

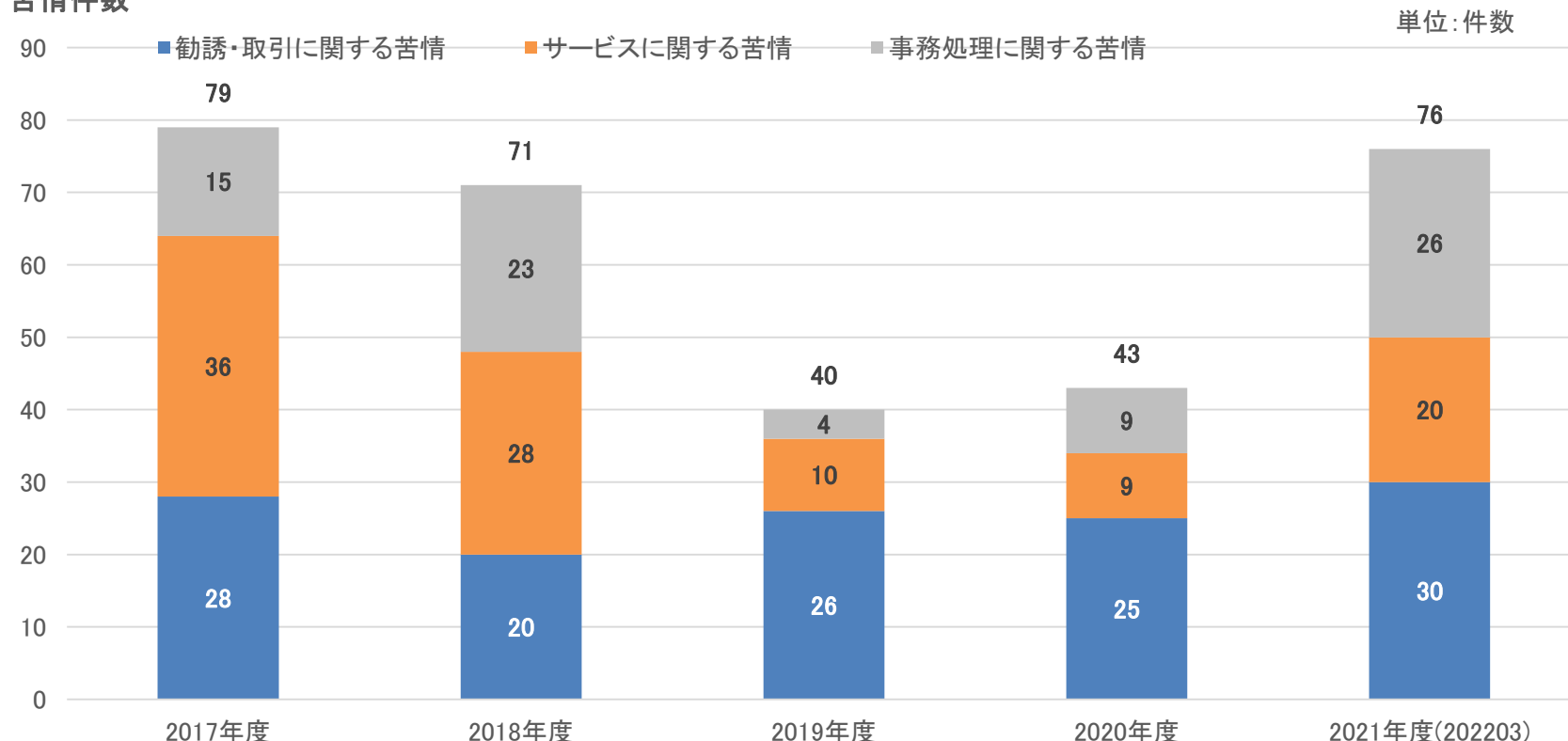
# 「自主的KPI」の公表について (2022年3月末時点)

2022年6月28日



# 1.お客さまからの苦情等の申し出件数

苦情件数



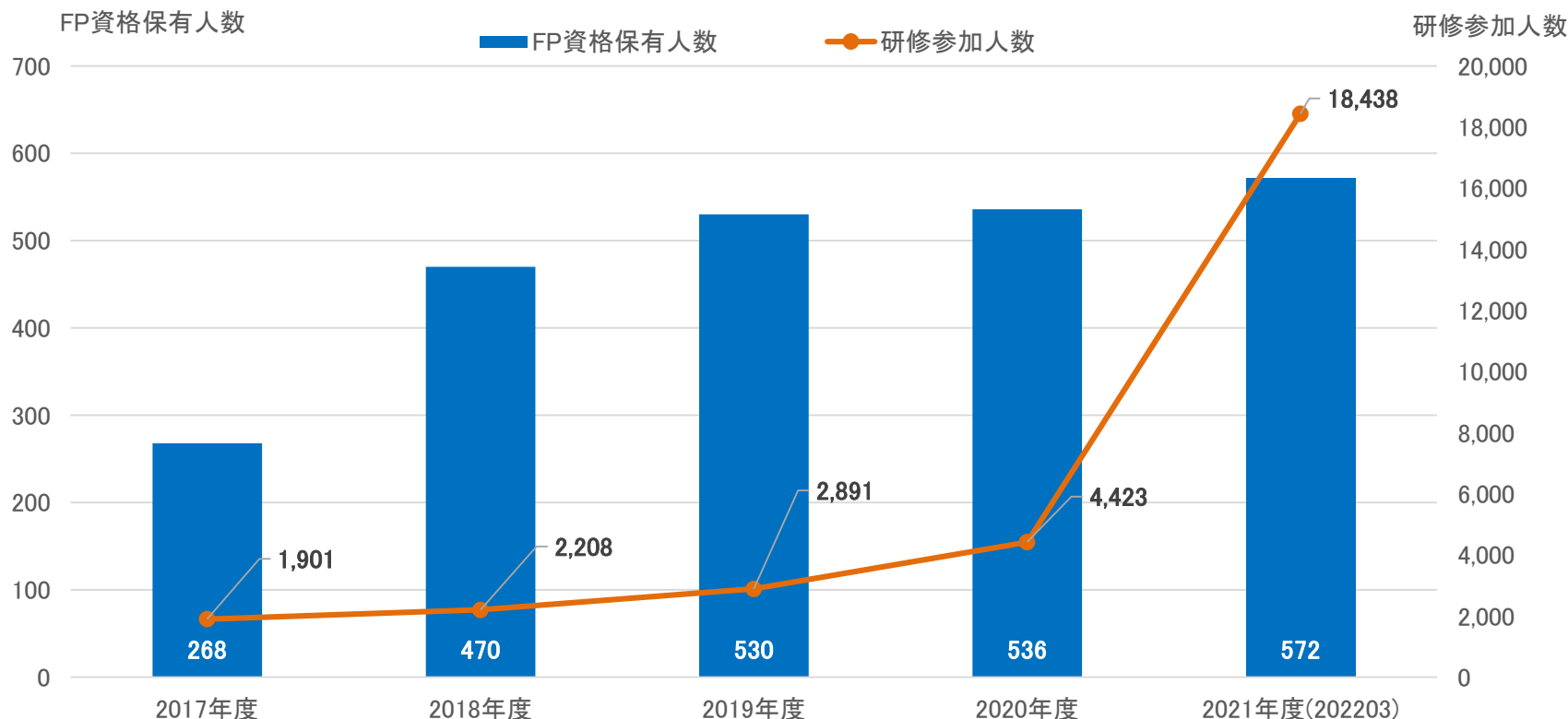
当社は、お客さまからお申し出のあった苦情等は全社で共有し、お客さまへのご対応方法の見直しに活かしております。2021年度の苦情申し出件数は前年度に比べ増加しており、この件数につきましては、お申し出頂いた苦情のみならず業務改善となるご意見も含めたことを反映させております。これは、お客さまのお申し出について、当社で原因究明を行い、再発防止やお客さまへのサービスをさらに向上させることを目的としております。

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、2021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. 研修参加者・FP資格保有者の状況

研修参加者とFP資格保有者

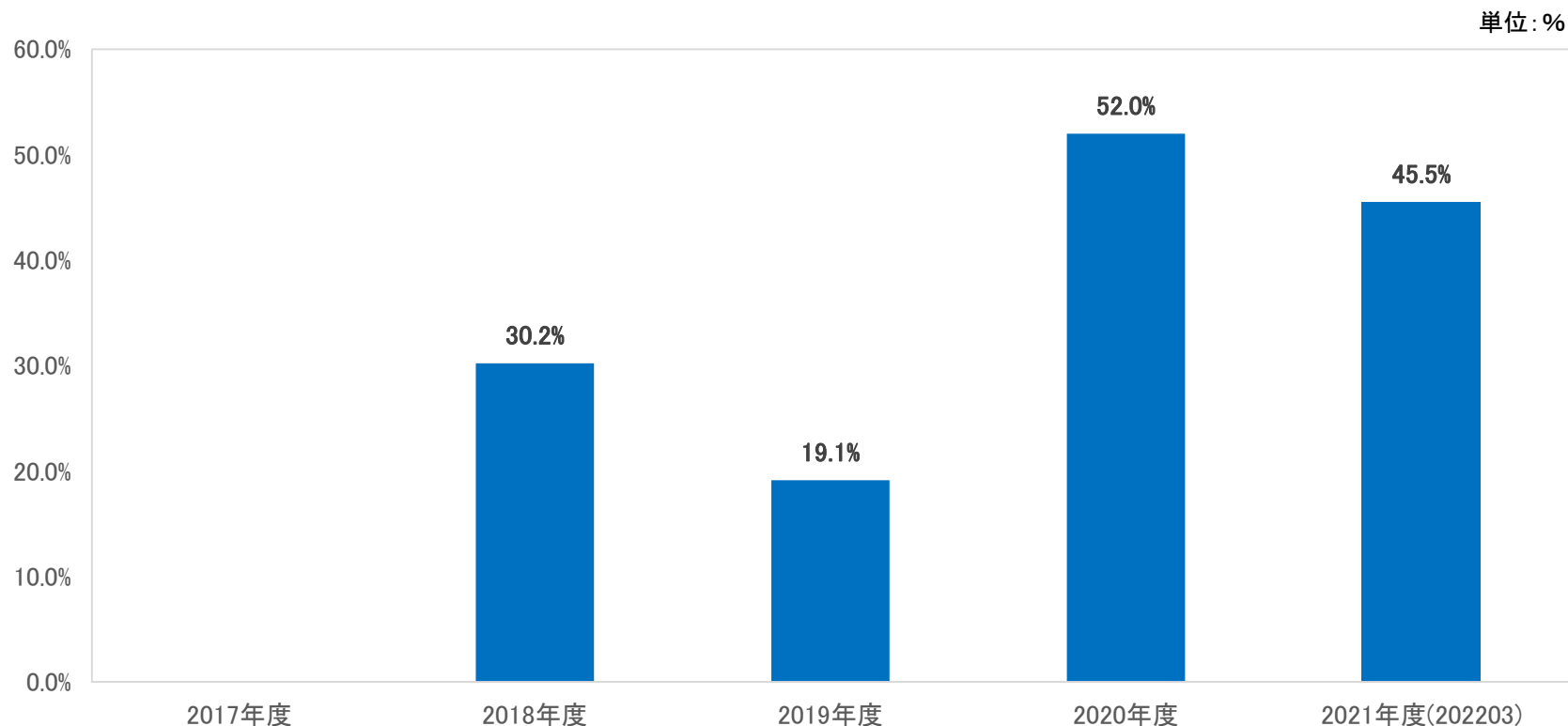


当社は、役員・従業員に「コンプライアンス」や「最適なアドバイス」等の能力向上を図るため、数々の研修を組み込んだ教育活動を実施しております。お客さまへ専門性を有する情報サービスや最適なアドバイスをご提供するため、FP資格の取得推進や社内イントラネットを活用した資格取得の支援、また、お客さまの最善の利益を追求する研修や金融商品を理解するための研修を適時実施しております。

2021年度は、重要情報シートの活用など、お客さまに金融商品を容易に理解して頂くための情報提供研修や、お客さまへのフォローを充実させる「非常時におけるアフター・フォローマニュアル」を制定しております。特に、学習管理システムの導入で研修機会を増やすことにより、研修参加者が大幅に増加いたしました。

### 3.お客様の評価益口座比率推移

評価益口座比率



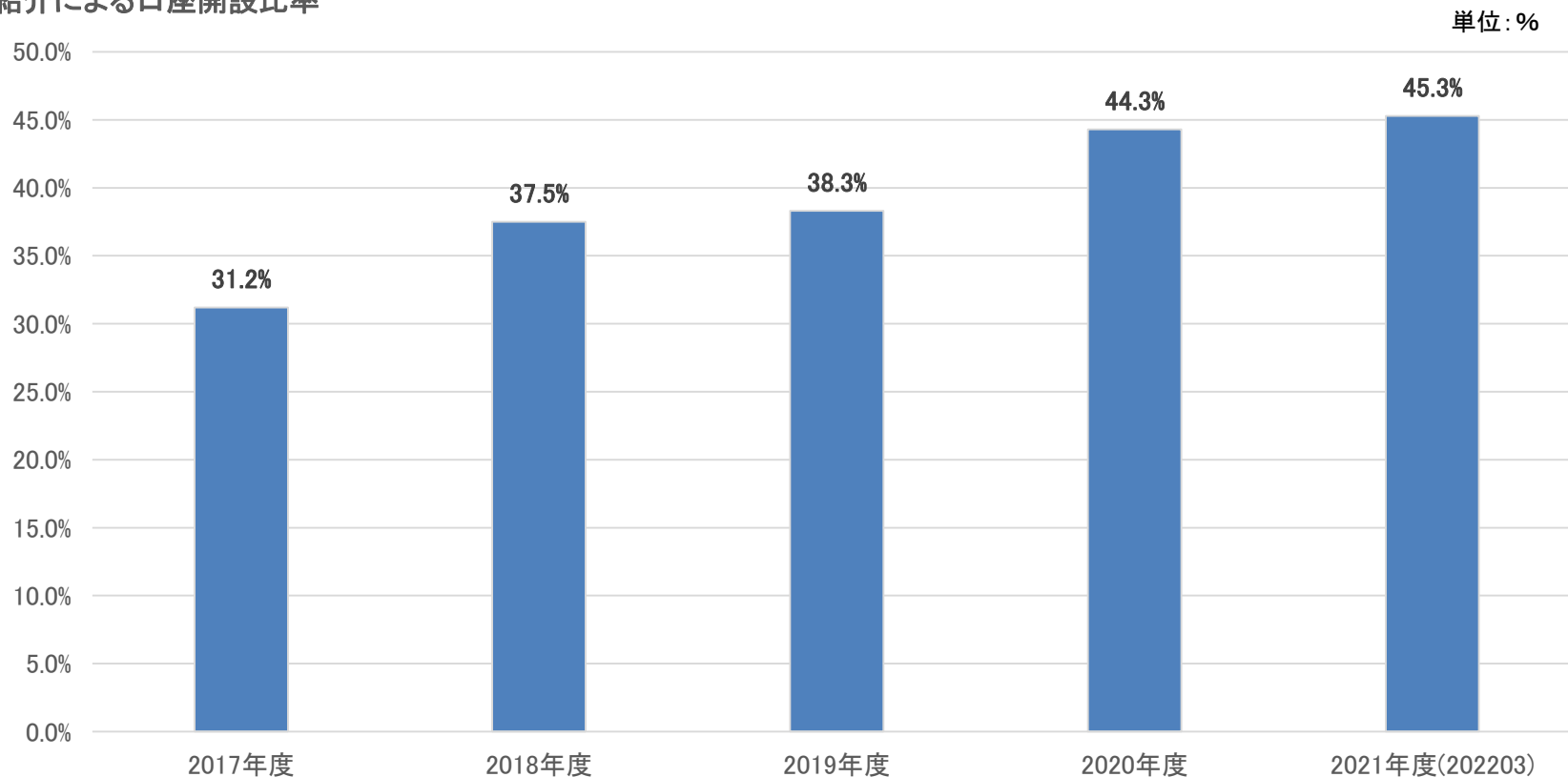
当社は、お客様の資産運用が利益となっている状況を把握するため、お客様口座の評価損益算出による「評価益口座比率」を指標に採用しております。2021年度は、第4四半期における相場急落を受け、評価益口座比率は低下しましたが、お客様の最善の利益を追求するため、営業部店および従業員の評価について、お客様の投資信託の損益の改善状況を反映した評価方法や表彰制度を導入しております。

※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

紹介による口座開設比率

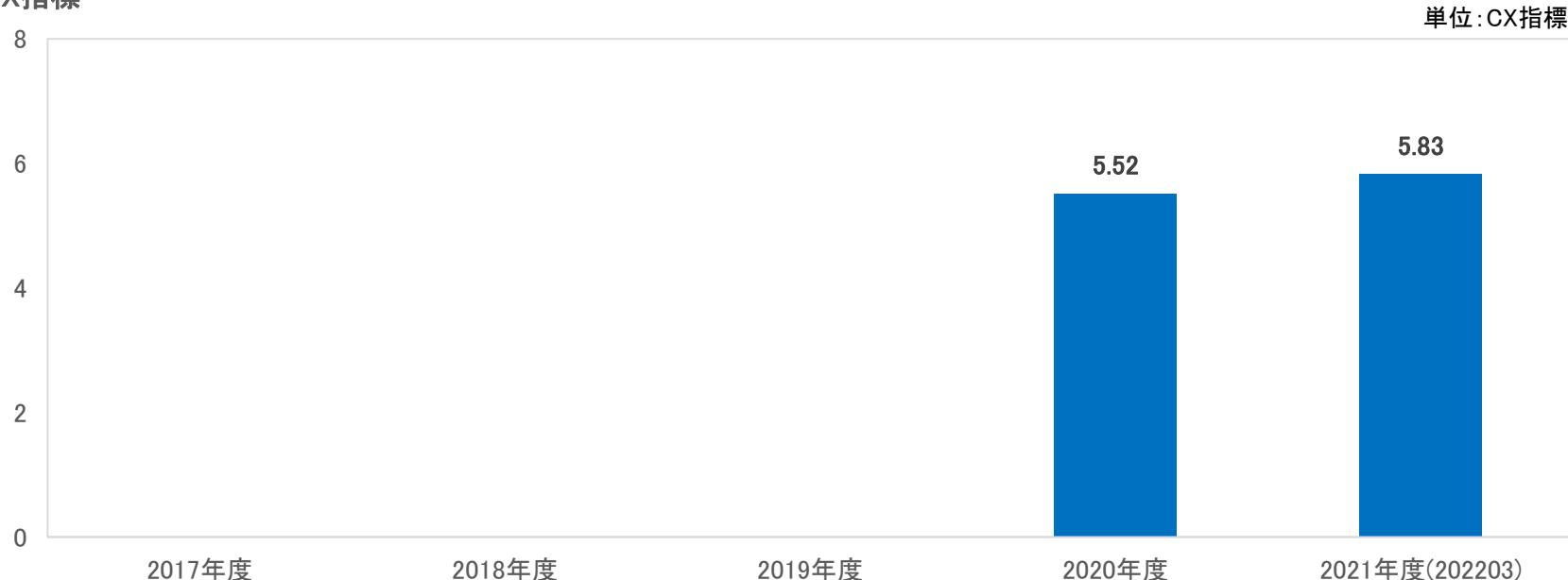


当社は、お客さま本位の業務運営を経営の最重要課題の一つと位置付けていることから、既存のお客さまから新たなお客さまをご紹介して頂けることを指標としております。2021年度における当該口座の比率は前年度と比べ1.0p上昇の45.3%となりました。引き続き、お客さまが安心してご紹介して頂ける会社と人材作りを継続して参ります。

※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。2021年度におけるその前年度との比較では、お客さまのご満足度が向上している結果と受け止めております。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。