お客さま本位の業務運営に関するアクションプラン

株式会社 紀陽銀行

１．お客さまの最善の利益の追求

・営業現場でお客さま本位の活動が行われるために、以下の①～②を実施いたします。
①ご提供する金融サービスの品質向上に向けた継続的な行内研修および資格取得の推奨
②従業員のお客さま本位の営業活動が評価される体制の整備
・お客さまの最善の利益にそぐわない販売が行われていないか検証し、問題が生じた場合は適切に対応いたします。
・お客さま本位の業務運営に関する取組態勢については、管理部門がその有効性を検証いたします。
・これらの取組状況については、定期的にホームページで公表いたします。

２．利益相反の適切な管理

・関連会社を含めた事業会社が組成・発行する利益相反が生じる可能性がある金融商品の販売・推奨は行いません。
・営業部門から独立した管理部門にて、利益相反のおそれのある取引を特定・類型化し、類型ごとに管理方法を定めて適切に管理いたします。

３．重要な情報などの分かりやすい提供

・お客さまに金融商品・サービスのご提案を行う際には、以下の①～⑥を「重要な情報」として特に丁寧に説明いたします。
①金融商品・サービスのリスク・リターン、損失その他のリスク、取引条件
②お客さまにご負担頂く手数料
③商品の提供会社等から受け取る手数料
④お客さまのニーズやご意向にふさわしい提案内容であると判断した理由
⑤金融商品組成に携わる金融事業者が販売対象として想定するお客さま属性
⑥ご提案する金融商品・サービスについて、お客さまとの利益相反の可能性がある場合には、その具体的な内容やこれが取引または業務に及ぼす影響
・重要な情報については、法律で定められた書類の他、重要情報シートなどの各種パンフレット・タブレットツールなどを活用して分かりやすく説明いたします。
・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、上記「重要な情報」に加え、パッケージ化の有無やその違い、個別に購入することができるか等についても説明いたします。
・複雑な商品やリスクの高い商品のご提案においては、より丁寧な説明に努め、検討頂く期間を十分に設けるなど、お客さまが適切にご判断頂けるよう努めます。
・当行がいただく手数料は、商品ラインナップの管理や各種資料の作成などの事務コストのほか、継続的にサービス提供を行うための人材教育などの費用、システムの開発・維持等の安定したイ

ンフラ整備に係る費用等を総合的に勘案して決定いたします。

・重要な情報のほか、キャンペーンやセミナーなどお客さまに有用な情報については、ＩＴツールなども活用しながら情報提供いたします。

４．お客さまにふさわしいサービスの提供

・取扱商品の導入については、営業部門・管理部門などで協議を行い決定いたします。また、必要に応じて第三者機関の評価を参照いたします。

※当行は商品組成に関する専門性を踏まえ、自ら金融商品の組成は行いません。

・ご提案にあたっては、お客さまの投資経験・目標資産額・ご資産状況・リスク許容度を踏まえ、複数の金融商品・サービスを比較提案いたします。

※お客さまのご意向であっても、お客さまの課題解決等にふさわしくないと判断した場合は金融商品・サービスのご提供ができない場合がございます。

・投資経験が少ないお客さまへのご提案については、金融商品に関する重要な情報のほか、市場の変動要因などについてより丁寧な説明に努め、ご理解頂きにくい場合などは複数回説明するなどご納得いただいた上での販売に努めます。

・ご高齢のお客さまへのご提案については、事前に管理部門においてご提案内容が適切であるか慎重に審査を行い、ご家族にもご理解いただいた上での販売に努めます。

・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、パッケージ全体がお客さまにふさわしいかについて検討し、提供いたします。

・金融商品を保有頂いておりますお客さまへの情報提供の実施状況を定期的に検証いたします。

・お客さまのご資産状況やご意向の変化に応じて保有資産の見直しをご提案いたします。

・金融商品・サービスに関する情報に加え、金融取引に関する基本的な情報をご提供することで、お客さまの金融や経済に関する知識の向上に努めます。

５．販売会社としてのプロダクトガバナンス体制の構築

・当行の販売会社としてのプロダクトガバナンス（※）体制には、以下の内容を含みます。

①金融商品の勧誘・販売にあたっては、組成会社が金融商品の販売対象として想定しているお客さま属性を十分に理解した上で、お客さまの適合性を確認することを徹底いたします。

②組成会社のプロダクトガバナンス向上のための取組みを把握し、必要に応じて、取り扱う金融商品の選定等に活用するよう努めます。

③組成会社におけるお客さまの最善の利益に適った商品設計を後押しするべく、金融商品を実際に購入したお客さま属性に関する情報や、金融商品に係るお客さまの反応や販売状況に関する情報を提供するなど、必要に応じて、組成会社に連携いたします。また、組成会社から還元された情報を踏まえ、必要に応じて、想定されるお客さま属性の見直しや販売方法等の改善、販売停止を含めた商品ラインナップの見直しに取組みます。

④取扱商品については、その選定段階、及び選定後も定期的に、リスク・リターン・コストの合理性の検証に努めます。

（※）顧客の最善の利益に適った商品提供等を確保するためのガバナンス

以上

制定日２０１７年１２月２５日
改定日２０２３年　２月２７日
改定日２０２３年　６月２０日
改定日２０２５年　６月　２日