

お客様本位の業務運営に関する方針(FD 宣言)

当社は、「信頼」「感謝」「挑戦」を企業活動の核とし、お客様の最善の利益を追求する**フィデューシャリー・デューティー(受託者責任)**を果たすことをここに宣言します。

1. 「信頼」に基づくお客様との絆の深化

お客様との長期的な信頼関係を築くことを最優先とし、専門性と誠実さをもって業務を遂行します。

- 1-1. 誠実な情報提供と透明性の確保(原則 5):
 - お客様にとって重要な情報(商品内容、リスク、手数料、当社の利益相反のおそれ)について、常に誠実かつ透明性をもって、分かりやすく提供します。
- 1-2. 高度な専門性と倫理観の保持:
 - 法令やルールを遵守することはもとより、高い職業倫理観と専門知識をもって、お客様の期待を超える質の高いサービスを提供します。
- 1-3. 利益相反の厳格な管理(原則 3):
 - お客様の利益を不当に害することのないよう、利益相反のおそれのある取引を厳格に管理・開示し、お客様の最善の利益を追求します。

2. 「感謝」の心とお客様ニーズへの徹底的な寄り添い

お客様からのご支持に感謝の念を抱き、お客様一人ひとりのニーズと人生に徹底的に寄り添った最適なソリューションを提供します。

- 2-1. ライフプランに合わせた最適な提案(原則 6):
 - お客様の知識、経験、財産の状況、目的、ご意向(ニーズ)を深く把握し、真にお客様のためになると確信できる、最適な商品・サービスのみを提案します。ご契約後も契約の適切な管理、アフターフォローを行っていきます。
- 2-2. 迅速かつ真摯な「お客様の声」の活用(原則 2):

- お客様からいただく全てのご意見、ご要望、お叱り(お客様の声)を、事業活動の羅針盤と捉え、心からの感謝をもって真摯に受け止め、業務の改善と品質向上に活かします。

3. 「挑戦」による継続的なサービスの革新と向上

変化する時代とお客様のニーズに応えるため、常に挑戦を続け、より価値の高いサービスを創造し、提供し続けます。

- 3-1. 従業員の資質向上への継続的な投資(原則 7):
 - お客様への提供価値を高めるため、従業員に対し、専門知識・コンサルティング能力・倫理観を磨くための研修・教育に継続的に投資し、プロフェッショナルとしての成長を促します。
- 3-2. 時代に即した業務運営の改善:
 - お客様本位の取り組みが組織全体に深く根付くよう、定期的の方針を見直し、KPI(重要業績評価指標)を設定・公表するなど、業務運営を継続的に改善・挑戦し続けます。

【本方針の推進に向けた具体的取組】

- ・社内においてコンプライアンス研修を定期的を実施し、お客さまの利益が不当に害されることがないように利益相反の排除に努めます。
- ・法人損保契約件数、更改率等の指標を活用し、お客さまへの最適かつ適切なサービスの徹底を図ります。
- ・適切な商品・サービスを提供するため、専門的な金融・保険知識を有する人材育成に努めます。

【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等】

原則 1. 金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。

(注) 金融事業者は、顧客本位の業務運営に関する方針を策定する際には、取引の直接の相手方としての顧客だけでなく、インベストメント・チェーンにおける最終受益者としての顧客をも念頭に置くべきである。

【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。

(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。

【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。

(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。

- ・ 金融商品の販売に携わる金融事業者が、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
- ・ 金融商品の販売に携わる金融事業者が、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

【手数料等の明確化】

原則4. 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の費用の詳細を、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かを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。

【重要な情報の分かりやすい提供】

原則5. 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。

(注1) 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。

- ・ 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

(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、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）。

(注3) 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。

(注4) 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。

(注5) 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。

【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。

- (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
- (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。
- (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、商品の特性等を踏まえて、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は、それを十分に理解した上で、自らの責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の販売を行うべきである。
- (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。
- (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。
- (注 6) 金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報や、金融商品に係る顧客の反応や販売状況に関する情報を提供するなど、金融商品の組成に携わる金融事業者との連携を図るべきである。
- (注 7) 金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために金融商品の組成に携わる金融事業者においてどのような取組みが行われているかの把握に努め、必要に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者や商品の

選定等に活用すべきである。

【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。

(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替策の内容について、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。