

経営理念体系



当行は2024年2月に、経営理念および長期ビジョンのもと、当行グループの行職員として持つべき基本的な考え方、当行グループおよび行職員が取るべき行動の判断軸・判断の拠り所となるものとして「価値観（GOGIN Five Values）」を制定しました。

当行が進んでいくための共通の価値観が必要であるという認識のもと、「当行のミライを考える会(※)」で出た案をベースに経営会議で複数回議論を行い制定したものです。※役員、部店長に加え、営業現場や若手を含めた公募者24名が参加

野村證券(株)との提携等により今後より一層多様な人材が集まる組織となることを目指すにあたり、個々人の多様性を尊重しつつも、組織が目指すべき方向に一丸となって進んでいくための共通の価値観として取り組んでまいります。

当行は、2020年9月に野村證券(株)と金融商品仲介業務に係る包括的業務提携を結びました。

この全国初のモデルにより、山陰の地においても全国トップ水準の商品・サービスを多くのお客様にご提供できる体制となっています。

この体制のもと、複雑化・多様化するお客様の様々なニーズに的確にお応えし、金融のプロフェッショナルとしてお客様お一人おひとりにあった質の高い商品・サービスをご提供してまいります。



<アライアンスシンボル>

G O G I N & N O M U R A
Alliance

2つの円弧モチーフを交差させることで、2社の強みを掛け合わせ、新たなイノベーションの創造を表しています

当行の取組について、「お客様本位の業務運営を実現するための方針」を定めています。この方針に係る取組状況を定期的に公表するとともに、よりよい業務運営を実現するため、随時この方針を確認し見直してまいります。

<お客様本位の業務運営を実現するための方針>

1. お客様本位の徹底（お客様に選んでいただける金融機関となるために）
2. お客様本位のコンサルティング
3. お客様本位の情報提供
4. お客様本位の商品ラインアップと販売
5. お客様本位の態勢整備

1. お客様本位の徹底 (お客様に選んでいただける金融機関となるために)

「地域の夢、お客様の夢をかなえる創造的なベストバンク」の経営理念のもと、お客様の最善の利益を図るべく、役職員全員が、誠実・公正にお客様本位で行動するよう日々努めます。

◇「お客様本位」の徹底

- 当行は、経営理念に掲げる「地域の夢」「お客様の夢」をかなえるお手伝いを通じてお客様の最善の利益を図り、お客様からの信頼に基づく長期的な取引関係を通じて当行も成長していくという事業モデルの構築を目指します。また、2020年9月より開始した野村證券との金融商品仲介業務における包括的業務提携を通じ、複雑化・多様化するお客様の様々なニーズに的確にお応えし、金融のプロフェッショナルとしてお客様お一人おひとりにあった質の高い商品・サービスをご提供していくことで、お客様の信頼を獲得し、ビジネスを拡大していくことを目指します。
- 役職員一人ひとりが、地域に根ざした金融機関の役割を十分に認識し、当行基本規程である倫理綱領等による啓蒙や当行が制定する「倫理の日」における再確認等を通じて備える誠実・公正な姿勢と高い職業倫理を持って、お客様本位の行動を実践します。
- 当行はお客様本位を表明したCS宣言の採択や定期的に実施する倫理意識調査（モラル・サーベイ）等を通じて、お客様本位の基本姿勢の定着を図ります。
- お客様に選ばれる金融機関となるために、役職員の能力向上に向けた研修を実施し、コンサルティングの質を高める努力を行います。
- 地域金融機関の役割として、お客様の金融リテラシーを高め家計金融資産増加による生活の質の向上へ貢献するために、各種資産運用セミナー、職域セミナーおよび金融経済教育などを通じ、資産形成の重要性を周知する活動にも注力します。

2. お客様本位のコンサルティング

全ての役職員がお客様お一人おひとりにしっかりと向き合って寄り添い、お考えを十分にお聞きしながら、お客様の目的や資産状況、ライフステージなどに照らし合わせ、最適な商品・サービスをご提案するよう努めます。

◇全資産アプローチにもとづくコンサルティングの実践

- お客様の知識、ご経験、財産の状況、ご投資目的、ご投資方針、ご収入の形態、ご職業、お取引の動機のほか、家族構成やライフイベント、資産状況など様々な観点からご意向やニーズをお伺いし、ゴールベースアプローチの手法によりお客様の夢をかなえるための最適な商品・サービスをご提案するよう努めます。
- 資産運用ガイドや資産設計ツールを用いて、類似商品・サービスとの比較も行いながら、ライフプランをお客様と一緒にシミュレーションするなどより分かりやすく丁寧なコンサルティングを実践します。

◇相談チャネルの充実

- 野村證券との金融商品仲介業務における包括的業務提携により設置したコンサルティングプラザでは、証券業務や保険業務に関する高い専門性を有する行員が、お客様お一人おひとりにあった質の高い商品・サービスをご提供します。
- オンライン面談ツールを活用するなど、遠方にお住まいなどの理由で直接の面談が難しいお客様にも対面と同様のサービスをご提供する体制を整えます。

◇アフターフォローの充実

- お取引をいただいた後も、相場環境が変化した場合のみならず、市場動向や運用状況などを踏まえた継続的な情報提供を行い、お客様のお考えに変化があれば資産内容の見直しなどお客様のご意向に添った対応を図ります。

◇ご高齢のお客様への対応

- ご高齢のお客様に対しては、より丁寧で安心感のある対応を行います。場合によっては、ご家族の同席のもと一緒にご提案をお聞きいただくなど、よりきめ細やかな対応を行います。

2. お客様本位のコンサルティング

◇投資初心者やリスク許容度の低いお客様への対応

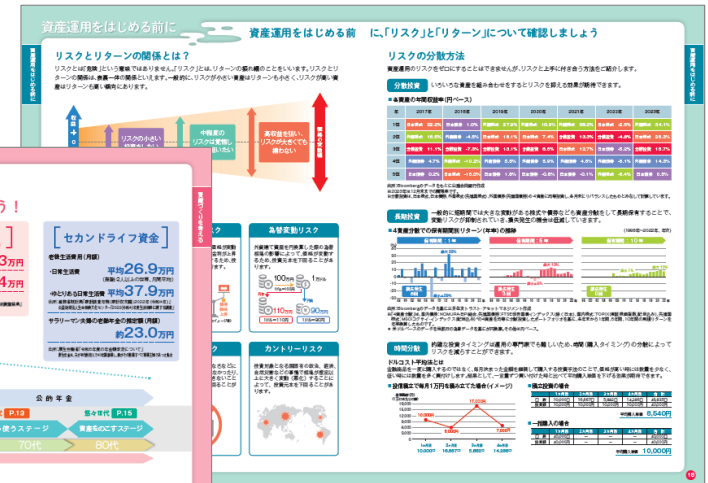
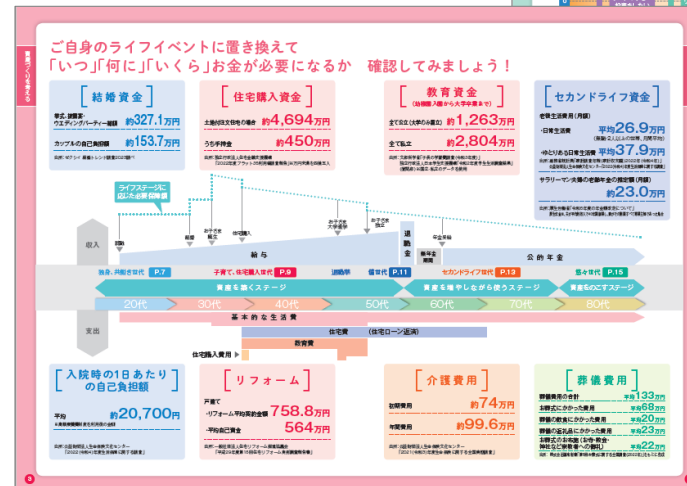
- ・ 当行では、取扱商品のうち、比較的仕組みがわかりやすい商品や比較的风险の低いと考えられる商品を「ハートフル・コミュニケーション商品ラインアップ」として選定しており、投資初心者や安定的な運用を望んでいるお客様にも適すると考えられる商品も取り揃えております。

◇複雑又はリスクの高い金融商品の勧誘・販売

- ・ 複雑又はリスクの高い金融商品の勧誘・販売にあたっては、商品の特性を踏まえ、お客様にとって相応しいものであるかを慎重に検討し、場合によっては当行からご提案を控えさせていただくこともございます。

【ハートフル・コミュニケーション商品ラインアップ】

【お客様本位の業務運営】お客様本位の業務運営に関する取組状況



3. お客様本位の情報提供

お客様に最適な商品・サービスをお選びいただけるよう、手数料を含めた重要な情報やリスクについて分かりやすく丁寧にご説明するとともに、お客様の知識・経験や商品・サービスの特性などに応じて、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。

◇手数料等の明確化

- 当行では商品・サービスのご提供にあたり、国内外の株式の委託取引や投資信託、ラップ口座サービスなど、商品・サービスによっては購入・売却対価とは別に手数料をいただいております。また、保険商品のように、お客様に直接ご負担いただく費用ではございませんが、当行が商品提供会社より代理店としての手数料を受け取る場合や、投資信託の信託報酬のように、運用期間中に信託財産から間接的に差し引かれた費用を受け取る場合もございます。国内外の株式や債券の募集・売出し、店頭取引のように投資家のお客様からは手数料をいただかない場合もあります。国内外の株式や債券の店頭取引の場合には、お客様から手数料をいただかない代わりに、当行が売買の対象となる銘柄、流動性、信用リスク、お取引金額、市場環境、当行の利潤等を勘案して定めた取引価格によりお取引いただきます。当行の定める取引価格は取引時点における社内時価との間でスプレッドがあります。
- こうした手数料その他の費用の詳細に関しましては、当該商品を販売する際にお渡しする契約締結前交付書面、上場有価証券等書面、目論見書、設計書等にてご確認いただくことができる他、営業担当者がおお客様の理解度に応じてご説明します。
- 当行がいただく手数料は、商品ラインアップの構築、各種ご参考資料の作成・送付等の業務運営に係る事務コストの他、役職員がコンサルティングを通じてサービスをご提供することに係る人件費、お客様にサービスをご提供する過程で必要となる様ざまな知識習得のための教育費、システムの開発・維持管理等の安定したインフラ整備に係る費用等を総合的に勘案した対価でございます。
- 今後も、総合的なサービスのレベルを絶えず向上させ、ご負担いただく手数料に見合うサービスをご提供することはもちろんのこと、それ以上にご満足いただける付加価値を追求し、ご期待にお応えできるよう努めます。

3. お客様本位の情報提供

◇重要な情報の分かりやすい提供

- お客様に商品・サービスの内容を正しくご理解いただくため、常にお客様の目線で分かりやすい資料の作成に取り組むとともに、お客様にご提供する資料についても、重要な情報については文字を大きくするなど、より分かりやすい表示となるよう工夫を重ねます。
- こうした重要な情報は、重要情報シート、契約締結前交付書面、目論見書、商品説明資料等を用いてご提供やご説明を行います。パッケージ化された商品・サービスについては、個別の金融商品の購入可否や一般的な証券取引との比較事例を当該の商品説明資料等を用いてご説明します。
- 金融商品の基本的なリターン、損失その他のリスク、取引条件等、お客様の投資判断にあたっての重要な情報については、より丁寧にご説明します。
- お客様の金融知識や取引経験、財産の状況等に加え、商品、プラン、サービスの複雑さやリスクの度合いを勘案し、お客様の理解度に応じて明確、平易で誤解を招くことのないよう、誠実な情報提供に努めます。また、お客様からのご質問等には真摯に対応し、丁寧にお答えします。場合によっては、ご家族や関係者の方々も交えてのご提案もお願いしております。

【重要情報シート（金融事業者編）】



新 NISA

つみたて投資枠 成長投資枠

併用可 つみたて投資枠、成長投資枠の同時併用可

制度の併用

非課税期間 ずっと使える 口座開設期間も **無期限（恒久化）**

年間投資枠が大幅UP! **120 万円**

年間投資枠が大幅UP! **240 万円**
※対象商品は現行 NISA と相違あり

売却で投資枠が復活!
売却した場合はその分の非課税保有限度額（総枠）が **翌年以降 再利用可能**
※簿価（＝取得価額）残高方式で管理

生涯の限度枠が新設定!
非課税保有限度額（総枠）2つの投資枠合わせて **1,800 万円**
（うち成長投資枠は最大 1,200 万円まで保有可能）

4. お客様本位の商品ラインアップと販売

商品ラインアップおよび販売においては、お客様の立場にたって、お客様に相応しいサービスが提供できているか適切に管理するよう努めます。

◇多様な商品ラインアップ

- お客様の多様なニーズにお応えするべく、証券商品や保険商品など幅広い商品・サービスを取り揃え、ラインアップの充実を図ります。
- 金融商品仲介業務における包括的業務提携先である野村證券の豊富なラインアップを取り扱うことにより、お客様の高度な運用ニーズにもお応えします。

◇適切な販売

- 取り扱う商品・サービスの手数料の多寡にとらわれることなく、お客様の立場で安定した資産形成に資する商品・サービスのご提案に努めます。

◇モニタリングによる確認・検証

- 手数料の高い商品・サービスに販売が集中していないかなど、定期的なモニタリングを実施し、適切な商品・サービスのご提案に努めます。
- 定期的に実施する「取引管理」や「顧客管理委員会」を通じ、お客様に販売・推奨等を行った商品や、当該商品の販売・推奨等の方法が、お客様に相応しいものであることを確認・検証します。

◇利益相反の適切な管理

- 当行は「利益相反管理方針」を定めており、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引を特定および類型化し、対象取引の管理方法、管理体制、管理の対象とするグループ会社を明確化した上で、部門の分類や情報遮断等の方法によりお客様の利益が不当に害されることのないよう対象取引を管理します。なお、お客様への販売商品を組成・供給する部門やグループ会社等を有していないため、当行グループのために特定の商品を販売することはありません。

【利益相反管理方針】

5. お客様本位の態勢整備

お客様本位の取組姿勢が徹底されるよう、組織・個人の評価体系等に取組結果を反映するとともに、取組内容の定期的な検証・改善に努めます。また、お客様本位のコンサルティングを行なうために必要な知識・スキルを役職員が習得できるよう、充実した教育・研修に努めます。

◇お客様本位の企業風土の醸成

- お客様本位の取組姿勢が組織の中で評価され、全ての役職員が働き甲斐と誇りを持って業務に従事できる環境と企業風土の醸成に努めます。

◇評価体系の整備

- 役職員一人ひとりがお客様本位で行動していくために、業績評価体系において、特定の商品・サービスに販売が偏らないような仕組みを取り入れるほか、顧客基盤の拡大や預り資産残高の継続的な積み上げを重視する枠組みを取り入れ、長期的な視点でお客様の最善の利益を追求する姿勢を徹底します。

◇教育態勢の充実

- 金融商品仲介業務における包括的業務提携先である野村證券と連携して研修を実施するなど、お客様本位のコンサルティングができる人材の育成に取り組みます。
- 新たな仕組みの金融商品を取り扱う際は、事前に商品性等について十分な研修・教育を実施します。また、商品説明の不足等、役職員の研修・教育状況に起因すると考えられる苦情等を受け付けた場合は、適時適切に追加の研修・教育を実施し、説明責任を十分に果たせる態勢を構築します。

【お客様本位の業務運営】お客様本位の業務運営に関する取組状況



（参考）金融庁が公表している「顧客本位の業務運営にかかる原則」との対応関係

当行のお客様本位の業務運営を実現するための方針	金融庁の原則・（注）含む
1. お客様本位の徹底	原則 2「顧客の最善の利益の追求」 原則 6「顧客にふさわしいサービスの提供」 原則 7「従業員に対する適切な動機づけの枠組み等」
2. お客様本位のコンサルティング	原則 6「顧客にふさわしいサービスの提供」
3. お客様本位の情報提供	原則 4「手数料等の明確化」 原則 5「重要な情報の分かりやすい提供」 原則 6「顧客にふさわしいサービスの提供」
4. お客様本位の商品ラインアップと販売	原則 3「利益相反の適切な管理」 原則 6「顧客にふさわしいサービスの提供」
5. お客様本位の態勢整備	原則 2「顧客の最善の利益の追求」 原則 6「顧客にふさわしいサービスの提供」 原則 7「従業員に対する適切な動機づけの枠組み等」

2017年6月30日 策定
・2019年4月17日 改定
・2020年11月2日 改定
・2021年6月30日 改定
・2022年6月30日 改定
・2023年6月30日 改定
・2024年6月28日 改定