トップ　FD宣言

～お客さまの良きパートナーであるために～

株式会社トップ
代表取締役　髙安　紀足
役職員一同

株式会社トップ（以下、当社といいます）は、「お客さま本位の業務運営に関する方針」の実践に向けて、以下の取り組みを行います。

当社の経営理念は「社員と家族の幸せを追求し、社会へ安心と安全をお届けする」としております。これは大切なお客さまと一番身近に接する社員自身が幸せと安心に満ちていなければ、お客さまにご満足頂けるような活動は困難であると考えたためです。

その上で、お客さまからより一層の信頼を得る企業となるため、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を新たに策定し、ここに公表いたします。

私達はこの方針を十分に理解し、実際の行動に移すことでお客さまに寄り添った活動をしてまいります。また時代の変化を瞬時に察知し、定期的な改善・見直しを行い公表してまいります。

本方針の公表は当社の経営ビジョンでもある「お客さま満足度のあくなき向上に努め、総合生活・事業支援業として地域社会に貢献し共存共栄を目指します」にも通じ、一貫して取組みを推進いたします。

＜トップ　経営訓＞

◆経営方針
　―群れの経営－
◆営業方針
　基本精神　⇒　≪汝、与えよ。さらば与えられん≫
　Give×5　&　Take　⇒　お客さま支援
◆社是
　出会いを大切に　誠意と情熱　計画・実行
◆経営理念
　社員と家族の幸せを追求し、社会へ安心安全をお届けする
◆経営ビジョン
　お客様満足度のあくなき向上に努め総合生活・事業支援業として地域社会に貢献し共栄共存を目指します。

【方針 1】お客さまの最善の利益の追求

当社は身近なよろず相談窓口として、お客さまに寄り添い、ニーズやご意向に沿った最適なリスクマネジメントを提案することにより、お客さまの最善の利益を考え実現することを目指します。これらは当社の企業文化として定着させます。

そのうえで最も大切なことは、社員個々のスキルアップや社員間の情報共有にあると考え、人材育成には特に力を入れております。

また、常に最適な保険商品を提供できるよう会議などを通じ、新商品研修、既存商品を深堀りするなど、全体の技術向上に向けて研鑽いたします。

適正な意向把握、保険商品の提供はもちろんのこと、周辺知識や各種セミナーなどといった付加価値サービスを提供することにより、お客さまにとって最善の利益を提供できるよう努めてまいります。

〈具体的取組〉

① 人材育成

人材を積極的に採用し、雇用の創出で地域社会へ貢献します。そのうえで社内勉強会を充実させ各人のスキルアップに努めます。特に若手社員においては隔週の次世代ミーティングを行い、クラウドシステムにて行動進捗管理、成功・失敗事例の共有をすることで孤立することを避ける等、双方間コミュニケーションを大切に心掛けています。

② 商品研修

次世代ミーティングや店長会議、全体会議等各種会議の場を活用して新商品研修や既存の商品を深堀りする勉強会を行い自己研鑽に努めます。

③ 総合的な付加価値サービス

保険販売会社としてその必要性を地域社会に認められ続けるように、付加価値サービスの追求が大切であり地域貢献を図ります。

・交通安全講習会の実施を行います。（ドライブシミュレータ活用）

・DB（福祉はぐくみ企業年金基金）・DC（401ｋ）を活用し、お客さまの資産形成支援に努めます。

④ SDGs に関する取組みの推進

・ベルマーク収集・・・あいおいニッセイ同和損害保険が協賛するベルマークを中心に収集し、地域教育機関やベルマーク財団への寄付を毎年行います。

・障がい者アート支援（irodori プロジェクト）・・障がい者のアート展示会を年 1 回商業モールにて開催し、作家と地元企業との架け橋役を担います。

【方針 2】利益相反の適切な管理

当社はお客さまと利益相反が生じる可能性のある取引を把握するように努め、常にお客さまの利益を第一に考えて、利益を不当に害することのないように適切な管理体制を整備します。
具体的な取り組みは以下のとおりです。

〈具体的取組〉

① 保険商品について
特定の取扱会社の営業方針に影響を受けることがなく、また代理店手数料の多寡によって保険商品を選定することはいたしません。

② 保険募集について
当社が定めた「保険募集プロセス」を徹底し、お客さまのご意向やニーズをしっかりと把握したうえで、安心と満足を実感いただけるように最適な商品のご提案を行ってまいります。

③ 推奨販売について
定期的に対応履歴の管理を行います。特に、複雑またはリスクが高い保険商品（変額保険・外貨建て生命保険など）の販売を行う場合には、お客さまに商品内容を十分ご理解いただけるように説明方法等を工夫して、わかりやすい説明を行い、その際の面談記録を管理していきます。

④ 契約保全について
ご契約後に 1 年以内で解約・失効となった場合、その原因や背景など全件チェックし、適切な提案や対応が行われていたか検証します。

【方針 3】重要な情報の分かりやすい提供

当社は金融事業者として金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報をお客様が理解できるようにわかりやすく提供します。

〈具体的取組〉

① トップ独自の「保険募集プロセス」を用いて、比較説明・推奨販売方針を説明します。定期開催の会議にて説明不備がないかチェックを行います。

② 高齢（７０歳以上）のお客さまには、親族などの同席、複数回の対応、複数の募集人での対応、別の募集人による確認フォローを行い、わかりやすく丁寧な対応を心がけます。

③ 公的保険制度（公的年金制度・社会保険制度等）の情報提供は公的保険ポータル（金融庁ポータルサイト）を用いてわかりやすく説明をします。

④ 商品の説明時はパンフレット、チラシを用いることはもちろんのこと、タブレット端末などを用いて動画によりわかりやすい説明を心がけます。

⑤ 各保険会社が発行するハザードマップをお客様に提供をし、その地域のリスクを顕在化することによりリスクをわかりやすくご案内します。

⑥ 障がいのあるお客さまには、障がいの状態や性別、年齢に応じた必要かつ合理的な配慮の提供にて、丁寧かつ柔軟な対応をします。

1. 四肢欠損や肢体不自由等の障がいがあるお客様

書類の受け渡しや記入時のサポートを行います。

2. 視覚に障がいがあるお客様（募集ツール（パンフレット、重要事項説明等）の文字が読めない、あるいは読みにくいという場合）

募集人が代読する、募集ツールを拡大コピーして提供します。

3. 聴覚に障がいがあるお客様

必要に応じて筆談やタブレット端末等を利用しながら手続きを行います。「電話リレーサービス」をご利用するお客さまに丁寧に対応します。

4. 視覚と聴覚の双方に障がいがあるお客様（盲ろうの方など）

お客さまの希望や障がいの程度に応じて、手のひら書き等によりコミュニケーションを行います。また補助者が同席している場合は、説明内容が正確に理解されているか補助者の手助けを得て確認しながら対応します。

5. 発話に障がいがあるお客様（吃音症の方など）

お客さまのペースに合わせてコミュニケーションを行い、話をじっくりと聞き会話を急かさないよう対応します。また筆談や書面の郵送等も活用していきます。

【方針 4】お客さまにふさわしいサービスの提供

当社は金融事業者としてお客様の資産状況、知識及び目的・ニーズを把握し、お客様にふさわしい金融商品、サービスの提供、販売・推奨等を行います。

〈具体的取組〉

① DB（福祉はぐくみ企業年金基金）の普及を推進することで、中小企業の企業年金制度の整備および働く方が安心して資産形成ができる環境を提供します。

② 高齢者（75 歳以上）のお客様へはトップ独自の「対応内容記録票（高齢者用）」を作成し、より丁寧な対応を心がけます。

③ お客様の声を集約・分析することにより、サービスの見直しを随時行っていきます。

④ お客様の声は保険会社に連携し、保険会社に改善すべき点があれば対話を行います。

⑤ 意向把握シートの活用などにより、お客様の資産状況や金融知識、取引経験などを確認して商品、サービスを提供、推奨を行います。

⑥ 保険会社とは定期的にお互いの取組状況の情報交換を行い、お客様にふさわしい商品、サービスの提供、販売・推奨に努めます。

【方針 5】従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

社員一人一人が経営方針、営業方針、社是、経営理念、経営ビジョン、社員活動指針を理解し、保険販売を中心とした総合生活・事業支援業を実現する為に、商品研修はもちろんのこと周辺知識の習得や社内研修、資格取得等の教育研修を行い、人事評価制度を運用し社員一人一人がお客さま本位の業務運営に適切に取り組むよう、動機づけを行います。

〈具体的取組〉

① 教育計画に基づく研修、お客さま対応品質の向上取組み、FD 宣言会議の開催、コンプライアンス推進、自己点検の実施・記録

② 当社、経営訓の常時携帯、朝礼による社員活動指針の唱和

③ お客さまへの幅広い情報提供、事故時やご質問に対する迅速な対応等、お客さま本位の業務運営に必要な 8 つの要素、23 項目によって構成される人事評価制度の運用、指導、記録

④ 損保高齢者対応記録・生保意向アンケート・意向把握シートの記録、点検

⑤ 月 1 回、全営業所参加の営業会議を行い、今後の課題、目標共有等の実施

⑥ 隔週開催の次世代ミーティング、隔月開催の MD ミーティングによる商品知識の共有、情報交換、クラウドシステムによる行動管理・確認の実施

⑦ クラウドシステム活用による情報共有、ファイル共有

⑧ 周辺資格取得の推奨、補助

【KPI】

＜2024 年度＞

●資格取得者数

募集従事者数：71 名

・ファイナンシャルプランナー　22 名（取得率：31.0%）

・損害保険トータルプランナー　5 名　（取得率：7.0%）

●契約者数　21,585 名　（対前年△156 名）

＜内訳＞：法人 2,009 社（対前年＋33 社）、個人 19,576 名（対前年△180 名）

※あいおいニッセイ同和社データより（2025 年 3 月調査）

●年間セミナー実施回数

・法人向け　41 回　（対前年＋13 回）

（交通安全セミナー、社会福祉法人向けリスクマネジメントセミナー等）

制定日 2023 年 4 月 1 日

改定日 2024 年 6 月 1 日

改定日 2025 年 6 月 1 日

当社 FD 宣言と金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対比表

当社「5 つの方針」	金融庁「原則」
方針 1 お客さまの最善の利益の追求	原則 2 顧客の最善の利益の追求
方針 2 利益相反の適切な管理	原則 3 利益相反の適切な管理
方針 3 重要な情報の分かりやすい提供	原則 5 重要な情報の分かりやすい提供
方針 4 お客さまにふさわしいサービスの提供	原則 6 顧客にふさわしいサービスの提供
方針 5 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	原則 7 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

＊詳細版の金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表は別紙にて公表

不実施理由

【原則 4】

金融庁「原則４」【手数料の明確化】の当社対応について、当社の経営方針として、保険募集人毎に推奨保険会社を予め選定しております。ただし、お客さまのご希望の保険会社の指定の場合はこの限りではございません。よって保険会社から支払われる代理店手数料の多寡によって保険商品が影響されることはなく、高い代理店手数料率の商品を優先的に販売することはございません。当社はこれらを勘案のうえ、金融庁「原則４」【手数料の明確化】については、不実施といたします。

【補充原則 1】から【補充原則 5】

当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者には該当しません。

掲載・更新年月日: 2025年6月24日

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	株式会社トップ
■取組方針掲載ページのURL	https://www.top-insurance.co.jp/pdf/fd.pdf
■取組状況掲載ページのURL	https://www.top-insurance.co.jp/pdf/fd.pdf

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		**【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	【方針1】 お客さまの最善の利益の追求 2ページ	【方針1】 お客さまの最善の利益の追求 1ページ
	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	【方針1】 お客さまの最善の利益の追求　2ページ	項目:【方針1】 お客さまの最善の利益の追求 具体的取組: ②総合的な付加価値サービス 取組状況　1ページ
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	【方針2】 利益相反の適切な管理 3ページ	項目:【方針2】利益相反の適切な管理 具体的取組 ①　保険商品・保険募集・推奨販売について ②　契約保全について 取組状況　1ページ
	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。 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、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 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、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	【方針2】 利益相反の適切な管理 3ページ	項目:【方針2】利益相反の適切な管理 具体的取組:　①　保険商品・保険募集・推奨販売について 取組状況　1ページ
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。	不実施	6Pの「不実施理由」【原則4】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【原則4】 のとおり
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	【方針3】 重要な情報の分かりやすい提供 3.4ページ	項目:【方針3】重要な情報の分かりやすい提供 具体的取組:　①比較説明・推奨販売方針の説明 取組状況　1ページ
	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	【方針3】 重要な情報の分かりやすい提供 3.4ページ	項目:【方針3】重要な情報の分かりやすい提供 具体的取組 ①比較説明・推奨販売方針の説明 ②ご高齢・障がいのあるお客さまへの対応 取組状況　1ページ
	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）。	実施	【方針3】 重要な情報の分かりやすい提供 3.4ページ	項目:【方針3】重要な情報の分かりやすい提供 具体的取組 ①比較説明・推奨販売方針の説明 ③分かりやすいい商品説明 取組状況　1ページ
	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	【方針3】 重要な情報の分かりやすい提供 3.4ページ	項目 【方針3】重要な情報の分かりやすい提供 具体的取組　③分かりやすい商品説明 取組状況　1ページ
	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	【方針3】 重要な情報の分かりやすい提供 3.4ページ	項目:【方針3】重要な情報の分かりやすい提供 具体的取組 ①比較説明・推奨販売方針の説明 ③分かりやすい商品説明 取組状況　1ページ
	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	【方針3】 重要な情報の分かりやすい提供 3.4ページ	項目 【方針3】重要な情報の分かりやすい提供 具体的取組　③分かりやすい商品説明 取組状況　1ページ
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	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目 【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組　④意向把握シートによる商品・サービスの提供 取組状況　2ページ
	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	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目 【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組　④意向把握シートによる商品・サービスの提供 取組状況　2ページ
	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。	実施	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目 【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組　④意向把握シートによる商品・サービスの提供
	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。	実施	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目 【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組 ④意向把握シートによる商品・サービスの提供 ⑤保険会社との関わり方 取組状況　2ページ
	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	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目:【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組 ①DB（はぐくみ基金）の普及 ③お客さまの声について 取組状況　2ページ
	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	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目 【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組 ①DB（はぐくみ基金）の普及 ②高齢者への対応 取組状況　2ページ

	注6	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。	実施	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目 【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組 ③お客さまの声の保険会社との連携 ⑤保険会社との関わり方 取組状況　2ページ
	注7	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。	実施	【方針4】 お客さまにふさわしいサービスの提供 4ページ	項目 【方針4】お客さまにふさわしいサービスの提供 具体的取組 ⑤保険会社との関わり方 取組状況　2ページ
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	【方針5】 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等 4,5ページ	項目：【方針5】従業員に対する適切な動機づけの枠組み等 具体的取組 ① 会議体・研修等を活用した動機付け ② クラウドシステムの活用 取組状況　2ページ
	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	【方針5】 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等 4,5ページ	項目：【方針5】従業員に対する適切な動機づけの枠組み等 具体的取組 ① 会議体・研修等を活用した動機付け ② クラウドシステムの活用 取組状況　2ページ
補充原則1		**【基本理念】** 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。	非該当	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
補充原則2		**【体制整備】** 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。 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。	非該当	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	注1	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。	非該当	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	注2	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。	非該当	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
補充原則3		**【金融商品の組成時の対応】** 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。 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。	非該当	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
補充原則4		**【金融商品の組成後の対応】** 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。 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。	非該当	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
補充原則5		**【顧客に対する分かりやすい情報提供】** 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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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るべきである。	非該当	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり
	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	6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり	取組方針6Pの「不実施理由」【補充原則1】から【補充原則5】のとおり

【照会先】

部署	管理部　FD宣言推進室
連絡先	電 話　　053-439-0335 メールアドレス　a-matsui@top-insurance.co.jp

お客さま本位の業務運営に関する方針（FD宣言）取組状況について

株式会社トップ
代表取締役　髙安　紀足

お客さま本位の業務運営に関する方針（ＦＤ宣言）は、2023年4月に公表をいたしました
今般、2024年7月1日より2025年6月30日現在までの取組状況についてご報告いたします

項目	具体的取組	取組状況
【方針1】 **お客さまの最善の利益の追求**	①人材育成・商品研修 ・人材の採用・商品知識を含めた個々のスキルアップに精力的に取組みます。特に若手には会議体を含めてコミュニケーションを大切に育成します	毎月の店長会議、隔週の若手中心の次世代ミーティング(Zoom)にて、商品勉強会を定期開催しています。クラウドシステムで活動の進捗管理、成功・失敗事例の共有化を定着させ、全社員のスキルアップに繋がっています
	②総合的な付加価値サービス ・DB（はぐくみ基金）活用したお客さまの資産形成提案を行っています	本社および全営業所にて地域企業へのを案内を継続して行っています。採用企業数は48社（対前年＋９社）となり着実に増加しています
	③SDGｓに関する取組の推進 ・ベルマーク収集 　全社員の取組としてベルマークを収集しております	2024年度の収集点数は62,595点となり、現在寄付先を選定中です。2024年は約8万点を、群馬県の社会福祉法人恵の園に寄付を行いました
	・障がい者アート支援（irodoriプロジェクト）＊ 　年1回障がい者アートの展示会を開催し、作家と地元企業の架け橋役を担います 　＊別紙ご参照	イオンモール浜松市野店にて、2024年6月5日～9日の間に第2回展示会を開催しました。27点の作品を展示し大勢の方に来ていただきました。2025年は6月4日から6月8日の期間に同所で第3回展示会を開催。32点の作品を展示しました
【方針2】 **利益相反の適切な管理**	①保険商品・保険募集・推奨販売について ・特定の保険会社や代理店手数料の多寡によった保険商品の選定を行わず、お客さまのニーズを把握した最適な商品をご提案します。また複雑且つリスクの高い商品（変額保険など）は、商品内容を十分にご理解いただくため、丁寧な説明を行います	当社が定めた「保険募集プロセス」に則ってご提案しており、面談記録等で管理・検証を行っております。またお客様からいただく声は本社と全営業所に毎月展開しています。不満足の声は再発防止策を策定して実行、お褒めの声は社員全員が同様に活動できる体制としております
	②契約保全について ・ご契約後に1年以内で解約・失効となった場合、原因や背景を確認し検証します	事案の発生都度、適切なご提案・対応であったかを検証しております
【方針3】 **重要な情報の分かりやすい提供**	①比較説明・推奨販売方針の説明 ・トップ独自の「保険募集プロセス」を用いて丁寧に説明します	説明状況について社内監査で確認を行うとともに、定例会議で確認を行っています
	②ご高齢・障がいのあるお客さまへの対応 ・トップ独自の募集ルールに従い分かり易く丁寧な対応をします	ご高齢のお客さまは、親族の同席・複数回の対応・複数の募集人での対応などをルールとし、対応記録を残しております。障がいのあるお客さまには合理的配慮の提供にて対応しています
	③分かりやすい商品説明 ・保険会社作成ツールや周辺情報を活用して、分かりやすい説明を心がけます	パンフレットや動画を活用して説明を行っています。また公的保険制度の情報提供は、公的保険ポータルを活用し視覚に訴えた説明や、保険会社作成ツールにて対応をしています

【方針4】 **お客さまにふさわしいサービスの提供**	①DB（福祉はぐくみ企業年金基金）の普及 ・中小企業の企業年金制度の整備および働く方が安心して資産形成ができる環境を提案します	DB（福祉はぐくみ企業年金基金）の加入メリットと注意点を企業・従業員の方に理解いただく場をつくり、満足いただける制度を提案して導入頂いています
	②高齢者への対応 ・より丁寧な対応を心掛けます	高齢者に分かりやすく情報提供を行い、また７５歳以上の契約者には「対応内容記録表」に記録し検証することで、全社員が均一な対応ができる態勢としております
	③お客さまの声について ・声を真摯に受け止めサービスの改善を行っていきます	お客さまの声を月1回集約。社内での解決困難な事案は保険会社と連携を行い、適切な対応を追求していくことでサービスの向上に取り組んでいます
	④意向把握シートによる商品・サービスの提供 ・お客さまの資産状況や取引経験を把握して、最適な商品・サービスの提供を行っていきます	意向把握シートを用いて、適切な情報提供と最適な商品提案をしています。また最適な商品を提案するために社員の知識・商品提案力を高める教育を積極的に行っています
	⑤保険会社との関わり方 ・保険会社と定期的に情報交換を行い、お客様にふさわしい商品、サービスの提供、販売・推奨することが出来る態勢としています。	代理申請会社には、毎月の当社全体会議や経営会議に参加してもらい積極的に意見交換を行っています。他の保険会社とも定期的に対話を行い情報連携しています。
【方針5】 **従業員に対する適切な動機づけの枠組み等**	①会議体・研修等を活用した動機付け ・ＦＤ宣言会議の定期開催	2023年より毎月FD宣言会議を実施し、全社での取組となるように認識を深めています。具体的取組の検証や情報の連携などを含めて、テーマを決めて議論を行っています
	・全体会議・次世代ミーティング・MDミーティング（法人のお客さま対応）の開催	毎月第2金曜日の全体会議・隔週火曜日の次世代ミーティング・隔月開催のMDミーティングのなかで、現状把握・課題共有を行い適切な業務運営に役立てています
	②クラウドシステムの活用 ・DX推進	クラウドシステムにてスピード感ある情報（ツール）共有を行い、お客様への最適な提案に活用しています
ＫＰＩ	①資格取得者数 ・ファイナンシャルプランナー ・損害保険トータルプランナー	（募集従事者：71名）　＊2025年6月1日現在 保有者22名（取得率：31.0%） 保有者５名（取得率：7.0%）
	②契約者数	21,585名 法人2,009社、個人19,576名 ＊あいおいニッセイ同和調べ （2025年3月調査）
	③年間セミナー実施回数	2024年度　法人向け41回

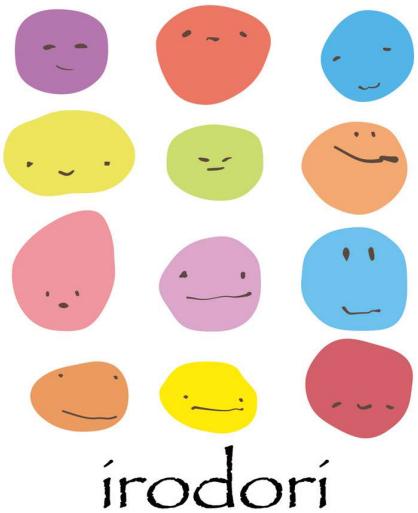
別紙

＜irodoriプロジェクトとは＞

障害のある方が生み出すアートの多くは、その施設内にのみ展示され、一般の方々の目に触れることなく作品としての役割を終えています。これらアートは本来、障害をお持ちの方の自己表現ツールのひとつです。描かれるアートは独自の世界観を有しており、もっと多くの人の目に触れて良いものであると確信しております。

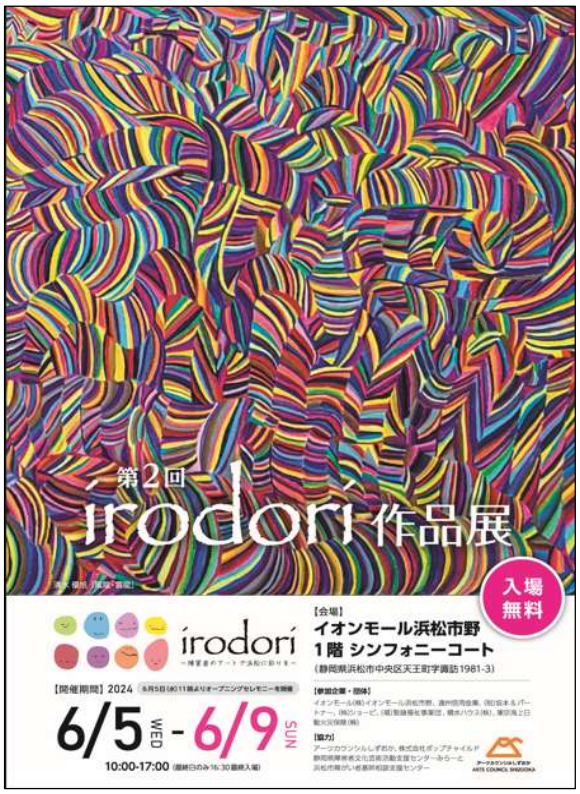
健常者は展示会やSNS等を駆使することにより比較的容易に表現の場を確保出来る一方で、障害をお持ちの方はサポート無しにはその機会を得ることが出来ません。私達のプロジェクトは障害者の埋もれがちなアートが多くの人の目に届く場の創設であり、新たな才能を地元から発掘することを目的としたプロジェクトです。

irodoriプロジェクト事務局
株式会社トップ　TEL：053-439-0335　Mail：info@top-insurance.co.jp



2023.5.17（水）～5.21（日）
会場　イオンモール浜松市野　シンフォニーコート

2024.6.5（水）～6.9（日）
第2回　irodori　作品展



2025.6.4（水）～6.8（日）
第3回　irodori　作品展