

## リテール部門におけるお客さま本位の業務運営に関する取組方針

金融商品販売については、当行の「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」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取組状況を公表してまいります。【原則1】

### 1. お客さまの最善の利益を追求いたします。【原則2】

- (1) 当行は「それぞれのお客さまが描くライフプランの実現」が「お客さまの最善の利益」であると考えます。これは当行の経営理念である、「限りなくクリア（透明）・サウンド・（健全）・フェア（公平）」につながるものです。
- (2) 適合性の原則のうち、特に知識・投資経験や投資方針についての確認を十分に行い、お客さまのライフプランに基づき、リスク許容度に応じたふさわしい商品を提案いたします。
- (3) 商品導入時には、リスク・リターンを十分に検証し、また導入後も販売実績等をもとに商品性を事後検証することで商品ラインナップを見直してまいります。
- (4) お客さまの最善の利益の追求のために、商品の販売を見合わせる場合もあります。
- (5) 商品販売後はアフターフォローを通じ、ご意向等に変化がないかお客さまと共有し、必要に応じて商品やサービスの見直しを図ることで、お客さまのライフプランの実現に努めてまいります。

### 2. 適切な利益相反管理のための取り組みを実施いたします。【原則3】

- (1) 当行では「利益相反管理方針」を定め、お客さまの利益が不当に害されることがないように、お客さまとのお取引を適切に管理してまいります。
- (2) 商品やサービスの提案にあたっては、お客さまの利益や意向に沿うものを適切に選定したうえで提案してまいります。また、本部による営業店モニタリングを随時実施するなど、適切に管理・検証する態勢を整備してまいります。
- (3) さまざまな投資運用会社・保険会社等から幅広く採用商品を選定するとともに、既存商品の見直しも行い、特定の投資運用会社・保険会社に偏ることがないようにラインナップを整備してまいります。
- (4) お客さまの意向に反して、自らの評価のために手数料の高い商品を提案することはありません。  
※金融商品の販売・推奨に伴って当該商品の提供会社から委託手数料等の支払いを受けることはございません。また、当行グループ会社からの金融商品の提供はございません。

### 3. 金融商品にかかる手数料を明確化いたします。【原則4】

- (1) お客さまの投資判断に資するため、投資信託ラインナップのパンフレットには、販売手数料や信託報酬等のお客さまが負担する手数料その他の費用について、分かりやすく掲載しております。また、一部の非対面でのお取引においては、お客さまに事務手続きを行っていただくことから販売手数料の割引をしております。
- (2) 同一あるいは類似商品で手数料率が異なる場合等において、商品性、手数料等の費用については特に丁寧に説明しております。

### 4. 金融商品にかかる重要な情報を分かりやすく提供いたします。【原則5】

- (1) 商品のリスクや手数料等の情報を、お客さまに簡潔に分かりやすく提供し、金融商品の比較を容易にするため、重要情報シート（金融事業者編、個別商品編）を使用し、提案いた

します。

- (2) 重要情報シートを使用することで、複数の投信会社や保険会社の商品比較が可能となり、リスクやリターンおよび、お客さまにご負担いただく手数料その他の費用が合理的であるか等を分かりやすくご確認いただけます。
- (3) 金融商品のご提案にあたっては、重要情報シートおよび、目論見書や目論見書補完書面による説明の他、販売用資料やタブレット等の図表・グラフを使用し、分かりやすい情報の提供に努めてまいります。
- (4) 非対面でのお取引については、ホームページおよびインターネットバンキングを通じて、利便性向上と分かりやすい情報提供に努めてまいります。
- (5) お客さまにより分かりやすく大切な情報を提供することを目的とし、引き続きパンフレットやデジタルツールの見直しや追加などに取り組んでまいります。

## 5. お客さまにふさわしいサービスを提供いたします。【原則 6】

- (1) お客さまの投資に関する知識・経験・財産の状況、投資目的、リスク許容度等を聴き取り、ライフプランに基づく提案を行ってまいります。また、お客さまの多様なニーズに合った最適な商品を選択いただけるよう、商品ラインナップの充実にも努めてまいります。
- (2) 資産形成層のお客さまに対しては、長期・積立・分散投資の提案を行ってまいります。また、税制面の優遇がある少額投資非課税制度(NISA)を中心に、中長期的な視点で提案してまいります。
- (3) ご高齢のお客さまに対しては、ご家族の同意を前提にお客さまの知識・経験等にもとづき商品内容や仕組み・リスクを十分にご理解いただけているかを確認のうえ販売いたします。また、販売後にはお客さまにふさわしいサービスであったかを、販売担当者以外の者が検証いたします。投資経験の浅いお客さまにはリスクを抑えた商品をご案内する等お客さまの属性に合った商品提案に努めてまいります。
- (4) インターネット等様々なチャネルの活用拡大により利便性向上を図るとともに、お客さまの金融・投資知識の向上に役立つサービスや情報等の提供に努めてまいります。
- (5) 証券会社・保険会社等と連携しながら、対面・オンラインなどのチャネルを活用した「お客さま向けセミナー」を、引き続き提供してまいります。
- (6) 商品販売後のアフターフォローは、継続的にきめ細やかな情報提供に努めるとともに、市場動向が大きく変化した際は、相場見通しや商品の運用状況等お客さまの投資判断に必要な情報を提供いたします。
- (7) 提供する金融サービスや商品ラインナップの整備等について、積極的に経営陣も関与してまいります。

※なお、当行は販売会社であり金融商品の組成は行っておりません。

## 6. 従業員に対する適切な動機づけの枠組みを構築します。【原則 7】

- (1) 「それぞれのお客さまが描くライフプランの実現」による「お客さまの最善の利益」を図る行動や取り組みを評価するなど、お客さま本位の業務運営を反映した業績評価・人事評価体系を構築しております。
- (2) 従業員向けの研修において「お客さま本位」についての考え方や、日々の営業活動のあり方を周知し、お客さまの最善の利益を追求する営業を実践いたします。
- (3) お客さまにより良い商品・サービスが提供できるよう、企業倫理の醸成や専門知識の習得など、コンサルティング強化のための人材育成に取り組んでまいります。

※本方針は、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」【原則 1】～【原則 7】に対応しています。