

お客様本位の業務運営に係る取組内容 について

私どもR & C株式会社（以下、当社）が、
お客様本位の業務運営を推進するために対応する、主な取組み内容は以下のとおりです。

方針1

【顧客の最善の利益の追求】

当社は、「リスクを再定義し、リスクにポジティブな社会を実現する」の理念のもと、「地域で一番あなたの未来を支える会社」になることをビジョンに掲げています。地域で最も信頼されるお客様一人ひとりのパートナーとして、お客様本位で最善の利益を追求し、お客様の未来を守ることに努めてまいります。

- 1 想いを形に、ベストプランを提案します。
なぜ保険に入るのか？その理由はお客様ひとり一人で異なります。また、保険は買う人と使う人が異なる商品、“お客様”はご契約者だけではありません。
高い倫理観のもとで、プロフェッショナルとしての知識・スキルを持った営業パーソンが、わかりやすい情報提供をするにとどまらず、ご契約者だけでなく、受取人、ご家族にもお会いし、内面深くにあるご意向をくみ取り、複数の保険会社の中から世界でたったひとつの保険をつくらせて頂きます。私たちはこの考え方、プロセスがなによりも重要と考えます。
- 2 「顧客の最善の利益の追求」の実現状況を確認するために、生保24か月継続率指標の目標値として97.0%を掲げています。お預かりした生命保険契約を長く継続頂くことは、ご意向をふまえた提案・わかりやすい情報提供により、お客様に満足頂いた結果と考えます。お客様より寄せられたご要望・ご意見・ご不満の声などは「お客様の声」として社内システムで集約・共有し業務運営に反映させていくことが重要と考えております。
また、「お客様の声」を保険会社と共有することによって、保険代理店と保険会社が連携し最適な保険商品の選択と情報提供を実現できるよう努めております。
- 3 当該方針に対応する取組状況を「お客様本位の業務運営に係る取組内容」としてとりまとめしております。役員・部長層を中心メンバーとするコンプライアンス委員会にて審議を行ったうえ、経営会議・取締役会へ報告を行い定期的に更新・公表致します。

方針2

【利益相反の適切な管理】

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管理・把握するための体制を整備し、維持・改善に努めてまいります。

- 1 ご契約をお預かりしてから短期間（入金回数6回以下）で消滅等の発生時は、「適切な募集」、「契約者保護」、「経営の健全性」等の観点からコンプライアンス上問題がある契約とみなされるおそれがあります。そのため、募集状況や発生原因を把握し、「不適切な募集が発生していないか」などといった確認・検証を行っております。
- 2 社内システムにて、各拠点長がご契約内容の確認・指導を行っております。確認・検証の結果、万が一不適正な募集が発覚した場合は、コンプライアンス委員会で審議のうえ誠実・迅速に対応すべく体制の整備に努めております。

方針3

【手数料等の明確化】【重要な情報の分かりやすい提供】【顧客にふさわしいサービスの提供】

お客様への情報提供、ご提案にあたっては、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さまにご理解いただけるよう分かりやすく提供します。

- 1 (1) 生命保険：取扱実績、保有契約件数、お客様本位の業務運営の為の態勢整備支援・連携等総合的に勘案し、『東京海上日動あんしん生命保険株式会社』を推奨保険会社としております。お客様にとって推奨保険会社商品を軸に、お客様ご意向に合致した最適商品が容易に、分かりやすく理解できる説明を行います。
(2) 損害保険：取扱実績、事務処理、事故対応など総合的に勘案し、東京海上日動火災保険株式会社を推奨保険会社としております。
*ご希望された保障（補償）分野に推奨保険会社の商品が無い場合は、保障（補償）分野ごとの販売件数上位商品（定期的に見直しを実施）をお勧めしております。
- 2 外貨建保険、変額保険の販売について（特定保険契約）
各保険会社の説明資料（契約概要・重要事項説明書・契約のしおり・約款）を用いリスク説明やお客様が負担する手数料について、正しくご理解いただけるよう丁寧に説明し当該商品についてご理解を深めていただけるよう努めております。
- 3 70歳以上のお客様対応について
当社は70歳以上を「ご高齢のお客様」として、誤解を招かないよう丁寧に説明しご理解いただけるようわかりやすく説明いたします。また社内ルールとして、ご親族の方の同席と複数回の面談を徹底しております。

- 4 代理店独自の「取扱報告書」を用いて、お客様の資産状況や投資経験、金融知識及び取引目的・ニーズを適切に把握します。また、当初のご意向と最終のご意向に相違がないか、「申込前チェックシート」を使用して確認しております。

方針4

【従業員に対する適切な動機付けの枠組み等】

長期にわたりお客様をお守りし続けるためには、一人ひとりの社員がこの仕事を継続していくこと、そして会社が継続していくことが何よりも重要だと考えます。そのために、私たちは、教育・研修制度の充実、ならびに適切な評価制度により相互研鑽を促し、プロフェッショナルとしての社員の成長を後押しし続けます。

- 1 当社は、営業職員がお客様のご意向に対応した商談や商品内容の理解を深められるように、社内研修システム・掲示板を常時閲覧可能にするとともにスキルアップ研修等を行っております。
- また保険会社による商品研修を定期的に行うことによって商品の理解を深め、各社の取り組みについて情報提供していただくことによって保険商品の組成を深く理解し、お客様の最善の利益を実現できるよう努めております。
- 2 また当社では毎週月曜日にオンラインで全社朝礼を行っております。社長が進行を務め、お知らせや実績を発表し社員同士で拍手を送り喜びを分かち合うのはもちろん、事例共有もしております。「Be Collective, Be Professional」の企業理念のもと、個人としても組織としても、力を発揮できる環境づくりに取り組んでおります。

・当社は「お客様本位の業務運営に係る方針」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（これらに付されている（注）含む）の内容との対応関係を以下のとおり公表いたします。

掲載・更新年月日:

2025年7月1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		R&C株式会社		
■取組方針掲載ページのURL:		https://www.randcins.jp/solicitation/		
■取組状況掲載ページのURL:		https://www.randcins.jp/solicitation/		
原則	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1-1	方針1-2、1-3
	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1-1、1-2	方針1-2
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	方針2-1、2-2
	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、資産の運用先として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1-1	方針3-1
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。	実施	方針3	方針3-2
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	方針3-3、3-4
	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、その具体的な内容（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	方針1-1、3-1、3-2
	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なよう、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同じ。）	非該当	代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等はしていないため	代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等はしていないため
	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	方針3-2、3-3、3-4
	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、顧客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、顧客において同様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と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	方針3-2、3-4
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	方針3-2	
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3	方針3-1、3-4
	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3	方針3-1、3-4
	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。	非該当	代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等はしていないため	代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等はしていないため
	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。	非該当	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	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3	方針3-2、3-3、3-4
	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3 方針4	方針3-1 方針4-1
	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、製品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1	方針1-2
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り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	方針4-1	

原則7	注	【従業員に対する適切な勤働づけの枠組み等】 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勤働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。 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げ代りに譲る代替案の内容について、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4	方針4-1 方針4-2
	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げ代りに譲る代替案の内容について、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1-3	方針4-2
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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	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てプロダクト・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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	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しPDCAサイクルを確立すべきである。	非該当	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
補充原則3	注1	【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。 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こと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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	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、取引経緯、知識及び取引目的、ニーズ等を踏まえ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、資本設備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。複雑な金融商品や運用・分配手法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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	注3	金融商品の組成に携わる金融事業者は、製品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施把握のための調査に取り組みすべきである。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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
補充原則4	注1	【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、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、製品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を活かしていくべきである。	非該当	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	注2	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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	注3	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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
補充原則5	注1	【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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	注2	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顧客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な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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため
	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	代理店として金融商品の組成は実施していないため	代理店として金融商品の組成は実施していないため

【照会先】

部署	業務管理部
連絡先	https://www.randoin.jp/contact

以上