

「お客さま本位の金融商品販売を実現するための取組方針」に関する取組状況について

2025 年 6 月 27 日
株式会社山形銀行

お客さま本位の金融商品販売を実現するための取組方針

株式会社山形銀行（以下、「当行」）は、お客さまの資産形成・資産運用にかかる業務において、お客さま本位の業務運営を図るための指針となる「お客さま本位の金融商品販売を実現するための取組方針」を策定し公表します。

本方針のもとで、当行はお客さま本位の行動を実践し、その取組状況を定期的に公表します。また、本方針はより良い業務運営を実現するために、定期的に見直しを行います。

取組方針 1. お客さま本位の商品提案・コンサルティングの実践

- （１） 当行は、お客さまの金融知識・経験・財産の状況およびお取引の目的に照らし、適切な商品をご提案します。
- （２） 当行は、お客さまの投資目的やリスク許容度等に応じて商品をご選択いただけるよう、金融商品ラインナップの充実に努め、適時商品導入や商品見直しを行います。

＜アクションプラン＞

- 1. 当行では、ご提供する商品やサービスごとに策定した取組方針に沿って、お客さまの資産運用・資産形成に資するご提案を行っています。【表 1】【図 1】
- 2. 提案時にいただく「ご相談シート」や、お客さまからのヒアリングにより作成する「資産形成シミュレーションツール」により、投資のご経験や目的、将来の必要資金額などを伺っています。また、金融商品・サービスを比較検討いただけるよう、「資産運用サービス比較表」にてそれぞれのお客さまに最適な商品・サービスを比較提案いたします。【図 2】【図 3】
- 3. すべての商品販売時において、お客さまの応接履歴を記録しています。記録については管理部門がモニタリングを行い、お客さまニーズ等に照らして適切な商品選定となっているか、適切な説明を行っているかなどの検証を実施しています。
- 4. 高齢の方への不適切な販売を防止するため、高齢者販売ルールを定め、販売時にご家族同席もしくはご家族の意向確認を行うなど、厳格な販売体制を敷いています。
- 5. 商品ラインナップを適時見直し、お客さまごとにふさわしい金融商品が提供できるよう、投資運用会社や保険会社等と幅広く連携し、外部第三者評価機関の評価も参考にしながら、特定のカテゴリーに偏ることなく選定しています。【表 2】
- 6. 商品選定の際には、商品企画部門のみならず、リスク管理・コンプライアンス部門、市場運用部門、内部監査部門などの関連部署が、特定のカテゴリーや運用会社に偏っていないか、想定するお客さまの属性に対して過度にリスクのある商品ではないかなど、様々な観点から検証を実施しています。【図 8】
- 7. 当行で金融商品を組成する場合、お客さまにとって価値のある商品であるか検討のうえ販売を開始するとともに、販売後には商品のリスクやリターン、コスト等が適正か、当初ご利用いただくことを想定したお客さまにご利用いただけたか等のプロセスを検証することで適切な商品の提供に努めてまいります。

＜本原則（※）との対応関係＞

原則 6【顧客にふさわしいサービスの提供】（注 1）（注 3）（注 4）（注 5）
補充原則 1【基本理念】、補充原則 2【体制整備】（注 1）（注 2）
補充原則 3【金融商品の組成時の対応】（注 1）（注 2）（注 3）
補充原則 4【金融商品の組成後の対応】（注 1）（注 2）（注 3）

※ 本文中の本原則とは、金融庁が定める「顧客本位の業務運営に関する原則」を指します。

＜商品・サービスごとの取組方針＞【表 1】

取扱商品・サービス	取組方針
投資信託	お客さまの投資意向により、世界中の様々な投資対象やリスクレベルを有するファンドから選択いただけること、少額・分散投資が可能であること、NISA による税制優遇を享受できることなど多くのメリットがあり、資産運用・資産形成の中心商品として、投資未経験者を含め幅広い方にご提供していきます。
ファンドラップ	心理的なハードルや時間的な制約から、投資に一步踏み出せない投資未経験者の方や運用をプロに一任されたいお客さまなどに対し、投資一任というサービススキームを活用したお客さまの資産運用・資産形成の中心商品としてご提供していきます。なお、運用ポートフォリオのリバランスや売買のタイミングをご自身の判断で行われたいお客さまには、併せてバランス型ファンド等の投資信託をお薦めします。
一時払保険	一時払保険は、お客さまの目的に合わせ、保険特有の保障機能を有する商品から選択できることなどのメリットがある一方で、運用タイプの場合、資産運用に特化した投資信託等と比較し相対的にコストが割高になるなどのデメリットもあります。他商品との比較によるご提案を行いながら、金融商品の主力の一つとしてご提供していきます。
仕組債	一般的な債券よりも相対的に高い利回りが期待できる反面、商品性が複雑で投資経験の浅いお客さまには十分なご理解が得られにくく、また、早期償還条項による早期償還も一定程度発生するため、長期的な個人の資産形成には向きづらい商品です。一定の投資経験があり、リスク性商品への投資に充てられる余裕資金を十分に保有されている法人、個人のお客さまなどを対象にご提供していきます。【2025 年 6 月現在：販売を一時停止しております】
公共債	公共債は、国や地方公共団体が発行する信用度が高い債券のため、リスクを抑えながら、安心して運用することが可能です。安全性を重視した運用をご希望のお客さまを中心にご提供していきます。

＜NISA 制度普及のための活動＞【図 1】

NISA 制度について、資産形成に役立つ制度として、幅広い年代のお客さまに向けて情報提供を行っております。



<金融商品ラインナップ>【表 2】

■ 投資信託商品ラインナップ（窓口・ネットバンク取扱い）

カテゴリ		取扱商品数	取扱商品比率
債券		5	8.6%
	国内	1	1.7%
	海外	4	6.9%
株式		30	51.7%
	国内	8	13.8%
	海外	22	37.9%
REIT		5	8.6%
	国内	2	3.4%
	海外	3	5.2%
その他資産		1	1.7%
	国内	0	0.0%
	海外	1	1.7%
バランス型		17	29.3%
合計		58	100.0%

■ 投資信託の商品ラインナップは、国内外の債券や株式、REIT など、お客さまニーズを踏まえたラインナップとしています。

■ 分散投資が可能で、長期投資にも最適なバランス型の投資信託が 29.3%を占めています。バランス型とは、国内外の債券・株式、REIT（不動産投資信託）等を組み合わせて運用する投資信託です。

■ 生命保険商品ラインナップ

商品種類		取扱商品数	取扱商品比率
一時払	円建	12	48.0%
	変額年金保険	0	0.0%
	定額年金保険	3	12.0%
	終身保険	9	36.0%
	変額終身保険	0	0.0%
	外貨建	13	52.0%
	変額年金保険	0	0.0%
	定額年金保険	4	16.0%
	終身保険	9	36.0%
	変額終身保険	0	0.0%
	合計	25	100.0%
平準払	円建	16	80.0%
	定期保険	1	5.0%
	医療保険	7	35.0%
	学資保険	1	5.0%
	がん保険	3	15.0%
	終身保険	2	10.0%
	収入保障保険	1	5.0%
	定額年金保険	1	5.0%
	外貨建	4	20.0%
	終身保険	1	5.0%
	定額年金保険	3	15.0%
合計	20	100.0%	

■ 生命保険の商品ラインナップ（一時払）は、終身保険や年金保険を中心に、円建・外貨建の商品を取りそろえています。

■ 生命保険の商品ラインナップ（平準払）は、医療保険、がん保険を中心に、お客さまの幅広いニーズにお応えできる商品を取りそろえています。

■ 特定保険（変額・外貨建等）については、2016 年 10 月より手数料を開示しております。

手数料開示商品	18	40.0%
---------	----	-------

取組方針 2. お客様にわかりやすい情報の提供

当行がお客様に対し金融商品をご提案する際には、商品やリスクの内容、手数料および市場動向等、投資判断に資する十分な情報の提供を行うとともに、わかりやすく平易な言葉で丁寧にご説明します。

<アクションプラン>

1. お客様にご提供すべき重要な情報は、投信提案ツールやライフプランガイドなど、WEB も含めた販売ツールを活用し、わかりやすいご提供を心掛けています。【図 4】【図 5】
2. お客様が投資判断を行うために必要な情報である、商品ごとの収益やリスク、手数料等の項目は、重要情報シート（個別商品編）に記載しています。【図 6】
3. 当行はお客様へご説明を行う際、商品をわかりやすくご説明するため、重要情報シート（個別商品編）を活用し、丁寧な説明を徹底しています。
4. お客様に金融商品・サービスをご案内する際は、さまざまな商品との比較ができるよう、重要情報シート（個別商品編）に加え、「資産運用サービス比較表」を用いながら、わかりやすい説明を行っています。【図 3】
5. デジタルツールを活用し、充実した情報を分かりやすくお客様にご提供するため、投資信託の目論見書等法定書類の電子交付を行っています。なお、ご希望のお客様には従来どおり紙媒体でのご提供も可能です。
6. 金融商品のご成約の際の重要事項説明時において、お客様とのやりとりを音声録音させていただいています。管理部門がその内容をモニタリングし、重要な事項についてお客様にわかりやすい説明を行っているか検証しています。
7. 当行で金融商品を組成し販売する場合、お客様のニーズに合致するご提案となるよう、対象商品の特徴やリスク、仕組み・コスト等のご説明や、他の金融商品との比較も含めわかりやすく情報提供を行います。

※ 2025 年 3 月末時点において、当行は金融商品の組成は行っていません。

<本原則との対応関係>

原則 5【重要な情報の分かりやすい提供】（注 1）（注 2）（注 3）（注 4）（注 5）

原則 6【顧客にふさわしいサービスの提供】（注 1）（注 2）（注 5）

補充原則 3【金融商品の組成時の対応】（注 1）（注 2）（注 3）

補充原則 5【顧客に対する分かりやすい情報提供】（注 1）（注 2）

<提案・説明ツール>

■ Wealth Advisor（投信提案ツール）【図 4】

⇒ 投信のファンド概要や他社ファンドとの比較などの機能に加え、ライフプランシミュレーション機能を実装。



■ <やまぎん>ではじめる貯蓄【図 5-1】

 山形銀行の資産運用ラインナップ				
	つみたて投資	つみたて投資	ideCo 個人年金投資型	個人年金保険
ご利用いただける方	・個人のお客さま ・団体のお客さま ・法人のお客さま	・個人のお客さま ・団体のお客さま ・法人のお客さま	・個人のお客さま ・60歳未満の方	・個人年金保険
ご利用資産	国債のみ	国債のみ	年額14.4万円 ～87.0万円 （国債のみ） ※国債以外の有価証券	国債のみ
お取扱いについて	無出給の無償提供	なし	なし	あり
	運用時	なし	あり	なし
	貸付取り増	なし	あり	なし
引き出しについて	いつでも可能	いつでも可能	原則60歳未満 国債のみ 国債より不利	解約時に必要な 準備金が必要 （解約金）
お投入・ご入金金額	個人 5,000円～ 法人 50,000円～	1,000円～	5,000円～	国債のみ
実行方法	窓口	窓口・ネットバンク	窓口・ホームページ ※ネットバンクは 「山形銀行」アプリ	窓口
預入・自動継続日	毎月1日に自動継続	毎月1日に自動継続 ※金曜日の場合は前日	毎月1日に自動継続	国債のみ

※1 山形銀行の運用資産は、国債のみです。
 ※2 国債以外の有価証券は、国債よりも利回りが高くなる一方で、価格変動のリスクがあります。国債よりも利回りが高くなる一方で、価格変動のリスクがあります。
 ※3 国債以外の有価証券は、国債よりも利回りが高くなる一方で、価格変動のリスクがあります。国債よりも利回りが高くなる一方で、価格変動のリスクがあります。

	NISA（少額投資非課税制度）	
	つみたて投資枠 （積立型）	成長投資枠
年間投資額	120万円	240万円
資産保有期間	無期限化	
評価保有上限額	1,800万円 ※国債以外の有価証券は、国債よりも利回りが高くなる一方で、価格変動のリスクがあります。	
口座開設期間	永久化	
投資対象商品	長期の確立・分散投資に 適した一定の投資信託	
対象年齢	1歳以上	
	上場株式・投資信託等 ①積立・有価証券 ②国債・国債10年未満の国債、東証1部上場 ③海外有価証券（米国有価証券）	

「資産づくり」はじめてみませんか？

目標 20年後の暮らしを今から準備する

目標 20年後の暮らしを今から準備する

生活を守る

少子高齢化と社会保障

POINT / 建設世代の負担は増大しています。

少子高齢化の進行により、年金・医療等の社会保障分野において建設世代の負担が増大してきています。少子化による少子化インフラの広域に平等な負担の増大により、建設に必要となる負担が増大しています。

1965年
（昭和40年）

65歳以上人口は9.1人

2012年
（平成24年）

65歳以上人口は2.4人

2050年
（平成38年）

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

2012年

65歳以上人口は2.4人

2050年

65歳以上人口は1.2人

1965年

65歳以上人口は9.1人

<重要情報シート（個別商品編）>【図 6】

■投資信託【図 6-1】

山形銀行

重要情報シート（個別商品編）
のむらップ・ファンド（普通型）

使用開始日：2024年05月18日

1 商品等の内容（当行は、組成会社等の委託を受け、お客さまに商品の販売の勧誘を行っています）

金融商品の名称・種類	のむらップ・ファンド（普通型）
組成会社（引受保険会社）	野村アセットマネジメント株式会社
販売委託元	野村アセットマネジメント株式会社
金融商品の目的・機能	国内株式、国内債券、外国株式、外国債券、世界各国（日本を含む）の不動産投資信託証券（REIT）を主要投資対象とし、債権資産の成長と安定した収益の確保を図ることを目的として運用を行います。
商品組成に携わる事業者が想定する購入層	この商品は、安定した収益の確保と全資産的な資産の成長を目指し、元本の損失に対する知覚や投資経験が浅い、もしくは短期間で商品価値を上げたいという投資家を中心に商品として提供しています。この商品は元本割れリスクを無視でき、安全性と収益性のバランスに配慮しつつ確実な運用を考えた商品に近いです。また、積極的な運用を考えた方の投資も可能です。
パッケージ化の有無	パッケージ化商品ではありません。
クーリング・オフの有無	クーリング・オフ（契約日から一定期間、解除できる仕組み）の適用はありません。

以下のような事実があれば、お問い合わせください。

- ① 本銀行が提供する商品のうち、この商品は、他の証券、債券、投資信託、商品取引等と併せて、お客さまの資産形成に活用されています。
- ② この商品の購入に際しては、お客さまのリスク許容度や投資目的を把握することが必要です。
- ③ この商品の購入に際しては、お客さまのリスク許容度や投資目的を把握することが必要です。

2 リスクと運用実績（本商品は、元本の元金が保証されず、損失が生じるリスクがあります）

損失が生じるリスクの内容	○ファンドは株式、REIT、債券（公社債等）に投資を行いますので、各々の資産の市場価格の変動の影響を受け、損失が生じる可能性があります。 ○債券（公社債等）等には、元金利息の支払遅延や元金利息の支払不能などのリスクがあります。 ○原則として為替ヘッジを行いませんので、為替変動の影響を受け、損失が生じる可能性があります。
（参考）過去1年間の収益率	28.8%（2024年3月末現在）
（参考）過去5年間の収益率	平均7.1% 最低-4.4%（2022年12月） 最高24.8%（2021年10月） （2019年4月～2024年3月の各月末における過去5年間の平均）

※ 損失リスクの内容の情報は、投資信託の「投資リスク」に、運用資産の組成と投資信託の「リスクの重要な点」や「運用実績」に記載しています。

以下のような事実があれば、お問い合わせください。

- ① 本銀行が提供する商品のうち、この商品は、他の証券、債券、投資信託、商品取引等と併せて、お客さまの資産形成に活用されています。
- ② この商品の購入に際しては、お客さまのリスク許容度や投資目的を把握することが必要です。
- ③ この商品の購入に際しては、お客さまのリスク許容度や投資目的を把握することが必要です。

3 費用（本商品の購入又は保有には、費用が発生します）

購入時に支払う費用（販売手数料など）	購入申込金額に手数料を乗じて課税金額とします。なお、お申込手数料には消費税が課税されます。 ○窓口販売の場合：手数料 1.1%（税込） ○インターネット販売の場合：手数料 0.7%（税込） ※なお、インターネットによるお申込は、1ファンドあたり1日1回（1日1回）となります。
継続的に支払う費用（信託報酬など）	運用管理費用（信託報酬率）：年1.35%（税込）年1.23% その他費用：手数料が実費でファンドから支払われます。これは原則に課税を課金することができません。
運用成果に依る費用（商品価値など）	ありません。

※ 上記以外に生ずる費用は、原則は契約締結時交付書面に「ファンドの費用・税金」に記載しています。

以下のような事実があれば、お問い合わせください。

- ① 本銀行が提供する商品のうち、この商品は、他の証券、債券、投資信託、商品取引等と併せて、お客さまの資産形成に活用されています。
- ② この商品の購入に際しては、お客さまのリスク許容度や投資目的を把握することが必要です。
- ③ この商品の購入に際しては、お客さまのリスク許容度や投資目的を把握することが必要です。

■生命保険【図 6-2】

2025年4月版
重要情報シート

販売会社：株式会社 山形銀行

この資料は、この商品の全ての事項を記載したものではありません。ご検討、お申込みの際は、「商品概要書」「契約締結交付書」「重要情報シート（注）」「契約の成立」「約款」などを必ずお読みください。

この商品は三井住友海上プライマリー生命を引受保険会社とする生命保険です。預金とは異なり、また、元本割れすることがあります。

1. 商品等の内容（当行は、組成会社等の委託を受け、お客さまに商品の販売の勧誘を行っています）

金融商品の名称・種類	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社
組成会社（引受保険会社）	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社
販売委託元	【目的】 ・この終身保険を利用し、死亡した場合の、遺族への保障を準備いたします。 【目的に応じて、2つのコースから選択いただけます。】 ■ 積立コース 所定の積立利率で資金を運用し、将来に向けた資産形成を行っていただけます。 ■ 定期支払コース 所定の積立利率で資金を運用し、毎年の契約満期日に定期支払金をお受取りいただけます。 【機能】 ・契約満期、米ドル、豪ドル、ユーロ、円より選択いただけます。 ・契約時は契約日の積立利率で、契約後は各変更日に変更される積立利率で、積立利率適用期間中に運用します。 ・被保険者が死亡した場合には、死亡保険金をお支払いします。なお、死亡保険金は、契約満期まで一時的に保険料（基本保険料）を返還します。 ■ 積立コース 契約満期が外貨で、積立利率の円換算額が設定した目標額（円換算一時払保険料に相当する額）以上になった場合（目標達成した場合）、自動的に内閣府へ移行する機能を備えています。 ■ 定期支払コース 契約日後の毎年の契約満期日に被保険者が生存している場合、契約満期までの定期支払金をお受取りいただけます。 ・この商品は、以下の2つの意向があるお客さまを意図して組成しています。 ■ コース共通 お支払った資金で、満期日または死亡した場合の遺族への保障を準備しながら、契約満期まで資金を運用していただくことができます。 ■ 積立コース 積立利率による運用で将来に向けた資産形成を行いたいお客さま 積立利率が外貨建てで、自動的に内閣府へ移行する機能を活用したいお客さま ■ 定期支払コース 毎年の契約満期日に所定の積立利率で運用した定期支払金をお受取りいただける
商品組成に携わる事業者が想定する購入層	

■ファンドラップ【図 6-3】

山形銀行

重要情報シート（個別商品編）

使用開始日：2023年6月26日

1. 商品等の内容（当行は、組成会社等の委託を受け、お客さまに商品の販売の勧誘を行っています）

金融商品の名称・種類	ファンドラップ（投資一任契約）
組成会社（引受保険会社）	株式会社ウエル・スクエア（以下「ウエル・スクエア」）
販売委託元	ウエル・スクエア/販売委託元 なおウエル・スクエアは以下の業務を山形銀行・野村證券に委託しています。 山形銀行：投資一任契約の締結の媒介業務（以下「契約締結媒介業務」） 野村證券：投資一任契約の締結の代理業務（以下「契約締結代理業務」）
金融商品の目的・機能	・ファンドラップは、ウエル・スクエアがお客さまとの投資一任契約に基づき、お預かりした資金についてお客さまより有価証券の価格等の分析に基づき投資判断の全部を一任されるときに投資を行う上で必要な権限の委任を受け、当該投資判断に基づいてお客さまに代わり運用を行うサービスです。 ・ファンドラップにおける運用の基本方針は、お客さまの資産運用に対するお考えや投資資金の性格等のご回答に基づき行った運用コース診断の結果、お客さまと合意した投資提案の内容とします。 ・ファンドラップは、国内外の株式、国内外の債券、リート等主要資産に投資する投資信託を組み合わせた運用サービスです。 ・お客さまが想定されるリスク及びリスクの水準に基づき、基本資産配分比率が異なる5つの運用コースをご用意しております。また、お客さまは5つの運用コース毎にオルタナティブ投資の有無を選択可能です。 ・お客さまの運用資産の状況は、四半期毎に定期運用報告書にて報告いたします。
商品組成に携わる事業者が想定する購入層	・野村證券に金融商品仲介口座及び投資一任口座を開通しウエル・スクエアと投資一任契約を締結可能なお客さま。また運用コース診断に基づき、リスク許容度に応じた運用コースをご選択し、当該選択結果を契約いただけるお客さま。 ・将来に向けた長期的な資産形成をお考えのお客さま、または資産運用に関心があるものの、投資に関する経験・知識・時間が不足し運用開始に踏み出せない、もしくは退職金や相続資金等の資金を中長期で運用をお考えのお客さま等。 ・短期での運用を考えておられるお客さまには不向きとなります。また、リスク商品への投資を行うため、市場変動に応じた元本割れを許容できるお客さま。
パッケージ化の有無	・ファンドラップは、お客さまとの投資一任契約に基づき、以下の複数の投資信託を組み合わせて運用するサービスです。なお、これらを個別の金融商品として購入することはできません。 ファンドラップ（ウエル・スクエア） 日本株式 ファンドラップ（ウエル・スクエア） 債券・安定型 ファンドラップ（ウエル・スクエア） 債券・成長型 ファンドラップ（ウエル・スクエア） 外国株式 ファンドラップ（ウエル・スクエア） 外国債券 ファンドラップ（ウエル・スクエア） REIT ファンドラップ（ウエル・スクエア） オルタナティブ
クーリング・オフの有無	金融商品取引法第37条の規定（いわゆるクーリング・オフ）の適用はありません。

■投資信託の重要情報シート（個別商品編）は、すべての商品でご提供しております。

■ファンドラップについても、重要情報シート（個別商品編）をご提供しています。

取組方針 3. 手数料の透明性の向上

当行は、お客さまが負担する手数料やその他の費用について、透明性の向上に努め、その詳細をわかりやすく丁寧にご説明します。

<アクションプラン>

- 各商品においてお客さまが負担する手数料およびその他の費用については、投資信託ラインナップや、重要情報シート（個別商品編）を用いて、手数料率や内容等を含めわかりやすく丁寧に説明しています。
- 販売実績については、特定の商品、運用会社、手数料率に大きく偏ることのない構成になっています。【表 3】
- インターネットバンキングで購入いただく場合、販売手数料を割引しており、その内容は当行ホームページ等に掲載しているほか、窓口でもご案内しています。【図 7】
- 当行で金融商品を組成し販売する場合においても、組成コストや販売手数料についてわかりやすい説明を行います。

※ 2025 年 3 月末時点において、当行は金融商品の組成は行っていません。

<本原則との対応関係>

原則 4【手数料等の明確化】

補充原則 5【顧客に対する分かりやすい情報提供】（注 1）（注 2）

<投資信託販売額上位商品>【表 3】

1. 窓口による販売額上位商品（単位：百万円 期間：2024 年 4 月～2025 年 3 月）

順位	商品名	運用会社	販売額	構成比	手数料率（税込）	
					販売手数料	信託報酬
1	次世代米国株ファンド	三菱UFJ	2,000	32.2%	2.75%	1.595%
2	のむらっぴ・ファンド（普通型）	野村	1,348	21.7%	1.10%	1.353%
3	のむらっぴ・ファンド（積極型）	野村	584	9.4%	1.10%	1.518%
4	イーストスプリング・インド株式オープン	イーストスプリング	320	5.2%	3.30%	1.9497%
5	ストックインデックスファンド225	大和	261	4.2%	2.20%	0.517%

2. つみたて投信による販売額上位商品（単位：百万円 期間：2024 年 4 月～2025 年 3 月）

順位	商品名	運用会社	販売額	構成比	手数料率（税込）	
					販売手数料	信託報酬
1	つみたて全世界株式	三菱UFJ	920	10.9%	なし	0.198%
2	つみたて先進国株式	三菱UFJ	801	9.5%	なし	0.22%
3	イーストスプリング・インド株式オープン	イーストスプリング	651	7.7%	3.30%	1.9497%
4	のむらっぴ・ファンド（普通型）	野村	545	6.5%	1.10%	1.353%
5	つみたて日本株式（日経平均）	三菱UFJ	492	5.8%	なし	0.198%

※ 運用会社の正式名称：「三菱 UFJ」三菱 UFJ アセットマネジメント、「野村」野村アセットマネジメント、「イーストスプリング」イーストスプリング・インベストメンツ、「大和」大和アセットマネジメント

※ 手数料率：店頭取扱手数料を記載。

<インターネットバンキングによる購入時の申込手数料割引>【図 7】

〈やまぎん〉ネットバンク投資信託受付サービス

インターネット投資信託

ご購入申込手数料

30%OFF!!

〈やまぎん〉ネットバンクで投資信託をお申し込みいただいた場合、
窓口で購入いただく場合に比べてご購入申込手数料を30%割引します
※ つみたて投信は除きます。

取組方針 4. 利益相反の適切な管理

当行は、商品提供会社から当行に支払われる手数料や資本関係等にとらわれることなく、お客さまのニーズに合致した商品のご提案を行います。

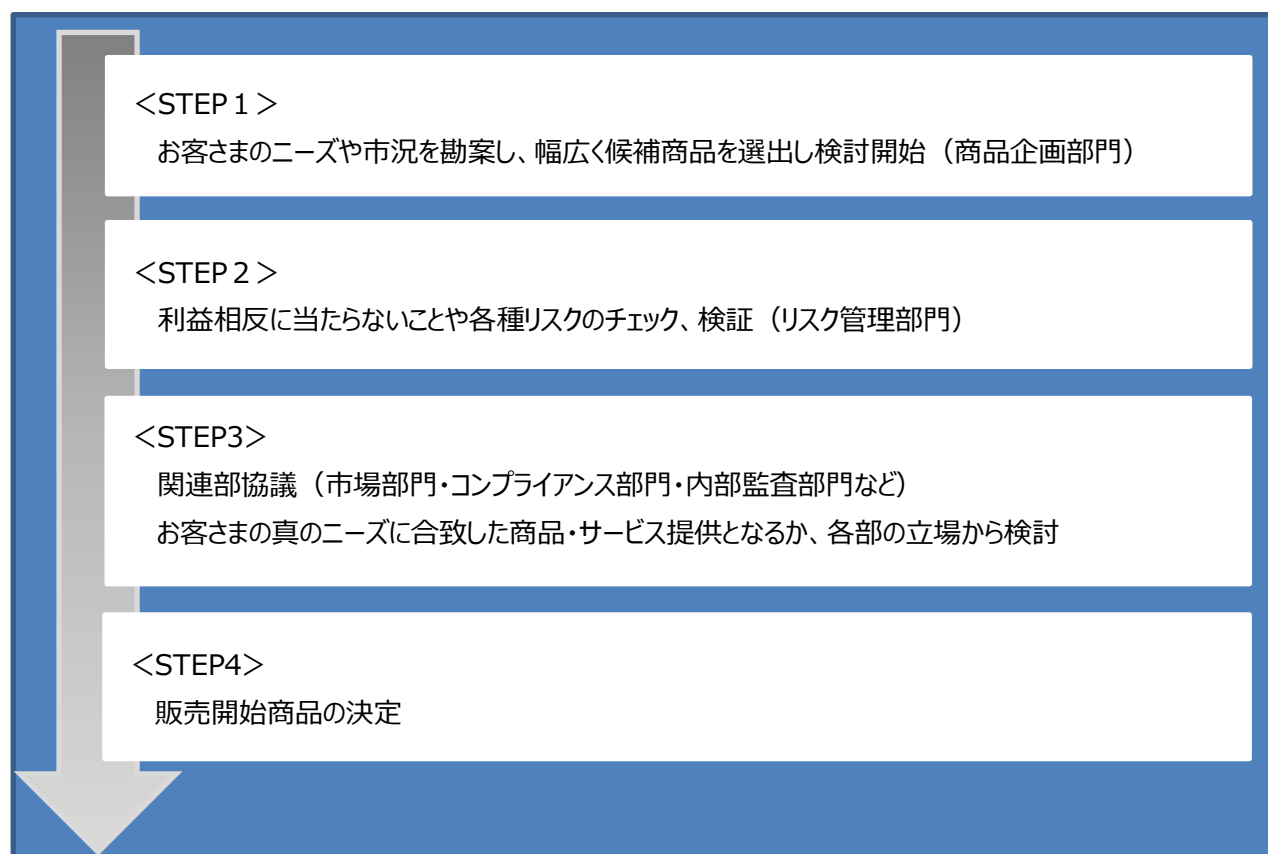
<アクションプラン>

1. 新商品導入時には、商品提供会社に著しい偏りがないか、また、提供会社より特別の利益供与がないかなど、利益相反がないことをリスク管理・コンプライアンス部門にて検証しています。当行が商品組成を行う場合についても、提供を想定するお客さまの最善の利益に資する商品・サービスとなるか検証のうえ取り扱いを開始いたします。【図 8】
2. 営業職員の業績評価方法に、特定の商品の販売実績や手数料の多寡が反映されることはありません。
3. なお、当行のグループ会社に金融商品の提供を行う会社はありません。

※ 2025 年 3 月末時点において、当行は金融商品の組成は行っていません。

<本原則との対応関係>
原則 3【利益相反の適切な管理】（注）
補充原則 2【体制整備】（注 1）（注 2）
補充原則 3【金融商品組成時の対応】（注 1）（注 2）（注 3）

<商品導入時のプロセス>【図 8】



チェック実施項目

- | | | |
|-------------|---------------|-----------|
| ○利益相反とならないか | ○お客さまのニーズに合うか | ○類似商品との比較 |
| ○各種リスクのチェック | ○手数料の妥当性 | |

取組方針 5. お客様の最善の利益を追求するための体制整備

- (1) 当行は、市場動向やお客様の運用状況を踏まえ、適時適切かつ丁寧なアフターフォローを行い、お客様の資産形成・資産運用のお役に立つ情報提供やアドバイスの高度化に努めます。
- (2) 当行は、店頭による対面販売のほか、インターネット等の非対面による販売等、お客様がアクセスしやすいチャネルの整備に努めます。
- (3) 当行は、お客様に対し、金融や投資に関する知識の向上や市場動向の把握に役立つ資産運用セミナー等の機会提供に努めます。

<アクションプラン>

1. 県内最大のお客様基盤を有するリーディングバンクとして、地域内のお客様の資産形成支援に「責任」を持って取り組み、資産残高増加を実現することで、「お客様の生涯にわたる豊かな生活」と「当行収益基盤の確立」を目指します。
2. お客様にとっての最善の利益は、「**お客様が長期安定的に資産残高を積み上げ、生涯にわたる豊かな暮らしを実現する**」ことと位置づけ、これを測る指標として、「預かり資産残高」、「運用損益別顧客比率」および「投資信託平均保有年数」の推移を重視しています。【表 4】【表 5】【表 6】【表 7】
3. お客様の最善の利益を図るために重視している指標は、各種経営会議等において報告され、経営陣を含めて足元の状況の共有および改善に向けた議論を実施しています。
4. 幅広い世代のお客様へのご提案を通じ、投資信託や積立型商品を活用した資産運用等、資産形成に必要な情報提供を行っています。また、お客様の NISA や積立型商品の推移を定期的に確認し、ご利用状況を把握しています。また、商品・サービスの組成会社との情報連携等により、必要に応じ商品内容等の改善を行い、より良い商品・サービスの提供に努めてまいります。【表 8】【表 9】【表 10】
5. お勤めの方などで日中店頭にお越しいただけないお客様向けに、土日でもご相談が可能な「プラザ店」のご案内のほか、WEB 上で投資信託の口座開設や購入、換金などのお取引ができる非対面受付サービスを提供しています。【図 9】
6. アフターフォローについては、特に高齢の方や残高を多くお持ちのお客様を重点的に実施しており、相場急変時などにおいても、適時適切なフォローを行っています。なお、2024 年度のアフターフォローについては当初計画分に加え、世界的に株安となった場面において影響を強く受けたお客様に優先的にアフターフォローを実施しました。【表 11】
7. 外部機関等も活用し、最新のマーケット動向を踏まえた投資戦略、相続・介護ニーズへの対応など、お客様のお役に立つセミナーを定期的に開催しています。【表 10】
8. お客様への商品販売の際、当行の説明・提案が「お客様本位の金融商品販売を実現するための取組方針」を踏まえた適切かつ十分な内容で行われているか、行内にてモニタリング態勢を整備し、確認していきます。
9. ターゲット型外貨建一時払保険をお持ちのお客様について、運用機能のほか保険特有の機能（そなえる・のこす）の活用方法や保険に加入した目的等、対話を行いご意向を確認しております。目標達成後に運用継続をご希望のお客様については、「資産運用サービス比較表」により、金融商品・サービスを比較いただきながら、これからのお考えについて対話をさせていただきます。

<本原則との対応関係>

原則 2【顧客の最善の利益の追求】（注）

原則 6【顧客にふさわしいサービスの提供】（注 6）（注 7）

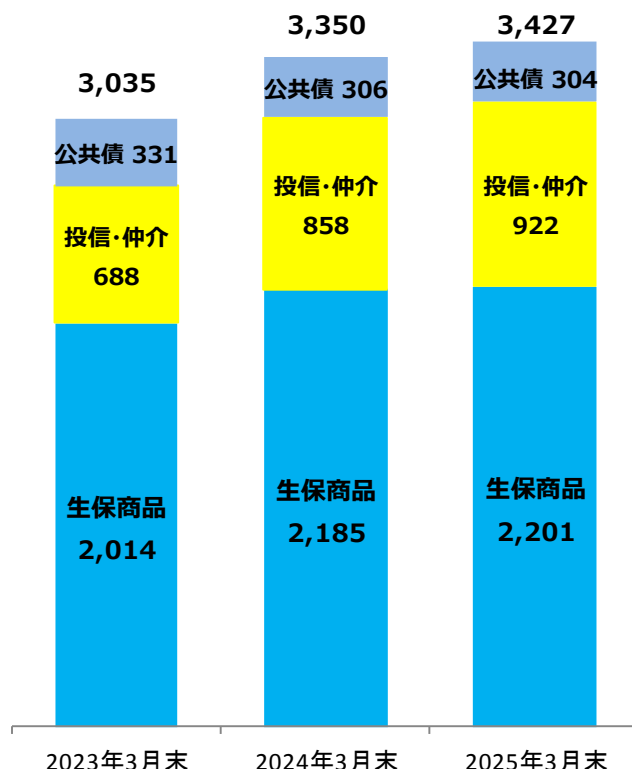
【参考】お客様の最善の利益にそぐわないと考える主な行動

- お客様の金融知識、経験、財産の状況およびお取引の目的に照らして、過度にリスクが高い商品や十分な理解が得られない複雑な商品など、お客様にそぐわない商品を販売すること
- 重要事項の不十分な説明、お客様を誤認させるような説明などにより、商品を販売すること
- お客様の投資意向に反して、高頻度の商品売買を勧誘し、過度の手数料を負担いただくような販売を行うこと

<預かり資産残高>【表 4】

・お客さま本位の資産形成提案により、預かり資産の残高が前年比+77 億円増加しています。

(単位：億円)



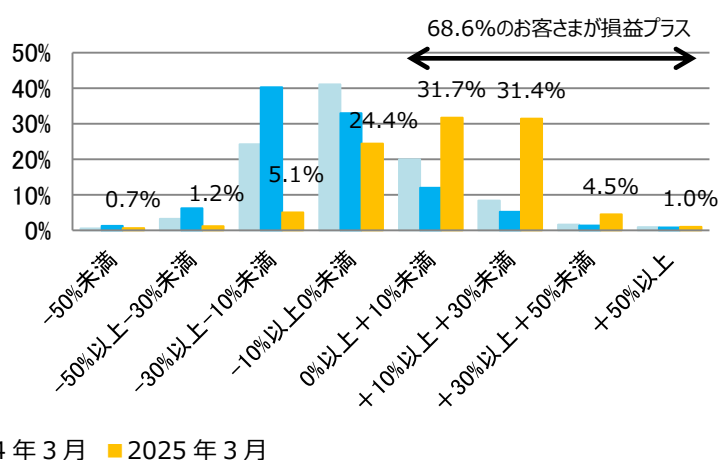
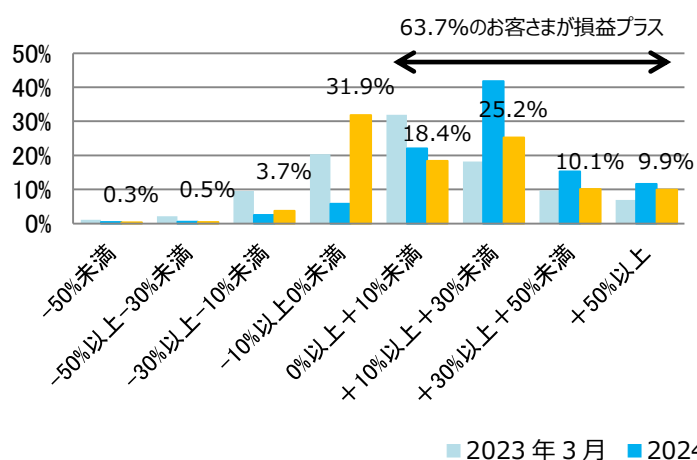
<運用損益別顧客比率（投資信託）>【表 5】

・2025 年 3 月末時点で、「63.7%」のお客さまの運用損益がプラスとなっております。

・運用損益区分別では、新たに投資を始めたお客さまが増加した影響もあり、運用損益が▲10%以上 0%未満のお客さまの割合が「31.9%」と最も高いものの、売却・償還による実現損益を含む運用損益区分別では、0%以上+30%未満で「63.1%」と相応の水準となっております。

【投資信託 運用損益別顧客比率】

【売却・償還による実現損益を含む運用損益別顧客比率】

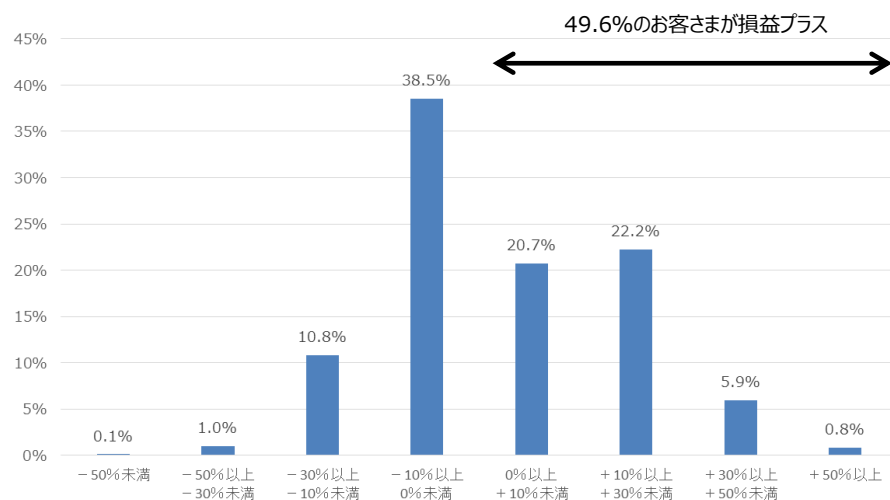


※ ETF、上場 REIT、公社債投信、私募投信、確定拠出年金で買付した投資信託を除く

※ 上記数値等はあくまでも過去の実績であり、将来の運用損益をお約束するものではありません

<運用評価別顧客比率（外貨建保険）>【表 6】

- ・2025 年 3 月末時点で、「49.6%」のお客さまの運用評価がプラスとなりました。
- ・運用評価区分別では、市場要因により、運用評価が-10%以上 0%未満のお客さまの割合が「38.5%」と最も高くなっております。

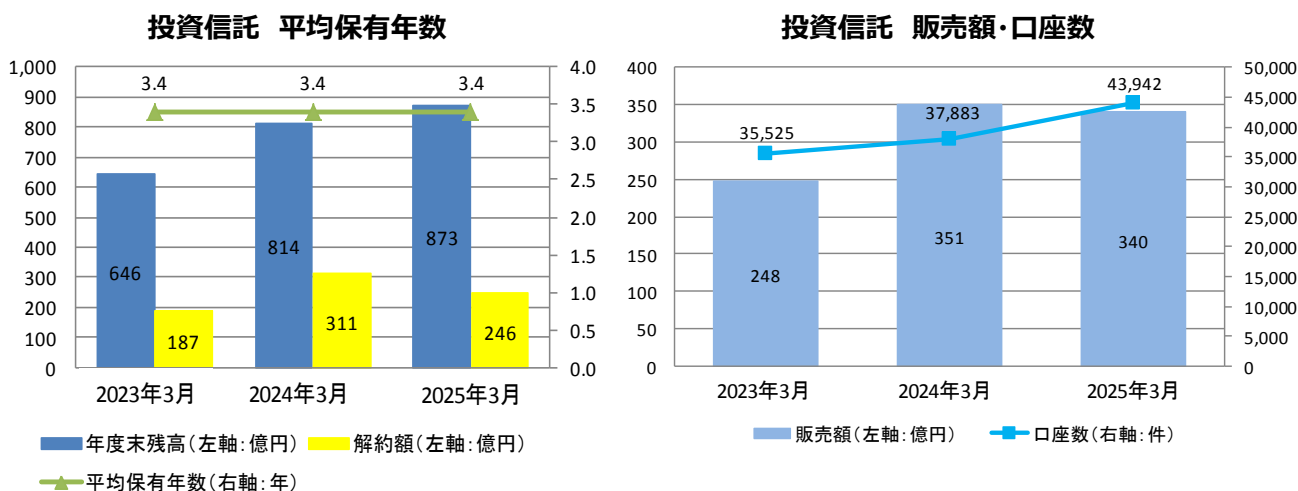


※ 外貨建一時払保険は、保障と運用を兼ねており、満期や死亡の際には保険金が支払われますが、保険商品は長期保有を前提としており、特に、契約後の早い段階に解約した場合に受け取る解約返戻金は、一定額の解約控除等により、一時払保険料を下回る場合があります。

※ 解約返戻金は基準日時点の為替レートで円貨換算しており、満期まで保有した場合や、外貨で受け取る場合の評価とは異なります。

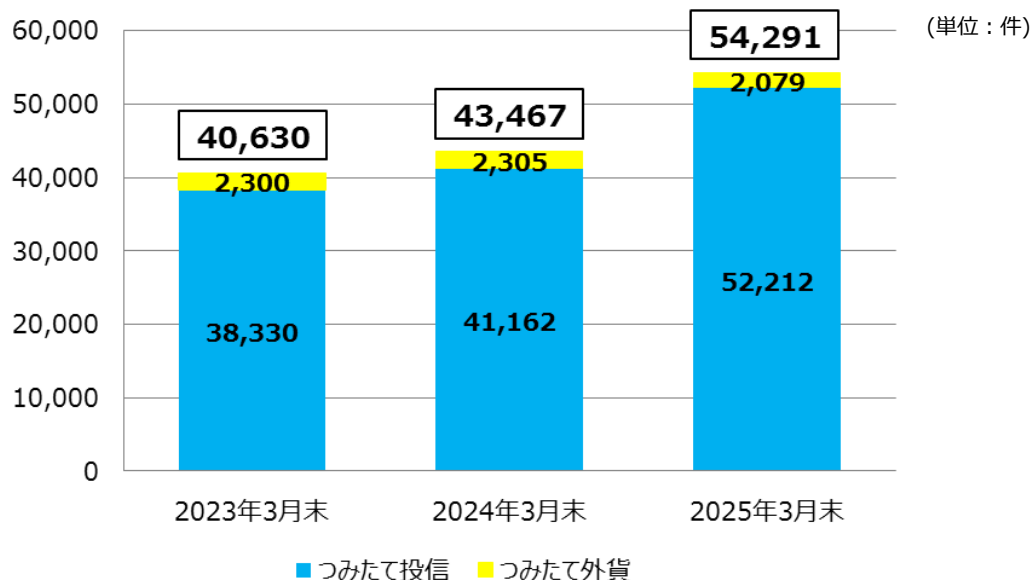
<投資信託平均保有年数、投資信託販売額・口座数>【表 7】

- ・2025 年 3 月末における投資信託の平均保有年数は 3.4 年と、前年度同水準で推移しております。
- ・当行を通じて投資信託を保有いただいているお客さま（残高有口座数）は、2025 年 3 月末時点で 43,942 名となり、前年度末比+6,059 名増加しました。



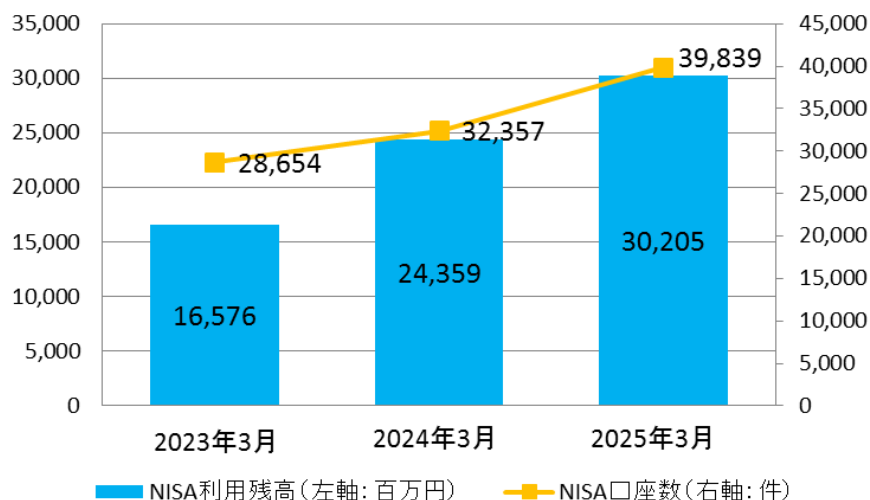
<積立型商品（つみたて投信・つみたて外貨）契約件数>【表 8】

- ・お客さまのまとまったご資金のコンサルティングに加えて、老後の生活資金等資産形成の必要性についても積極的なご提案を実施した結果、つみたて投信を中心に積立型商品の契約件数は順調に増加しています。



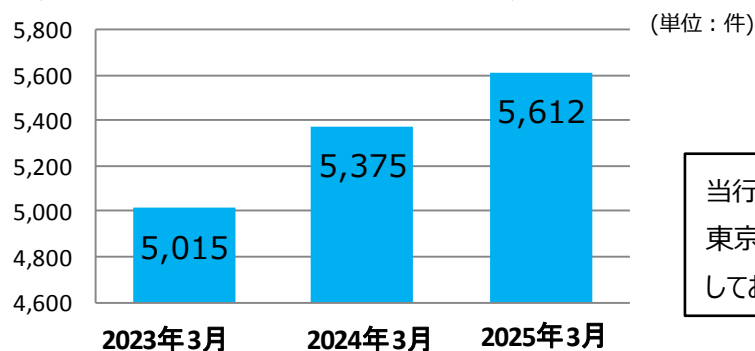
<NISA 利用残高・口座数>【表 9-1】

- ・NISA 利用残高は順調に増加しており、2025 年 3 月末時点の残高は 30,205 百万円となっております。
- ・NISA 制度恒久化をきっかけに、資産形成に取り組むお客さまが増加しております。



<iDeCo 累計契約件数>【表 9-2】

- ・iDeCo（個人型確定拠出年金）の 2024 年度の年間契約件数は 250 件、累計 5,612 件の契約件数となり、多くのお客さまからご利用いただいております。



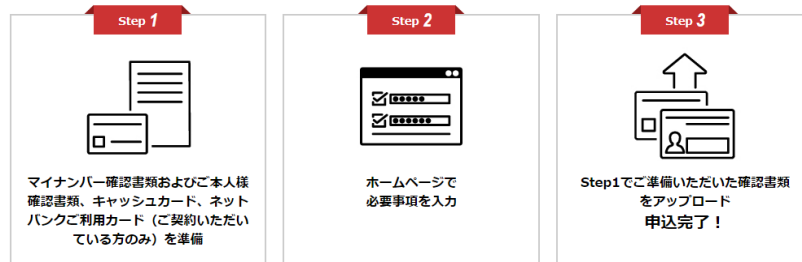
当行でご提供している iDeCo については、東京海上日動火災保険株式会社と提携しております。

■ 〈非対面受付サービスの例〉【図 9】

投資信託口座開設・つみたて投信同時申込受付サービス

「投資信託口座開設」から「つみたて投信の申込」まで **ノンストップ** で実現！！
最短で申込日の翌営業日に投資信託口座開設とつみたて投信の申し込みが完了いたします！

🍒 お申し込みの流れ



＜2024 年度 職域セミナー実施状況＞【表 10】

・2024 年度は職域セミナーを計 699 回開催し、合計 7,414 名のお客さまからご参加いただきました。

開催月	開催回数	参加人数	内容
4月	39回	444名	① 〈やまぎん〉資産形成セミナー ② お金から考えるセカンドライフ～豊かな生活を送るために～ ③ iDeCotセミナー など
5月	68回	549名	
6月	112回	1,172名	
7月	45回	521名	
8月	24回	337名	
9月	54回	629名	
10月	23回	333名	
11月	92回	1,152名	
12月	106回	1,140名	
1月	53回	461名	
2月	48回	397名	
3月	35回	279名	
合計	699回	7,414名	

＜2024 年度 アフターフォロー実施状況＞【表 11】

実施基準	アフターフォロー実施先数（2024年度）
1. 定期的なアフターフォロー （1）投資信託： 75歳以上で投資金額500万円以上のお客さま （2）生命保険： 外貨建一時払保険（契約後1年～5年未満） ご契約の75歳以上のお客さま 2. 相場急変時など臨時のアフターフォロー ・本部指示により適宜実施	実施総数計 37,770先
	内訳
	1. 定期的なアフターフォロー：計 1,576先 2. 相場急変時など臨時のアフターフォロー：計 36,194先 ※

※米国景気後退懸念から世界的な株安となった際等、相場急変の影響を受けたお客さまに臨時のアフターフォローを行いました。

取組方針 6. お客さま本位の取組みを実現するための枠組み整備

- (1) 当行は、本方針を実現するために、行内研修等を通じて、全役職員が本方針を理解し、これを定着させるための企業風土の醸成に努めます。
- (2) 当行は、本方針を実現するために、お客さま本位の取組みに適した業績評価体系を構築します。
- (3) 当行は、本方針を実現するために、お客さまへ適切かつ的確なコンサルティングを提供できるよう、役職員に対して金融商品や市況環境などについての専門知識・スキル向上を目的とした研修や資格の取得を継続して実施します。

<アクションプラン>

1. お客さまの最善の利益を追求するため、「お客さま本位の業務運営」を題材とした研修等を定期的に開催し、職業倫理を醸成しているほか、役職員は行内外における勉強会やセミナーを積極的に受講し、高度な専門知識の習得に努めています。【表 12】
2. 業績評価は、金融商品・サービスの種類を 3 つに区分し、それぞれ一律の評価としております。特定の商品・サービス販売が高く評価されることはありません。お客さまへの資産形成支援が評価される仕組みとしています。
3. 新商品取り扱い時には、担当者向けの勉強会および理解度テストを開催し、商品への理解を深めるとともに、取り扱い後も、相場変動やお客さまのニーズの変化等に応じて、随時勉強会やセミナーを実施しています。
4. 販売担当者には、お客さまに最適な商品を販売するに足るスキルを身に着けるため、FP 資格の取得を必須としています。また、人事評価において、各層に必要とされる期待要件を設け、定期的な振り返りにより、継続的なスキル向上につながる仕組みを構築しています。【表 13】
5. お客さまへの確かなコンサルティングを提供できる人財の育成を図るため、個人営業担当者のキャリアアップ制度である「リテールキャリアモデル」を定めています。担当者がより高度な能力を身につけることができるよう、2024 年 4 月より研修体系を見直し、人財育成を強化しています。

<本原則との対応関係>

原則 2【顧客の最善の利益の追求】

原則 7【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】（注）

<2024 年度 行内研修プログラム実施状況>【表 12】

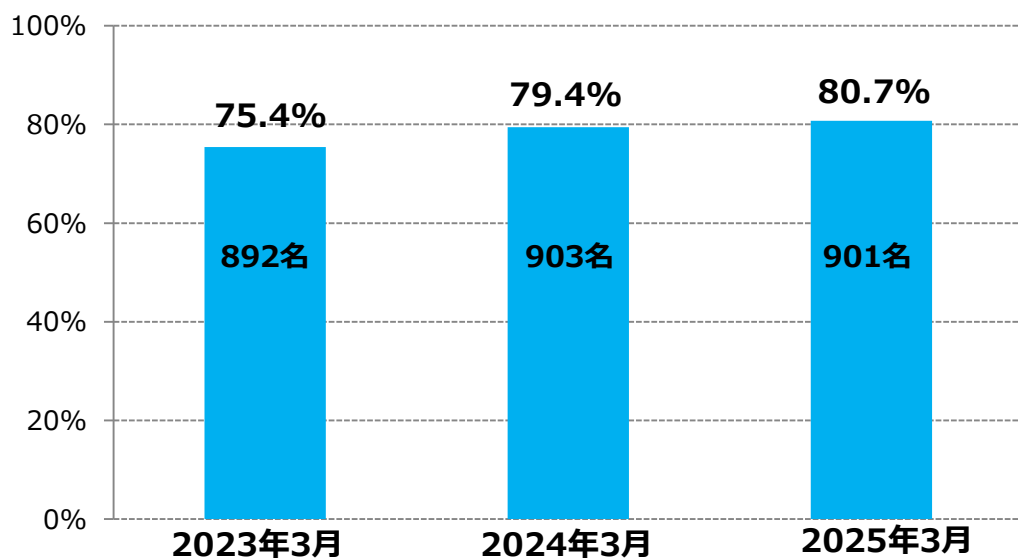
行内研修	目的	受講者数
個人コンサルティング初級講座	ニーズ喚起手法、投資信託の基礎、保険商品の基礎等の習得	12名
個人コンサルティング中級講座	お客さまへご提案時の幅広い知識の習得、スキル向上	23名
個人コンサルティング応用講座	コンサルティング能力養成、課題解決型営業手法の習得	10名
預かり資産推進管理者講座	預かり資産推進役付者の育成	4名
セミナープレゼンテーション講座	セミナー講師の育成	17名

行員向け勉強会	目的	開催回数
月 1 マーケット勉強会	最新の市場動向の把握	12回
投資信託に関する勉強会	マーケット情報の取得、商品内容の理解	3回
保険に関する勉強会	コンサルティング能力の向上、商品内容の理解	10回

全国地方銀行協会主催研修	目的	派遣者数
個人取引スキルアップ講座（相談営業）	相談窓口業務・個人渉外業務のスキルアップ	4名
個人取引スキルアップ講座（相談営業）	富裕層向け業務（プライベートバンキング業務）習得、スキルアップ	3名

<FP2 級以上資格取得者数および全行員数に占める割合>【表 13】

・FP2 級以上の資格取得者は、2025 年 3 月末時点において、全行員の 80%を超えています。



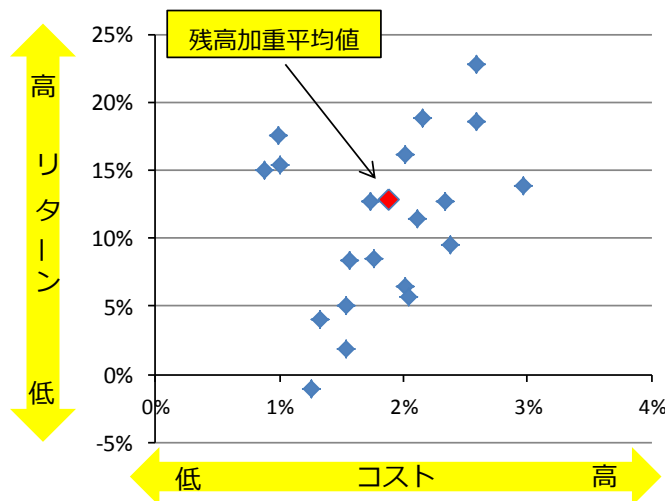
<投資信託の販売会社における比較可能な共通 KPI>

1. 運用損益別顧客比率 (P.11 に記載)
2. 投資信託の預かり残高上位 20 銘柄のコスト・リターン/リスク・リターン

・2025 年 3 月末の投資信託預かり残高上位 20 銘柄の平均コストは 1.91%（前年度末比+0.03p）、平均リターンは 17.50%（同比+4.65p）となっております。

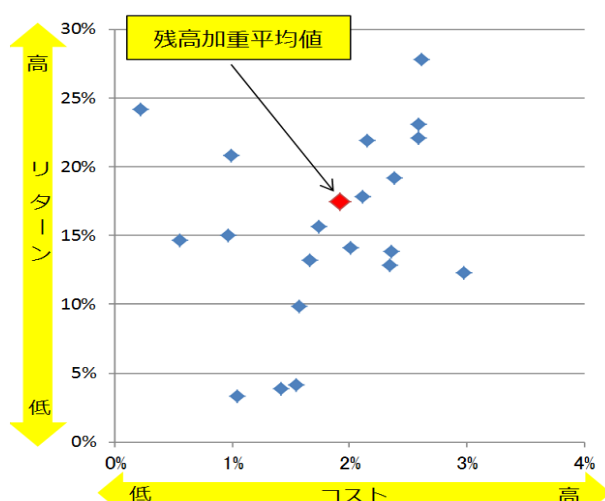
【コスト・リターン】

【2024 年 3 月末】



残高加重平均値	コスト	リターン
	1.88%	12.85%

【2025 年 3 月末】

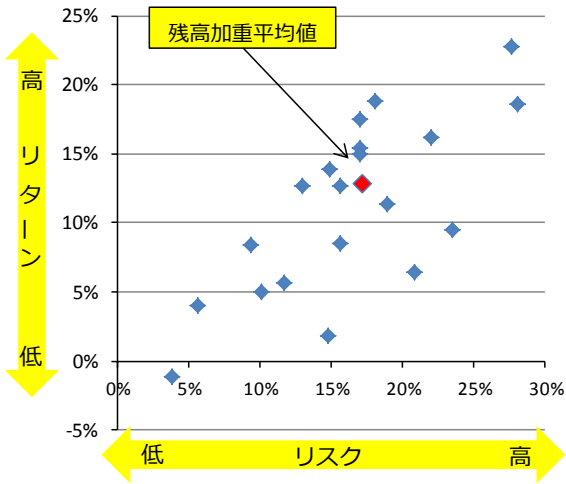


残高加重平均値	コスト	リターン
	1.91%	17.50%

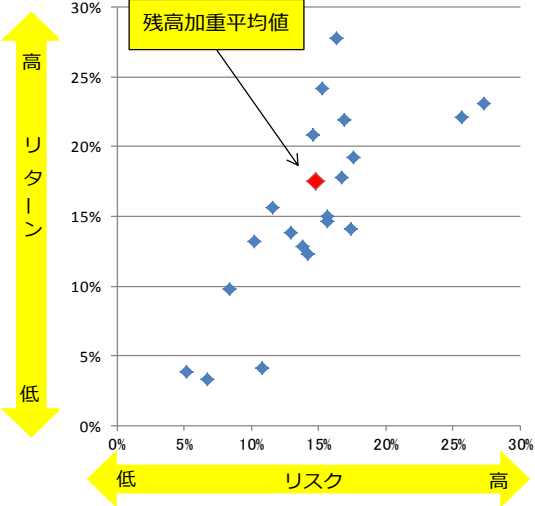
・2025年3月末の投資信託預り残高上位20銘柄の平均リスクは14.82%（前年度末比▲2.33p）、平均リターンは17.50%（同比+4.65p）となっております。

【リスク・リターン】

【2024年3月末】



【2025年3月末】



残高加重平均値	リスク	リターン
	17.15%	12.85%

残高加重平均値	リスク	リターン
	14.82%	17.50%

- ※ 対象銘柄はDC専用、ファンドラップ専用投信、ETF、上場REIT、公社債投信、私募投信、外貨建投信を除く。単位型は含む。
- ※ リスク・リターンは年率換算、コストは販売手数料の1/5と信託報酬率の合計値。
- ※ 上記数値等はあくまでも過去の実績であり、将来の運用損益をお約束するものではありません。

3. 投資信託預かり残高上位20銘柄（2025年3月末）

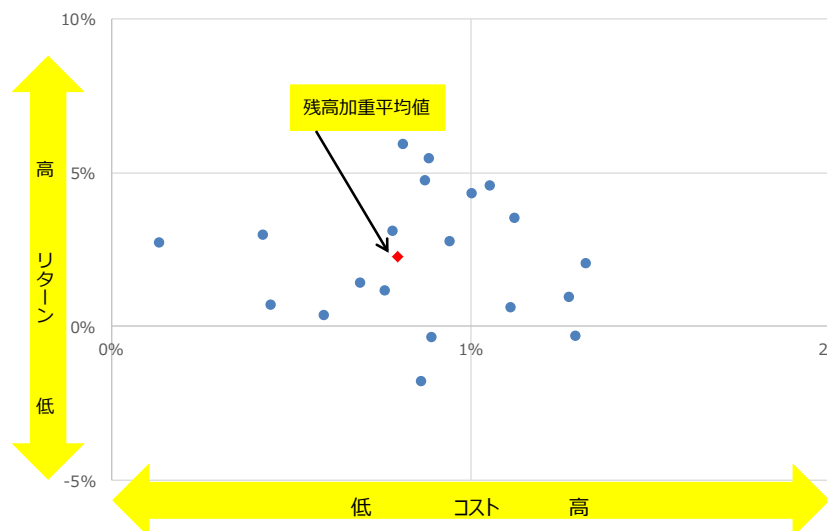
順位	銘柄名	コスト	リスク	リターン
1	次世代米国代表株ファンド(メジャー・リーダー)	2.15%	16.93%	21.92%
2	イーストスプリング・インド株式オープン	2.61%	16.33%	27.79%
3	のむラップ・ファンド(普通型)	1.57%	8.43%	9.83%
4	ピクテ・グローバル・インカム株式ファンド(毎月分配型)	2.36%	12.99%	13.82%
5	ストックインデックスファンド225	0.96%	15.64%	15.00%
6	のむラップ・ファンド(積極型)	1.74%	11.61%	15.64%
7	グローバルAIファンド	2.59%	27.28%	23.07%
8	日経225ノーロードオープン	0.55%	15.65%	14.63%
9	グローバル・ヘルスケア&バイオ・ファンド(健次)	2.97%	14.21%	12.31%
10	三菱UFJ外国債券オープン(毎月分配型)	1.05%	6.76%	3.35%
11	米国株式配当貴族(年4回決算型)	0.99%	14.62%	20.83%
12	ニッセイ豪州ハイ・インカム株式ファンド(毎月決算型)(ラッキー・カントリー)	2.38%	17.61%	19.23%
13	ダイワ・US-REIT・オープン(毎月決算型)Bコース(為替ヘッジなし)	2.11%	16.77%	17.80%
14	のむラップ・ファンド(やや積極型)	1.66%	10.25%	13.18%
15	つみたて先進国株式	0.22%	15.26%	24.18%
16	グローバルAIファンド(予想分配金提示型)	2.59%	25.70%	22.07%
17	ニッセイJ-REITファンド(毎月決算型)	1.54%	10.77%	4.12%
18	ゴールドマン・サックス米国REITファンドBコース(毎月分配型、為替ヘッジなし)(コロンブスの卵)	2.01%	17.37%	14.09%
19	フィデリティ・日本成長株・ファンド	2.34%	13.84%	12.85%
20	のむラップ・ファンド(保守型)	1.41%	5.18%	3.84%
上位20銘柄の残高加重平均		1.91%	14.82%	17.50%

- ※ コスト・リスク・リターンはファンド毎の時価残高による加重平均
- ※ 上記数値等はあくまでも過去の実績であり、将来の運用損益をお約束するものではありません

<外貨建保険の販売会社における比較可能な共通 KPI>

1. 運用評価別顧客比率（P.12 に記載）
2. 外貨建保険預かり残高上位 20 商品の銘柄別コスト・リターン

・2025 年 3 月末の外貨建保険預り残高上位 20 商品の平均コストは 0.80%（前年度末比▲0.07p）、平均リターンは 2.22%（同比▲0.34p）となりました。



残高順	商品名	コスト	リターン
1	たのしみ、ずっと	0.94%	2.80%
2	やさしさ、つなぐ	0.44%	0.70%
3	しあわせ、ずっと	0.69%	1.42%
4	しあわせ、ずっと2	1.05%	4.59%
5	未来につなげる終身保険	1.32%	2.09%
6	ロングドリームGOLD2	0.88%	5.50%
7	ロングドリームGOLD3	1.00%	4.37%
8	おおきな、まごころ	0.89%	-0.34%
9	到達力V3	1.11%	0.65%
10	モンターニュ	0.13%	2.74%
11	みらい、そだてる	0.42%	2.99%
12	あしたの、よろこび	1.12%	3.55%
13	外貨エプラス米	0.81%	5.96%
14	外貨一時払養老豪	0.87%	4.78%
15	到達力X	1.27%	0.97%
16	あしたの、よろこび2	0.86%	-1.76%
17	到達力W	1.29%	-0.29%
18	生フレワールド3	0.59%	0.40%
19	外貨エプラス豪	0.78%	3.12%
20	しあわせ、ずっとNZ	0.76%	1.19%
加重平均		0.80%	2.22%

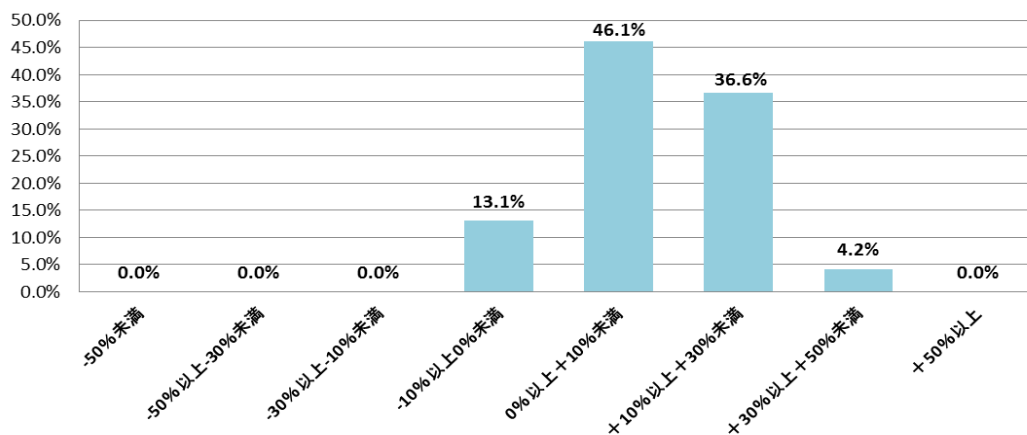
※ コスト・リターンは年率換算

- ※ 外貨建保険は死亡保障などの保障機能を有していますが、本比率ではこのような保障機能が反映されていません。そのため、投資信託や外貨建保険がお客さまに有利かを単純に比較することは必ずしも適切でない点についてはご留意ください（「商品コスト・リターン」においても同様です）。
- ※ 外貨建保険は、保障と運用を兼ねており、満期や死亡の際には保険金が支払われますが、保険商品は長期保有を前提としており、特に、契約後の早い段階に解約した場合に受け取る解約返戻金は、一定額の解約控除等により、一時払保険料を下回る場合があります。
- ※ 解約返戻金は基準日時点の為替レートで円貨換算しており、満期まで保有した場合や、外貨で受け取る場合の評価とは異なります。

<運用損益別顧客比率（ファンドラップ）>

・2025 年 3 月末時点で、「86.9%」のお客さまの運用評価がプラスとなっております。

・運用評価区分別では、運用評価が 0%以上+10%未満のお客さまの割合が「46.1%」と最も高くなっております。



【参考】顧客本位の業務運営に関する原則（金融庁公表）

【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。

- ・ 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

【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。

（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仕組み等】

＜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仕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。

【参考】プロダクトガバナンスに関する補充原則（金融庁公表）

【基本理念】

＜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。

【体制整備】

＜補充原則 2＞

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。

（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。

（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。

【金融商品の組成時の対応】

＜補充原則 3＞

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。

（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。

（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。

（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。

【金融商品の組成後の対応】

＜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生かしていくべきである。

- (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。
- (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。
- (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。

【顧客に対する分かりやすい情報提供】

＜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。

- (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実質的に負う者について、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。
- (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。