

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表

金融事業者の名称	株式会社京葉銀行
■取組方針掲載ページのURL：	https://www.keiyobank.co.jp/policy/fiduciary/
■取組状況掲載ページのURL：	https://www.keiyobank.co.jp/policy/fiduciary/pdf/KPI.pdf

原則		実施・不実施 ※6	取組方針の該当箇所 ※6	取組状況の該当箇所 ※6
原則 2	<p>【顧客の最善の利益の追求】</p> <p>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.お客さま本位のコンサルティングの実践(1)(2) 2.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3) 3.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1)(2) 4.お客さまの目的を実現するための態勢の構築(1)(2)(3)(4)	※標題「お客さま本位のコンサルティングの実践」 P2 P3 ※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P4 P5 P6 P7 ※標題「多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備」 P8 ※標題「お客さまの目的を実現するための態勢の構築」 P9 P10
	(注)	<p>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。</p>	実施	1.お客さま本位のコンサルティングの実践(1)(2) 2.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3) 3.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1)(2) 4.お客さまの目的を実現するための態勢の構築(1)(2)(3)(4)
原則 3	<p>【利益相反の適切な管理】</p> <p>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	4.お客さまの目的を実現するための態勢の構築(3)	※標題「お客さまの目的を実現するための態勢の構築」 P9 見出し◆利益相反の適切な管理
	(注)	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	実施	4.お客さまの目的を実現するための態勢の構築(3)
原則 4	<p>【手数料等の明確化】</p> <p>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に情報提供すべきである。</p>	実施	2.お客さまへの情報提供の充実(3)	※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P6

原則		実施・不実施 ※6	取組方針の該当箇所 ※6	取組状況の該当箇所 ※6
原則5	<p>【重要な情報の分かりやすい提供】</p> <p>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.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3)	※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P4 P5 P6 P7 見出し⑥わかりやすいご提案資料およびセミナー等による情報の提供 見出し⑦アフターフォローの状況
	<p>(注1) 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> 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.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3)	※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P4 P5 P6 見出し⑥わかりやすいご提案資料およびセミナー等による情報の提供 ・投資信託、ファンドラップの重要情報シート(個別商品編)は、社内準備が整い次第今年度中の対応を予定しております。
	<p>(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)。</p>	実施	2.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3)	※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P4 P5 P6 見出し⑥わかりやすいご提案資料およびセミナー等による情報の提供 ・投資信託、ファンドラップの重要情報シート(個別商品編)は、社内準備が整い次第今年度中の対応を予定しております。
	<p>(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。</p>	実施	2.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3)	※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P4 P5 P6 P7 見出し⑥わかりやすいご提案資料およびセミナー等による情報の提供 見出し⑦アフターフォローの状況
	<p>(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意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きめ、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。</p>	実施	2.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3)	※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P4 P5 P6 P7 見出し⑥わかりやすいご提案資料およびセミナー等による情報の提供 見出し⑦アフターフォローの状況
	<p>(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。</p>	実施	2.お客さまへの情報提供の充実(1)(2)(3)	※標題「お客さまへの情報提供の充実」 P4 P5 P6 P7 見出し⑥わかりやすいご提案資料およびセミナー等による情報の提供 見出し⑦アフターフォローの状況

原則		実施・不実施 ※6	取組方針の該当箇所 ※6	取組状況の該当箇所 ※6
原則 7	【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】 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枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	実施	4.お客さまの目的を実現するための態勢の構築(1)(2)(3)	※標題「お客さまの目的を実現するための態勢の構築」 P9 P10 見出し⑨お客さま本位の取り組みに適した業績評価体系の整備と専門知識・説明力向上への取り組み P9 見出し⑩お客さまアンケート調査等の活用 P10
	(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。	実施	4.お客さまの目的を実現するための態勢の構築(1)(2)(3)	※標題「お客さまの目的を実現するための態勢の構築」 P9 P10 見出し⑨お客さま本位の取り組みに適した業績評価体系の整備と専門知識・説明力向上への取り組み P9 見出し⑩お客さまアンケート調査等の活用 P10

【照会先】	
部署	個人営業部 個人営業グループ
連絡先	043-306-8177