

「顧客本位の業務運営に関する原則」との比較表

2021年1月に改定された「顧客本位の業務運営に関する原則」に対応し、当金庫はお客様の安定的な資産形成の実現に貢献し、お客様の最善の利益を追求する為、「お客様本位の業務運営に関する取組方針」と改定のうえ、下記のとおり取組方針を公表いたしました。

以下、本原則と当金庫の取組方針及びアクションプランの比較表を作成いたしましたので、公表いたします。

顧客の最善の利益の追求			
原則 2	金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。	取組方針 1	私たちは、高い専門性と企業倫理を持って、お客様に対して誠実・公正に業務を行い、お客様の最善の利益を追求します。また、お客様本位の業務運営が組織文化として定着するよう努めてまいります。 【アクションプラン 1-(1)、1-(2)】
(注)	金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	アクションプラン 1-(1)	お客様の資産形成のお手伝いの為、お客様と良質なコミュニケーションを図り、お客様に最も適した商品・サービスの提供に努め、地域のお客様の生活品質の向上をサポートすることで、安定した顧客基盤を形成します。
		アクションプラン 1-(2)	高い専門性と企業倫理を図る為、研修等により職員に対する教育・指導を行い、市場動向や社会情勢、商品知識などの専門性を高めて相談業務の能力向上に取り組み、コンプライアンス意識の醸成を図り、本方針の定着に努めてまいります。

利益相反の適切な管理			
原則 3	金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。	取組方針 2	私たちは、お客様との利益相反の可能性について注意を払い、利益相反のおそれのある取引について、お客様の利益が不当に害されることのないよう、適切に管理する態勢を構築いたします。 【アクションプラン 2-(1)、2-(2)】
(注)	金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。 ・販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合	アクションプラン 2-(1)	新商品を導入する際には、抱き合わせ販売等利益相反に関する項目を検証します。

	<ul style="list-style-type: none"> ・販売会社が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 ・同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合 	<p>アクションプラン 2-(2)</p>	<p>当金庫のみに特別な利益となるような、特定の運用会社・保険会社に偏った商品を提案するような行為はいたしません。</p>
--	---	---------------------------	---

手数料等の明確化

<p>原則 4</p>	<p>金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。</p>	<p>取組方針 3</p>	<p>私たちは、お客さまにご負担いただく手数料その他費用について、お客さまに十分ご理解いただけるよう、丁寧な情報提供に努めます。 【アクションプラン 3-(1)、3-(2)】</p>
-------------	---	-------------------	---

重要な情報の分かりやすい提供

<p>原則 5</p>	<p>金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則 4 に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。</p>	<p>取組方針 4</p>	<p>私たちは、お客さまの金融知識、投資経験、属性などをしっかり聴取し、お客さまの状況に合わせて、お客さまに十分ご理解いただけるような分かりやすい情報提供に努めます。 【アクションプラン 4-(1)～(5)】</p>
<p>(注 1)</p>	<p>重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益(リターン)、損失その他のリスク、取引条件 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由(顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む) ・顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容(第三者から受け取る手数料等を含む)及びこれが取引又は業務に及ぼす影響 	<p>アクションプラン 4-(1)</p> <p>アクションプラン 4-(2)</p> <p>アクションプラン 4-(3)</p>	<p>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ご意向に踏まえたものであることを分かりやすく説明します。特にご高齢のお客さまにはご家族と共に時間をかけて判断していただくことをお勧めします。</p> <p>お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、わかりやすく、より簡単に、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。</p> <p>金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行い、同種の商品の内容と比較しやすいよう工夫し、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供に努めます。</p>

(注2)	<p>金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである((注2)～(注5)は手数料等の情報を提供する場合においても同じ)。</p>	<p>アクションプラン 4-(4)</p>	<p>複数の金融商品・サービスをパッケージとしてご提供する場合には、個別での販売が可能であるか否か、パッケージ化する場合としない場合をお客さまが比較できるよう情報提供に努めます。</p>
(注3)	<p>金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、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を行うべきである。</p>	<p>アクションプラン 4-(1)</p>	<p>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ご意向に踏まえたものであることを分かりやすく説明します。特にご高齢のお客さまにはご家族と共に時間をかけて判断していただくことをお勧めします。</p>
		<p>アクションプラン 4-(2)</p>	<p>お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、わかりやすく、より簡単に、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。</p>
(注4)	<p>金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配慮した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。</p>	<p>アクションプラン 4-(1)</p>	<p>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ご意向に踏まえたものであることを分かりやすく説明します。特にご高齢のお客さまにはご家族と共に時間をかけて判断していただくことをお勧めします。</p>
		<p>アクションプラン 4-(2)</p>	<p>お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、わかりやすく、より簡単に、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。</p>
(注5)	<p>金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。</p>	<p>アクションプラン 4-(3)</p>	<p>金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行い、同種の商品の内容と比較しやすいよう工夫し、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供に努めます。</p>
		<p>アクションプラン 4-(5)</p>	<p>お客さまに投資判断に必要な情報を提供する際には、より重要な情報については特に分かりやすく説明をいたします。</p>

顧客にふさわしいサービスの提供			
原則 6	金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売、推奨等を行うべきである。	取組方針 5	私たちは、お客さまのご資産の状況、投信経験、知識、投資目的、ニーズを把握して、お客さまにふさわしい商品を提供できるよう、商品ラインナップの整備、サービスの充実を図ります。 【アクションプラン 5-(1)～(5)】
(注 1)	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 ・顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと ・具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容(手数料を含む)と比較しながら行うこと ・金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと	アクションプラン 5-(1)	お客さまのご意向を確認し、お客さまのライフプラン等を踏まえた目標資産額や投資割合等を検討したうえで、お客さまにとって最善の方法を、お客さまの許容の範囲内で提案いたします。
		アクションプラン 5-(2)	お客さまにとって最適な商品・サービスについて、当庫取扱の類似する商品・サービスの内容と比較しながら提案します。
		アクションプラン 5-(3)	市場動向や商品の運用状況など、お客さまの判断に必要な情報を提供し、丁寧なアフターフォローを行います。
(注 2)	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。	アクションプラン 5-(4)	複雑またはリスクの高い商品の販売や、複数の金融商品・サービスをパッケージとして提供する場合、また、金融知識・経験の浅い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いたします。
(注 3)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。	当金庫は金融商品の組成に携わらないことから、注3に対応する取組方針、アクションプランは定めておりません。	
(注 4)	金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	アクションプラン 5-(4)	複雑またはリスクの高い商品の販売や、複数の金融商品・サービスをパッケージとして提供する場合、また、金融知識・経験の浅い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いたします。

(注5)	金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	アクションプラン 5-(5)	金融商品や取引に関する基本的知識を広め、投資知識の向上に資する目的で、投資啓発パンフレット等の活用、お客さま向けセミナーの開催等により積極的に情報提供します。
------	---	-------------------	---

従業員に対する適切な動機づけの枠組み等			
原則7	金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	取組方針 6	私たちは、お客さまの最善の利益を追求し、お客さまのニーズに資する営業活動を評価する業務評価体系を構築します。また、役職員への研修等により資質向上を図るとともに、商品や投資環境に関する知識の強化・スキルアップを図り、金融のプロフェッショナルとしての専門性を高め、コンサルティング能力の向上に努めます。 【アクションプラン 6-(1)、6-(2)】
(注)	金融事業者は、各原則(これらに付されている注を含む)に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代務策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	アクションプラン 6-(1)	お客さまのニーズ・資産形成に資する業務評価体系を構築し、著しく手数料に重点を置いた評価はいたしません。
		アクションプラン 6-(2)	役職員に対するコンプライアンスや利益相反に対する研修、お客さま視点に立脚したお客さまへの対応、社会に対する行動基準、金融商品の専門知識の習得を図る研修を定期的 to 実施し、教育を行ってまいります。

以上