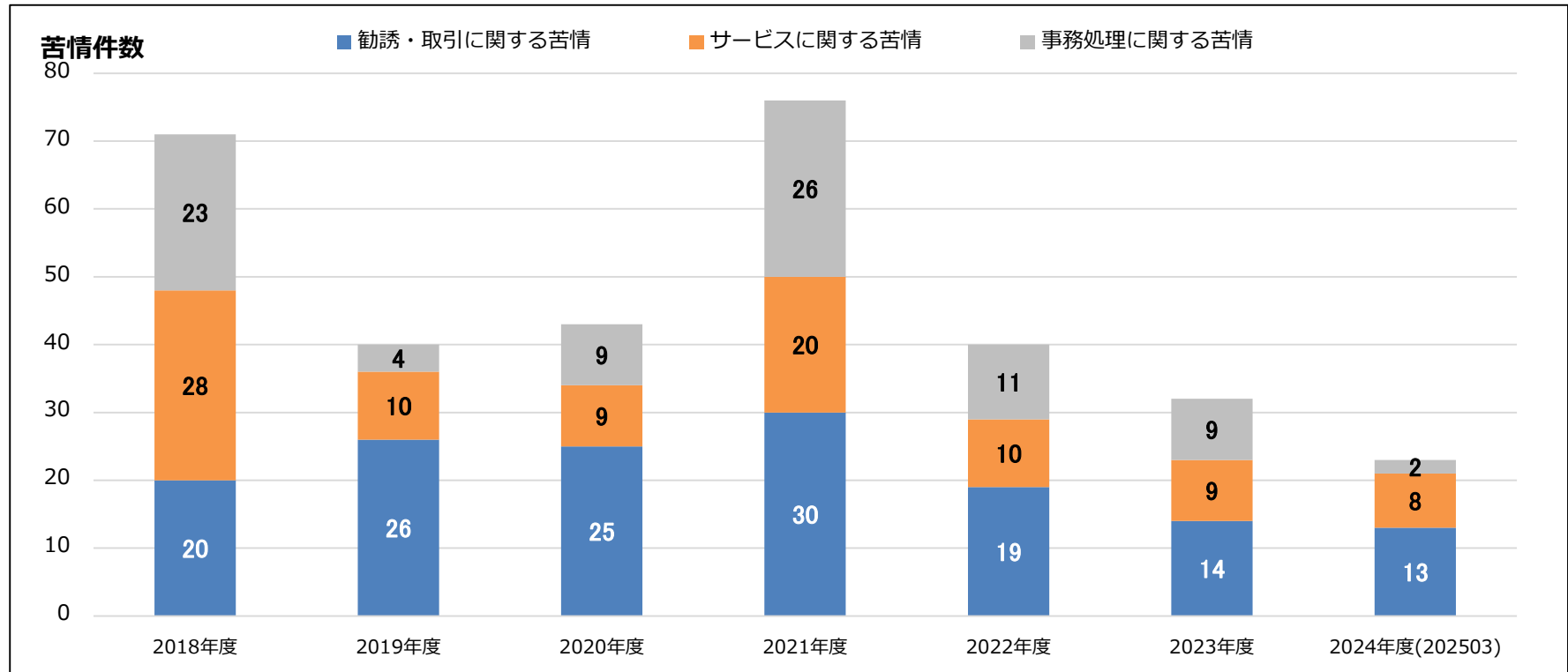


# 「自主的KPI」の公表について (2025年3月末時点)

2025年6月23日



# 1.お客さまからの苦情等の申し出件数

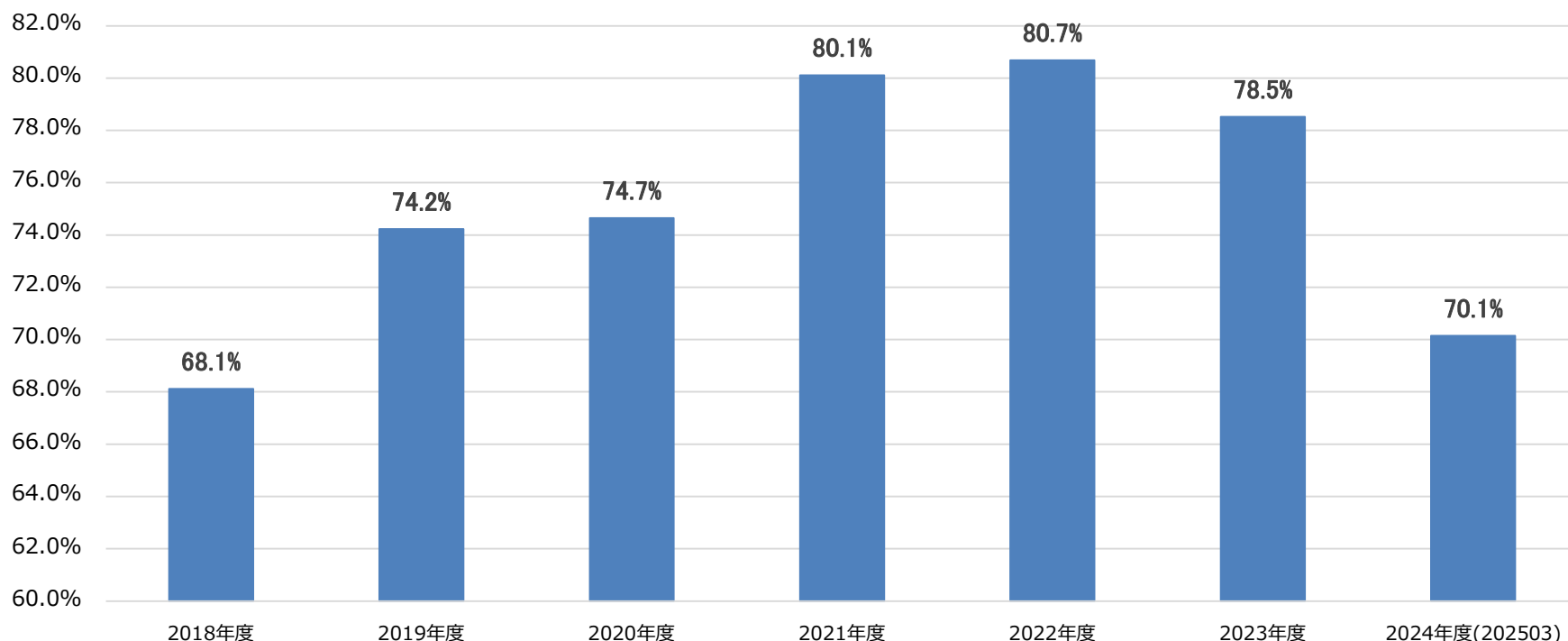


- ・ 当社は、お客さまからお申し出のあった苦情等は、コンプライアンス全般に関して協議をおこなう「コンプライアンス推進会議」を月次で開催し、その内容を全社で共有することで、お客さまへのご対応方法の見直しに活かしております。
- ・ 2024年度の苦情申し出件数は前年度に引き続き減少しております。この件数につきましては、お申し出頂いた苦情のみならず業務改善となるご意見も含めたことを反映させております。これは、お客さまのお申し出について、当社で原因究明を行い、再発防止やお客さまへのサービスをさらに向上させることを目的としております。
- ・ 本社部門では、お客さまからいただいたご意見・ご要望を真摯に受け止め、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、資産アドバイザーへの指導・教育等により、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、お客さまの意向を聞き、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。なお、2024年度においては、利益相反にかかる苦情のお申し出はありませんでした。

## 2.FP資格保有者の状況

### FP資格保有者の状況

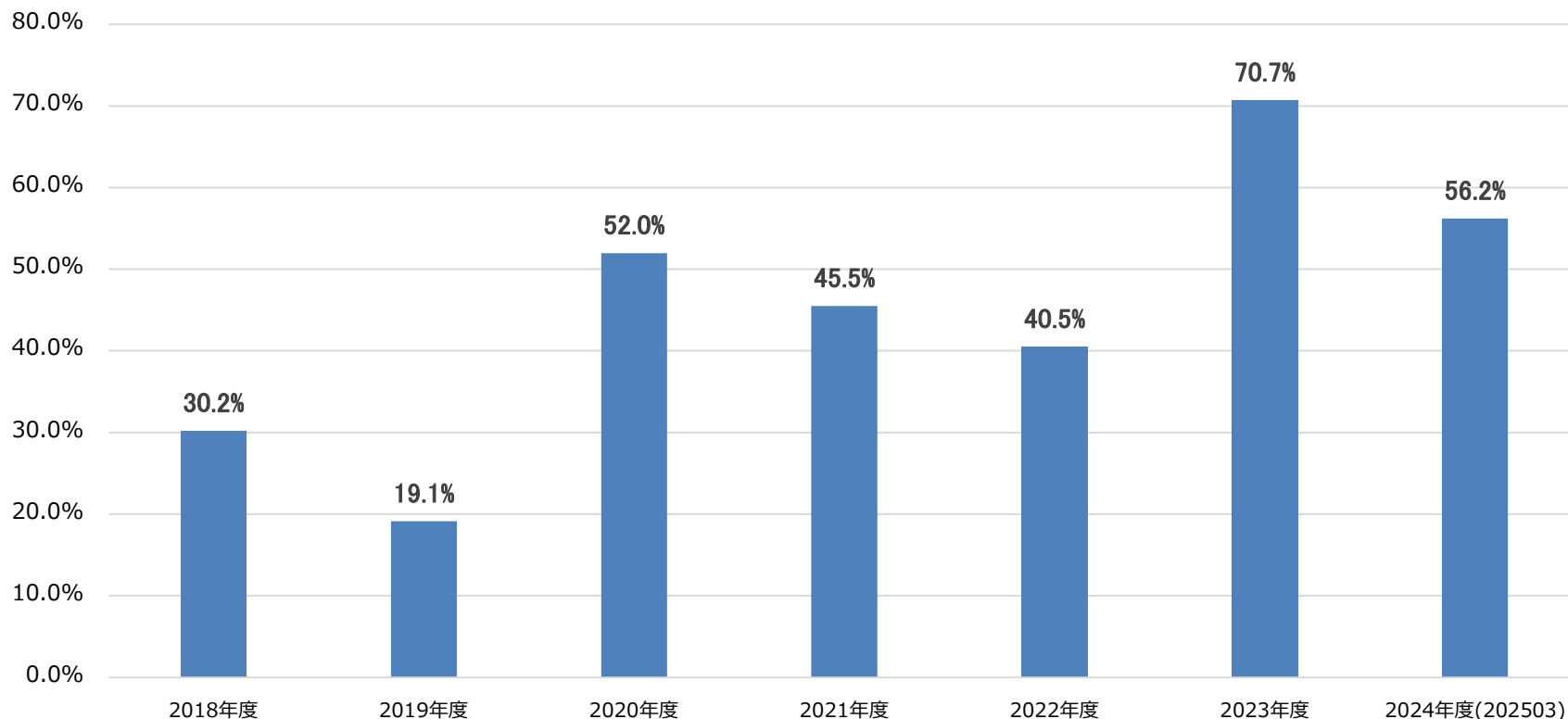
(FP資格保有者÷従業員数)



- 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するための新商品の勉強会や金融商品を理解するための研修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。
- 2024年度はFP資格保有者比率が前年度比で大きく減少しておりますが、今後については若手アドバイザーを中心に資格取得をより一層促し、FP資格保有者の増加をはかって参ります。

### 3.お客さまの評価益口座比率推移

評価益口座比率

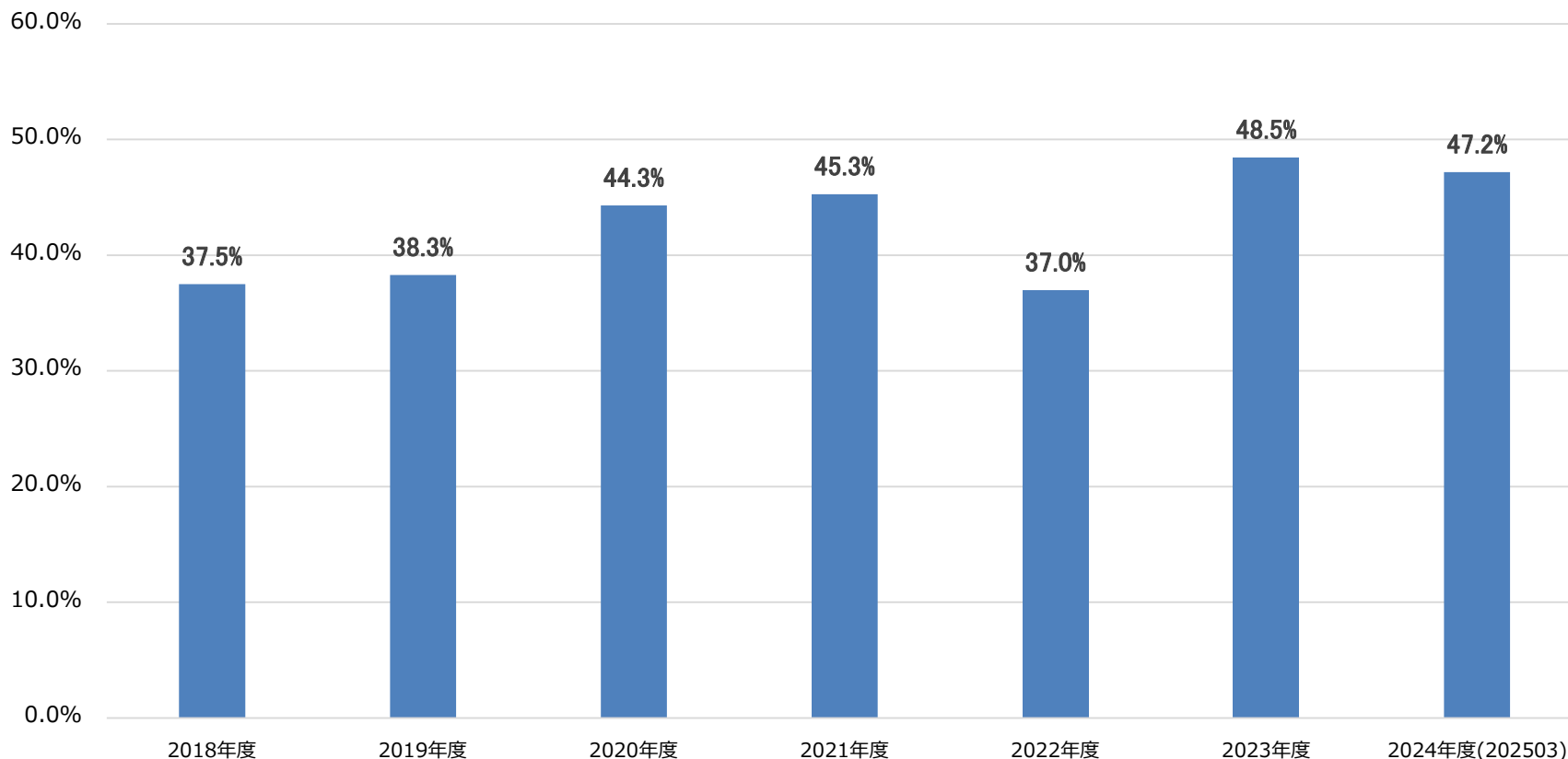


- 当社は、お客さまの資産運用が利益となっている状況を把握するため、お客さま口座の評価損益算出による「評価益口座比率」を指標に採用しております。
- 2024年度は、国内株式市場は、関税の引き上げに対する警戒感の高まりから、下落基調が強まる展開となりました。米国株式市場は、関税政策をめぐる不透明感等からハイテク株を中心に軟調推移し、お客さまが保有する株式や投資信託などが値下がりし、「評価益口座比率」が14.5%下がりました。下落基調が続く場合でも、お客様のリスク許容度に応じた最高品質なフォロー体制のもと、ポートフォリオの提案を行い、分散投資の推進により、リスクをコントロールし「評価益口座比率」の改善に努めます。
- 当社ではお客さま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。

※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。

## 4.お客さまからの紹介による口座開設比率推移

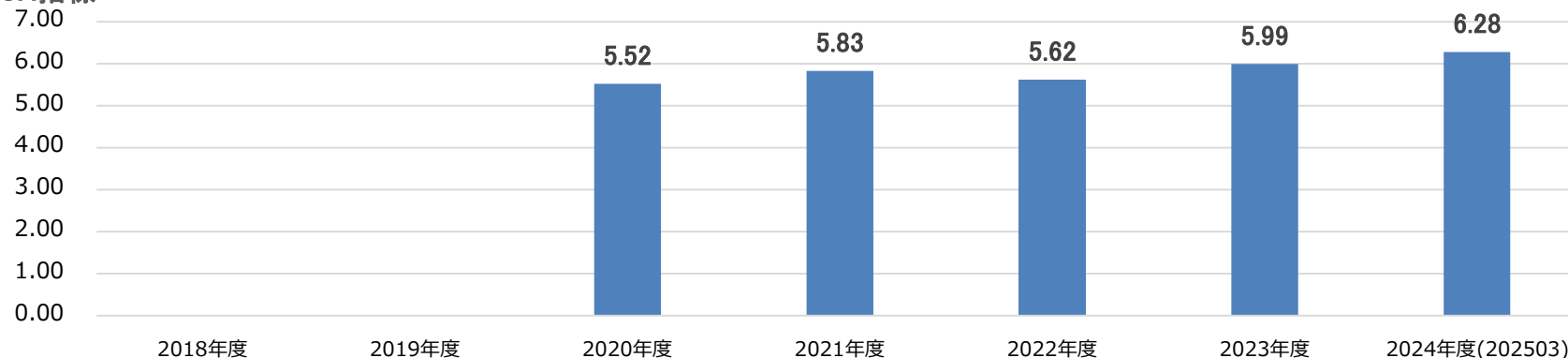
紹介による口座開設比率



- 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、営業店でのNISA個別相談会、職域における教育支援・出張セミナーの開催や営業統括部との連携により、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。
  - 2024年度における当該口座の比率は、2024年始めから市況の好転と新NISAのスタートに伴う口座開設により、前年度48.5%と同等の47.2%となりました。引き続き、お客さまが安心してご紹介頂ける会社と人材作りを継続して参ります。
- ※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

CX指標



- 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。2024年度のCX指標の数値は、2023年度の5.99から6.28へ上昇しました。2022年度のお客さま満足度の低下を受け、2023年度より満足度の向上に向けたお客さまとの面談機会を創出するため、メール交付サービスやLINEWORKS導入等に努めた結果と受け止めております。

- プロダクトガバナンスに関する体制

＜顧客の最善の利益に適った商品提供等を確保するためのガバナンス＞

- (1)お客さまにふさわしい金融商品を提供するための体制整備

当社は、新たな金融商品の組成、販売、販売後の検証等の各段階で品質管理を適切に行い、お客さまに適した商品・サービスの提供を確保するための体制を整備します。

- (2)お客さまにふさわしい金融商品の組成時および販売時の対応

当社は、新たな金融商品の選定時に金融商品の組成会社に対し、主たる投資対象資産、リスク、類似商品の取扱い、想定顧客属性に関する情報を請求し、妥当性の検証を行います。当社と組成会社が想定したお客さまが異なる場合は、新たな金融商品として取り扱いは行いません。

なお、当社はファンド・ラップおよび仕組債等の取扱い、並びに金融商品の組成には携わっておりません。

- (3)お客さまにふさわしい金融商品の販売後の検証等

金融商品を実際に購入されたお客さまが当社と金融商品の組成会社が想定したお客さまと合致しているか等を検証します。異なる場合は、相互に必要な情報を連携し、商品・サービスの提供方法の改善や、その後の商品・サービスの提供に活かします。

- 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ます。今後もお客さま本位の活動を充実して参ります。

※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、 $CX指標 = (継続意向 + 購入意向 + 推奨意向) \div 3$ 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。