

お客様の資産形成および資産運用サポートに関する取組方針

おかやま信用金庫は、変化が激しく将来の不確実性も高い現在の外部環境に対応し、お客様の生涯価値の向上を目指すために、お客様への「共感による課題把握」に努め、お客様の「最善の利益」を追求する資産形成・運用の提案を充実させ、お客様に対する資産マネジメント提案を強化します。

その資産形成・運用業務における基本姿勢を示すために、「お客様の資産形成および資産運用サポートに関する取組方針」(以下、「取組方針」という。)を策定しました。

当金庫は、地域の皆様の資産形成および資産運用に関する業務において、以下の取組みを通じてお客様本位の質の高い金融サービスをご提供します。

なお、本方針は、顧客本位の業務運営を実現するために、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」の「7つの原則」を基に作成しています。

以下が、その「7つの原則」です。

原則1	顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等
原則2	顧客の最善の利益の追求
原則3	利益相反の適切な管理
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
原則7	従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

なお、金融庁は組成会社向けに「プロダクトガバナンスに関する補充原則」を策定していますが、当金庫はリスク性金融商品の販売会社であり、組成には携わっていないため採択していません。

1. お客様本位の徹底

取組方針	原則
「取組方針」に基づき、コンプライアンスを遵守し、高い専門性をもって、常にお客様本位の行動に努めてまいります。	原則2
お客様の生涯価値向上を目指し、夢の実現に向けた適切なライフプラン提案を実施することでバリューアップ型金融モデルに向けた活動を実践してまいります。	原則2
お客様のニーズやご意向をお伺いした上で、知識・投資経験・財産の状況やお取引の目的に照らして、ライフプランを踏まえたコンサルティングをおこない、お客様の「最善の利益」を追求するご提案をしております。	原則6
お客様の投資目的やリスク許容度に応じて適切な商品を選択いただけるよう、市場動向を踏まえ商品を見直し、金融商品・サービスのラインアップの充実に努めてまいります。	原則6
取扱商品の選定にあたっては、多くの投資運用会社や保険会社等から幅広く商品情報を収集し、商品特性・リスク・手数料の透明性等を十分に検討するとともに、商品のリスク等の特性に応じて投資運用会社や保険会社等のプロダクトガバナンスへの取組み等も考慮した上で、お客様の不利益にならないように選定してまいります。	原則3 原則6
金融商品・サービスのご提案にあたっては、利益相反によりお客様の利益を不当に損なうことがないよう、職員を教育・指導してまいります。	原則3
お客様がご負担いただく手数料その他費用について、容易に比較できるわかりやすい資料等により手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかの説明など、手数料の透明性に努めてまいります。	原則4

2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践

取組方針	原則
ご提案に際しては、金融商品の販売・サービスの提供等に係る重要な情報をお客様がご理解いただけるように、わかりやすい資料やタブレット端末等を活用し、お客様の投資のご意向に基づき、より良いご提案を実施してまいります。	原則 5 原則 6
「リスク・リターン」「取引条件」「ご提案する商品・サービスの選定理由」等の重要な情報は、お客様の経験や金融知識に合わせて分かりやすく平易な表現を用いてご理解いただけるよう説明してまいります。	原則 5
お客様の運用状況や市場動向等を踏まえ、タイムリーかつ丁寧なアフターフォローを実施すべく、お客様への情報提供をきめ細かくおこなってまいります。	原則 6
職員研修やセミナーの開催等を通じて、お客様の資産形成に役立つ情報をご提供してまいります。	原則 6
重要な情報について、単純でリスクの低い商品の説明は簡潔な情報提供とし、複雑でリスクの高い商品の説明は特に強調するなどしてお客様の注意を促すとともに、同種の商品と比較できる資料を活用し、ご理解いただけるよう説明してまいります。	原則 5
商品選定に際しては、商品の想定するお客様属性を明確にするとともに、ご提案時には、お客様属性に沿った販売がなされるよう努めてまいります。また、製販全体としてお客様の「最善の利益」を実現するために、投資運用会社や保険会社等と連携するように努めてまいります。	原則 6

3. お客様の最善の利益を図るための態勢整備

取組方針	原則
全役職員が本取組方針を理解し、実践してまいります。	原則 7
職員の担当業務や能力に応じた研修を実施し、商品や投資環境に関する知識・コンサルティング能力等の向上を図ってまいります。	原則 7
職員に対する業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みと倫理感を高めるためのコンプライアンス教育を実施してまいります。	原則 7
取組方針の実施状況は、検証をおこなったうえで、成果指標として公表するとともに、必要に応じて改善を図ってまいります。	原則 1

以上

本件に関するお問い合わせ先

086-223-7672 (価値創造部)

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表

金融事業者の名称		おかやま信用金庫			
取組方針掲載ページのURL		https://www.shinkin.co.jp/okayama/files/fd_1.pdf			
取組状況掲載ページのURL		https://www.shinkin.co.jp/okayama/files/fd_2.pdf			
原則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所	
原則 2	<p>【顧客の最善の利益の追求】 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。</p>	実施	1. お客様本位の徹底	7. 投資信託定時定額購入の掛物件数・金額（毎月） 8. 具体的な活動：2024年度個人業績評価制度の実施（4/1） 8. 具体的な活動：職員階層別研修の実施（8/7、8/8、8/22、9/3、9/5、9/18、10/23、11/5、2/5、3/11）	
	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。	実施	1. お客様本位の徹底	4. ライフプラン提案 7. 投資信託定時定額購入の掛物件数・金額（毎月） 8. 具体的な活動：2024年度個人業績評価制度の実施（4/1）
原則 3	<p>【利益相反の適切な管理】 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。</p>	実施	1. お客様本位の徹底	8. 具体的な活動：職員階層別研修の実施（8/7、8/8、8/22、9/3、9/5、9/18、11/5、2/5、3/11）	
	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	実施	1. お客様本位の徹底	8. 具体的な活動：投資信託新商品の取扱開始（7/1、1/4） 8. 具体的な活動：重要情報シート（保険個別商品編）取扱開始（10/1） 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い（3/31）
原則 4	<p>【手数料等の明確化】 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な情報提供すべきである。</p>	実施	1. お客様本位の徹底	8. 具体的な活動：投資信託新商品の取扱開始（9/1、1/4） 8. 具体的な活動：重要情報シート（保険個別商品編）取扱開始（10/1） 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い（3/31）	
原則 5	<p>【重要な情報の分かりやすい提供】 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>	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	4. ライフプラン提案 8. 具体的な活動：重要情報シート（保険個別商品編）取扱開始（10/1） 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い（3/31）	
	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	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	8. 具体的な活動：重要情報シート（保険個別商品編）取扱開始（10/1） 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い（3/31）
	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）。	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	8. 具体的な活動：重要情報シート（保険個別商品編）取扱開始（10/1） 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い（3/31）
	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。	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	8. 具体的な活動：職員階層別研修の実施（6/17、8/7、8/8、8/22、9/3、9/5、9/18）
	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、リスクとリターンと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。	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	8. 具体的な活動：重要情報シート（保険個別商品編）取扱開始（10/1） 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い（3/31）
	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。	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	8. 具体的な活動：重要情報シート（保険個別商品編）取扱開始（10/1） 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い（3/31）

原則 6		<p>【顧客にふさわしいサービスの提供】 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。</p>	実施	1. お客様本位の徹底	<p>4. ライフプラン提案 8. 具体的な活動：2024年度個人業績評価制度の実施(4/1) 8. 具体的な活動：外貨建保険の説明資料・帳票改定、フォローアップの実施(10/1) 8. 具体的な活動：ニーズ喚起資料の導入と改定(11/5)</p>
	注1	<p>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</p>	実施	1. お客様本位の徹底 2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	<p>4. ライフプラン提案 5. 投資信託アフターフォロー 6. 生命保険アフターフォロー 8. 具体的な活動：外貨建保険契約先アフターフォローの実施(4/1) 8. 具体的な活動：職員階層別研修の実施(6/17、9/5、9/18、11/19、1/23) 8. 具体的な活動：外貨建保険の説明資料・帳票改定、フォローアップの実施(10/1) 8. 具体的な活動：ニーズ喚起資料の導入と改定(11/5)</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、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。</p>	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	<p>8. 具体的な活動：職員階層別研修の実施(6/17、9/5、9/18、11/19、1/23) 8. 具体的な活動：外貨建保険の説明資料・帳票改定、フォローアップの実施(10/1) 8. 具体的な活動：ニーズ喚起資料の導入と改定(11/5) 8. 具体的な活動：重要情報シート(保険個別商品編)取扱開始(10/1) 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い(3/31)</p>
	注3	<p>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。</p>	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	<p>8. 具体的な活動：職員階層別研修の実施(6/17、9/18、11/19、1/23) 8. 具体的な活動：職員職員向けスキルアップ講座の実施(4/13、5/11、6/22、7/6、7/20、9/7、11/9、12/14、1/18、1/25、2/22、3/22) 8. 具体的な活動：重要情報シートの継続的な取扱い(3/31)</p>
	注4	<p>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。</p>	実施	1. お客様本位の徹底	<p>8. 具体的な活動：職員階層別研修の実施(8/7、8/8、8/22、9/3、9/18、10/23、11/5、2/5、3/11)</p>
	注5	<p>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。</p>	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	<p>2. お客様向け・職員向けセミナー開催数 8. 具体的な活動：職員職員向けスキルアップ講座の実施(4/13、5/11、6/22、7/6、7/20、8/31、9/7、10/12、11/9、12/14、1/18、1/25、2/22、3/22) 8. 具体的な活動：外貨建保険の説明資料・帳票改定、フォローアップの実施(10/1) 8. 具体的な活動：資産運用セミナーの開催(5/18、7/20、9/21、11/9、1/18) 8. 具体的な活動：相続・遺言信託・事業承継等相談会の開催(11/15)</p>
	注6	<p>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。</p>	実施	2. お客様本位の情報提供およびコンサルティングの実践	<p>8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応</p>
注7	<p>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。</p>	実施	1. お客様本位の徹底	<p>8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応</p>	
原則 7		<p>【従業員に対する適切な動機づけの仕組み等】 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仕組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。</p>	実施	3. お客様の最善の利益を図るための態勢整備 3. お客様の最善の利益を図るための態勢整備	<p>2. お客様向け・職員向けセミナー開催数 8. 具体的な活動：2023年度個人業績評価制度の実施(4/1)</p>
	注	<p>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。</p>	実施	3. お客様の最善の利益を図るための態勢整備	<p>8. 具体的な活動：「お客様の資産形成および資産運用サポートに関する取組方針」取組状況の開示(6/28)</p>

補充原則 1	【基本理念】 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下、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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
補充原則 2	【体制整備】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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仕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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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PDCA サイクルを確立すべきである。	非該当	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
補充原則 3	【金融商品の組成時の対応】 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、金融商品の販売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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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、恣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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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等に応じて、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、元本毀損のおそ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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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、金融商品の販売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、金融商品組成後の検証の実効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。	非該当	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
補充原則 4	【金融商品の組成後の対応】 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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのパラメータ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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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等に応じて、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効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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
補充原則 5	【顧客に対する分かりやすい情報提供】 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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、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るべきである。	非該当	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)
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	前文の最終行	3. 商品ラインアップ 8. 具体的な活動：金融庁の「プロダクトガバナンスに関する原則」への対応(3/31)

【照会先】

部署	価値創造部
連絡先	086-223-7672