

News Letter

ニュースレター



2025年6月24日



格付投資情報センターによる「顧客本位の金融販売会社評価」の取得について

名古屋銀行（頭取 藤原 一朗）は、株式会社格付投資情報センター（以下、「R&I」）による「R&I 顧客本位の金融販売会社評価」において、昨年の「S」評価より引き上げられ、「S+」評価を取得いたしましたのでお知らせします。当行は東海三県の地方銀行で唯一当該評価を取得しています。

当行は今後も、お客さまの安定的な資産形成の実現に向け、中長期的な視点に立った資産運用をご提案してまいります。

記

1. 本評価の概要

「R&I 顧客本位の金融販売会社評価」は、投資信託販売業務を行う銀行・証券会社などの金融事業者が、いかに金融商品販売において「お客さま本位の業務運営」を行っているかについて、その取組方針や取組状況を R&I が中立的な立場で評価するものです。

このたび当行は、本評価において、昨年の「S」評価より引き上げられ、東海三県の地方銀行では初めて「S+」の評価を取得しました。

評価符号は、顧客本位の取組みが優れている順に「SSS」「SS」「S」「A」「B」「C」の6段階評価となっており、「S+」は「顧客の最善の利益を図るための取組みが行われており、多くの優れた要素がある」と定義されております。

「SS」「S」「A」については、上位評価に近いものにプラスの表示をし、それぞれ「SS+」「S+」「A+」と表示することがあります。プラスも符号の一部です。



2. 評価のポイント（R&I の評価レポートより）

- 「未来創造業」宣言のもと、顧客本位の業務運営（フィデューシャリー・デューティー：FD※1）に関する方針・アクションプランを策定している。
- 新たな取組みとして、支店長を「FD 推進リーダー」に任命。支店長が本部の FD に対する考え方を支店行員に浸透させ、営業現場における FD 実践の強化を目指している。
- 投資信託の複数銘柄保有者割合は増加傾向にあることから、「コア・サテライト投資」提案が浸透しつつあると考えられる。

※1 フィデューシャリー・デューティーとは、お客さまの意向に沿った資産形成や資産運用の実現に向けて、常にお客さま本位で考え行動し適切な金融商品やサービスを提供することです。

以上

評価公表日：2025年6月24日

評価対象	評価符号
<p>名古屋銀行</p> <p>【会社概要】 名古屋市に本店を置き、第二地銀では全国3位の資金量を持つ。法人のソリューション業務を強化し、顧客基盤の拡充に努めている。</p>	

【評価引き上げ】

「未来創造業」宣言のもと、マネジメント層が関与しながら顧客本位の業務運営（Fiduciary Duty：FD）に関する方針・アクションプランを策定、推進している。2024年7月より新たに導入した提案ツールを活用し、顧客の最善の利益の実現に取り組んでいる。また、「コア・サテライト投資」の浸透やプロダクトガバナンス強化に向けた取組みなどを評価し、「S」から「S+」に引き上げた。

評価のポイント

- 顧客本位の業務運営に係る方針等の策定・公表等

従来の銀行業から課題解決型ビジネスへの進化を目指す「未来創造業」宣言のもと、顧客本位の業務運営（Fiduciary Duty：FD）に関する方針・アクションプランを策定している。これらはマネジメント層が「FD 推進会議」などで直接確認し、PDCAを回している。取組方針・取組状況は金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」に対応しており、名古屋銀行（以下、当行）が独自に定める重要業績評価指標（KPI）に工夫がみられる。
- 顧客の最善の利益の追求

従業員の専門性を高める取組みとして、年次別・職務別の研修や、レベル別研修・eラーニングを導入している。またFDを企業文化として定着させるために、担当役員による支店訪問や、支店内でFDに関連するテーマについて議論する「FD勉強会」を開催している。さらに従業員アンケートを実施し、営業店におけるFDの定着度合いを確認している。このほか新たな取組みとして、支店長を「FD推進リーダー」に任命。支店長が本部のFDに対する考え方を支店行員に浸透させ、営業現場におけるFD実践の強化を目指している。
- 金融商品の販売方針策定及び販売

当行が独自に作成したツールを活用し、顧客の意向や属性をヒアリングした上で、顧客の保有資産と各世代の平均的な資産バランスを照らし合わせ、商品を提案することを目指している。また、投資信託の複数銘柄保有者割合は増加傾向にあることから、「コア・サテライト投資」提案が浸透しつつあると考えられる。なお、みなし評価を導入後、一時払い保険における外貨建て商品への偏重は是正されている。投資信託保有者および保険契約者に対するフォローは、本部が毎期初にアフターフォローマニュアルを改訂することで、適切に実施されている。
- プロダクトガバナンスの確保

新商品の選定、既存商品のモニタリングとラインアップ整備の際には、定量・定性両面で評価している。投資信託については外部評価機関による定量分析を活用している。また、当行が独自に作成した確認シートを運用会社に送付し、回答内容をもとに運用方針や運用・フォロー体制、運用会社の持続性などの定性面を確認している。

5. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

営業店の業績評価は、評価全体に占める「収益」のウェートを比較的低位に抑えている。投資信託および保険の販売には、一律のみなし手数料率を設定。また、FD に関する定性項目（顧客フォローの実施状況、支店における FD 勉強会の開催状況など）を評価対象としている。加えて、営業員の評価項目から「収益」を除外するなど、FD を推進するための適切な動機づけをしている。

「R&I 顧客本位の金融販売会社評価」について

銀行、証券会社など投資信託等を販売する会社が「いかに顧客本位の金融商品販売を行っているか」、その取組方針や取組状況を依頼に基づき、中立的な第三者の立場から評価します。資産形成のコアとなる投信・ファンドラップ販売に関する評価を主軸としますが、他のリスク性金融商品も含め顧客のライフプランに相応しい金融商品を適切に提案・販売をしているかを評価します。資産形成に取組む個人の方が販売会社を選ぶ際に、この評価を参考指標として利用することを想定しています。

評価符号とその定義は以下の通りです。

符号	定義
SSS	顧客の最善の利益を図るための取組みが十二分に行われている。
SS	顧客の最善の利益を図るための取組みが十分に行われており、非常に多くの優れた要素がある。
S	顧客の最善の利益を図るための取組みが行われており、多くの優れた要素がある。
A	顧客の最善の利益を図るための取組みが行われており、優れた要素がある。
B	顧客の最善の利益を図るための取組みが行われているが、改善すべき要素がある。
C	顧客の最善の利益を図るための取組みが不十分であり、改善すべき要素が多い。

(注) 評価符号が「SS」以上の場合には、販売実績や顧客損益など客観的な指標を重視します。「SS」、「S」、「A」については、上位評価に近いものにプラスの表示をし、それぞれ「SS+」、「S+」、「A+」と表示することがあります。プラスも符号の一部です。

R&I 顧客本位の金融販売会社評価は、投信販売業務を行う金融事業者の「顧客本位の業務運営」に関する R&I の意見であり、事実の表明ではありません。十分信頼できると判断される情報源からの情報に基づき評価を実施していますが、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。この評価情報の利用によって何らかの損害が発生した場合、その原因がいかなるものであれ、R&I は一切の責任を負わないものとします。R&I 顧客本位の金融販売会社評価は R&I 投信定性評価・定量評価レーティングとはそれぞれ独立のものであり、互いの評価に影響を与えるものではありません。R&I 顧客本位の金融販売会社評価の業務は、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第299条第1項第28号に規定されるその他業務（信用格付業以外の業務であり、かつ、関連業務以外の業務）です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置が法令上要請されています。

