

お客さま本位の業務運営に関する取組方針

「金融商品に関するお客さま本位の業務運営（フィデューシャリー・デューティ）基本方針」に基づき、以下の取組方針を定め、定期的に見直すとともに、その実施状況を公表してまいります。

1. お客さまのニーズに適した商品ラインアップの整備、サービスの充実、商品の品質維持向上

- お客さまの知識、経験、資産状況、取引目的、ニーズを把握して、適切な商品を提供できるよう、外部評価機関の評価も参考にしながら商品ラインアップの整備、サービスの充実を図ります。【原則6、原則6（注1）】
- 具体的な提案の際には、お客さまのライフプランや資産状況などからニーズや意向を確認したうえで、お客さまにとって最適な商品・サービスについて、当行が取扱う類似する商品・サービスの内容と比較しながら提案します。
【原則6（注1）、原則6（注2）、原則6（注3）】
- 複雑またはリスクの高い商品の販売、または金融知識や投資経験の浅いお客さまや高齢のお客さまへの商品の販売については、商品の特性やお客さまの理解度を踏まえ、お客さまにとってふさわしいものであるかを慎重に検討します。【原則6（注4）】
- 金融商品や取引に関する基本的知識を広め、資産形成を促すため、セミナー等を通じてお客さまへの積極的な情報提供に努めます。【原則6（注5）】
- お客さまの最善の利益を実現する観点から、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に
応じた適切な想定顧客属性を特定して、お客さまの知識、経験、資産状況、取引目的、ニーズに合った商品・サービスが提供できるよう、金融商品の組成に携わる金融事業者と情報連携に努めます。【原則6（注6）、原則6（注7）】【補充原則3、補充原則3（注3）】
【補充原則4、補充原則4（注2）、補充原則4（注3）】
- 商品・サービスの組成・提供・管理において、プロダクトガバナンスを徹底し、お客さまの最善の利益の実現に向けて取り組みます。【補充原則1】
- 組成する商品がお客さまのニーズに合致し、持続的に提供可能な商品であるかを検証する体制の整備に努めます。【補充原則2（注1、注2）】
- 商品を組成するにあたり、その商品の特徴（リスクや複雑性等）を鑑み、販売対象として適切なお客さまの層を特定し、販売する営業部門への理解の浸透に努めます。
【補充原則3（注1、注2、注3）】
- 商品の組成以降、定期的に商品の適切なリスク管理やチェックを行うことを通じて、商品の組成時に想定していた商品性が維持されているかを検証し、維持が困難と判断される場合は商品の廃止も含め対応を検討します。【補充原則4（注1、注2、注3）】
- お客さまが十分な情報をもとにより良い金融商品を選択していただけるように、お客さま本位の業務運営に関する取組状況をホームページにおいて公表します。
【補充原則5（注1、注2）】

2. お客さま本位のコンサルティングの実践

(1) お客さまの最善の利益の追求

- お客さまのライフステージに応じた中長期的な資産運用を提案し、安定的な資産形成と最善の利益の実現を図ります。【原則2、原則2（注）】
- 常にお客さまの最善の利益のためのコンサルティングを実践するため、高い専門性と倫理観を備えた人材の育成に努めます。【原則2、原則2（注）】

(2) お客さまにとって重要な情報の分かりやすい提供

- お客さまに金融商品・サービスを提案する際には、基本的なリターン、損失その他のリスク、取引条件等の情報に加え、提案する商品の選定理由についてもお客さまのニーズや意向に基づいたものであることを分かりやすく説明します。
【原則5、原則5（注1）、原則5（注2）】
- ファンド・オブ・ファンズ型の投資信託や外貨建生命保険などの複数の金融商品・サービスを組み合わせたパッケージ商品については、パッケージ商品に含まれる商品の個別購入には対応していません。【原則5（注2）】
- 取引の経験や金融知識等に加えて金融商品・サービスの複雑さやリスクの度合いを勘案し、お客さまの理解度と商品性に応じて、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に努めます。【原則5（注3）】
- お客さまに投資判断に必要な情報を提供する際には、情報の重要度に応じてより重要な情報については重要情報シートを活用して分かりやすく説明します。
【原則5（注4）、原則5（注5）】

(3) 手数料等の明確化

- 手数料やその他費用については、合理的な水準を設定するとともに、その内容について分かりやすく丁寧な情報提供を行います。【原則4】

(4) 利益相反の適切な管理

- お客さまに販売する商品について利益相反の発生するおそれがある場合には、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切に管理します。なお、当行では同一グループに属する他の会社から商品提供は受けていません。【原則3、原則3（注）】

3. アフターフォローの実施を通じたお客さまとの信頼関係の強化

- 商品・サービス提供後も継続して取引きいただくために、適切に市場動向や購入商品の内容・現況等の情報を提供するとともに、お客さまのライフステージや資産状況等の変化を踏まえ、必要に応じて見直しの提案を行います。【原則6（注1）】

4. お客さまの満足度を高めるための態勢整備

- お客さまに提供する金融商品・サービスの内容や市場環境等を理解するとともに、お客さまに最適なコンサルティングを実践して良質な商品・サービスを提供できるよう、研修等の充実に努めます。【原則7、原則7（注）】
- お客さまの安定的な資産形成と最善の利益の実現につながる取組等を評価する体系を整備します。【原則7、原則7（注）】

※本取組方針に表示している【原則2～7及び補充原則1～5（これらに付されている（注）を含む）】は、「顧客本位の業務運営に関する原則」に対応しています。