



一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする

ちばぎん

2025年度 「お客さま本位」の業務運営の 取組状況

2026年7月1日

株式会社千葉銀行

The ChibaBank, Ltd.
FIDUCIARY DUTY

I	ちばぎんグループ「お客さま本位の業務運営に関する方針」と7つの取組方針	3
II	取組方針ごとの取組状況（KPIの状況）	
1.	「お客さまの話をよく聴き、お客さまをよく知り、お客さまに寄り添います。」	4
2.	「お客さまの『思いの実現』、『課題の解決』、『豊かなライフスタイルの実現』のため、お客さま一人ひとりにふさわしい提案を行います。」	5
3.	「お客さまの目線に立った透明性のあるわかりやすい的確な説明と適時適切なアフターフォローを行います。」	1 1
4.	「『お客さまに寄り添うパートナー』としてライフスタイル等の変化に合わせた情報の提供を行います。」	1 3
5.	「お客さまの最善の利益の実現に資する商品・サービスのラインアップを構築します。」	1 4
6.	「上記の実現のための従業員のスキルアップに向けた体制を整備します。」	1 6
7.	「お客さま本位の実践に向けた組織文化を醸成し、その状況を検証してまいります。」	1 7
III	お客さまからのご意見	2 0

パーパス

一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする

ビジョン

地域に寄り添う エンゲージメントバンクグループ

わたしたちは、パーパス・ビジョンの実現・実践のため、行動原則「三つの誓い」を、千葉銀行グループのすべての業務・サービスの提供における行動軸・判断軸としています。

また、「三つの誓い」のもと、お客さまの最善の利益を実現するため、次の取組方針を定めています。



お客さまの最善の利益を実現するための取組方針

- ① 「お客さまの話をよく聴き、お客さまをよく知り、お客さまに寄り添います。」
- ② 「お客さまの『思いの実現』、『課題の解決』、『豊かなライフスタイルの実現』のため、お客さま一人ひとりにふさわしい提案を行います。」
- ③ 「お客さまの目線に立った透明性のあるわかりやすい的確な説明と適時適切なアフターフォローを行います。」
- ④ 「『お客さまに寄り添うパートナー』としてライフスタイル等の変化に合わせた情報の提供を行います。」
- ⑤ 「お客さまの最善の利益の実現に資する商品・サービスのラインアップを構築します。」
- ⑥ 「上記の実現のための従業員のスキルアップに向けた体制を整備します。」
- ⑦ 「お客さま本位の実践に向けた組織文化を醸成し、その状況を検証してまいります。」

各方針にもとづいて、金融商品業務における具体的な取組み（アクションプラン）を別途定め、これらに沿った業務遂行を行っています。

1.

「お客さまの話をよく聴き、お客さまをよく知り、お客さまに寄り添います。」

お客さまを知る/お客さまに寄り添う

私たちの活動は、「三つの誓い」のとおり、お客さまの「思い」の実現、「課題」の解決、「豊かなライフスタイル」の実現がゴールであり、言い換えると、お客さまの「思い」「課題」「ライフスタイル」を把握することがスタートです。

このために、お客さまのお話をよく聴き、お客さまをよく知り、お客さまに寄り添うことが重要と考えており、**お客さまのあらゆるご相談に対応できる「個人総合コンサルタント」の育成**を進めています。

お客さまからは、「対応が親切・丁寧」、「信頼できる・安心できる」といった点について評価をいただいています。→「III お客さまからのご意見」

お客さまの人生に寄り添い、ゴールやニーズ、課題や不安を共有したうえで、幅広いソリューションを提供する「個人総合コンサルティング」の実現に向け、2026年1月、提案ツール「おかねのバスケット」の機能を強化しました。

今回の機能強化のポイントは次の二つです。

1. 「ライフプランシミュレーション」機能の導入【図表1】

収入、生活費、将来の支出見込み、希望するライフイベントなどを入力し、生涯にわたる資産残高の推移をシミュレーションします。

2. 保険提案機能の追加

シミュレーション結果にもとづき、投信（運用）・保険（保障）のワンストップの資産提案が可能です。

【ライフプランシミュレーションイメージ】

【図表1】



2. 「お客さまの『思いの実現』、『課題の解決』、『豊かなライフスタイルの実現』のため、お客さま一人ひとりにふさわしい提案を行います。」

お客さまにふさわしいご提案

投資信託

お客さまの最善の利益の追求のため、お客さまをよく知り、ゴール（ありたい姿・目標・夢）やニーズ、課題や不安を共有したうえで、

①「おかねのバスケット」を活用するなどにより、資産分散と時間分散を図ったご提案を実施しました。この結果、KPIは以下のとおりとなりました。（カッコ内は前年比）

おかねのバスケットの販売率
（店頭でのおかねのバスケットを通じた投資信託販売額の割合） 55.9%（+0.3%）

複数ファンド保有率
（複数の投資信託をお持ちのお客さまの割合） 60.2%（+1.3%）

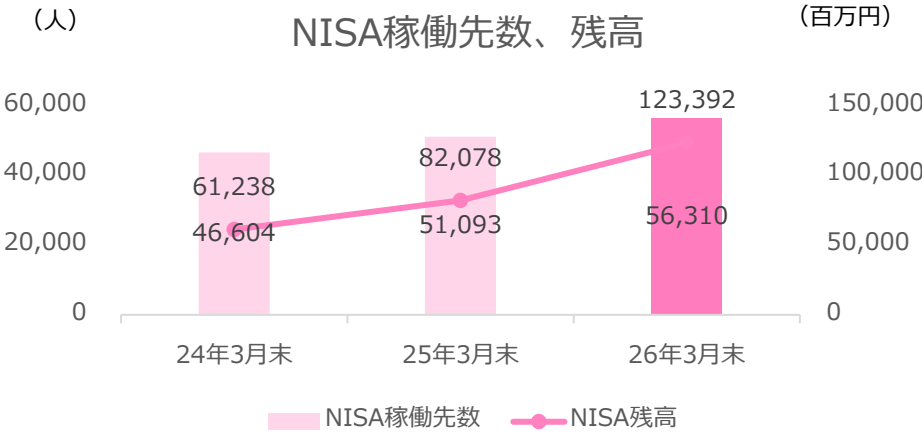
解約率
（投資信託平均残高に対する年換算解約額） 15.9%（▲1.5%）

②長期国際分散投資に最適な、NISAのご相談にも積極的に対応しました。この結果、KPIは以下のとおりとなりました。【図表 2】（カッコ内は前年比）

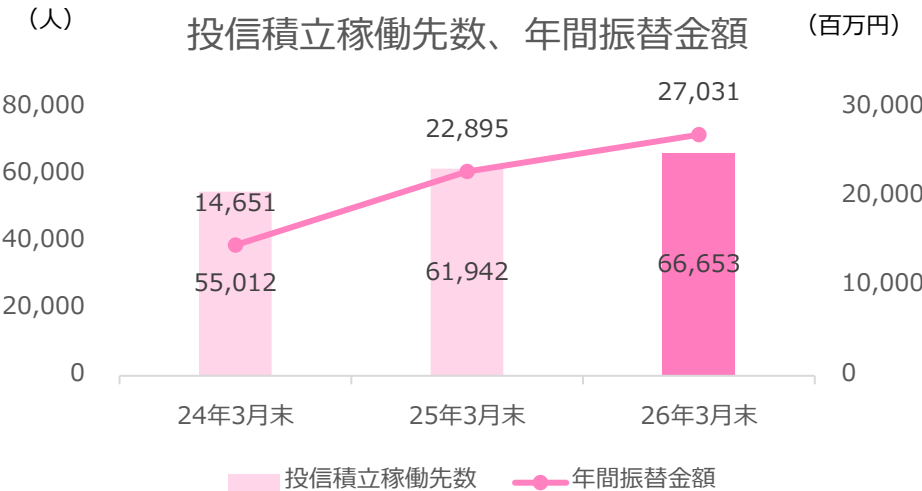
NISA稼働口座先数(2025年度NISA枠利用先) 56,310件（+10.2%）

NISA残高 123,392百万円（+50.3%）

【図表 2】



【図表 3】



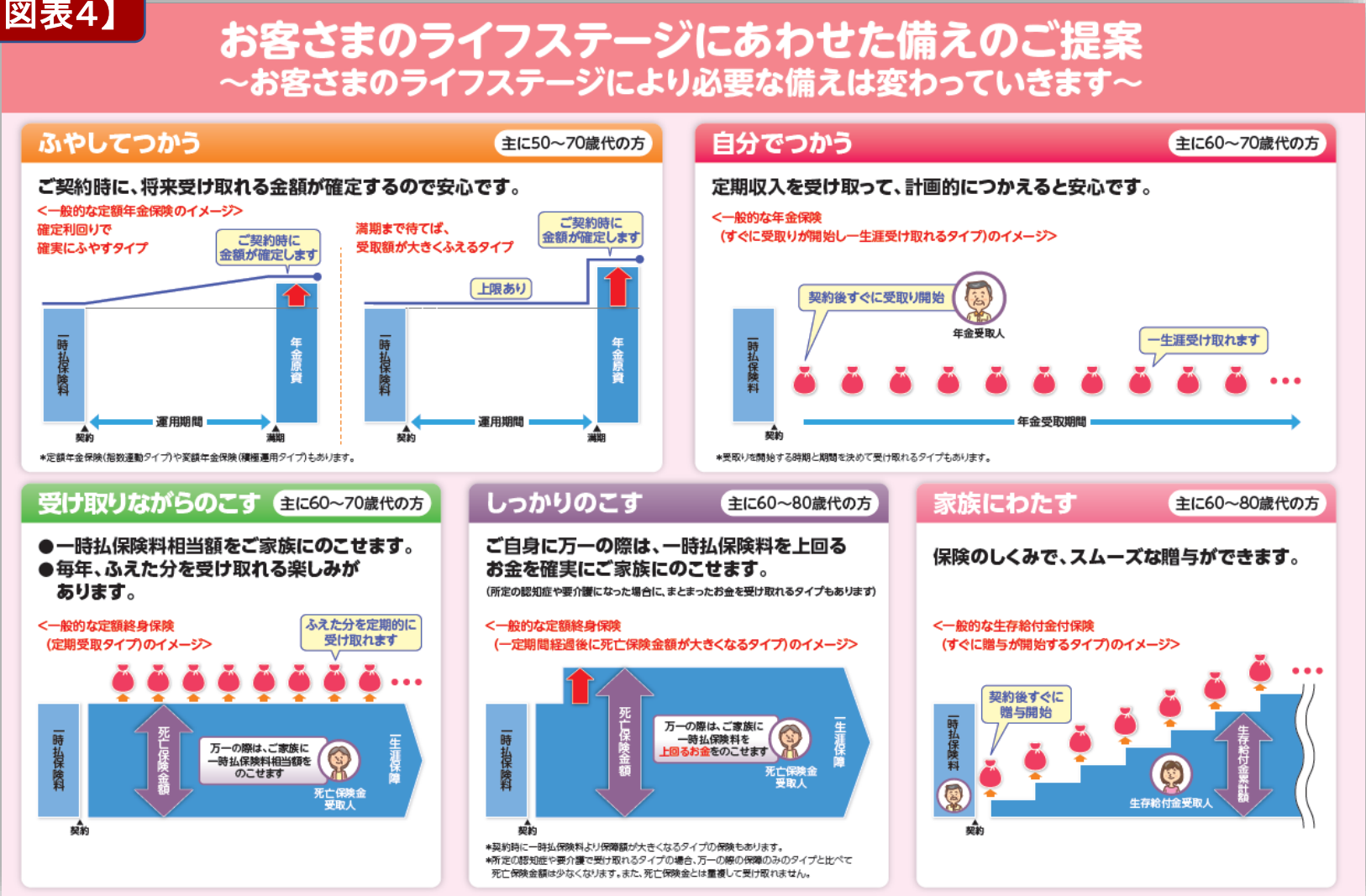
また、投信積立稼働先数・年間振替金額は【図表 3】のとおりです。

2. 「お客さまの『思いの実現』、『課題の解決』、『豊かなライフスタイルの実現』のため、お客さま一人ひとりにふさわしい提案を行います。」

保 険

お客さまの最善の利益の実現に向け、お客さまのライフステージに合わせた保険商品の提案を行っています。【図表4】
外貨建一時払保険のご提案の際に、お客さまが他商品と比較して検討していただくための資料「外貨による運用をご検討のお客さまへ」を2023年12月より導入しました。

【図表4】



2. 「お客さまの『思いの実現』、『課題の解決』、『豊かなライフスタイルの実現』のため、お客さま一人ひとりにふさわしい提案を行います。」

利益相反の適切な管理への取組み

「グループ会社販売比率」や販売動向のモニタリングにより、特定の商品に偏った販売が行われていないか、適切な検証を実施しています。

◎2025年度のグループ会社販売比率（ちばぎんアセットマネジメントの組成する投資信託の販売比率）は、8.1％（前年同期比＋3.6％）です。

◎投資信託の預り残高上位20銘柄と、外貨建保険の販売上位20銘柄は、【図表5－1】のとおりです。

◎投資信託上位20銘柄のコスト・リターン、リスク・リターン、および外貨建保険上位20銘柄のコスト・リターンは【図表5－2】のとおりです。

お客さまへの提案・販売の適切性を、お客さまのご申告等にもとづいて販売システム上でチェックするほか、内部管理責任者等がチェックする体制としています。特に、投資がはじめてのお客さまやご高齢のお客さま等については、より慎重に判断する体制としております。

内部管理責任者の研修や注意事項を伝達する会議を複数回実施して、スキルや判断力の向上を図っています。

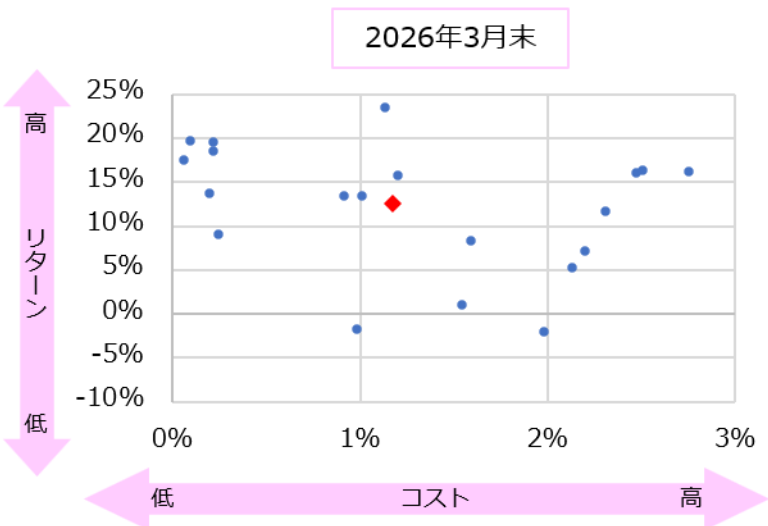
【図表5－1】投資信託の預り残高上位20銘柄

2026年3月末	
1 分散名人	11 eMAXIS Slim全世界株式（オール・カントリー）
2 つみたて日本株式	12 SMTAMダウ・ジョーンズ インデックスファンド
3 つみたて先進国株式	13 ニッセイ/パトナム・インカムオープン
4 アムンディ日経平均オープン	14 日経平均高配当利回り株ファンド
5 投資のソムリエ	15 ニッセイJ-REITファンド
6 eMAXIS Slim米国株式	16 つみたて8 資産バランスファンド
7 netWIN GSテクノロジー株式ファンド Bコース(為替ヘッジなし)	17 リスク抑制世界8 資産バランスファンド
8 インデックスファンド225	18 ファイン・ブレンド（資産成長型）
9 つみたて米国株式（S&P500）	19 次世代通信関連 世界株式戦略ファンド
10 ピコテックグローバル・インカム株式ファンド（毎月分配型）	20 ラサール・グローバルREITファンド(毎月分配型)

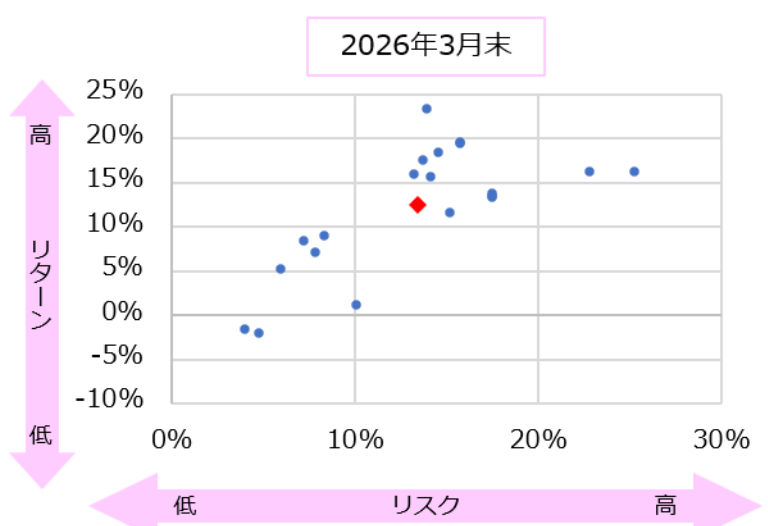
【図表5－1】外貨建保険の販売上位20銘柄

1 プレミアレシーブ	11 プレミアストーリー 3
2 サニーガーデンEX	12 ファイブ・ステップUS
3 やさしさ、つなぐ	13 外貨建エブリバディプラス
4 プレミアプレゼント	14 えがお、ひろがる
5 しあわせ、ずっと	15 たのしみ、ずっと
6 プレミアストーリー 2	16 ロングドリームGOLD 2
7 10年先へのプレゼント	17 ビーウィズユー（豪ドル建）
8 ふるはーとJロードグローバル	18 ふるはーとJロードグローバル II
9 プレミアカレンシー・プラス 2	19 しあわせ、ずっと 2
10 ロングドリームGOLD	20 プレミアジャンプ 2・終身(外貨建)

【図表5-2】投資信託の預り残高上位20銘柄のコスト・リターン、リスク・リターン《共通KPI》

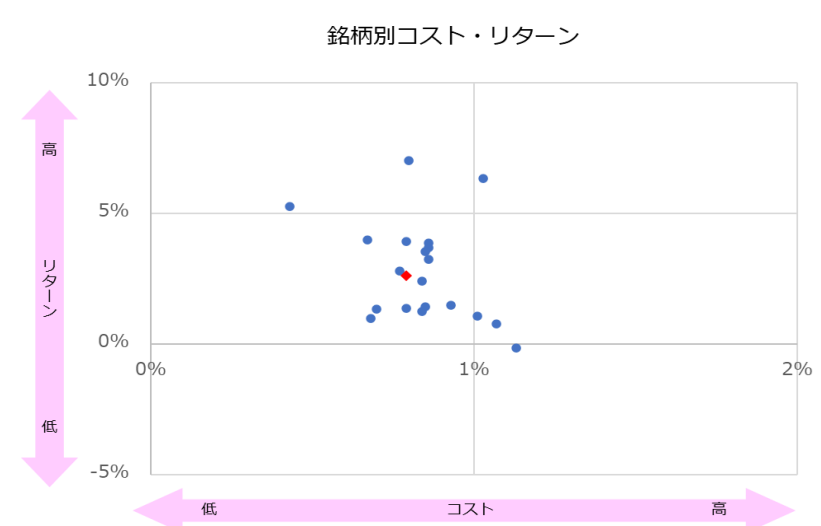


◆残高加重平均値	コスト	リターン
	1.17%	12.44%



◆残高加重平均値	リスク	リターン
	13.44%	12.44%

【図表5-2】外貨建保険の販売上位20銘柄のコスト・リターン《共通KPI》

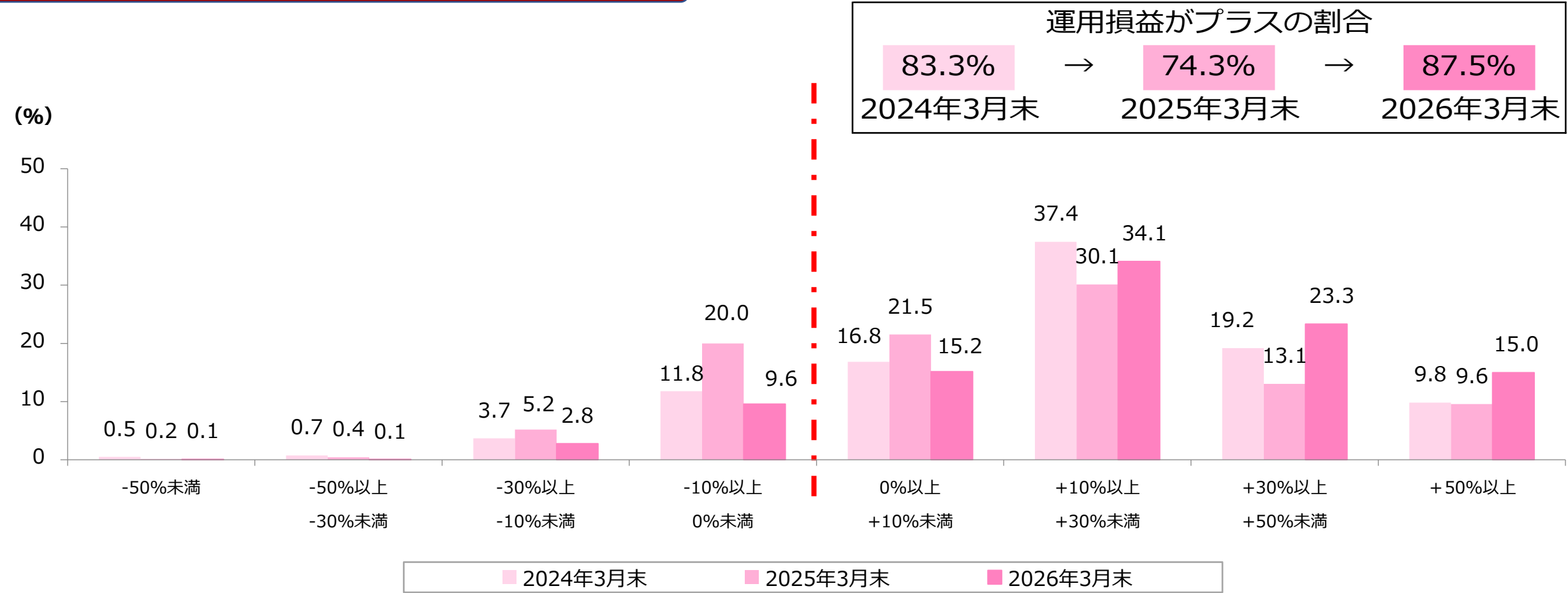


◆残高加重平均値	コスト	リターン
	0.66%	3.16%

2. 「お客さまの『思いの実現』、『課題の解決』、『豊かなライフスタイルの実現』のため、お客さま一人ひとりにふさわしい提案を行います。」

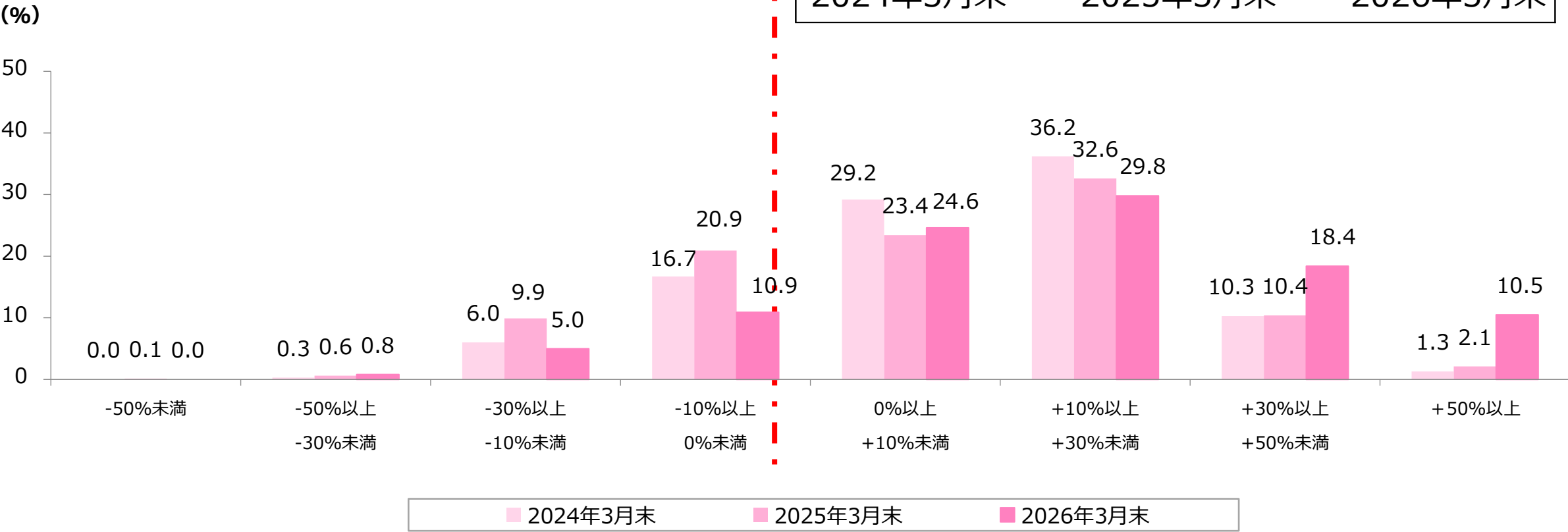
これらの取組みの結果、運用損益別顧客比率は【図表 6】のようになっています。

【図表6－1】投資信託の運用損益別顧客比率《共通KPI》



【図表6－2】保険 運用損益別顧客比率《共通KPI》

運用損益がプラスの割合
77.0% → 68.5% → 83.3%
2024年3月末 2025年3月末 2026年3月末



お客さま面談録音

お客さまへの商品の説明にあたっては、お客さまのご同意をいただいたうえで、職員の説明やお客さまの発言を含め録音し、お客さまへのご説明の適格性の担保や品質の向上に役立てています。

録音のご同意をいただけなかったお客さまに対しては、職員の潜脱行為の防止のため、内部管理責任者がお客さまのご意向であったことを確認させていただきます。

録音の実施率は 90%です（2026年3月月中平均）

お客さまの意向に即した適切なアフターフォロー

重点的にアフターフォローを行う基準を定め、その実施状況を本部でモニタリングしています（2025年度実施状況は100%）。また、「おかねのバスケット」の「見守り機能」等を活用したアフターフォローを徹底し、相場の急変・悪化などの市場動向やお客さまのご希望・運用状況に応じた適時適切なアフターフォローを実施しています。

《重点アフターフォローの実施基準》

投資信託や外貨建保険の一定の損失発生先、高齢のお客さまの投資信託保有先 など

《おかねのバスケットの見守り機能》**●ポートフォリオに対する**

「預り損益アラート」・・・現在の時価評価から、所定の割合（しきい値）の増加、または減少があったときにお声かけします。

「資産配分アラート」・・・ポートフォリオの資産配分が所定の割合（しきい値）以上に変動があったときにお声かけします。

※所定の割合（しきい値）は、お客さまのご希望に応じてあらかじめ設定・変更します。

●面談頻度に対する「定期面談アラート」・・・お客さまのご希望の周期で、お声かけします。

ちばぎん 一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする

お客さまとの 会話についての録音のお願い



- 株式会社千葉銀行(以下「当行」といいます。)では、今後のお客さま対応の品質向上および商品・サービスの充実のため、お客さまとの会話を録音させていただきます。
- 録音した音声内のお客さまの個人情報につきましては、裏面に記載の利用目的に必要な範囲でのみ利用させていただきます、それ以外の目的には利用いたしません。
- なお、機器トラブル等不測の事態により録音できていない場合がございますが、あらかじめご了承ください。

※録音についてご了解いただけない場合、後日当行からお電話等でお申込手続きの状況についてご確認させていただきます場合がございます。ご協力をお願いいたします。



4. 「お客さま寄り添うパートナー」としてライフスタイル等の変化に合わせた情報の提供を行います。

地域の金融リテラシー向上への取り組み

地域のお客さまの金融リテラシー（金融知識）の向上に資する取組みとして、金融や投資に関するセミナーやお取引先事業者様の職場にお伺いして実施する「職域セミナー」を継続的に実施し【図表 8】、お客さまに幅広い情報をタイムリーにご提供いたしました。

【図表 8－1】

2025年度 大規模セミナー・オンラインセミナー

日時	セミナー内容	開催方法	参加者数
4月19日	千葉・横浜パートナーシップ合同「松木安太郎さんと考えよう！ ～NISAで資産運用～」	オンライン	57
11月29日	千葉・横浜パートナーシップ合同「家族で考える介護と費用 ～介護の実例から学ぶ、家族を守るための賢い対策～」	オンライン	100
2月13日 14日	TSUBASAアライアンス共同開催「iDeCoセミナー」	オンライン	123

実施回数

	2025年度上期	2025年度下期
営業店長主催セミナー	90	51
職域NISAセミナー	334	257

【図表 8－2】

一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする

ちばぎん

オンライン開催 家族で考える 参加費 無料

介護と費用

～介護の実例から学ぶ、家族を守るための賢い対策～



介護が必要になった際の「金銭的負担」や「ご家族の負担」、認知症による問題、財産管理上のトラブルについて、介護の現場に携わる講師が実例を交えて解説いたします。

お客さまにふさわしい商品をご提案するための取組み

お客さまにふさわしい、最適な商品を取り揃えるための体制

- 商品ラインアップに関する基本的な考え方を踏まえた方針や具体的な新商品導入を、経営陣が関与する会議で決定します。
- 複数の外部評価機関より、商品ラインアップ構成や商品導入プロセスの適切性評価を受けるとともに、個々の商品の定量・定性評価データやデューデリジェンス評価の提供を受けて、商品の選定に活用しています。
- 商品導入後も、モニタリングを関連各部署で実施し、また、上記外部評価機関による個々の商品の定量・定性評価データ等を踏まえ、商品改廃を実施しています。
- 投資運用会社や保険会社等の商品の組成会社との間で、想定する販売対象顧客層や実際に購入している顧客データ等の情報交換や組成会社におけるガバナンス体制等の情報提供を受けたりするなどの連携を強化しています。

※当行は、投資信託や保険の商品組成・他社への提供は行っていないので、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」中の、原則6（注3）前段および「プロダクトガバナンスに関する補充原則」各項目については非該当としております。

お客さまにふさわしい、最適な商品を取り揃えるための基本的な考え方

投信・・・対面では、常に質の高いポートフォリオ提案（資産分散提案）が行えるよう、「シンプルで低コストのインデックスファンド」「運用成績が優秀なアクティブファンド」「NISA制度を活用できるファンド」等を取り揃え、定期的に入替、見直しを行っています。

ちばぎんアプリでは、資産形成層や現役層のお客さまをメインターゲットととらえ、「手軽さ・ノーロード・つみたて投資」をコンセプトに「ノーロードファンド」、「低コストのインデックスファンド」、「非対面チャネル専用ファンド」等を取り揃え、定期的に入替、見直しを行っています。

保険・・・多様化するお客さまのライフステージに対応した商品を取り揃えております。新商品を採用する場合は、同一カテゴリー内の既存商品と保障内容や機能を比較検討リスクや導入効果等を検証したうえで導入していきます。

お客さまにふさわしい、最適な商品をご提案する体制

投信・・・資産形成を希望されるお客さまに対し、お客さま毎のリスク許容度に応じたリスクカテゴリーに属する商品をご提案する体制としています。

保険・・・商品の特徴（保障内容、機能等）や意向把握の結果を踏まえ、個々のお客さまの有するニーズに合致する商品をご提案する体制としております。

5.

お客様の最善の利益に資する商品・サービスのラインアップを構築します。

2025年度 商品採用、店頭取扱中止の実績

投資信託

2025年度はファンドの採用はせず、償還対応により3ファンド4コースを店頭販売中止としました。

採用	店頭取扱中止
該当なし	【原則IBへ変更】 ●グローバル変動金利債券ファンド（毎月分配型）＜愛称：ヘンリー毎月＞ ▽円ヘッジありコース ▽円ヘッジなしコース ●ハイブリッド・インカムオープン ●三菱UFJ欧州ハイイールド債券ファンドユーロ円プレミアム （毎月分配型） ＜愛称：ユーロスター・プレミアム＞

保 険

2025年度は、専門店ラインアップを拡充しました。

専門店ラインアップは、既契約分析・保障見直し等、より深いコンサルティングを求めるお客様に対応するラインアップとしており、医療、がん、特定疾病、介護、認知症、定期、収入保障、就業不能といった保障性商品を中心に取扱商品を拡大しております。

採用	店頭取扱中止
【営業店ラインアップ】 なし 【専門店ラインアップ】 ●健康をサポートする医療保険 健康のお守りハートワイド （SOMPOひまわり生命） ●介護保険Cセレクト （三井住友海上あいおい生命） ●死亡・介護障害選択型収入保障保険 （三井住友海上あいおい生命）	【営業店ラインアップ】 なし 【専門店ラインアップ】 ●新しい形の医療保険REASON （アフラック）

6. 上記の実現のための従業員のスキルアップに向けた体制を整備します。

「知識と意識」を兼ね備えた人材の育成

「パーパス」を実現するために必要となる人材の考え方を基に「人材育成方針」を制定しており、この方針に従い、役職員一人ひとりの力を高め、お客さまへの新たな価値の創造や地域社会の持続的発展に繋げていく人材を育成する取り組みを実施しています。

「最高の顧客体験」の創造

個人のお客さまの「最高の顧客体験」を創造する「個人総合コンサルタント」の育成を進めています。三つの顧客体験（「人生設計」、「資産形成」、「資産承継」）の創造を目的に、お客さまの人生の重要な局面をトータルでサポートするご提案・サービス提供ができるよう、ディスカッションやロールプレイングを通じた実践型の育成研修を実施しています。

一人一人の能力の底上げ

業務知識やスキルを習得するための取り組みとして、オンライン上の企業内大学「ちばぎんアカデミー」を開校しています。7,000本を超えるコンテンツを用意し、職員がいつでも・どこでも学習が出来る環境を整備するとともに、一人ひとりの担当業務やレベルに合わせた育成を行っています。

金融のプロフェッショナルとして相応しい専門知識・スキルを有する人材育成の一環として、資産形成コンサルタント（2024年4月からの認定資格）の資格取得を推奨しています。資格取得者数は、2025年度末で982名です。

また、個人ビジネスの各分野（「資産形成」「資産承継」「住宅ローン」）において、ライフステージやニーズの変化を踏まえた総合的な提案ができる人材を「個人総合アドバイザー」として認定しています。本制度を通じて、職員一人ひとりの専門性向上を図るとともに、お客さま本位の提案実践と担当者のモチベーション向上につなげています。

グループ人材育成方針		
ちばぎんグループ人材育成方針 「共に走り続ける人に。」		
3つの コア要素	考え抜け	何事も自ら考え抜き、行動や挑戦をする
	自分の強みを持て	自分なりの強みや専門性を持つ
	仲間を増やせ	人と繋がりながら成し遂げる

適切な動機づけ

お客さま本位の実践に向けた組織文化の醸成

収益目標の廃止等の評価体系

お客さまの声・評価を活かす取り組み

適切な牽制と検証

顧客面談録音

内部監査部門による監査

エンゲージメントサーベイなどによる意識調査

定量指標(KPI)の検証

お客さま本位の
実践

お客さま本位の実践に向けた組織文化の醸成

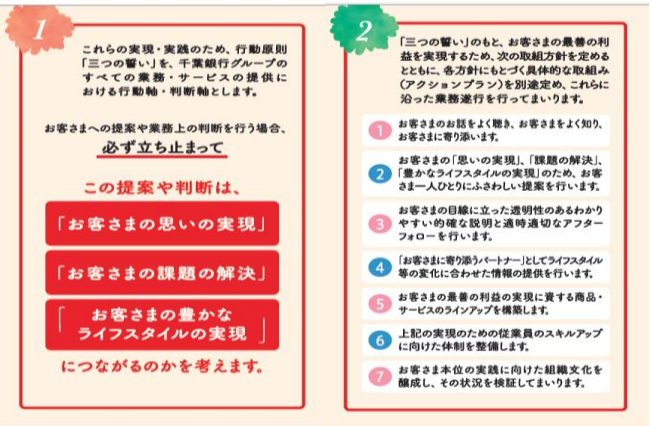
2025年7月に「『お客さま本位』の業務運営に関する方針（FD方針）」を改定し、行動原則「三つの誓い」を千葉銀行グループすべての業務・サービスの提供における普遍的な行動原則であることを明確化し、グループ役職員に携帯型のカードを配布しました。【図表 9－1】

業務改善命令を受けたことをグループ全役職員が忘れることなく、「お客さま本位」の業務運営に対する意識を高め定着させるため、毎月23日を「F D の日」と定め、役員ビデオメッセージの配信・視聴を2023年12月より継続実施しています。【図表 9－2】

【図表9－1】



【図表9－2】



お客さま本位の取組好事例を全行的に検討し共有する観点から、「FD特別表彰」を実施しています。

「FD特別表彰」

- ✓ 各部室店、グループ会社より、「三つの誓い」（お客さまの思いの実現、課題の解決、豊かなライフスタイルの実現）の実践事例を報告。
- ✓ 本部にて報告事例のなかから19事例(営業店10事例、本部・グループ会社・ちばぎん証券各3事例)を選定し、役職員の投票により、各部門ごとに優秀事例を決定。

< 2025 年 上期 > FD 特別表彰 最終候補事例

千葉銀行
営業店部門①
長洲支店
我孫子支店
市川支店
船橋支店
真砂支店



収益目標の廃止等の評価体系

業績評価体系について、お客さまの最善の利益の追求（FDの実践）を担保する観点から次のような変更を実施しています。

- 個人のお客さまに関する収益目標の廃止（2023年度下期より）
- 業績目標を自主申告目標に変更（2024年度下期より）
- 表彰基準を営業店規模ごとの相対評価から絶対評価へ変更（同上）
- お客さまへのコンタクト（活動量等）を評価する項目を拡大。

お客さま声・評価を活かす取組み

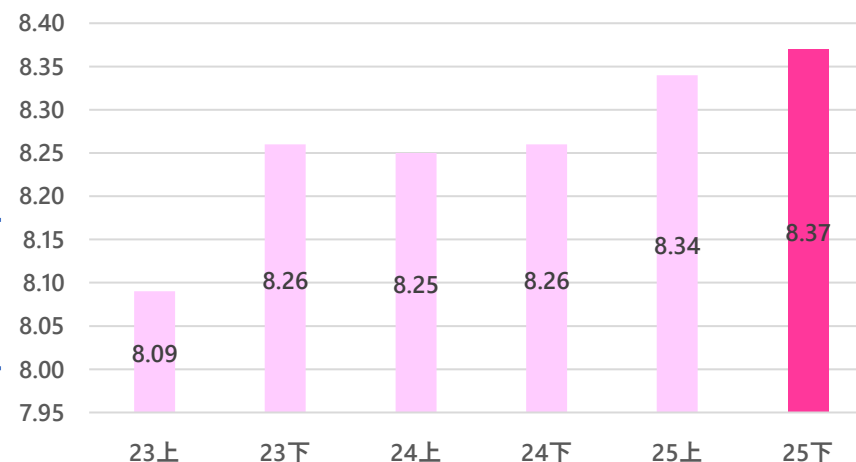
2023年10月より、投資信託・保険を購入、または解約されたお客さまへのアンケートを毎月実施しており【図表10】、2023年度下期より、営業店の業績評価においてお客さま満足度を評価項目として評価に反映しています。

※自由意見で寄せられた評価については 『Ⅲ お客さまからのご意見』参照

お客さまの声（苦情・要望・お問い合わせ）を収集・分析するためテキストマイニングツールを導入しました。（2024年9月）

以上の取組みにより、「お客さまのお役に立つ」意識とお客さま満足度の継続的な向上を図っています。

【図表10】 お客さま満足度アンケート



25下実績
郵送先 10,666
返送先 3,959
返礼率 37.1%

※受付担当者の総合的な満足度を0～10点で評価

7. お客様本位の実践に向けた組織文化を醸成し、その状況を検証してまいります。

顧客面談録音

商品提案時のお客様との会話の録音システムを導入（2024年8月）するとともに、録音対象業務の拡大を進めることで、お客様本位の提案・説明等が行われているかについての検証に活用し、牽制機能の強化を図っています。

内部監査部門による監査

内部監査部門において全店への「カルチャー監査」を実施し、営業現場におけるお客様本位の営業活動やそのプロセスを検証し、問題点や課題について経営陣に報告しています。

エンゲージメントサーベイなどによる意識調査

役職員の行動の判断軸となる「パーパス」「ビジョン」やお客様本位の業務運営の浸透度合いを職員向けの「エンゲージメントサーベイ」、「コンプライアンス・アンケート」等により測るとともに、2024年度上期より、お客様本位の行動を評価する人事評価制度の運用を開始しました。今後も継続的な観測を行い、更なる浸透・定着に向けた施策の導入・改善に役立てていきます。

定量指標（KPI）の検証

FDの実践・浸透に向け、FDに関する定量指標（KPI）を定期的にモニタリングしているほか、行員への聞き取り調査などをつうじた定性的な評価も実施し、それらを踏まえた必要な改善を行っていきます。

FDに向けた行動・意識	お客様に対する成果	お客様からの評価
・グループ会社販売比率 ・投信解約率 ・資産運用コンサルタント保有者数 ・セミナー実施数	・運用損益別顧客比率(投信・外貨建保険)【※】 ・複数ファンド保有率 ・投信積立保有者数・自振額 ・NISA稼働口座数・残高 ・投信残高上位20銘柄のコスト・リスク・リターン【※】 ・外貨建保険上位20銘柄のコスト・リターン【※】	・お客様満足度アンケート

（※）金融庁から公表された「投資信託の販売会社における比較可能な共通KPIについて」(2018年6月)、「外貨建保険の販売会社における比較可能な共通KPIについて」(2022年1月)に基づく指標です。

投資信託・保険を購入（加入）、または解約されたお客さま全員に実施しているアンケートにおける、自由記述意見『担当者の提案や対応について、ご意見などがございましたらお聞かせください。』に対するご意見等を、AIにより分析したものです。

分析対象期間等：2025年4月から2026年3月までの返信分 郵送送付総数 25,404件 返送数7,866件 回答率31.0%
うち、上記の自由記述があるもの（「特になし」等も除く） 3,819件（48.6%）

ポジティブ意見（お褒め・肯定 等）

1,945件（50.9%）

中立

1,720件（45.0%）

ネガティブ意見（ご指摘・否定・批判 等）

154件（4.0%）

※「中立」の分類例
明確な満足・不満の表明がない
特段の評価語がなく、事実経過のみ
一部肯定または否定要素があるものの、評価が拮抗

ポジティブ意見（お褒め・肯定等）の概要

テーマ

代表的なご意見

説明が丁寧・わかりやすい

「わかりやすく丁寧に説明してくれて、安心して進められました」

対応が親切・丁寧

「知識のない私に、嫌な顔もせず丁寧に手続きを進めてくれて信頼できました」

信頼できる・安心できる

「信頼できるので安心して任せられます」

要望に沿った提案・的確なアドバイス

「こちらの状況に合わせて比較しながら提案してくれて納得できました」

迅速な連絡・フォロー

「必要な時にタイムリーに連絡があり助かりました」

ネガティブ意見(ご指摘・否定・批判 等)の概要

テーマ

代表的なご意見

担当者の交代・異動が多い

「担当者の異動が早いように思います。」「担当者が度々変わるので落ち着かない」

説明不足・知識不足／分かりにくい

「質問内容（説明）が分かりにくい／説明不足と感じた」

手数料・商品・損失などへの不満

「投資で損した...不安なので全て解約しました。」

対応・態度が不満（強引/事務的/雑）

「異動が決まっているため、対応が雑...残念であった。」

連絡・アフターフォロー不足

「担当者が変わった連絡は来たが、その後1度も連絡がないのでよくわからない。」

上記のご指摘等について、真摯に受け止め、様々な改善につなげています。

引き続き、お客さま対応の品質向上に努めてまいりますので、忌憚のないご意見を賜りますようお願い申し上げます。