取組方針

■お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透

○代理店営業に関わる職員に対し、「お客さま本位の業務運営」の浸透に努めるとともに、専門性や職業倫理を保持させる観点から、研修・教育を実施し、「お客さま本位の業務運営」をより一層推進します。

■お客さま本位の活動を評価する体系

○保険募集のみに着目することなく、情報提供等のお客さまサービス等も総合的に勘案した業績評価体系を構築し、当社職員がお客さまの利益を追求することができるような体制を整備します。

取組状況

■お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透

○代理店営業に関わる職員に対し、お客さま本位の業務運営・コンプライアンス研修の継続的な実施を通じた理念の浸透・徹底を行いました。

○「経営理念」や「お客さま本位の業務運営に係る方針」、および全役職員が共有する大切な価値観として策定したお客さま本位を志向する「大樹生命バリュー」の浸透に向け、全役職員が携行する「コンプライアンス・カード」への掲載、「大樹生命バリュー」の唱和等の取組を行っています。

○加えて、役員と職員とのミーティングを通じて、「経営理念」や「大樹生命バリュー」、お客さま本位の重要性について、理念の浸透を図るとともに、お客さま本位を実現するための意見収集を行い、お客さま本位の業務運営の高度化に向けた取組を実施しています。

○2025年度も引き続き、これらの取組を継続し、「経営理念」や「お客さま本位の業務運営」の更なる浸透・定着に取り組みます。

■お客さま本位の活動を評価する体系

○2024年度は半期ごとに「お客さま本位の業務運営」を体現している所属員の表彰を行いました。

○2025年度も引き続き、これらの取組を継続し、職員の評価・教育体系の整備を図ってまいります。

方針1. あらゆる業務でのお客さま本位の業務運営の実践

取組方針

■お客さま本位の業務運営の推進

○お客さま本位の業務運営をより一層推進するため、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ってまいります。

○お客さま本位の業務運営に係る取組について、経営会議の諮問機関として「お客さまの声による業務品質向上会議」を設置し、各方針ごとの目標と年間を通じた取組を定め、取組状況についてモニタリングし、公表します。

■お客さま本位に関する指標

○全社のお客さま本位の取組内容の定着を測る指標（KPI）として「お客さま満足度」を設定するとともに、各領域ごとに取組目標を定め、お客さま本位の業務運営を推進します。

取組状況

■お客さま本位の業務運営の推進 全チャネル共通

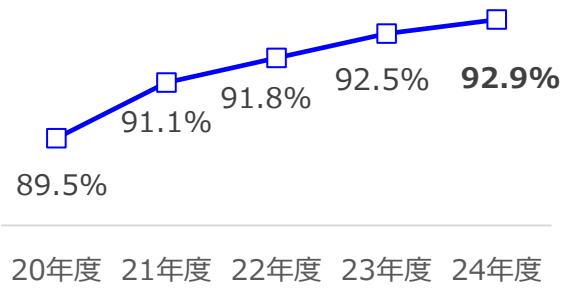
○「お客さまの声による業務品質向上会議」を５回開催し、「お客さま本位の業務運営に関する方針」、およびそれに基づく取組状況について審議等を行いました。

○これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について公表します。

■お客さま本位に関する指標 全チャネル共通

○2024年度の「お客さま満足度(※)」は、92.9%（対前年＋0.4%）と当社目標水準である90%を達成し、引き続き高い水準を維持しています。

○2025年度も引き続き当指標を用いて取組内容の定着を測るとともに、お客さまの声を踏まえ、業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、会社全体でお客さま対応品質を向上してまいります。



(2024年度調査 実施概要)
・年１回実施(2024年９月４日～９月25日)
・調査対象：既契約者約1.4万名
・有効回答者数：約0.4万名

※お客さま満足度については、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の４択のうち、「満足」「やや満足」と回答された割合です。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■最適なコンサルティング活動の実施

○企業・従業員を取り巻く環境やニーズを踏まえた商品・サービスの提供、およびグループ全体でのソリューション提供等を通じ、お客さまの福利厚生制度の支援に取り組みます。

取組状況

■最適なコンサルティング活動の実施

商品・サービス提供の取組

○企業や官公庁等の団体のお客さま向けに、役職員の死亡保障・医療保障や企業年金・財産形成等の福利厚生制度の運営を支える商品を提供しているほか、健康・介護・メンタルヘルス等に関する各種相談サービスを提供しています。

○2025年度もお客さま本位の商品・サービスの提供により、お客さまのニーズにお応えしてまいります。

グループ会社含めたソリューションの提供

○法人営業担当者は、お客さまに対する「総合窓口」として、福利厚生制度のコンサルティング以外にも、当社・グループ会社を含めたソリューションの提供により、お客さまをさまざまな面でサポートしています。また、お客さまに最適な福利厚生制度のコンサルティングを提供するために、法人営業担当者全員を対象とした研修を定期的に実施しました。

○2025年度も引き続き、法人営業担当者に対して、最新の福利厚生制度等に関する研修の定期的な実施を通じ、お客さまを取り巻く環境や企業・団体の特性を踏まえた丁寧なコンサルティングおよびサービスを提供してまいります。

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■確実にお手続きいただくための取組

○お客さまの福利厚生に対する、幹事・受託者責任を果たすために、お客さまのニーズを踏まえた制度設計や、加入勧奨支援等を実施してまいります。

○確実なお支払いの実施に向け、適切な情報提供等を通じたお客さまとの接点確保や事務処理体制の構築に取り組みます。

取組状況

■確実にお手続きいただくための取組

○法人営業担当者は、団体福利厚生担当者および従業員のニーズを踏まえた団体保険制度設計および制度改善提案を実施しました。また自社制度について理解度が高まるよう、説明会や動画コンテンツの提供等を実施し、任意加入制度の加入勧奨支援に取り組みました。

○団体担当者や代理店担当者との連携も密にして、速やかな情報収集ならびに社内関係部署への連携を通じて、確実なお支払いの実施に向けて取り組みました。

○2025年は、お客さまのニーズを踏まえた制度設計や加入勧奨等を引き続き実施するとともに、法人営業担当者を通じた定期的なお客さまへの情報提供や、魅力ある保険制度となるよう、制度改善が実施できているか、毎月の社内会議でのフォローにてチェックをしてまいります。また、正確・迅速なお支払いに向けた人材育成・システム対応を継続的に実施してまいります。

○また、確実なお支払いの実施に向けて、団体担当者およびご加入者さまへの定期的な情報提供とあわせて、代理店との連携も密にして、速やかな情報収集ならびに社内関係部署への連携を通じて、一日も早いお支払いに努めてまいります。

方針3. 確実な保障責任の全う

取組方針

■適切な資産運用の実施

○保障責任を全うするために、お預かりした資産について、安全性・収益性・流動性に加え、公共性を勘案した適切な資産運用に取り組みます。

取組状況

■適切な資産運用の実施 全チャネル共通

○保険負債の特性にあわせ保険負債と同じ通貨建の確定利付資産をポートフォリオの中核とし、金利変動の影響の抑制を目指した運用を行いました。
○リスク許容度の範囲内で、保険負債と異なる通貨建の確定利付資産および外部委託資産、ならびに株式資産および不動産等への分散投資を目指した運用を行いました。
○スチュワードシップ活動において投資先企業と企業価値向上に向けた建設的な対話活動を実施しました。
○サステナビリティ経営基本方針のもと、 ESG投融資の取組として、グリーンボンド（環境債）やソーシャルボンド（社会貢献債）、サステナビリティリンクボンドや各種ローン、ESG投信などへの投資を行いました。
○気候変動への取組として、資産運用ポートフォリオにおけるCO_2排出量の削減目標を設定し、投融資先との対話を通じ気候変動への取組を後押しし、排出量削減に取り組みました。

○2025年度も引き続き、インカム収益及び資本の安定的拡大を目指してALMを推進します。
○適正なポートフォリオの構築を資産運用リスク管理の基本方針とし、リスク管理に努めます。
○スチュワードシップ活動を通じた、投資先企業の企業価値向上への取組を推進します。
○ESG投融資にあたっては、持続可能な社会への移行と運用収益確保を目指します。

方針4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

取組方針

■コンプライアンスの推進

○法令にとどまらずあらゆる社会規範を遵守し、お客さまや社会の信頼に応え、誠実に仕事に取り組みます。

取組状況

■コンプライアンスの推進

○法人営業担当者のコンプライアンスの理解度向上に向けたテスト等の定例実施に取り組み、これらの教育・徹底を通じてコンプライアンスの推進に取り組みました。

○2023年度より、業務外を含め、当社が業務上取扱う商品以外の金融商品を勧誘・紹介する等、お客さまから誤解を招く可能性のある行為を禁止する旨を「行動規範」に追加しました。

○2025年度は、コンプライアンス意識の更なる向上のため、定期的な研修やテストの実施等を通じてコンプライアンスの推進に取り組んでまいります。

方針4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

取組方針

■利益相反の適切な管理

○お客さまの利益の保護に万全を尽くすため、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。

○利益相反管理が適切になされるよう、他部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。

○また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

■利益相反の適切な管理 全チャネル共通

○「利益相反管理基本方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理に取り組みました。

○具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して投資判断を行う体制を構築しています。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行っています。

○2025年度も引き続き、着実な取組を継続してまいります。

※「スチュワードシップ活動報告書」についてはリンク先をご参照ください。
https://www.taiju-life.co.jp/corporate/csr/steward2.htm

方針5. お客さまの声を活かす取組・結果の検証

取組方針

■お客さまの声を活かす取組

○当社では、「お客さまの声」の幅広い把握に努めるとともに、さまざまな機会を通じ、積極的にお客さまのご意見等をお聴きします。

○お客さまからいただいた声は改善取組の検討に活用し、社内で共有する中で、「お客さまの声」を基点とした継続的なサービス向上取組を全社で推進します。

取組状況

■お客さまの声を活かす取組

○企業保険専用コールセンターや、所管部門で受け付けたお客さまの声を参考に、お問い合わせの多い事項について、あらかじめお客さまへご案内する対応や、ホームページでのマイナポータル連携サービスに関する記載を追記するなど、お客さまにとって手続きが分かりやすいものとなるよう取り組みました。

○団体定期保険など任意加入制度の募集について、団体事務負荷軽減、ペーパーレス化等のご要望を受け、2022年度より募集手続きをWeb化したサービスの提供を開始し、ご要望のあるお客さまにご案内・順次導入しました。

○お客さまよりご要望のあった、ご加入後の事務手続き簡略化について、対応可能な項目から取扱いを開始しました。

○2025年度も引き続き、企業保険専用のコールセンターや法人営業担当者等を通じて受け付けたお客さまの声を集約し、更なるサービスの向上に努めてまいります。

○また、新たに団体保険のご契約者さま向けに満足度アンケートを実施し、収集したお客さまのご意見等を活かして、改善に取り組んでまいります。

方針6.一人一人がお客さま本位で行動するための取組

取組方針

■お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透

○企業保険に関わる職員に対し、「お客さま本位の業務運営」の浸透に努めるとともに、専門性や職業倫理を保持させる観点から、研修・教育を実施し、「お客さま本位の業務運営」をより一層推進します。

取組状況

■お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透

○「経営理念」や「お客さま本位の業務運営に関する方針」、および全役職員が共有する大切な価値観として策定したお客さま本位を志向する「大樹生命バリュー」の浸透に向けて、全役職員が携行する「コンプライアンス・カード」への掲載、「大樹生命バリュー」の唱和等の取組を行っています。

○また、役員と職員とのミーティングを通じて、「経営理念」や「大樹生命バリュー」、お客さま本位の重要性について、理念の浸透を図るとともに、お客さま本位を実現するための意見収集を行い、お客さま本位の業務運営の高度化に向けた取組を実施しています。

○2025年度も引き続き、これらの取組を継続し、「経営理念」や「お客さま本位の業務運営」の更なる浸透・定着に取り組みます。

方針6.一人一人がお客さま本位で行動するための取組

取組方針

■お客さま本位の活動を評価する体系

○保険募集のみに着目することなく、情報提供等のお客さまサービス等も総合的に勘案した業績評価体系を構築し、当社職員がお客さまの利益を追求することができるような体制を整備します。

取組状況

■お客さま本位の活動を評価する体系

○法人営業担当者の評価は、各部裁量にて定性評価（個別団体取組・取組姿勢）を含めて運営しています。また、お客さま本位の提案等、範となる個別団体取組を表彰し、全担当者への好事例の浸透を図っています。

○「お客さま本位の活動」（募集資料の適正作成・使用、適正な話法）や、団体の課題解決に向けた「個別団体取組」を、定性評価項目に含めて運営しています。

○範となる個別団体取組を表彰する、「ハイクオリティ賞」を継続実施し、好事例の浸透を図ってまいります。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■プロダクトガバナンスに取り組む体制

○「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」のもと、お客さまの利便・利益に資することを最大の目的とし、お客さまのニーズを的確に把握した商品・サービスの提供に取り組みます。

○取組の推進に向けて、経営会議の諮問機関として商品開発部担当役員を議長、関係各部長をメンバーとする「商品会議」において、プロダクトガバナンスに係る審議等を実施します。

○「商品開発に関する基本方針」をはじめとする各種方針・規程に基づき、商品開発時や発売後のフォローアップ等の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、内部監査部門による監査の実施や、必要に応じて社外取締役等からの意見を取り入れる等、これらの実効性を確保するための体制の整備に取り組みます。

取組状況

■プロダクトガバナンスに取組む体制

○経営会議の諮問機関である商品会議を開催し、「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」のもと、お客さまサービスに資する商品開発や発売後１年を経過した商品について、想定顧客属性や募集管理態勢、お客さまの声のモニタリング等に関し審議を実施しました。

○特に重要な案件については、商品会議で審議された内容を経営会議にて協議し、また、必要に応じて社外取締役が出席する取締役会への報告等を通じて、社外の意見を取り入れる体制も構築しています。なお、プロダクトガバナンスに係る取組の明確化のため、商品開発規程の改定を行いました。

○こうした取組を通じ、以下の通り新商品の販売・商品の改定を行いました。

＜主な新商品の提供＞

○平準払外貨建養老保険「ドリームツリー」の提供

＜主な商品の改定＞

○一時払外貨建養老保険「ドリームロード」における目標値設定機能※の廃止

※ご契約者さまがあらかじめ指定した目標額に、解約払戻金の円換算額が到達したときに、円建の年金に自動的に移行する機能

○今後も、常に世の中の変化やお客さまニーズに向き合い、業務運営の定期的な検証・見直しを実施する等、製販全体でお客さま本位の業務運営の高度化に取り組んでまいります。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■商品開発時の対応

○商品会議等の枠組みの中で、商品開発時には、お客さまニーズや想定する顧客層等について審議を行います。

○特定保険契約(ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客さまのご負担となる投資性の強い商品)については、商品の複雑さやリスク等の特性等を踏まえ、想定顧客属性についてより取引経験や投資に関する知識等も勘案するとともに、リスク・リターン・コストに関する合理性検証についても行います。

○また、顧客の最善の利益を実現する観点から、営業職員向けに、ご契約に関する重要な情報に資する適切な資料提供に努めます。

取組状況

■商品開発時の対応

○商品会議等において、主な想定顧客、募集態勢の概要等について審議を実施しました。

＜主な新商品の提供＞

○昨今の資産形成ニーズの広がりを踏まえ、2024年４月から、日本生命・大樹生命による共同開発商品である平準払外貨建養老保険「ドリームツリー」を販売しました。

○また、特定保険契約については、商品の複雑さやリスク等の特性等を踏まえ、想定顧客属性の特定に加え、リスク・リターン・コストに関する合理性検証等について取り組んでまいります。

方針2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施

取組方針

■商品発売後の対応

○商品会議等の枠組みの中で、商品発売後に、想定する顧客属性への販売状況、お客さまの声等についてモニタリングを行います。

○販売中の特定保険契約について、商品の複雑さやリスク等の特性等を踏まえ、定期的に顧客属性、リスク・リターン・コスト等に関するモニタリングを行い、必要に応じ、その結果を商品の改善や見直しにつなげます。

○お客さまにご契約を安心して継続していただくためのご加入後のアフターフォロー時における情報提供・ご説明の充実に継続的に取り組みます。

取組状況

■商品発売後の対応

○商品会議等を通じ、想定する顧客属性への販売状況、お客さまの声等についてモニタリングを実施し、マーケットを取り巻く環境や、金融行政における課題認識等を踏まえ、対応を行ってまいりました。

＜主な商品の改定＞

○今般の一時払外貨建保険への課題認識を踏まえ、一時払外貨建養老保険「ドリームロード」について、目標到達後の解約などにより、中長期での運用効果や保障メリットを享受しづらい実態となっているため、2025年１月以降の新契約から目標値設定機能を廃止しました。

○今後、販売中の特定保険契約については、顧客属性、リスク・リターン・コスト等に関するモニタリング結果を定期的に商品会議等に報告し、必要に応じ、商品の改善や見直しにつなげる取組を進めてまいります。

○当社に寄せられた「お客さまの声」 について、幅広くご不満の声を捉え、詳細分析のうえ、根本的な解決に繋げるよう取り組んでいます。収集した声も踏まえ、研修実施や好取組事例の提供等を通じ、コンサルティング力やアフターフォローの強化に継続して取り組みます。

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（１/11）

掲載・更新年月日：2025年6月27日

金融事業者の名称	大樹生命保険株式会社
■取組方針掲載ページのURL　：	https://www.taiju-life.co.jp/corporate/csr/fiduciary.htm
■取組状況掲載ページのURL　：	https://www.taiju-life.co.jp/corporate/csr/fiduciary.htm

● **原則１【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等】**に基づき、当社では「お客さま本位の業務運営に関する方針」を策定し、毎年取組状況について公表を行っています。また、2022年3月にはお客さま本位の業務運営をこれまで以上に推進するため、当方針の改定を行っています。

顧客本位の業務運営に関する原則			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	・全社方針1：あらゆる業務でのお客さま本位の業務運営の実践（P2） ・全社方針6：一人一人がお客さま本位で行動するための取組（P2） ・取組方針1：お客さま本位の業務運営の推進（P3、20、29）、お客さま本位に関する指標（P3 20、29） ・取組方針6：お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透（P18、28、36）、お客さま本位の活動を評価する体系（P19、28、37）	・取組状況1：お客さま本位の業務運営の推進(P3、20、29）、お客さま本位に関する指標（P3、20、29） ・取組状況6：お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透（P18、28、36）、お客さま本位の活動を評価する体系（P19、28、37）
	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・全社方針3：確実な保障責任の全う（P2） ・全社方針5：お客さまの声を活かす取組・結果の検証（P2） ・取組方針5：お客さまの声を活かす取組(P16-17、27、35）	・取組状況5：お客さまの声を活かす取組(P16-17、27、35）
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	・全社方針4：利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守（P2） ・取組方針4：利益相反の適切な管理（P15、26、34）	・取組状況4：利益相反の適切な管理（P15、26、34）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（２/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			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3	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・全社方針4：利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守（P2） ・取組方針4：利益相反の適切な管理（P15、26、34）	・取組状況2：重要な情報の提供（P7） ・取組状況4：利益相反の適切な管理（P15、26、34）
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。		実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組方針4：適切な代理店手数料の支払（P25）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組状況4：適切な代理店手数料の支払（P25）
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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（３/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			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5	（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（顧客のニーズおよ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）およびこれが取引又は業務に及ぼす影響	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・全社方針4：利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組方針4：利益相反の適切な管理（P15、26、34）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組状況4：利益相反の適切な管理（P15、26、34）
	（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）。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7）
	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（４/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			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5	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7）
	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供 （P6-7）
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、知識および取引目的・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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：最適なコンサルティング活動の実施（P4-5、21、30）、重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（P4-5、30）、最適なコンサルティング活動の実施および事務手続き上の対応（P21）、重要な情報の提供（P6-7）
	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・全社方針3：確実な保障責任の全う（P2） ・取組方針2：最適なコンサルティング活動の実施（P4-5、21、30）、重要な情報の提供（P6-7） ・取組方針3：確実にお手続きいただくための取組（P10-12、22-23、31）	・取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（P4-5、30）、最適なコンサルティング活動の実施および事務手続き上の対応（P21） ・取組状況3：確実にお手続きいただくための取組（P10-12、22-23、31）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（５/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			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6	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7）
	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7）
	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・全社方針4：利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守（P2） ・全社方針6：一人一人がお客さま本位で行動するための取組（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組方針4：コンプライアンスの推進（P14、25、33）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組状況4：コンプライアンスの推進（P14、25、33）
	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品発売後の対応（P40）	・取組状況2：商品発売後の対応（P40）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（６/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			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6	（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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品発売後の対応（P40）	・取組状況2：商品発売後の対応（P40）
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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・全社方針4：利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守（P2） ・全社方針6：一人一人がお客さま本位で行動するための取組（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組方針4：利益相反の適切な管理（P15、26、34） ・取組方針6：お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透（P18、28、36）、お客さま本位の活動を評価する体系（P19、28、37）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組状況4：コンプライアンスの推進（P14、25、33）、利益相反の適切な管理（P15、26、34） ・取組状況6：お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透（P18、28、36）、お客さま本位の活動を評価する体系（P19、28、37）
	（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およ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	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・全社方針6：一人一人がお客さま本位で行動するための取組（P2） ・取組方針2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組方針6：お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透（P18、28、36）	・取組状況2：重要な情報の提供（P6-7） ・取組状況6：お客さま本位で行動するための理念・方針の浸透（P18、28、36）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（７/11）

	顧客本位の業務運営に関する原則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
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。		実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）、商品開発時の対応（P39）、商品発売後の対応（P40）	・取組状況2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）、商品開発時の対応（P39）、商品発売後の対応（P40）
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。		実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）	・取組状況2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）	・取組状況2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）	・取組状況2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（８/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
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。		実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品開発時の対応（P39）	・取組状況2：商品開発時の対応（P39）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品開発時の対応（P39）	・取組状況2：商品開発時の対応（P39）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品開発時の対応（P39）	・取組状況2：商品開発時の対応（P39）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（９/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充原則3	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品開発時の対応（P39）	・取組状況2：商品開発時の対応（P39）
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。		実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品発売後の対応（P40）	・取組状況2：商品発売後の対応（P40）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品発売後の対応（P40）	・取組状況2：商品発売後の対応（P40）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（10/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充原則4	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品発売後の対応（P40）	・取組状況2：商品発売後の対応（P40）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：商品発売後の対応（P40）	・取組状況2：商品発売後の対応（P40）

（別表）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（11/11）

顧客本位の業務運営に関する原則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
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。		実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）	・取組状況2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）	・取組状況2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）
	（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。	実施	・全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまに相応しいコンサルティングの実施（P2） ・取組方針2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）	・取組状況2：プロダクトガバナンスに取組む体制（P38）

【照会先】	
部署	企画部　経営企画グループ
連絡先	電話番号：03−6831−8000（代表）