

「お客さま本位の業務運営」に関する基本方針

I 「お客さま本位の業務運営」の徹底と企業文化の醸成

お客さまと親密な関係を構築する中で真の金融ニーズを把握し、中長期的な資産形成・運用に資する商品を中心に幅広い金融商品を取り揃え適切な情報を提供することで、お客さまにとって最適で自由な商品選定ができる環境を構築します。

(具体的な取組)

- ① 営業統括部内の資産運用グループを中核として、本業務運営方針全体の着実な実行と確認、定期的な見直しを行うためPDCAサイクルを実践します。

II お客さまの最善の利益の追求

1. 商品ラインアップ

- (1) お客さま一人ひとりが持つ金融ニーズに対して、中長期的な資産形成・運用に資する商品を中心に幅広く取り揃えるとともに、お客さまにとって最適で自由な商品選定ができるように致します。
- (2) 投資運用会社や保険会社から、バランスよく商品を取り揃え、多様な運用ニーズに応じた商品ラインアップの構築及び金融商品サービスの導入・見直しを行います。

(具体的な取組)

- ① 中長期的な資産形成・運用に資する商品を中心に幅広い商品を取り揃えます。
- ② 取扱商品については、商品の特性やリスクを十分に把握して選定いたします。選定にあたっては、金融商品検討専門部会を設置し、組織横断的な検討体制を整えます。

III 利益相反の適切な管理

1. 商品販売

- (1) 商品販売にともなう各種手数料等、お客さまとの間で利益相反が生じる可能性のある取引に対して、社内規定の「金融商品の販売に関する勧誘方針」及び「利益相反管理細則」による制限のほか、コンプライアンス委員会等を含む社内組織が主体となって継続的に管理を行ないます。

(具体的な取組)

- ① 利益相反が生じる可能性を低減するため、渉外等の対面営業からWeb等を活用した非対面営業化を志向していきます。

IV 手数料の明確化

1. 商品説明

- (1) お客さまに金融商品をご提案する際は、各商品のリスクやご負担いただく費用など、投資判断に必要な情報を十分ご理解いただけるまで丁寧に説明いたします。

2. 手数料の説明

- (1) お客さまから頂く手数料については、提供する商品・サービスの内容に合致した合理的な水準を設定し、投資判断に資するように丁寧に説明いたします。

(具体的な取組)

- ① お客さまご自身の資産形成目的とした場合、その手数料を前提に投資するかどうかという目線で手数料水準を吟味した上で、適切な手数料説明を心がけます。
- ② 各種手数料の説明資料は、Web・ITツールのデジタルコンテンツの充実・活用を図ることで分かりやすい表示内容とし、お客さまがご理解いただけるまで丁寧に説明いたします。
- ③ 手数料の内容等について、お客さまがご理解いただけたかどうか、商品を購入して頂いた後に行うアフターフォロー(訪問・コール)の中でも確認させていただきます。

V 重要な情報の分かりやすい提供(お客さまの意向等に基づく適切な商品提案の実施)

1. 商品のご提案

- (1) お客さまの金融知識・投資経験・財産・投資目的をじっくりとお伺いする中で、真の金融ニーズを把握し適切な情報を提供いたします。
- (2) お客さまの投資判断に資するよう、商品のリスク特性・手数料ならびに経済環境・市場動向等を解りやすく説明し必要な情報を十分に提供いたします。
- (3) 商品説明についてはWeb・ITツールのデジタルコンテンツを最大限活用するとともに、外部評価機関の評価も参考に説明いたします。この説明資料については適宜改善いたします。

2. アフターフォロー

- (1) 金融商品をご購入頂いた後も、お客さまの投資判断に資する情報を提供する中でご相談を承るなど、アフターフォローの充実を図ります。

(具体的な取組)

- ① 金融商品をご購入頂いた後も、定期的に訪問することでお客さまの疑問点や不安の解消へ対応します。また、ご高齢のお客さまについては、面談頻度を高めます。

- ② 市場が大きく変動した場合には、お客さまの投資判断に資する情報提供に努めるほか、大幅な評価損が生じているお客さまには、専担部署を含めた全行協力での徹底サポートを行います。
- ③ 複数の金融商品・サービスがパッケージ化された商品については、個別に購入した場合との比較判断がしやすいよう情報提供いたします。
- ④ 複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨を行う場合には、基本的なリターン、リスク、取引条件等の「重要な情報」をお客さまが理解でき、同種の商品の内容と比較することが容易になるよう、重要情報シートを用いて分かりやすい説明に努めます。

(重要な情報)

- ・リスク、運用実績、費用
 - ・購入対象として想定するお客さまの特徴
 - ・提案商品が、複数の金融商品を組み合わせた商品の場合、その内容
 - ・当行の利益とお客さまの利益が反する可能性
- ⑤ 保険商品の販売にあたっては、お客さまの意向に保険契約の内容が対応しているかどうか判断できるよう、公的年金制度等について情報提供を行います。

VI お客さまにふさわしいサービスの提供

1. お客さまにとって最適で自由な商品選定ができる環境整備

- (1) 商品をご提案する場合は、お客さまの金融知識・財産・投資目的等をじっくりとお伺いし、真の金融ニーズを把握するとともに適切な情報を提供することで、お客さまにとって最適で自由な商品選定ができるようにいたします。
- (2) お客さまのニーズや利益に合う適切な商品が提供できるように、担当者の人材育成に努めます。
- (3) ご高齢のお客さまには、ご家族へのご相談をお勧めすることで、ご家族も商品の概要をご納得いただけるよう心がけます。
- (4) お客さまのご意向に沿う商品が複数ある場合、それぞれの商品について比較させていただくとともに、推奨する理由を丁寧に説明しご納得いただいた上で、お客さまご自身で自由に商品を選択いただきます。

(具体的な取組)

- ① お客さまへの商品提案に際しては、財産全体の健全なバランスが取られていることに配慮し、お客さまの運用予定期間・目標リターン等に合致する商品選択へのアドバイスを行います。
- ② 商品購入のタイミング(一括・積立の別など)、分配金の取り扱い(再投資・受取の別)については、お客さまのニーズに配慮することに加え、リスク管理上も適切な認識に基づいたお客さまの意向であることを確認します。
- ③ お客さまからのお問い合わせ等についても、適切かつスピーディーに対応できるチャネルの構築を図ります。

- ④ 資産形成初心者のお客さまに対して、適切な投資教育の機会と捉えていただけるようにファイナンシャルプランナーが有するレベルの投資知識などの提供にも努めます。
- ⑤ 複雑な機能を有する商品（外貨建の保険商品などリスク性商品）の販売にあたって、複数回にわたるなど、より時間をかけて丁寧な説明を行います。
- ⑥ ご高齢のお客さまに対してはご家族等の同席を基本とし、お客さまの投資経験や理解度に合わせて、きめ細かな対応を行います。担当者の対応状況や適切性については、本部担当部署で確認、検証を行います。

VII 従業員に対する適切な動機付けの枠組み等

1. 人材育成・業績評価

- (1) お客さまのニーズや利益に真に適う取組みをより一層実践していくために、担当者の人材育成を図ります。
- (2) 業績評価をする場合、本方針の実践を動機づけるものとし、手数料収入、特定の商品販売に偏ることがないように考慮した評価とします。

(具体的な取組)

- ① 本業務のモニタリング対象は、ミニマムスタンダードの遵守状況等にとどまらず、販売実績が特定の商品に偏在していないか、手数料の多寡に依存した販売実績となっていないかなども含めます。
- ② 本業務へのモニタリング体制は、営業店(日常活動チェック)、営業統括部・事務統括部(業務活動の方向性チェック)、業務監査部(第三者的視点チェック)の三層構成とします。
- ③ 金融商品の販売知識やコンサルティング能力を一定以上有した職員を社内認定し、認定を受けた職員が金融商品の販売に従事します。
- ④ 本部専担者及び外部講師による研修を実施し、「顧客本位の業務運営」に資するスキルの向上に努めます。

2022年6月