

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係

「顧客本位の業務運営に関する原則」 (金融庁公表)		当行の「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」	
【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。	1. お客さま本位の徹底	「地域の夢、お客さま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、お客さまの最善の利益を図るべく、役職員全員が、誠実・公正にお客さま本位で行動するよう日々努めます。
		5. お客さま本位の態勢整備 ◇お客さま本位の企業風土の醸成	・お客さま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てまいります。
(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。	1. お客さま本位の徹底 ◇「お客さま本位」の徹底	・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、お客さま本位の行動を実践してまいります。 ・当行はお客さま本位を表明した 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、お客さま本位の基本姿勢の定着を図ってまいります。 ・当行は経営理念に掲げる「地域の夢」「お客さまの夢」をかなえるお手伝いを通じてお客さまの最善の利益を図り、お客さま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てまいります。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・多様化するお客さま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さま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、お客さまの信頼を獲得し、ビジネスを拡大していくことを目指してまいります。 ・お客さま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ってまいります。
【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、そのために具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。	4. お客さま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手続きにおいては、お客さまの立場にたって、利益相反が生じることがないように、適切に管理するよう努めます。
		4. お客さま本位の商品ラインアップと販売 ◇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、お客さま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さま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てまいります。
(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。	4. お客さま本位の商品ラインアップと販売 ◇多様な商品ラインアップ	・お客さま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ってまいります。 ・証券業務においては、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

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係

	・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 ・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	4. お客さま本位の商品ラインアップと販売 ◇適切な販売手続き	の豊富なラインアップを取り扱うことにより、お客さまの高度な運用ニーズにもお応えしてまいります。 ・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、お客さま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てまいります。 ・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てまいります。
【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。	3. お客さま本位の情報提供	お客さまに最適な商品・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りやすく丁寧に説明するとともに、お客さまの知識・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。
		3. お客さま本位の情報提供 ◇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、お客さま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さま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、お客さま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、商品概要書、設計書等にてご確認くださいことができる他、営業担当者がお客さま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、お客さまにサービスをご提供する過程で必要となるさま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、

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係

		3. お客さま本位の情報提供 ◇重要な情報のわかりやすい提供	ご期待にお応えできるよう努めてまいります。 ・お客さまに商品・サービスの内容を正しくご理解いただくため、常にお客さまの目線で分かりやすい資料の作成に取り組むとともに、お客さま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てまいります。 ・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、上場有価証券等書面、目論見書、契約概要、注意喚起情報、商品概要書、設計書等を用いてご提供やご説明をしております。 ・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、お客さま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てまいります。 ・お客さま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、お客さま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、お客さまからのご質問等には真摯に対応し、丁寧に答えしております。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。	3. お客さま本位の情報提供	お客さまに最適な商品・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りやすく丁寧にご説明するとともに、お客さまの知識・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。
		3. お客さま本位の情報提供 ◇重要な情報のわかりやすい提供	・お客さまに商品・サービスの内容を正しくご理解いただくため、常にお客さまの目線で分かりやすい資料の作成に取り組むとともに、お客さま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てまいります。 ・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、上場有価証券等書面、目論見書、契約概要、注意喚起情報、商品概要書、設計書等を用いてご提供やご説明をしております。 ・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、お客さま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てまいります。 ・お客さま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、お客さま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、お客さまからのご質問等には真摯に対応し、丁寧に答えしております。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。
(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	3. お客さま本位の情報提供 ◇重要な情報のわかりやすい提供	同上

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係

	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)は手数料との情報を提供する場合においても同じ)。	当行は複数の金融商品・サービスをパッケージとした販売・推奨等を行っていないことから、(注2)に該当する取組方針は定めておりません。	
(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。	3. お客さま本位の情報提供 ◇重要な情報のわかりやすい提供	・お客さまに商品・サービスの内容を正しくご理解いただくため、常にお客さまの目線で分かりやすい資料の作成に取り組むとともに、お客さま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てまいります。 ・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、上場有価証券等書面、目論見書、契約概要、注意喚起情報、商品概要書、設計書等を用いてご提供やご説明をまいります。 ・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、お客さま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てまいります。 ・お客さま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、お客さま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、お客さまからのご質問等には真摯に対応し、丁寧にお答えしてまいります。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。
(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	3. お客さま本位の情報提供 ◇重要な情報のわかりやすい提供	同上

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係

	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。	3. お客さま本位の情報提供 ◇重要な情報のわかりやすい提供	同上
【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。	2. お客さま本位のコンサルティング	全ての役職員がお客さま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、お客さまの目的や資産状況、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。
(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	2. お客さま本位のコンサルティング ◇コンサルティングの実践	・お客さまの知識、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、ライフプランをはじめとした様々な観点からご意向やごニーズをお聞きし、お客さま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てまいります。 ・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、お客さまにとって最適な商品・サービスをご提案するよう努めてまいります。 ・ご提案にあたっては、お客さまの家族構成やライフイベント、資産状況などを確認し、ライフプランをお客さま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てまいります。
		2. お客さま本位のコンサルティング ◇相談チャネルの充実	・野村証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駐在し、複雑化・多様化するお客さまの様々なニーズに的確にお応えし、幅広い商品・サービスラインアップの中から、お客さま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。
		2. お客さま本位のコンサルティング ◇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、お客さまのお考えに変化があれば資産内容の見直しなどお客さまのご意向に添った対応を図ってまいります。
(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	当行は複数の金融商品・サービスをパッケージとした販売・推奨等を行っていないことから、(注2)に該当する取組方針は定め	おりません。

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係

	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。	当行は金融商品の組成に携わらないことから、(注 3) に該当する取組方針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。	2. お客さま本位のコンサルティング ◇ご高齢のお客さまへの対応	・ご高齢のお客さまに対しては、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ってまいります。
		2. お客さま本位のコンサルティング ◇投資初心者やリスク許容の低いお客さまへの対応	・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さまにも適すると考えられる商品も取り揃えております。
		2. お客さま本位のコンサルティング ◇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、勧誘開始基準や取引開始基準を設け、より慎重にお客さまの適合性を確認した上で、最適な商品・サービスをご提案してまいります。
		2. お客さま本位のコンサルティング ◇モニタリングによる確認・検証	・定期的に実施する「取引管理」や「顧客管理委員会」を通じ、お客さまに販売・推奨等を行った商品や、当該商品の販売・推奨等の方法が、お客さまにふさわしいものであることを確認・検証してまいります。
		3. お客さま本位の情報提供 ◇重要な情報のわかりやすい提供	・お客さまに商品・サービスの内容を正しくご理解いただくため、常にお客さまの目線で分かりやすい資料の作成に取り組むとともに、お客さま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てまいります。 ・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、上場有価証券等書面、目論見書、契約概要、注意喚起情報、商品概要書、設計書等を用いてご提供やご説明をしております。 ・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、お客さま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てまいります。 ・お客さま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、お客さま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、お客さまからのご質問等には真摯に対応し、丁寧にお答えしてまいります。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。

「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係

(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。	2. お客さま本位のコンサルティング ◇金融リテラシーの醸成	・地域金融機関の役割として、お客さまの金融リテラシーを高めるために、各種資産運用セミナーを開催するほか、職域セミナーなどを通じ、資産形成の重要性を周知する活動にも注力してまいります。
		5. お客さま本位の態勢整備 ◇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、お客さま本位のコンサルティングができる人材の育成に取り組んでまいります。 ・新たな仕組みの金融商品を取扱う際は、事前に商品性等について十分な研修・教育を実施してまいります。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てまいります。
【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。	5. お客さま本位の態勢整備	お客さま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、お客さま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。
		5. お客さま本位の態勢整備 ◇お客さま本位の企業風土の醸成	お客さま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てまいります。
(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。	5. お客さま本位の態勢整備 ◇評価体系の整備	・役職員一人ひとりがお客さま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さまの最善の利益を追求する姿勢を徹底してまいります。
		5. お客さま本位の態勢整備 ◇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、お客さま本位のコンサルティングができる人材の育成に取り組んでまいります。 ・新たな仕組みの金融商品を取扱う際は、事前に商品性等について十分な研修・教育を実施してまいります。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てまいります。