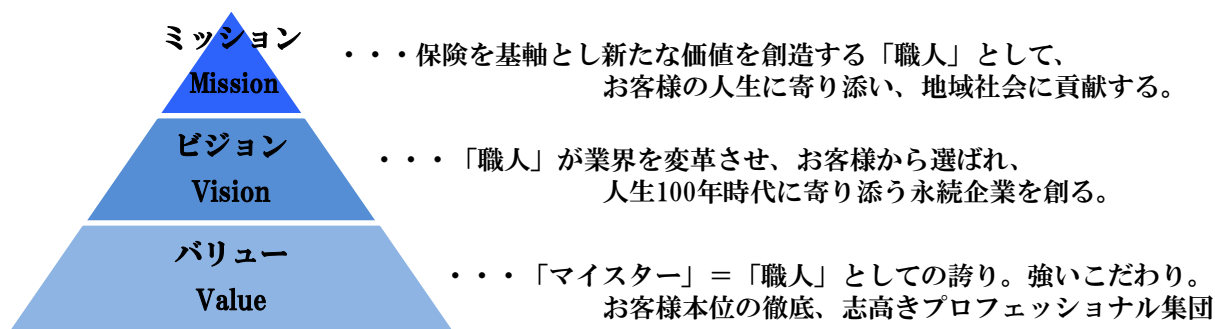
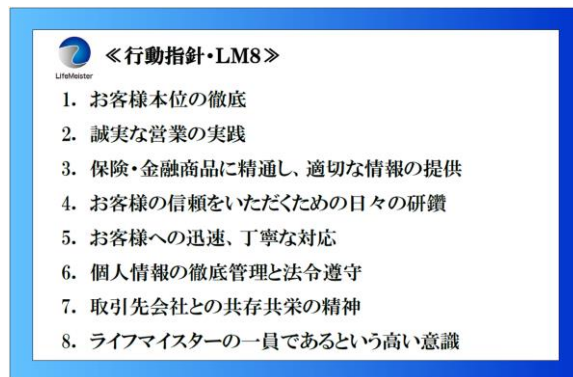
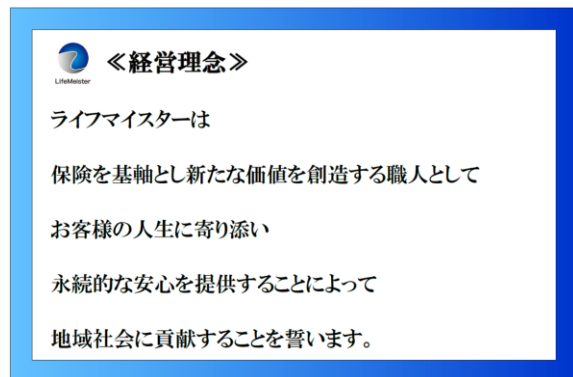


お客様本位の職人宣言（FD宣言）

ライフマイスター株式会社（以下、「当社」）は、2024年7月に創業13周年を迎えました。これもひとえに皆様のご愛顧とご支援によるものと深く感謝しております。10周年を迎えた2021年度から「第二の創業」として位置づけ、今後も保険を基軸とし新たな価値を創造する「職人」として、お客様の人生に寄り添い、地域社会に貢献して参ります。「お客様本位の職人宣言」において具体的な取り組みを決め、取り組み状況を以下の通り、継続して宣言・公表して参ります。



【1】お客様本位の職人宣言

私たちは職人（＝マイスター）として「お客様を守る」という強いこだわりを持ち、お客様の人生に寄り添いながら、一生涯のパートナーとして歩み続け、高い「志」をもって、地域社会に貢献して参ります。

＜具体的な取り組み①＞

- ・本宣言を、ホームページに公表及び社内に掲示し、定期的に確認することにより社員への周知を図っています。

＜取り組み状況（A）＞

- a. 当社ホームページのトップページに掲載しており、お客様ならびに社員をはじめとする関係者が容易に閲覧できるようにしています。

＜原則2、原則7、原則7（注）＞

＜具体的な取り組み②＞

- ・本宣言に係る取り組み状況を定期的に検証のうえ、ホームページで公表するとともに、本宣言及び取り組み事項についても定期的に見直して参ります。

＜取り組み状況（B）＞

- a. 2023年度経営計画説明会（2023年6月開催）及び全社ミーティング（2023年9月開催）において「お客様本位の職人宣言（FD宣言）」について全社員に周知しました。

	対象社員数	参加数	参加率
2023年度経営計画説明会（2023年6月開催）	283名	283名	100%
全社ミーティング（2023年9月開催）	311名	311名	100%

- b. 当資料「お客様本位の職人宣言（FD宣言）」を全拠点内に掲示することで全社員へ周知を徹底しました。

＜原則2、原則2（注）＞

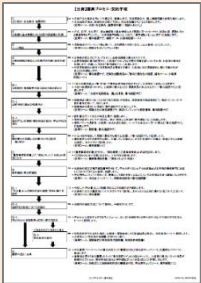
[2] お客様に対する職人のこだわり

私たちは、行動指針・LM8において掲げている「お客様本位の徹底」を実現します。そのために、誠実な営業の実践を心掛け、適切な情報の提供を行うため日々の研鑽を実施し、お客様への迅速、丁寧な対応をお約束いたします。

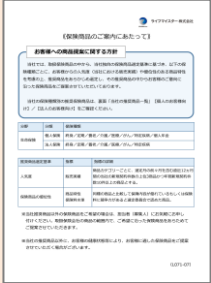
こだわり（1）誠実な営業の実践

<具体的な取り組み①>

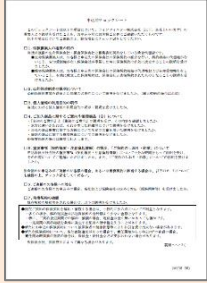
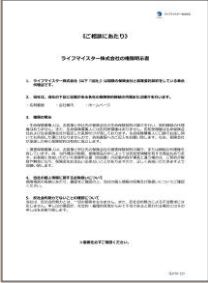
- ・ME*は、共通のセールスツールを用いて、お客様に分かりやすい営業の実践を行っています。
（*当社では、営業社員のことをマイスター（Meister：略称 ME）と呼んでいます。）
なお、セールスツールにおいては、定期的な見直しを行っています。



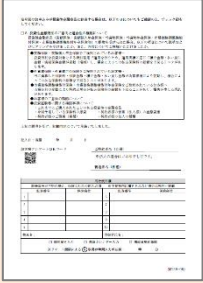
募集プロセス



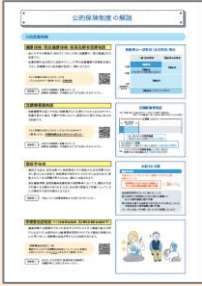
セールスツール（抜粋）



申込前チェックシート



- ・「公的保険について～民間保険加入のご検討にあたって～」を使用し、お客様に公的保険制度の内容をご理解頂き、必要に応じた民間保険に加入して頂くことが重要であることの説明を行っています。



公的保険について（金融庁ポータルサイトより）

<取り組み状況（C）>

- a. 中途入社の営業社員に対して入社オリエンテーション内にて研修を実施し、全社員がセールスツールを利用できるように指導しました。
- | | 入社数 | 参加 | 参加率 |
|---------------------|------|------|------|
| 2023年度入社オリエンテーション研修 | 136名 | 136名 | 100% |
- b. 社内ポータルサイト「保険の職人サイト」にて結合化（PDF）したセールスツールを掲載し、パソコン・タブレット上での表示が可能となり、オンラインによる商談時にもスムーズご案内及び適切な情報提供を行っています。

〈原則5、原則5(注3)、原則5(注4)、原則6(注1)〉

<具体的な取り組み②>

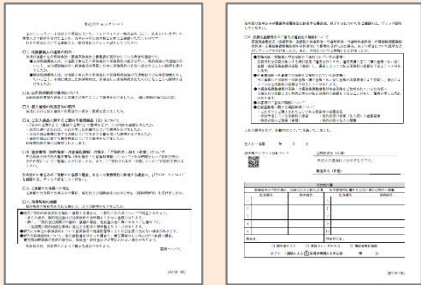
- ・お客様に、重要事項等の説明を受けたことについてご確認頂くために「申込前チェックシート」を使用して説明不足や各種誤認を防ぐ取り組みを行っています。なお、「申込前チェックシート」においては、定期的な見直しを行っています。

<取り組み状況（D）>

- a. 募集管理部門である業務管理部において「申込前チェックシート」の取得件数の把握及び全件の内容確認を行いましたでしたが問題となる事象はございませんでした。

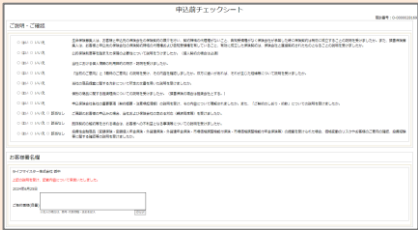
2023年4月～2024年3月始期分	
申込前チェックシート取得率	100%

b. 定期的な見直しについては、「申込前チェックシート」のペーパーレス化に向けて、当社で活用しているシステム「御用聞き」にて「申込前チェックシート」を取得できる仕様となるようシステム改修を予定しています。



申込前チェックシート

もしくは



「御用聞き」での申込前チェックシート取得

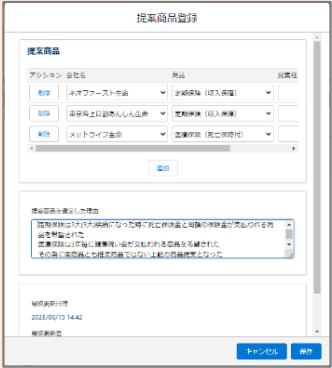
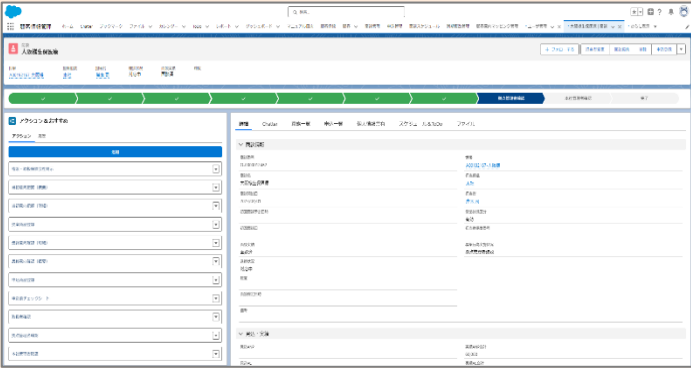
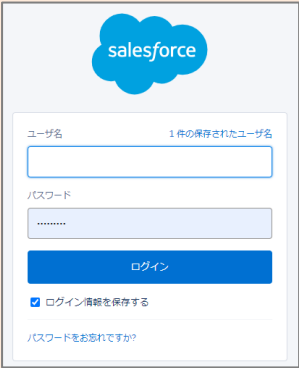
〈原則 5、原則 5 (注 5)〉

こだわり（２）保険・金融商品に精通し、適切な情報の提供

＜具体的な取り組み①＞

- お客様の意向をヒアリングし、適切な把握及び情報提供を行い、お客様との商談内容を記録するために、当社ではカスタマイズ可能なシステム「御用聞き」を活用しています。

*顧客・契約管理システム



「御用聞き」の商談記録画面

＜取り組み状況（E）＞

a. ご契約者数

ご契約者数は当社の事業に対してお客様からの評価・信頼を頂いたことの成果を総合的に示す指標です。本宣言に基づく取り組みを通じ、より多くのお客様に支持される企業を目指しています。

	2023年度末
ご契約者数	83,471名

b. 保険契約継続率（＝100％－早期消滅率）

お申込みを頂いた保険契約が早期（契約後13ヶ月以内）に解約、失効等に至っていないかを定期的に集計・検証しています。ご契約が有効に継続することは、当社の提案内容や事務手続き、サービスに関する評価・信頼を継続的に頂いたことの成果を総合的に示す指標です。本宣言に基づく取り組みを通じ、多くのお客様のリスクマネジメントにお役に立てるように日々の研鑽を積み、より高い「お客様満足度」を目指し、さまざまなサービスの品質向上に努めています。

	2023年度
保険契約継続率	96.2%

〈原則 3、原則 6 (注 1)〉

<具体的な取り組み②>

- ・「御用聞き」において、お客様の当初のご意向・ご意向に沿った保険商品の提案及び提案理由、また、最終的なご意向・ご意向に沿った商品決定及び決定理由を商談記録として保存しています。

<取り組み状況 (F) >

- a. 「御用聞き」の記録について初期入力率*をもとに全MEへ入力指導を行いました。なお、未入力の案件についても必ず入力を実施して商談記録を残しています。
*初期入力率とは、「御用聞き」にお客様のご意向や保険商品のご提案理由などが正しく入力された割合を指します。

	2023年度
初期入力率	88.5%
指導後改善率	100%

- b. 当社の推奨基準に沿った推奨保険商品（推奨保険会社）の見直しのため、上期・下期に推奨商品選定委員会を開催しました。

	上期	下期
推奨商品選定委員会	2023年9月実施	2024年3月実施

- c. お申込みにあたって、お客様のご意向に沿った保険商品・推奨理由又は決定理由になっているか確認するため、各拠点責任者が「御用聞き」の確認・承認作業を行っています。また、募集管理部門である業務管理部は、お客様との商談記録が正しく入力されているか確認しています。

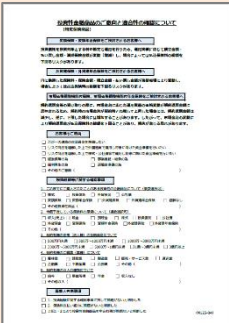
<原則 3 (注)、原則5>

<具体的な取り組み③>

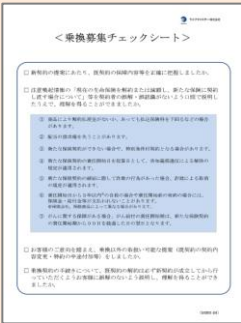
- ・投資性金融商品については、ご意向の確認と適合性の確認をご提案前に行っています。また、お客様が現在加入されている保険契約を解約し、新たな保険にご加入される場合には、「乗換募集チェックシート」を用いて説明しています。

<取り組み状況 (G) >

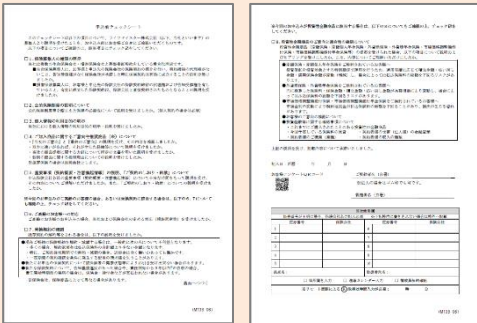
- a. お客様に変額保険や外貨建保険等の投資性金融商品（特定保険契約）をMEが提案するにあたり、加入目的・金融商品取引の経験及び財産の状況等について「投資性金融商品のご意向と適合性の確認について」を用いてお客様に確認しています。
- b. 乗換募集のご提案をする際は、新契約として取り扱う旨を必ずお客様にお伝えし、誤解を与えることのないように「乗換募集チェックシート」を用いてお客様に確認しています。
- c. 「投資性金融商品のご意向と適合性の確認について」及び「乗換募集チェックシート」の説明確認については、「申込前チェックシート」にてご確認頂き、お客様に確認日付・自署を頂いています。



投資性金融商品のご意向と適合性の確認について



乗換募集チェックシート



申込前チェックシート

<原則 5、原則 5 (注 1)、原則 5 (注 3)、原則 5 (注 4)、原則 5 (注 5)、原則 6、原則 6 (注 1)>

<具体的な取り組み④>

- ・保険金融商品等の諸費用については、提供するサービスの内容とともに、その各種費用等の詳細を保険会社の資料を用いて説明しています。

<取り組み状況 (H) >

- a. お客様が負担する各種費用等については、お客様に交付する「ご契約のしおり・約款、注意喚起情報、重要事項説明書」を用いて説明しています。

<原則 4 >

こだわり（3）お客様の信頼を頂くための日々の研鑽

＜具体的な取り組み①＞

- ・お客様本位を徹底するために、月2回、全社員参加のミーティングを実施しています。

- ＜ 全社ミーティングの内容 ＞
- 経営理念・行動指針の唱和
 - 代表訓話
 - 社内情報の共有
 - 新商品等の情報共有
 - 販売実践研修
 - コンプライアンス研修



社内ポータルサイト「保険の職人サイト」ページ

＜取り組み状況（I）＞

- a. 毎月第一、第三水曜日にオンラインにて全社員参加のミーティングを開催しました。

	2023年4月1日～2024年3月31日
全社ミーティング	24回

- b. コンプライアンス研修については、毎月第三水曜日の全社ミーティング内で研修を行い、ミーティング後にシステムによるコンプライアンス確認テストを実施し、そのテストの回答を集計し、全社にフィードバックを行いました。また、正答率の悪かった問題については、振り返りとして勉強会を実施しました。

- c. 営業スキルの向上のため各種資格（FP資格*等）の取得を推進しています。なお、FP資格においては、FP3級以上の取得を必須ルールとしています。また、中途入社のMEは入社日から2年以内に最低でもFP3級を取得しています。

* FP資格とは、ファイナンシャル・プランニング技能検定1～3級、AFP認定者、CFP認定者のいずれかをいいます。

資格保有状況（2023年度末）

		登録数	登録率
社員数		384名	—
FP資格		199名	51.8%
生保資格	専門課程	375名	97.7%
	変額商品販売資格	369名	96.1%
	外貨建商品販売資格	369名	96.1%
損保資格	基礎商品資格	359名	93.5%

＜原則2（注）、原則6（注5）、原則7、原則7（注）＞

＜具体的な取り組み②＞

- ・社内ポータルサイト「保険の職人サイト」内に、商品情報の共有・各種研修動画等を掲載し、いつでも閲覧できる環境を整え、日々の研鑽に努めています。

トップページ



研修資料の一例

＜取り組み状況（J）＞

- a. 社内ポータルサイト「保険の職人サイト」内に掲載した商品情報について毎月研修を開催しました。

	2023年4月1日～2024年3月31日
販売商品研修（新商品・改定）	12回

＜原則2（注）、原則5、原則7、原則7（注）＞

<具体的な取り組み③>

- ・入社時には、本社主催の社員研修を行っており、入社後も定期的にフォローアップ研修を行っています。また、拠点長への研修も定期的に行っています。

<取り組み状況（K）>

a. 2023年度新入社員に入社時研修及びフォローアップ研修（3ヶ月後、6ヶ月後）を実施しました。

	2023年度	対象社員数	参加者	参加率
入社オリエンテーション	12回	136名	136名	100%
3ヶ月後フォローアップ研修	12回	77名	77名	100%
6ヶ月後フォローアップ研修	12回	49名	49名	100%

b.毎月、拠点長会議を実施し、また、2023年7月と2024年1月には外部講師を招いて拠点長研修を実施しました。

	2023年度
拠点長会議	12回
拠点長研修	2回

<原則 2（注）、原則 6（注 5）、原則 7、原則 7（注）>

<具体的な取り組み④>

- ・定期的に各種研修の機会を設け、日々の研鑽に努めています。

<取り組み状況（L）>

a. 毎週水曜日8時から9時の1時間、営業統括部 特命部長 教育兼人材開発担当が講師となり、全社員任意参加型のマイスター研修「セールススキルとマインドセット」を実施しました。

	2023年4月5日～2023年9月27日
マイスター研修	24回

b. 毎週木曜日16時30分から17時30分の1時間、営業統括部 特命部長 教育兼人材開発担当が講師となり、エントリー制の特別マイスター研修「見込み客発見とクロージング」を実施しました。

	2023年5月18日～2023年11月9日
特別マイスター研修	24回

c. 毎月第一、第三水曜日9時から10時の1時間、MEが入れ替わりで講師となり、自身の得意分野についての取り組みや事例等を共有する、全社員任意参加型の「ME講話研修」を実施しました。

	2023年11月1日～2024年3月8日
ME講話研修	8回

<原則 2（注）、原則 6（注 5）、原則 7、原則 7（注）>

[3] お客様に寄り添うサービスの提供

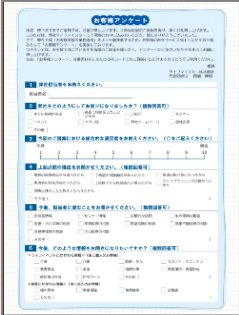
私たちは、お客様の資産状況、商品の知識及び目的・ニーズを把握し、お客様に適した商品をご提案しています。なお、ご契約後において、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行っています。

<具体的な取り組み①>

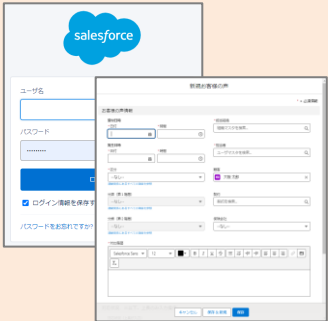
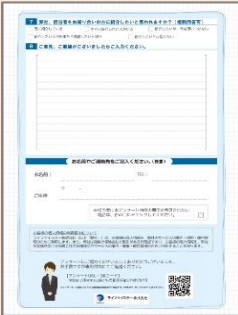
- ・ご契約をお預かりしたお客様からのアンケート及びお客様の声を大切にしています。



二次元コードによる
アンケート



お客様アンケート



お客様の声

<取り組み状況（M）>

a. お客様からお預かりしたアンケートやお客様の声（既契約者）の「ご意見・ご要望」をホームページにお役立ち情報として毎月掲載しています。



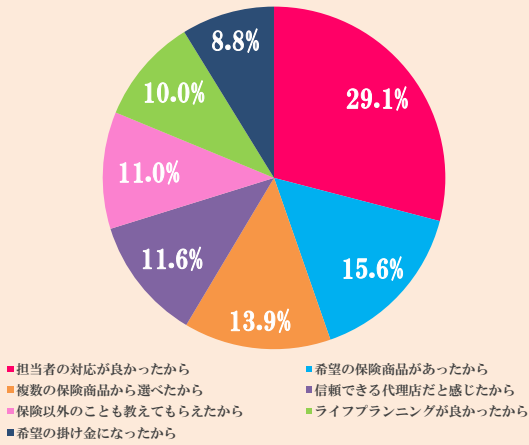
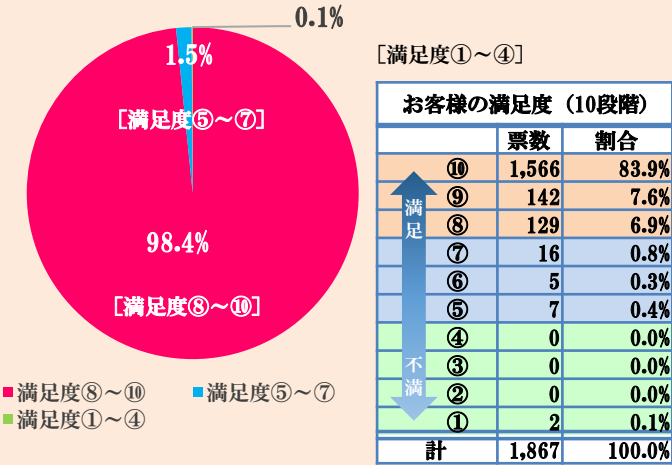
b. 当社の提案内容や事務手続き、サービスに関する評価・ご意見を頂くことを目的として、ご契約者を対象とした「お客様アンケート」を新規ご契約時に実施しました。なお、調査結果のうち「ご提案内容」については、当社の募集品質に対するご契約者の満足度を示す指標として、より高い「お客様満足度」を目指し、お客様のご意向に沿った保険提案の品質向上に努めて参ります。

取得年度	「お客様アンケート」取得件数
2023年度	1,867件

取得年度	「お客様の声」取得件数
2023年度	407件

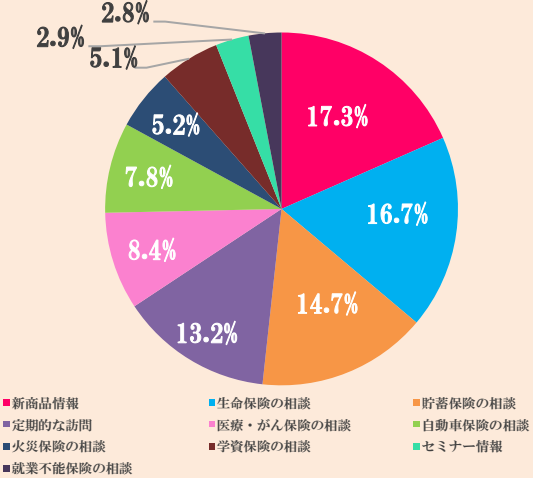
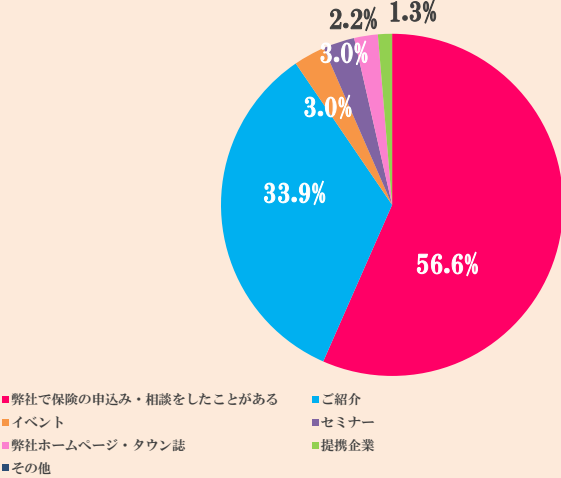
項目[1]：お客様の満足度を10段階でお教えください。

項目[2]：左記点数の理由をお聞かせください。



項目[3]：弊社をどのようにしてお知りになりましたか？

項目[4]：今後、担当者に期待することをお聞かせください。



<具体的な取り組み②>

- ・アンケート・お客様の声は会社が成長する最高の機会と捉え、取締役会においてお客様から頂いた相談、要望、苦情等についての問題を共有し、各種会議において連携及び改善策を共有しています。

<取り組み状況（M）>

- a. お客様から頂いた相談、要望、苦情等について真摯に受け止めて対応することがお客様満足の一環と捉え、サービス品質の向上に役立っています。
なお、お客様の声で頂いた事項については社内で連携・共有しています。
- b. お客様の声で頂いた事案の中で苦情等に該当する場合、取締役会にて共有し、拠点長会議や全社ミーティングにて周知するとともに、改善策を検討し、改善を図っています。
- c. お客様がアンケートにお答えしやすい様に二次元コードによる回答方法と紙媒体による回答方法を設けています。なお、「申込前チェックシート」にもお客様アンケートの二次元コードを掲載しています。

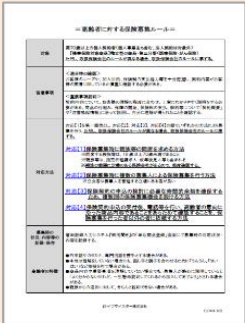


二次元コードによるアンケート

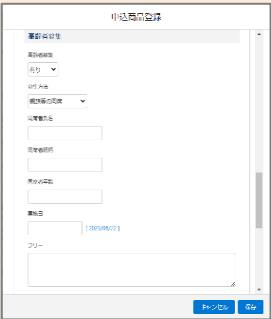
<原則 6（注 1）>

<具体的な取り組み③>

- ・高齢者様への情報提供・契約事務については、社内ルールを設けてお客様に寄り添う丁寧な対応を行っています。



高齢者に対する保険募集ルール



「御用聞き」の商談記録画面への入力

<取り組み状況（O）>

- a. 高齢者様へ保険商品をご提案するときは「保険募集時に親族等の同席を求める」ことを第一順位とし、以下の順でいずれかの方法により募集を行い、お客様のニーズ、加入目的、保険料の支払能力等を十分把握し、契約内容がお客様の実情に即しているか慎重に確認しました。なお、当社では70歳以上を高齢者としていますが、取扱保険会社のルールが異なる場合は、取扱保険会社のルールに準ずることとしています。

	実施比率
対応【1】保険募集時に親族等の同席を求める方法	56.4%
対応【2】保険募集時に複数の募集人による保険募集を行う方法	1.6%
対応【3】保険契約の申込の検討に必要な時間的余裕を確保するため、複数回の保険募集機会を設ける方法	40.1%
対応【4】保険契約申込の受付後、電話等を行い、高齢者の意向に沿った商品内容であることを改めて確認することを、保険募集を行った者以外の者に依頼する方法	1.9%

<原則 6、原則 6（注 4）、原則 6（注 5）>

原則	実施・不実施	取組方針	具体的な取組状況
【顧客の最善の利益の追求】			
原則 2	実施	[1]お客様本位の職人宣言①②	取組み状況 (A) (B)
(注)	実施	[1]お客様本位の職人宣言② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①②③④ [4]ライフマイスター（職人）であるという高い意識	取組み状況 (B) (I) (J) (K) (L) (P)
【利益相反の適切な管理】			
原則 3	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ①	取組み状況 (E)
(注)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ②	取組み状況 (F)
【手数料等の明確化】			
原則 4	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ④	取組み状況 (H)
【重要な情報の分かりやすい提供】			
原則 5	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ①② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ②③ [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ②	取組み状況 (C) (D) (F) (G) (J)
(注 1)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (G)
(注 2)	非該当	原則補足	取組み状況 (Q)
(注 3)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (C) (G)
(注 4)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (C) (G)
(注 5)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (D) (G)
【顧客にふさわしいサービスの提供】			
原則 6	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③ [3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取組み状況 (G) (O)
(注 1)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ①③ [3]お客様に寄り添うサービスの提供①②	取組み状況 (C) (E) (G) (M) (N)
(注 2)	非該当	原則補足	取組み状況 (Q)
(注 3)	非該当	原則補足	取組み状況 (Q)
(注 4)	実施	[3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取組み状況 (O)
(注 5)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①③④ [3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取組み状況 (I) (K) (L) (O)
【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】			
原則 7	実施	[1]お客様本位の職人宣言→① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①②③④ [4]ライフマイスター（職人）であるという高い意識	取組み状況 (A) (I) (J) (K) (L) (P)
(注)	実施	[1]お客様本位の職人宣言→① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①②③④ [4]ライフマイスター（職人）であるという高い意識	取組み状況 (A) (I) (J) (K) (L) (P)

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

金融事業者の名称	ライフマイスター株式会社
■取組方針掲載ページのURL：	https://www.lifemeister.com/
■取組状況掲載ページのURL：	https://www.lifemeister.com/

原則		実施・不実施 ※6	取組方針の該当箇所 ※6	取組状況の該当箇所 ※6
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	[1]お客様本位の職人宣言①②	取り組み状況 (A) (B)
	(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	[1]お客様本位の職人宣言② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(3)①②③④ [4]ライフマイスター（職人）であるという高い意識	取り組み状況 (B) (I) (J) (K) (L) (P)
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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)①	取り組み状況 (E)
	(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。 - 販売会社が、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 - 販売会社が、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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)②	取り組み状況 (F)
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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)④	取り組み状況 (H)
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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(1)①② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)②③ [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(3)②	取り組み状況 (C) (D) (F) (G) (J)
	(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(顧客のニーズ及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)及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)③	取り組み状況 (G)
	(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)。	非該当	原則補足	取り組み状況 (Q)
	(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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(1)① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)③	取り組み状況 (C) (G)
	(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、顧客において同様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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(1)① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)③	取り組み状況 (C) (G)
	(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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(1)② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)③	取り組み状況 (D) (G)

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。		実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)③ [3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取り組み状況 (G) (O)
	(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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(1)① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(2)①③ [3]お客様に寄り添うサービスの提供①②	取り組み状況 (C) (E) (G) (M) (N)
	(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。	非該当	原則補足	取り組み状況 (Q)
	(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それに沿った販売がなされるよう留意すべきである。	非該当	原則補足	取り組み状況 (Q)
	(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	[3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取り組み状況 (O)
	(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	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(3)①③④ [3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取り組み状況 (I) (K) (L) (O)
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	[1]お客様本位の職人宣言→① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(3)①②③④ [4]ライフマイスター(職人)であるという高い意識	取り組み状況 (A) (I) (J) (K) (L) (P)
	(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及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	[1]お客様本位の職人宣言→① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり(3)①②③④ [4]ライフマイスター(職人)であるという高い意識	取り組み状況 (A) (I) (J) (K) (L) (P)
			【照会先】		
			部署	業務管理部	
			連絡先	ライフマイスター株式会社 052-253-5248	

※6「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7(これらに付されている(注)を含む)毎に、「実施」、「一部実施」、「不実施」、「非該当」を選択し、取組方針・取組状況の該当箇所(項目名、見出し、ページなど)を記載してください。
金融事業者のウェブサイトに掲載されている対応関係表と本報告フォーマットとに不一致があれば、金融事業者リストへは掲載されません。