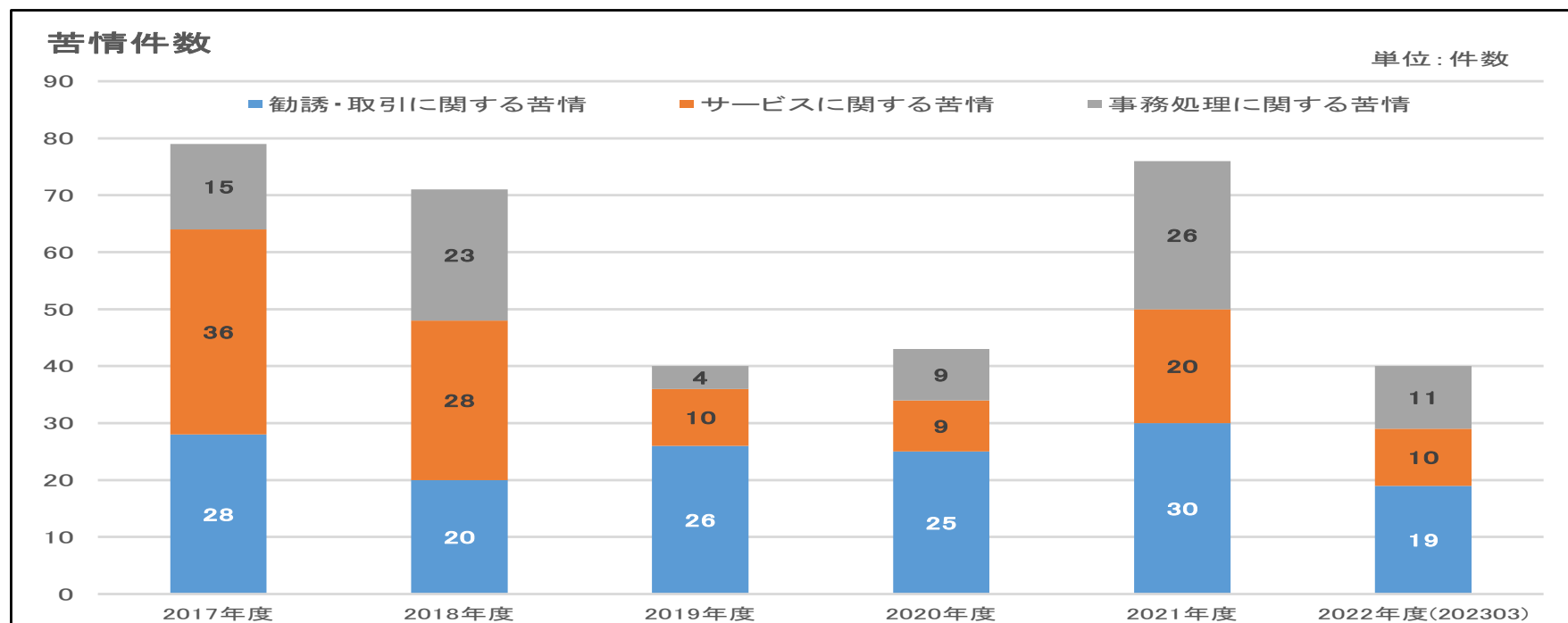


# 「自主的KPI」の公表について (2023年3月末時点)

2023年6月15日



# 1.お客さまからの苦情等の申し出件数

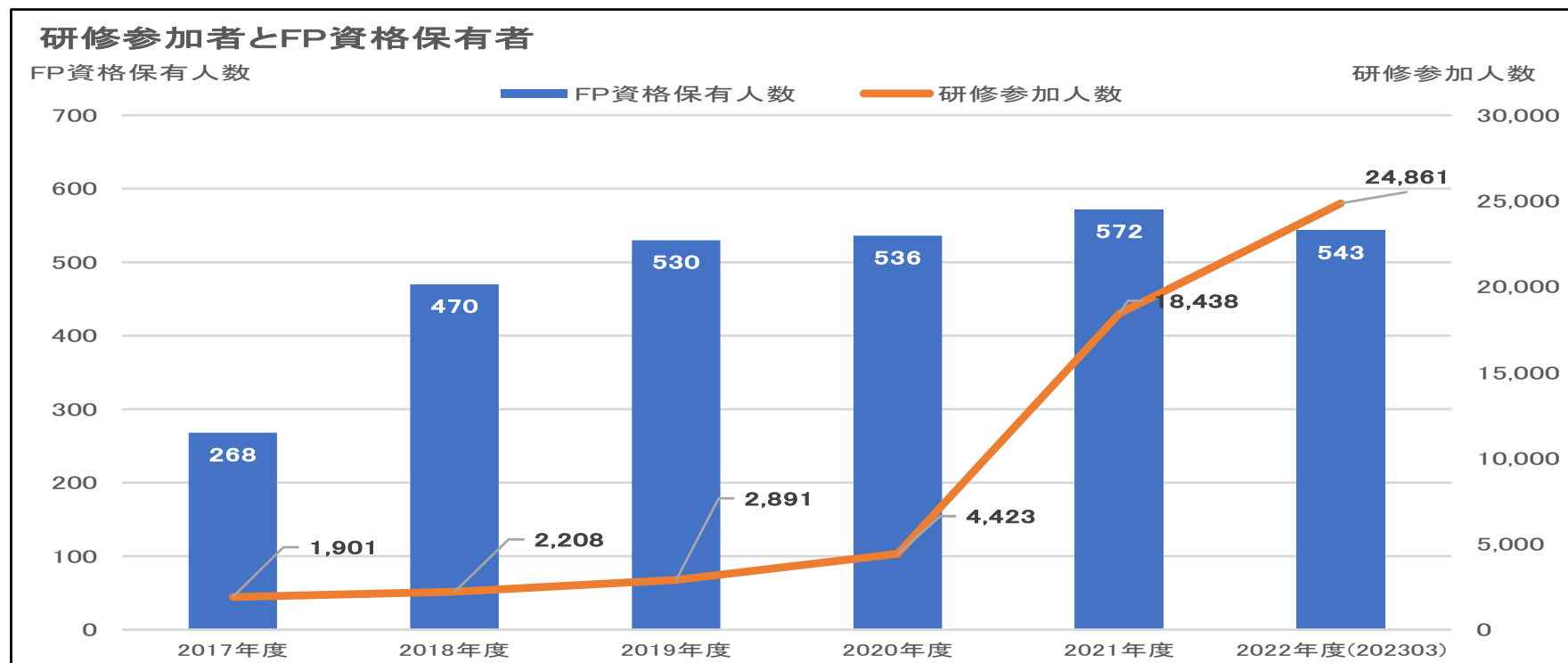


当社は、お客さまからお申し出のあった苦情等は、コンプライアンス全般に関して協議をおこなう「コンプライアンス推進会議」を月次開催し、その内容を全社で共有することで、お客さまへのご対応方法の見直しに活かしております。2022年度の苦情申し出件数は前年度に比べ減少しており、この件数につきましては、お申し出頂いた苦情のみならず業務改善となるご意見も含めたことを反映させております。これは、お客さまのお申し出について、当社で原因究明を行い、再発防止やお客さまへのサービスをさらに向上させることを目的としております。

本社部門では、お客さまからいただいたご意見・ご要望を真摯に受け止め、商品・サービスの継続的な見直しを実施しております。営業店では、資産アドバイザーに対して研修と継続的な指導をおこない、お客さまへのサービスをさらに向上させるよう努めております。

当社は、お客さまの意向を踏まえ、属性やリスク許容度に応じた提案を行い、商品販売後のフォローアップに努めており、特に、複雑・高リスクの商品等を販売する場合の勧誘開始基準の設定や販売適否の事前検証を実施しております。

## 2. 研修参加者・FP資格保有者の状況

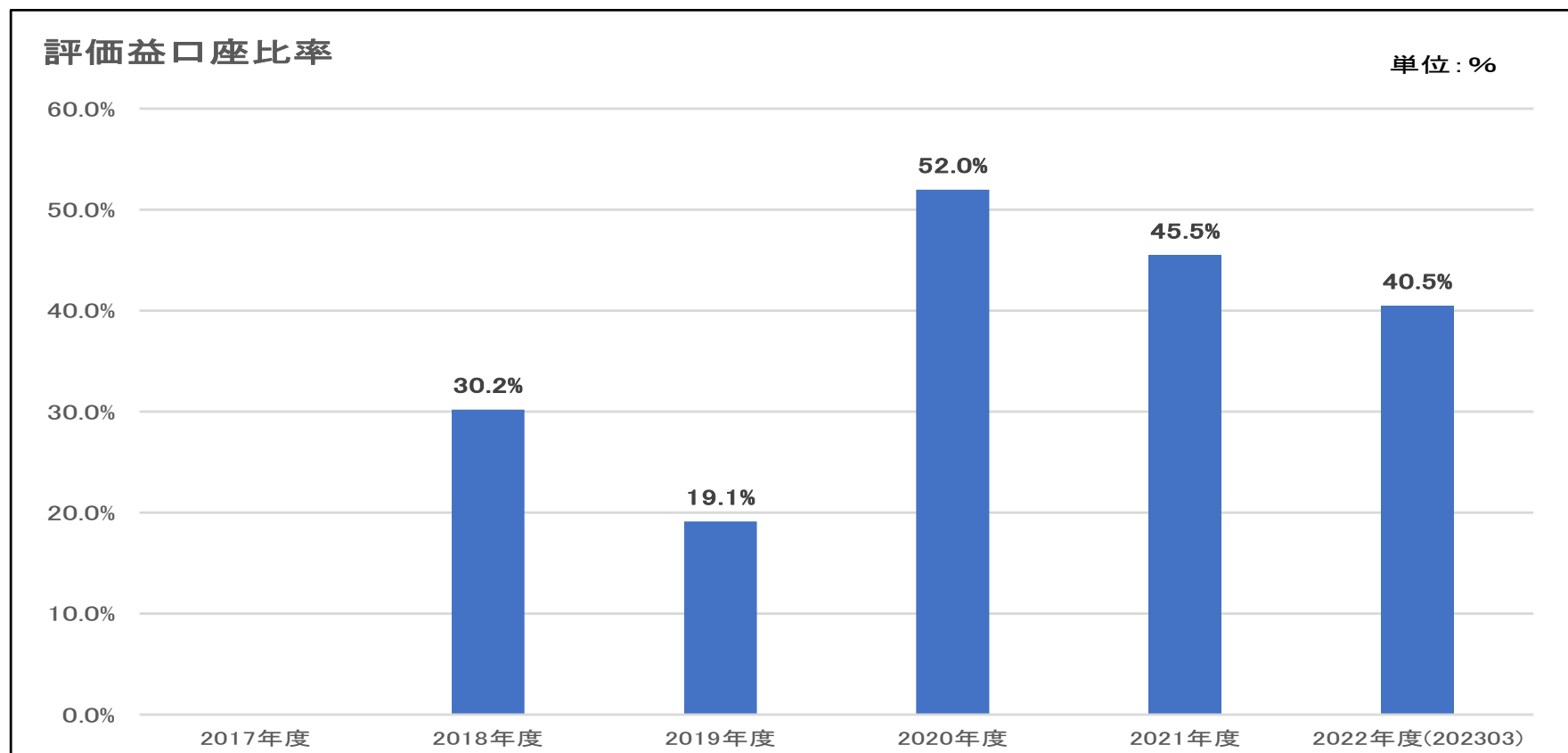


当社は、役員・従業員に「コンプライアンス」や「最適なアドバイス」等の能力向上を図るため、数々の研修を組み込んだ教育活動を実施しております。お客さまへ専門性を有する情報サービスや最適なアドバイスをご提供するスキル向上のため、FP資格の取得推進や社内イントラネットを活用した資格取得の支援、お客さまの最善の利益を追求に向けた研修や新商品の勉強会を適時実施しております。

また、お客さまからの日常の疑問にもお答えできるよう、常日頃から政治・経済等の知識やアドバイス・コンサルティング等のスキル向上を行っております。

2022年度は、2021年度に導入した学習管理システムにより全役職員を対象としたLMS研修「利益相反取引について」を実施するなど、研修機会、ならびに研修参加者も増加しましたが、お客さまのご満足度「CX指標」が低下している結果もあり、研修機会の「量」から「質」への一部見直し、各階層別研修の実施を通じた「最適なアドバイス」等の能力向上に引き続き努めてまいります。

### 3.お客様の評価益口座比率推移



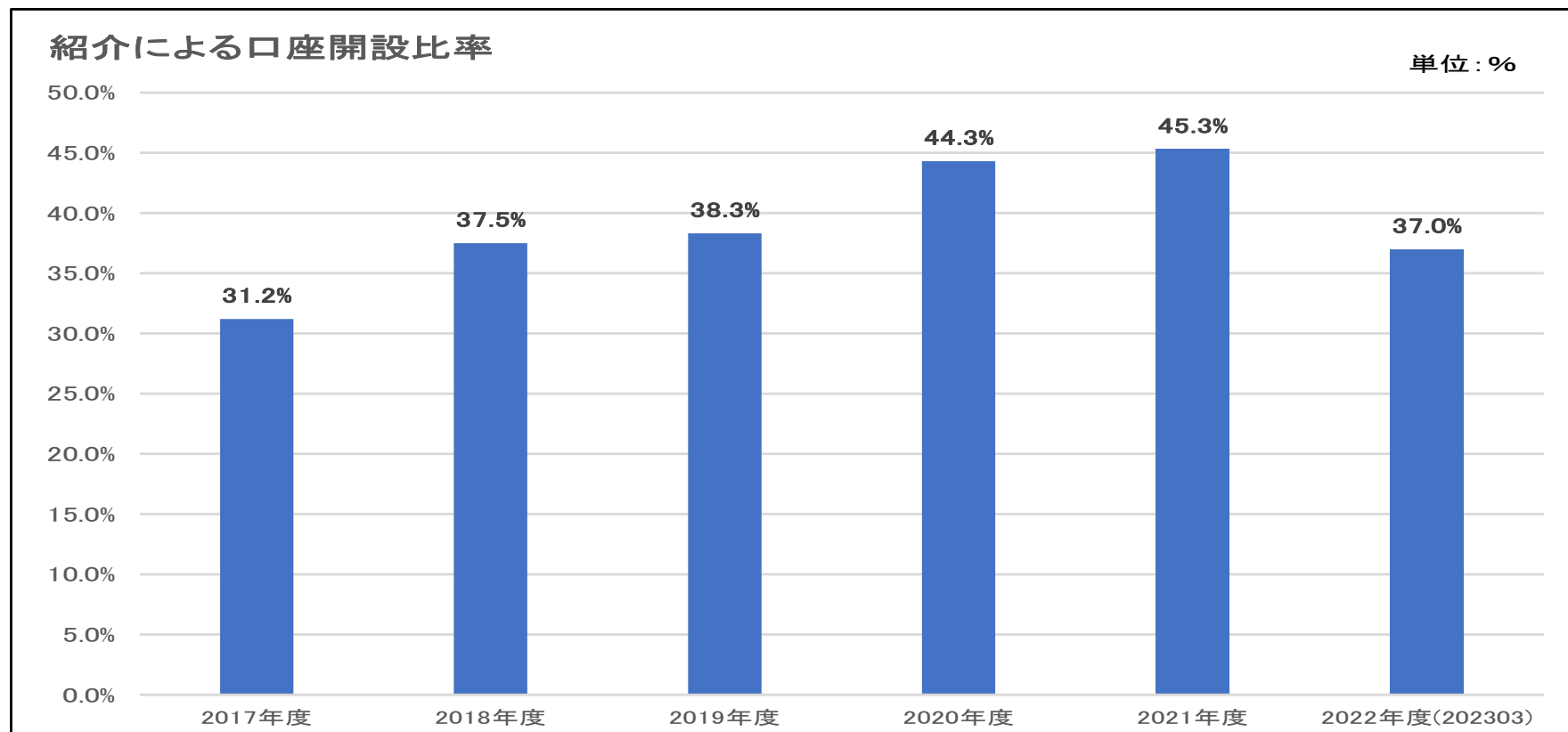
当社は、お客様の資産運用が利益となっている状況を把握するため、お客様口座の評価損益算出による「評価益口座比率」を指標に採用しております。2022年度は、相場急落の影響もあり、お客様の評価益口座比率は低下しました。

当社ではお客様の最善の利益を追求するため、市場環境の変化に対する弾力性を確保することが必要と考え、リスク許容度に応じた分散投資のご提案をおこなっております。また、市況環境の変化に機動的に対応するため国内株式の逆指値注文等の導入をしております。

※評価益口座比率(評価益となっている口座/お預かり資産がある有残口座)を毎年度末の時点で算出しています。

※2017年度は当社のシステムが現行システムと異なる旧システムのためデータの継続性が確保できず掲載しておりません。

## 4.お客さまからの紹介による口座開設比率推移



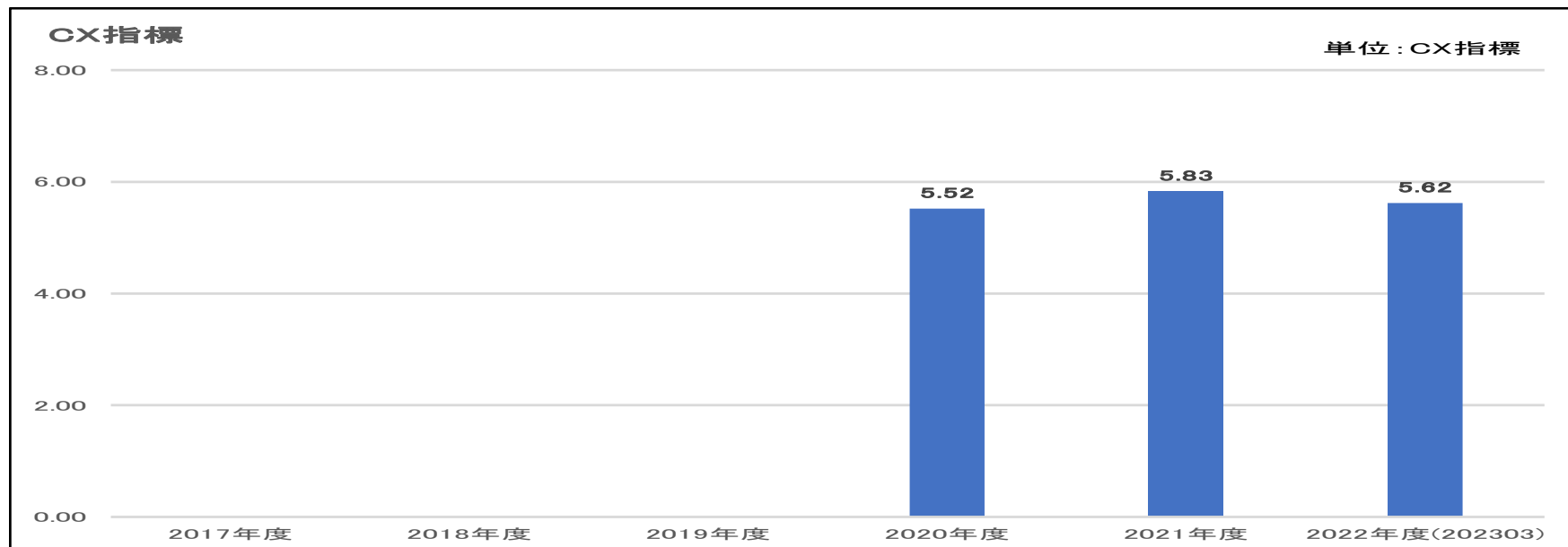
当社は、お客さま本位の業務運営を経営の最重要課題の一つと位置付けていることから、既存のお客さまから新たなお客さまをご紹介して頂けることを指標としております。

また、職域における教育支援・出張セミナーの開催やウエルスマネジメント部との連携により、商品提案にとどまらず、資産継承・相続手続き等などのサービスをワンストップで提供できる体制としております。

2022年度における当該口座の比率は、お客さまとの面談機会の創出に取り組みましたが、前年度と比べ8.3p下落の37.0%となりました。引き続き、お客さまが安心してご紹介して頂ける会社と人材作りを継続してまいります。

※紹介による口座開設(口座開設の動機が紹介のお客さま/お預かり資産がある有残口座)を毎年度末の時点で算出しています。

## 5. CX指標の推移



当社は、2019年度までお客さま満足度調査の方法として「NPS®」を採用していましたが、2020年4月にスタートしました第六次中期経営計画においては、お客さまからの評価をより精緻に把握し、お客さま本位の業務運営を向上させるため、CX指標を用いています。また、当該調査の結果、評価の上位者を「TOYO GOOD ADVISER」として選出する表彰制度を導入して、お客さま満足度の向上に努めております。

2022年度の前年度比較における、お客さま満足度の低下を真摯に受け止めております。

当社は、お客さまとの接点の多様化に向け、マルチチャネルの活用、地域特性を踏まえた営業店体制、IFA事業の展開をおこなっており、今後もお客さま本位の活動を充実してまいります。

※NPSとは、製品やサービスを他の人にお勧めしたいかの「推奨度」を数値化した指標となります。

※CX指標とは、金融機関の顧客ロイヤルティを測定する際に用いる指標であり、継続意向、購入意向、推奨意向のそれぞれについて0～10の11段階で評価し、CX指標＝(継続意向+購入意向+推奨意向)÷3で算出されます。

CX指標は、株式会社野村総合研究所のCXMM®に準拠しています。CXMM®は株式会社野村総合研究所の登録商標です。