

12.金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に対する当社の取組方針・状況

当社の掲げる「お客さま第一の業務運営」において、金融庁の掲げる「顧客本位の業務運営に関する原則」を、「一部実施」「非該当」としている項目がありますので、以下の通りご説明させていただきます。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に対する当社取組方針・状況の一部実施・非該当一覧表

原則			一部実施・非該当	一部実施・非該当の理由
原則3	(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は、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いを受ける場合。 ・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。（※1） ・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。（※2）	一部実施	（※1）当社では、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・推奨することがないので、原則3（注）における赤字にて記載の部分は対象とはなりません。 （※2）当社では、同一主体又はグループ内に運用部門が無く、運用部門が、資産の運用先に営業部門が取引関係を有する企業を選ぶことがないため、原則3（注）における青文字にて記載の部分は対象とはなりません。
原則4	【手数料の明確化】 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。		非該当	当社では、手数料開示義務のある保険商品の取扱いが無いため、該当箇所は対象とはなりません。
原則6	(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。（※3） ・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。	一部実施	（※3）当社では、保険商品以外の金融商品を取り扱っておらず類似商品などによる比較を行うことが出来ないため、原則6（注1）における赤字にて記載の部分は対象とはなりません
	(注3)	金融商品の組成に携わる金融事業者（※4）は、商品の組成にあたり、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。	一部実施	（※4）当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、原則6（注3）における赤字にて記載の部分は対象とはなりません。
補充原則1		金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップのもと、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則1は対象とはなりません。
		金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い		

補充原則2		金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。 その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則2は対象とはなりません。
	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクトガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために管理部門等による検証の枠組みを整備すべきである。 その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則2（注1）は対象とはなりません。
	(注2)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなどのPDCAサイクルを確立すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則2（注2）は対象とはなりません。
		金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の組成に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則3は対象とはなりません。
補充原則3	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、故意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則3（注1）は対象とはなりません。
	(注2)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客（例えば元本毀損の恐れのある商品について、元本確保を目的としている顧客等）も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品についてはどのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのかまた、それが当該金融商品に適切に反映されているのか検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則3（注2）は対象とはなりません。
	(注3)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則3（注3）は対象とはなりません。

		組成後の検証の実行性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。		
補 充 原 則 4		金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、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販売に携わる金融事業者との情報連携等により販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則 4 は対象とはなりません。
	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、故意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも必要に応じて活用すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則 4（注1）は対象とはなりません。
	(注2)	金融商品の組成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に応じて、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実行性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則 4（注2）は対象とはなりません。
	(注3)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて、金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則 4（注3）は対象とはなりません。
補 充 原 則 5		金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則 5 は対象とはなりません。
	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則 5（注1）は対象とはなりません。

		の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業績実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供すべきである。		
	(注2)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。	非該当	当社は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、補充原則 5（注2）は対象とはなりません。