

2025年5月30日

ニッセイプラス少額短期保険株式会社

## お客様本位の業務運営に係る取組内容および2024年度取組結果

「お客様本位の業務運営方針」に対応する主な取組状況は以下のとおりです。

### 方針1. お客様本位の業務運営

当社は、お客様が真に求める少額短期保険商品・サービスを提供し、お客様に対する保障・補償責任を全うし続けるため、あらゆる業務運営においてお客様本位で行動するよう努めてまいります。

- ・当社は、ミッションとして「“マーケットイノベーション”を起こし、豊かな生活を創造」を掲げ、テクノロジー×アイデアで、多様化するお客様ニーズにデジタルを通じて寄り添い、ビジネスパートナーと共に新たな保険価値を創造するパイオニアとして、常にお客様起点で考えることに努めてまいります。
- ・金融庁から公表された「顧客本位の業務運営に関する原則」・「プロダクトガバナンスに関する補充原則」を踏まえて、少額短期保険会社としてのお客様本位の業務運営を推進するため、「お客様本位の業務運営方針」を取締役会にて制定し、公表しております。
- ・また、当該方針に対応する主な取組状況を「お客様本位の業務運営に係る取組内容」としてとりまとめ、経営会議・取締役会へ報告を行い定期的に更新・公表してまいります。

### 2024年度取組結果

- ・当社は、多様化するお客様ニーズにお応えするため、当年度は「熱中症・インフルエンザ保険」、「傷病手当プラス保険」、「精密検査費用保険」、「近隣トラブル弁護士保険」、「近隣トラブル弁護士保険（団体型）」の5商品を新たに発売および提案を開始し、商品ラインナップの拡大に努め、提携先企業と協力のうえ、様々な方法でお客様に商品を提供しました。
- ・お客様のニーズに機動的にお応えするため、柔軟性と拡張性を備えた株式会社 Finatext の提供する保険クラウド「Inspire」や、米 Unqork 社の提供するノーコード開発ツール等を採用することで、デジタルを活用した機動的な商品開発・提供を実現しております。
- ・今後もお客様の声を真摯に受けとめ、業務運営の状況について、定期的に検証・見直しを行い、少額短期保険会社としてのお客様本位の業務運営をより一層推進してまいります。

## 方針2. 少額短期保険商品・サービスの開発

当社は、社会の要請やお客様のニーズを的確に把握し、お客様が真に求める少額短期保険商品・サービスの開発に努めてまいります。

### 具体取組

- ・当社は、ビジネスパートナーと一体となってお客様の声を収集するとともに、社会課題の分析、市場調査等を活用し、社会の要請やお客様のニーズにお応えした少額短期保険商品の提供に努めております。
- ・また、少額短期保険商品へのお申し込みや保険金・給付金のお支払、各種お手続きをデジタルで完結させ、お客様の利便性を向上させるとともに、ビジネスパートナーと一体となってお客様が少額短期保険商品を真に求めるタイミングでご提供することに努めております。

### 2024 年度取組結果

- ・当年度開発した商品はいずれもお客様のニーズに基づき開発いたしました。
  - 「熱中症・インフルエンザ保険」は、猛暑日の増加に比例して増加する熱中症患者や冬季以外でもインフルエンザの感染が拡大傾向にあることから、熱中症・インフルエンザの双方に通年で備えることが可能となる商品としました。
  - 「傷病手当プラス保険」は、提携先企業に寄せられた派遣スタッフとして働くうえでの不安に対し、公的な傷病手当金に加えて保険による更なるサポートを可能とする商品として開発しました。
  - 「精密検査費用保険」は、企業の中長期的な価値向上に向けた「人的資本経営」の重要性が高まるなか、企業の健康経営<sup>※</sup>、従業員の健康増進を支援することが可能な定期健康診断の受診後の精密検査費用を補償する商品として開発しました。  
※健康経営<sup>※</sup>は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。
  - 「近隣トラブル弁護士保険」は、提携先企業に寄せられた、「マイホーム取得後、近隣トラブルが生じてしまい予期せぬ費用が発生した」というお客様の声をもとに、近隣トラブルによる弁護士費用を補償する商品として開発しました。
  - 「近隣トラブル弁護士保険（団体型）」は、提携先企業からの「マンション内やマンション近隣との間で起きうる日々の生活トラブルを円滑に解消したい」との声を踏まえ、近隣トラブルによる弁護士費用を補償する商品として開発しました。

- ・新たに開発した商品についても、お客様の利便性を向上させるべく、お申込みから保険金のお受け取りまで、すべてのお手続きがPC・スマホで完了することが可能、いわゆるデジタル完結のお手続きを実現しております。
- ・引き続き商品ラインアップの拡大を図るため、ビジネスパートナーと協力して、お客様の声に寄り添い、新たな商品・サービスの開発・提供に取り組んでまいります。

### 方針3. 重要な情報のわかりやすい提供

当社は、お客様がニーズに合致した保険商品を適切に選択いただけるよう、商品内容やリスク内容等の重要な情報について、わかりやすく丁寧に提供してまいります。

#### 具体取組

- ・当社は、少額短期保険商品の内容・仕組み等をお客様にご理解いただきやすくするため、シンプルな商品内容で、デジタルで簡単かつ、わかりやすく加入できる商品の設計に努めております。
- ・また、金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律に基づき「勧誘方針」を制定・公表するとともに、商品がお応えするニーズや支払事由の概要を明示し、お客様のご意向の把握、確認にあたっては非対面の販売チャネル特性を考慮しつつ適切に対応しています。
- ・お申込に際しては、お客様に少額短期保険商品の内容・仕組みをご理解いただくために特に重要な情報を記載した「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を記載した「注意喚起情報」を「重要事項説明書」として交付しております。
- ・これらの作成に際しては、お客様にとっての分かりやすさの観点から平易で明確な表現を用いるとともに、図表の活用、文字の大きさ・レイアウトの工夫等を行い、特にお客様にとって不利益となる事項については強調して表示するなど、読みやすさの向上に努めております。

#### 2024年度取組結果

- ・商品説明ページ等において、商品がお応えするニーズや支払事由の概要を簡潔に記載しています。また、平易で明確な表現やレイアウトの工夫等を行い、読みやすさの向上に努めています。
- ・加えて、商品特性に応じ、申込方法や請求方法を、イラストを活用して説明することで、お客様がスムーズにお手続きいただけるようにする等、商品内容の分かりやすいご説明に努めております。

#### 方針4. お客様の声を経営に活かす取組

当社は、お客様のご要望に、誠実かつ迅速にお応えするとともに、お客様の声を大切にし、学び、業務運営の改善に努めてまいります。

##### 具体取組

- ・当社ホームページや募集代理店等を通じ、お客様から寄せられたご意見、ご要望、ご不満等をお客様の声として真摯に受けとめ、一人ひとりのお客様の声に、誠実かつ迅速にお応えするよう努めております。
- ・また、これらのお客様の声を業務運営に反映させるため、経営層で構成する会議体等にてお客様の声の共有およびお客様サービスに関する制度・体制等の改善に向けた審議を行っております。

##### 2024年度取組結果

- ・お問い合わせフォーム等に寄せられたお客様の声（苦情を含む）について、経営層で構成する会議体等に報告・共有のうえ、商品・サービスや業務の改善に取り組んでおります。
- ・ビジネスパートナーと一体となりお客様の声を収集のうえ、お客様ニーズを踏まえた商品開発を行い、当年度は5商品を新たに発売および提案を開始しております。
- ・また、お客様の疑問を解消するため、オフィシャルホームページや商品説明ページに「よくあるご質問」を表示し、お客様から寄せられた声を反映して、随時項目の追加を行っております。

#### 方針5. 利益相反の適切な管理

当社は、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引を適切に把握・管理するための体制を整備し、維持・改善に努めてまいります。

##### 具体取組

- ・当社では「利益相反管理方針」等の規程を策定し、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反の可能性のある取引）を適切に把握・管理するための体制を整備しております。
- ・具体的には、利益相反の可能性のある取引を類型化した上で、個別具体的な事情に応じて特定し、適切に管理しております。
  - 優越的地位の濫用に該当するおそれのある取引や第三者からお客様利益と相反する影

響を与えるおそれのある贈答や遊興の供応を受ける行為について、マニュアルの整備や研修等を通じ、当該取引を防止する体制を構築するとともに、お客様からの苦情や内部通報をモニタリングし、当該取引が発生していないことを確認しております。一インサイダー取引に該当するおそれのある有価証券取引について、情報管理に係る規程の整備、研修等を通じ、当該取引の発生を防止する体制を構築しております。

#### 2024 年度取組結果

- ・ 上記方針および具体取組に従い、利益相反に関する研修を実施する等、適切に利益相反を管理できる体制整備に努めた結果、利益相反の観点から問題となる取引は発生していません。

#### 方針 6. 方針の浸透に向けた取組

当社は、当社職員があらゆる業務運営においてお客様本位で行動していくための研修体系等の整備および当方針の浸透に向けた取組を進めてまいります。

#### 具体取組

- ・ 当社は、ミッションや「お客様本位の業務運営方針」の浸透に向け、全役職員が閲覧できる社内システム上に、ミッションや「お客様本位の業務運営方針」、業務を遂行する上で遵守すべき価値観等を定めたバリューの掲載や、役職員向け研修等の取組みを行っております。
- ・ また、お客様本位の業務運営のより一層の推進に向け、取組内容について経営会議・取締役会へ報告を行い、定期的な更新・公表を行ってまいります。
- ・ さらに、少額短期保険商品の内容・仕組み等の知識・スキルに加え、保険業法および関連法令等のコンプライアンスに関する教育を実施しております。

#### 2024 年度取組結果

- ・ 全職員が参加する会議において、当社のお客様本位の業務運営に係る取組内容を理解促進するための研修の実施や、経営理念等の全職員での確認等、社内での理念浸透・徹底を図ってまいりました。
- ・ コンプライアンスに関する研修を定期的・継続的に実施することにより、職員のコンプライアンス意識の醸成に努めています。

※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おります。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」  
との対応関係表

金融事業者の名称	ニッセイプラス少額短期保険株式会社
■取組方針掲載ページの URL :	<a href="https://www.nissay-plus.co.jp/assets/policy_Customer-oriented_2025.pdf">https://www.nissay-plus.co.jp/assets/policy_Customer-oriented_2025.pdf</a>
■取組状況掲載ページの URL :	<a href="https://www.nissay-plus.co.jp/assets/contents_Customer-oriented_2025.pdf">https://www.nissay-plus.co.jp/assets/contents_Customer-oriented_2025.pdf</a>

当社「お客様本位の業務運営方針」および当該方針に係る取組状況について、金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7および「プロダクトガバナンスに関する補充原則」の原則1～5（これらに付されている（注）含む）に示されている内容との対応関係は以下の通りです。

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	<p><b>【顧客の最善の利益の追求】</b> 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。</p>	実施	方針1 お客様本位の業務運営 方針2 少額短期保険商品・サービスの開発 方針6 方針の浸透に向けた取組	「方針1 お客様本位の業務運営」に関する取組結果1・2・3 「方針2 少額短期保険商品・サービスの開発」に関する具体取組1・2、取組結果1・2・3 「方針6 方針の浸透に向けた取組」に関する具体取組1・2・3、取組結果1・2
	注	実施	方針1 お客様本位の業務運営 方針4 お客様の声を経営に活かす取組	「方針1 お客様本位の業務運営」に関する取組結果1・2・3 「方針4 お客様の声を経営に活かす取組」に関する具体取組1・2、取組結果1・2・3
原則3	<p><b>【利益相反の適切な管理】</b> 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。</p>	実施	方針5 利益相反の適切な管理	「方針5 利益相反の適切な管理」に関する具体取組1・2、取組結果1
	注	実施	方針5 利益相反の適切な管理	「方針5 利益相反の適切な管理」に関する具体取組1・2、取組結果1

原則4	<p><b>【手数料等の明確化】</b>  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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
原則5	<p><b>【重要な情報のわかりやすい提供】</b>  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。</p>	実施	方針3 重要な情報のわかりやすい提供	「方針3 重要な情報のわかりやすい提供」に関する具体取組2、取組結果1・2
	<p>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</p>	実施	方針3 重要な情報のわかりやすい提供 方針5 利益相反の適切な管理	「方針3 重要な情報のわかりやすい提供」に関する具体取組3・4、取組結果1・2 「方針5 利益相反の適切な管理」に関する具体取組1・2、取組結果1
	<p>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)。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	<p>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。</p>	実施	方針3 重要な情報のわかりやすい提供	「方針3 重要な情報のわかりやすい提供」に関する具体取組3・4、取組結果1・2
	<p>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慮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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	<p>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。</p>	実施	方針3 重要な情報のわかりやすい提供	「方針3 重要な情報のわかりやすい提供」に関する具体取組3・4、取組結果1・2
原則6	<p><b>【顧客にふさわしいサービスの提供】</b>  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。</p>	実施	方針3 重要な情報のわかりやすい提供	「方針3 重要な情報のわかりやすい提供」に関する具体取組2、取組結果1・2

注1	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
注2	<p>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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
注3	<p>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。</p>	実施	方針3 重要な情報のわかりやすい提供	「方針3 重要な情報のわかりやすい提供」に関する具体取組1・2・3・4、取組結果1・2
注4	<p>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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
注5	<p>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。</p>	実施	方針3 重要な情報のわかりやすい提供	「方針3 重要な情報のわかりやすい提供」に関する具体取組1・2・3・4、取組結果1・2
注6	<p>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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
注7	<p>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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」

原則7		<p><b>【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】</b></p> <p>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。</p>	実施	方針5 利益相反の適切な管理	「方針5 利益相反の適切な管理」に関する具体取組1・2・3、取組結果1
	注	<p>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。</p>	実施	方針5 利益相反の適切な管理	「方針5 利益相反の適切な管理」に関する具体取組1・2・3、取組結果1
補充原則1		<p><b>【基本理念】</b></p> <p>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。</p>	実施	方針1 お客様本位の業務運営	「方針1 お客様本位の業務運営」に関する具体取組1・2・3、取組結果1・2・3
補充原則2		<p><b>【体制整備】</b></p> <p>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。</p> <p>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。</p>	実施	方針2 少額短期保険商品・サービスの開発	「方針2 少額短期保険商品・サービスの開発」に関する具体取組1・2、取組結果1・2・3
	注1	<p>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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	注2	<p>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。</p>	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」

補充原則3		<p><b>【金融商品の組成時の対応】</b></p> <p>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。</p> <p>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。</p>	実施	方針2 少額短期保険商品・サービスの開発	「方針2 少額短期保険商品・サービスの開発」に関する具体取組1・2、取組結果1・2・3
	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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
補充原則4	<p><b>【金融商品の組成後の対応】</b></p> <p>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。</p> <p>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。</p>	実施	方針2 少額短期保険商品・サービスの開発 方針4 お客様の声を経営に活かす取組	「方針2 少額短期保険商品・サービスの開発」に関する具体取組1・2、取組結果1・2・3・4 「方針4 お客様の声を経営に活かす取組」に関する具体取組1・2、取組結果1・2・3	

	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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
補充原則5		<b>【顧客に対する分かりやすい情報提供】</b> 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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	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べきである。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」
	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。	非該当	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」	『別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表』内「注記」

※原則4および投資性商品またはパッケージの商品・サービスを対象とした原則・注(原則5 注2・注4、原則6 注1・注2・注4、注6、注7、補充原則2 注1・注2、補充原則3 注1・注2・注3、補充原則4 注1・注2・注3、補充原則5、補充原則5 注1・注2)については、当社の取引形態および取扱商品の特性に鑑み、方針の対象としておりません。

【照会先】	
部署	経営企画部
連絡先	お問い合わせは、以下のフォームよりお願いいたします。 <a href="https://faq.nissay-plus.co.jp/hc/ja/requests/new?ticket_form_id=4411914545177">https://faq.nissay-plus.co.jp/hc/ja/requests/new?ticket_form_id=4411914545177</a>