

2025年6月25日(水)

「お客さま本位の業務運営に関する基本方針に係る取組状況 および共通KPI(2024年度)」の公表について

株式会社トマト銀行(取締役社長 高木 晶悟)は、2024年にパーパス(存在意義)として「夢をかなえ、地域の未来を創造する」、ビジョン(10年後のありたい姿)として「いつも会って話せる あなたのメインバンク」を掲げ、お客さまに徹底的に寄り添い、お客さまの課題解決や夢の実現に真摯に取り組む「最適提案」活動を積極的に推進しております。

今回、当社ホームページに最新の基本方針を公表するとともに、2024年度の取組状況および共通KPI、顧客本位の業務運営に関する原則との対応関係表を公表いたします。

記

2024年度の取組状況および共通KPI

●取組状況

- 【原則2】 お客さま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】 手数料の明確化
- 【原則5】 重要な情報の分かりやすい提供
- 【原則6】 お客さまにふさわしいサービスの提供
- 【原則7】 社員に対する適切な動機づけの枠組み等

●共通KPI

共通KPIについて

- < 投資信託 > 共通KPI
- < 外貨建保険 > 共通KPI

「お客さま本位の業務運営に関する基本方針に係る取組状況および共通KPI(2024年度)」、「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」は別添資料をご覧ください。

以 上

**お客さま本位の業務運営に関する基本方針
に係る取組状況および共通KPI
(2024年度)**

2024年度の取組状況および共通KPIの公表について

株式会社トマト銀行は、2017年6月に「お客さまの資産運用及び資産形成に資する基本方針」を策定・公表しました。2021年6月に名称を「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」に変更し、現在、当社ホームページに最新の基本方針を公表しています。

2024年度の当該方針に係る取組状況および共通KPIを以下の通り公表いたします。

— 目 次 —

取組状況

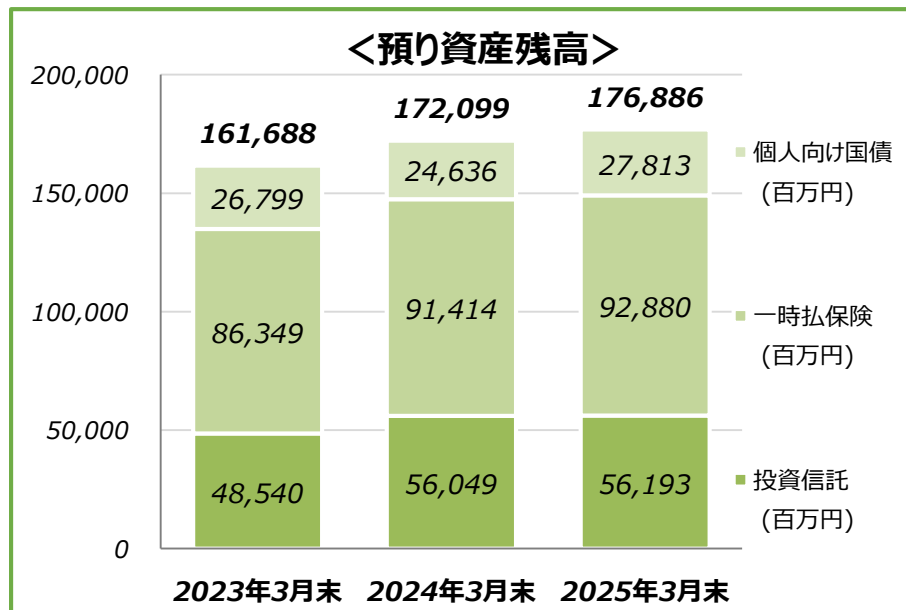
- ✓ 【原則 2】 お客さまの最善の利益の追求・・・・・・・・・・ 3～4
- ✓ 【原則 3】 利益相反の適切な管理・・・・・・・・・・ 5～6
- ✓ 【原則 4】 手数料の明確化・・・・・・・・・・ 7
- ✓ 【原則 5】 重要な情報の分かりやすい提供・・・・・・・・・・ 8～9
- ✓ 【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供・・・・・・・・ 10～14
- ✓ 【原則 7】 社員に対する適切な動機づけの枠組み等・・・・・・・・ 15～16

共通KPI

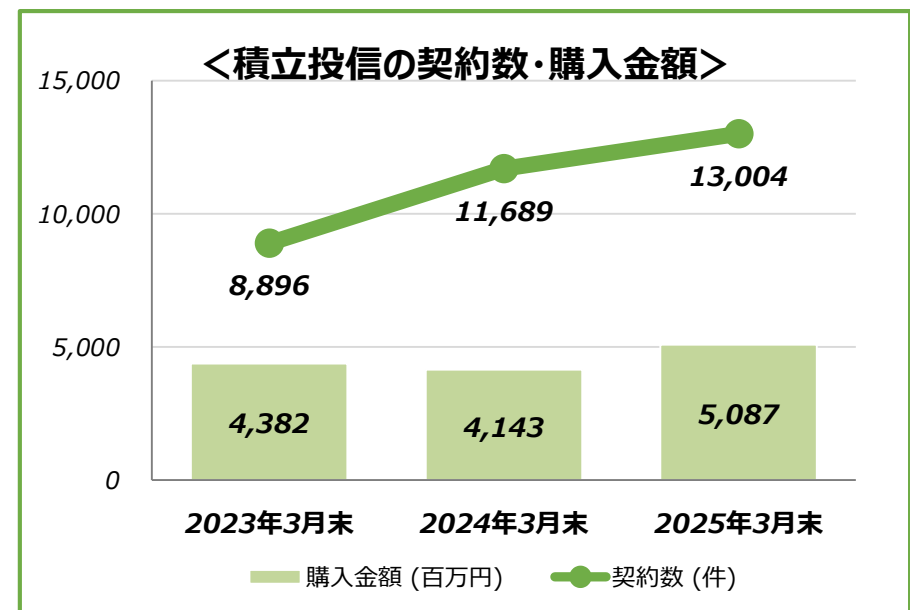
- ✓ 共通KPIについて・・・・・・・・・・ 17
- ✓ <投資信託> 共通KPI・・・・・・・・・・ 18～20
- ✓ <外貨建保険> 共通KPI・・・・・・・・・・ 21～23

【原則2】 お客さまの最善の利益の追求（2-1）

- 当社では、「お客さまに経済的・文化的満足を提供すること」、「新たな豊かさを求める生活者にふさわしい、適切な金融サービスと情報のメリットを提供すること」が、お客さまの最善の利益の追求であると考えています。
- 当社は、手数料収入目的の乗換勧誘や短期売買は推奨しておらず、お客さまの長期かつ安定的な資産形成を支援するため「長期・積立・分散投資」が可能な積立投信を幅広いお客さまにご案内しております。また、相続対策や万一の備えが必要なお客さまには生命保険、ローリスク志向のお客さまには個人向け国債など、お客さまのニーズやライフプランに適した商品を広くご案内する「最適提案」活動を積極的に推進し、「いつも会って話せるあなたのメインバンク」であり続けたいと考えています。
- 今後とも、長期的な視野で良質なサービスの提供に努めるとともに、お客さまの金融リテラシー向上を図り、金融資産所得の拡大に貢献してまいります。



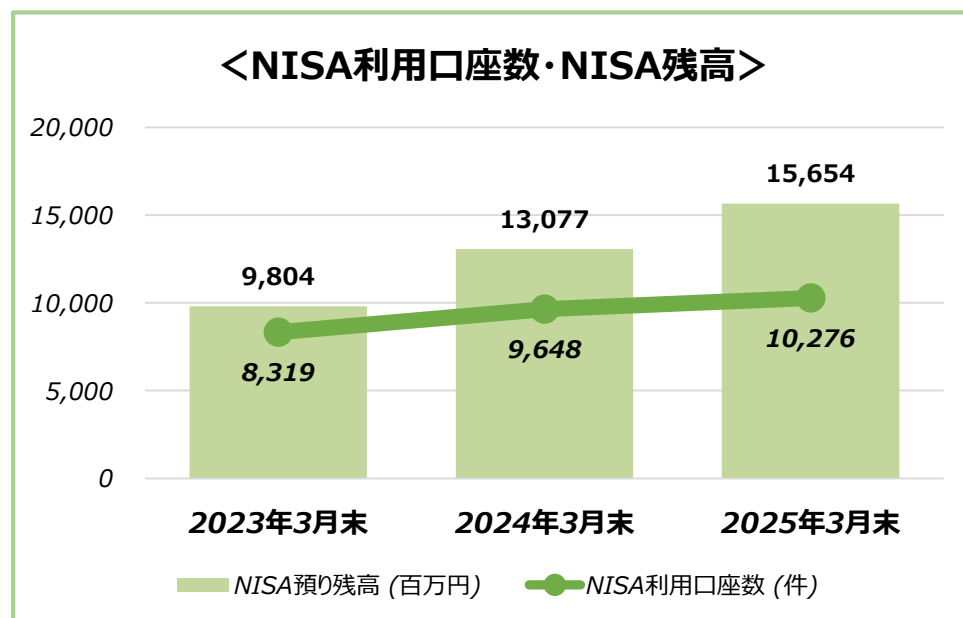
※投資信託、個人向け国債は約定ベース、一時払保険は成立ベース



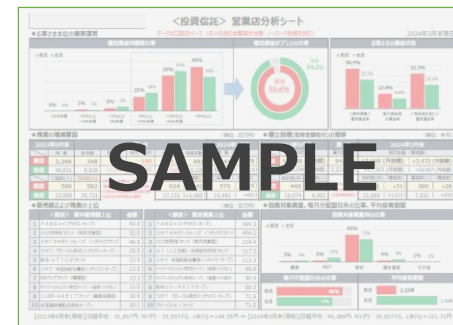
※購入金額は年間の約定金額、契約数は期末時点

【原則2】 お客さまの最善の利益の追求（2-2）

- 当社は、お客さまに非課税のメリットを享受していただくため、NISAを積極的に推進しており、NISA利用口座数・NISA残高ともに順調に拡大しております。今後とも制度の周知および利用促進に努めてまいります。
- また、2019年度より、KPI指標を掲載した＜投資信託＞ 営業店分析シート（半期ごとに作成）を社内で公表し、取組結果の「見える化」により、営業店社員の意識づけを図っています。
- 当該分析シートは経営層も把握しており、「お客さまの最善の利益の追求」が企業文化として定着するよう取り組んでおります。
- 各種会議や研修等では、「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」を繰り返し説明し、社員への浸透を図るとともに、お客さまの夢の実現に真摯に取り組む人財を育成してまいります。



＜営業店分析シート＞



記載事項	
● 運用損益別顧客比率	● 販売上位10銘柄
● お客さまの損益率	● 残高上位10銘柄
● 販売額、解約額	● 投資対象資産別比率
● 顧客数、NISA口座数	● 毎月分配型以外の比率
● 積立投信の契約数・金額	● 平均保有期間

【原則3】 利益相反の適切な管理（2-1）

- 当社は、利益相反のおそれのある取引については、お客さまの利益を不当に害することのないよう適正に業務を遂行いたします。お客さまとの個別のお取引は担当部署で管理を行い、グループ会社全体の情報については利益相反管理統括部署が集約し、対象取引の特定および管理を一元的に行っています。
- また、当社では様々な投資信託運用会社・生命保険会社等から商品採用をしており、特定の会社の商品や手数料の高い商品の販売に偏ることのないよう商品ラインナップの整備やご提案に努めております。本年度は、投資信託 4 商品・生命保険 1 商品を新規取扱とし、投資信託 5 商品（うち 1 商品は償還）・生命保険 2 商品を取扱中止としました。

<2024年度 投資信託 新規取扱・取扱中止ファンド>

	ファンド名	投資対象	投資信託運用会社
新規取扱	世界半導体関連フォーカスファンド	内外／株式	S B I 岡三アセットマネジメント株式会社
新規取扱	日本企業 P B R 向上ファンド	国内／株式	大和アセットマネジメント株式会社
新規取扱	ハリス日本株ファンド（年 4 回決算型）	国内／株式	朝日ライフアセットマネジメント株式会社
新規取扱	R O B O P R O ファンド	内外／資産複合	S B I 岡三アセットマネジメント株式会社
取扱中止	いちよし中小型成長株ファンド	国内／株式	いちよしアセットマネジメント株式会社
取扱中止	ニッセイ・ワールドスポーツ・ファンド Aコース（為替ヘッジあり）	内外／株式	ニッセイアセットマネジメント株式会社
取扱中止	ニッセイ・ワールドスポーツ・ファンド Bコース（為替ヘッジなし）	内外／株式	ニッセイアセットマネジメント株式会社
取扱中止	スイス・グローバル・リーダー・ファンド	海外／株式	S O M P O アセットマネジメント株式会社
償 還	グローバル・フォーカス（毎月決算型）	内外／株式	アセットマネジメント O n e 株式会社

<2024年度 生命保険 新規取扱・取扱中止商品>

	保険商品名	保険種類	投資信託運用会社
新規取扱	悠々時間アドバンス 2	個人年金保険	ニッセイ・ウェルス生命保険株式会社
取扱中止	あんしん介護（年金）	医療・介護保険	朝日生命保険相互会社
取扱中止	あんしん介護（一時金）	医療・介護保険	朝日生命保険相互会社

【原則3】 利益相反の適切な管理（2-2）

＜2024年度 投資信託 販売上位10商品＞

順位	ファンド名	投資対象	決算	投資信託運用会社
1	日経225ノーロードオープン	国内／株式／インデックス	年1回	アセットマネジメントOne株式会社
2	FANG+インデックス・オープン	海外／株式／インデックス	年1回	大和アセットマネジメント株式会社
3	ゴールド・ファンド（為替ヘッジなし）	内外／その他資産(商品)	年1回	日興アセットマネジメント株式会社
4	SMTAMダウ・ジョーンズ インデックスファンド	海外／株式／インデックス	年1回	三井住友トラスト・アセットマネジメント株式会社
5	世界半導体関連フォーカスファンド	内外／株式	年2回	SBI岡三アセットマネジメント株式会社
6	iFree S&P500インデックス	海外／株式／インデックス	年1回	大和アセットマネジメント株式会社
7	ハリス世界株ファンド（毎月決算型）	海外／株式	毎月	朝日ライフアセットマネジメント株式会社
8	SBI・UTIインドファンド	海外／株式	年1回	SBIアセットマネジメント株式会社
9	ドラッカー研究所米国株ファンド（資産成長型）	海外／株式	年2回	大和アセットマネジメント株式会社
10	のむらっぴ・ファンド（積極型）	国内／資産複合	年1回	野村アセットマネジメント株式会社

＜2024年度 生命保険 販売上位10商品＞

順位	商品名	通貨・商品種類	生命保険会社
1	あしたの、よろこび2（円）	円貨／年金保険	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社
2	しあわせ、ずっと3（米ドル）	外貨／終身保険	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社
3	悠々時間アドバンス2（円）	円建／年金保険	ニッセイ・ウェルス生命株式会社
4	おおきな、まごころ2（米ドル）	外貨／終身保険	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社
5	ロングドリームGOLD3（米ドル）	外貨／終身保険	日本生命保険相互会社
6	外貨建・エブリバディプラス（米ドル）	外貨／終身保険	明治安田生命保険相互会社
7	ふるはーとJロードグローバルⅢ（米ドル）	外貨／終身保険	住友生命保険相互会社
8	ふるはーとJロードⅢ（円）	円貨／終身保険	住友生命保険相互会社
9	えらべる外貨建一時払終身（米ドル）	外貨／終身保険	明治安田生命保険相互会社
10	やさしさ、つなぐ2（円）	円建／終身保険	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社

【原則4】 手数料の明確化（1-1）

- 当社では、金融商品やサービスの提供にあたり、お客さまから手数料その他費用をご負担いただいています。お客さまにご負担いただく手数料等は、各種情報提供資料の作成費用、システム開発費用、「最適提案」活動に必要な人件費等、業務運営にかかる費用を総合的に勘案した対価です。
- お客さまにご負担いただく手数料その他費用につきましては、投資信託説明書(交付目論見書)、目論見書補完書面、商品パンフレット等の契約締結前交付書面のほか、各種資料やツールおよび当社ホームページでもご確認が可能です。
- 対面での商品説明や商品比較を行う際には、投資信託ラインナップや重要情報シート(個別商品編)、保険商品概要書等を提示し、お客さまにご負担いただく費用について丁寧な説明に努めてまいります。

【原則5】 重要な情報の分かりやすい提供（2-1）

- 当社では、お客さまに十分な情報提供を行うため、各担当者のタブレット端末に「Wealth Advisor」を搭載し、投資信託の商品特性や手数料その他費用、経済環境・市場動向に加え、投資判断に影響を与える重要な情報、ライフイベントに関する情報提供を行っています。
- 本部に専門性の高いFC(ファイナンシャルコーチ)、各営業店にFA(ファイナンシャルアドバイザー)を配置し、お客さまの多様なニーズにお応えできる態勢としています。FCは担当エリアの営業店社員と帯同し、お客さまからの専門的なご質問に対して詳細な説明を行うことで、営業店社員の均一的な説明能力向上につながっています。
- また、商品知識向上やマーケット感覚を身につけることを目的としてWeb研修を適宜開催し、お客さまへの情報提供力の強化を図っております。今後とも社員の能力向上により、分かりやすい説明に努めてまいります。



【原則5】 重要な情報の分かりやすい提供（2-2）

- 金融商品のお取引が初めてのお客さまには、「重要情報シート(金融事業者編)」を提示し、当社の基本情報や取扱商品、商品ラインナップの考え方などをご説明しています。
- また、投資信託および外貨建一時払保険の「重要情報シート(個別商品編)」を、タブレットの販売支援システムCOMPASSの画面内に表示できるようバージョンアップしたことで、お客さまの利便性が向上し、横断的かつ容易に商品比較をしていただくことが可能となっています。
- なお、当社では、仕組債やファンドラップの取扱いは行っておりません。また、ファンド・オブ・ファンズなど複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売している商品を、個別に購入することはできません。
- 今後とも、説明用資料や各種ツールを充実し、更なるサービスの向上に努めるとともに、お客さまの利便性向上にも努めてまいります。



一定の投資性金融商品の販売・販売紹介に係る
重要情報シート(金融事業者編)

1. 当社の基本情報 (当社はお客さまに金融商品の提供をする者です)

社名	株式会社トマト銀行
登録番号	登録金融機関 (金融庁財務局長(登金)第1号)
加入協会	日本証券業協会
当社の概要	

重要情報シート
(金融事業者編)

2. 取扱い商品

預金(国債等)	○ (※1)
国内株式	×
円建て債券	×
特定の海外株式	×
ラップの取扱い	×
ETC	×
保険(海外・国内)	○
これら以外の	○

(※1) 外貨建てのみ取扱い (※2) 国債のみ取扱い

3. 商品ラインアップの考え方 (商品提供のコンセプトや留意点は次のとおりです)

当社は、お客さまのご投資方針、運用目的、金融知識、投資経験、資産運用状況、今後のライフプラン等を十分に把握し、それとお客さまのニーズと最適な商品をご提供いたします。

当社の商品ラインアップは、リスク分散性・投資分散性、国・地域・通貨などを通じて、多様な多様な商品とバリエーションを揃えています。また、社会情勢や市場環境の変化、多様化するお客さまニーズにお応えするため、商品提供のライフサイクルの見直しを怠りません。

商品の提供にあたっては、お客さまの利益を第一に考え、適切な説明資料により十分な情報提供を行うとともに、お客さまの理解を得るまで、なお、よく分かりやすい説明に努めています。

4. 苦情・相談窓口

当社お客さま相談窓口	トマト銀行 本店(代表) (※3)	086-221-1010
	特設多言語三言語 記号・音声ガイダンス相談センター	0120-64-5005
加入協会共有の相談窓口	一般社団法人 全国銀行協会 (全国銀行協会相談室)	0570-017019 (03-0252-3772)
上記以外の相談窓口	一般社団法人 生命保険協会 (生命保険相談室)	03-3286-2648
金融庁金融サービス利用相談室		0570-016811 (03-0251-0811)

(※2) 受付時間：午前9時～17時(土・日・祝日を除く、12月31日、5月3日を除く)

にほんブログ村 トマト銀行

2021年10月9日現在

[illegible][illegible]

【原則6】 お客さまにふさわしいサービスの提供（5-1）

- 当社の商品ラインナップは、リスク・リターン特性、投資対象資産、国・地域・通貨などを考慮し、多種多様な商品をバランス良く取り揃えています。多様化するお客さまのニーズに的確にお応えするため、随時商品ラインナップの見直しを図ってまいります。なお、当社およびグループ会社は金融商品の組成には携わっておりません。
- 当社の投資信託および保険商品のラインナップは下記の通りです。

<投資信託ラインナップ>

カテゴリ		商品数	比率	NISA投資枠	
				成長	つみたて
債 券	国 内	3	3.6%	2	0
	海 外	9	10.7%	2	0
REIT	国 内	2	2.4%	1	0
	内 外	3	3.6%	1	0
	海 外	5	6.0%	2	0
株 式	国 内	13	15.5%	12	2
	内 外	18	21.4%	18	1
	海 外	14	16.7%	11	1
資 産 複 合		15	17.9%	12	2
そ の 他 資 産		2	2.4%	2	0
合 計		84	100.0%	63	6
うち、ノーロード		8	9.5%	2	6
投資信託運用会社数（上記以外を含む）				16社	

※コース等は別商品としてカウント、取扱中のファンドのみ記載

<保険商品ラインナップ>

カテゴリ		商品数	比率	契約通貨		
				円	外貨	円・外貨
個 人 年 金	一 時 払	7	18.9%	0	2	5
	平 準 払	5	12.8%	2	3	0
終 身 保 険	一 時 払	10	25.6%	3	5	2
	平 準 払	2	5.1%	2	0	0
小 計		24	61.5%	7	10	7
医 療 ・ 介 護 保 険		12	30.8%	14	0	0
が ん 保 険		1	2.6%	1	0	0
こ ど も 保 険		1	2.6%	1	0	0
収 入 保 障 保 険		1	2.5%	1	0	0
小 計		15	38.5%	17	0	0
合 計		39	100.0%	24	10	7
うち、手数料開示商品		17	43.6%	0	10	7
生命保険会社数（上記以外を含む）				13社		

※個人向けのみ記載（事業者向けは除く）、取扱中の商品のみ記載

【原則6】 お客さまにふさわしいサービスの提供（5-2）

- 当社では、投資信託や保険商品のほか、相続・資産承継に関するお客さまやご家族の想いをサポートするため、遺言代用信託・暦年贈与型信託の取扱いも行っております。（動画もご用意しております。）
- また、平日に窓口にご来店いただくことが難しいお客さまが、当社の金融商品・サービスをご利用いただけるよう、インターネット投信サービスの取扱いも行っております。

トマト
遺言代用信託



- 相続発生時に預金がすぐに引き出せなくなるから、家族が心配
- 相続の配分を決めておきたいけど遺言書をつくるのは面倒

BANK トマト銀行

トマト遺言代用信託
あなたの想い、伝えます



トマト
暦年贈与型信託



- できるだけ簡便に生前贈与の契約や手続きをしたい
- 相続税の負担を軽くして、できるだけ多くの資産を遺してあげたい

BANK トマト銀行

トマト暦年贈与型信託
生前贈与でつなぐ想い



カンタン、便利、いつでも、どこでも。**トマト**
インターネット投信サービス

インターネット投資信託なら

お得です! **便利です!** **簡単です!**

購入手数料 20%OFF ● ご購入の手数料は店頭窓口に比べ20%割引で、お得にご利用いただけます。 ● 積立投信（定時定期購入取引）のお申込みは対象外となります。 ● サービス利用料は無料です。	24時間365日、いつでもお取引OK ● 夜間や土・日・祝日などの休日でも、いつでも便利にお取引いただけます。 ● メンテナンスによりご利用できない時間があります。	インターネットでどこからでもご利用OK、ご来店不要です ● パソコン・スマートフォンから、購入・解約・照会などのお取引が、簡単にご利用いただけます。
--	---	--

【原則6】 お客さまにふさわしいサービスの提供（5-3）

- 当社の商品導入・廃止プロセスは下記の通りです。お客さまに最適な金融商品・サービスを提供できるよう、新商品導入時には複数の部署から選出された委員により多面的な審査を行っております。
- 廃止商品につきましてはは一定の基準(販売額、残高、商品バランス等)に沿って選定を行い、商品ラインナップの整備に努めてまいります。
- また、お客さまに正確な情報を速やかにお伝えするため、アフターフォローや情報提供を充実させています。

＜商品導入・廃止プロセス＞

導入プロセス	導入時の審査基準	廃止プロセス
① 社会情勢・市場環境の把握 ② お客さまニーズの把握 ③ 商品提供会社からの商品提案、意見交換 ④ 当社ラインナップとの比較 ⑤ 担当部署での導入商品の選定 ⑥ 複数部署による委員会の開催（導入の可否を協議） ※ 高リスク商品などの導入時は役員会で協議 ⑦ 導入決裁後、社内通知・商品研修・取扱開始 （ホームページ上に公表）	✓ 商品概要 ✓ 商品の選定理由 ✓ リスクの種類と大きさ ✓ 費用とパフォーマンス ✓ 販売対象となる顧客の想定 ✓ 制限を付す場合の方法 ✓ 販売チャネル ✓ 販売前研修方法 …など	① 運用状況の検証 ② 販売状況の検証 ③ 預り残高の検証 ④ 担当部署での廃止商品の選定 （代替商品の検討を含む） ⑤ 商品提供会社との意見交換 （廃止に伴う手続き等など） ⑥ 廃止決裁後、社内通知、廃止 （ホームページ上に公表）

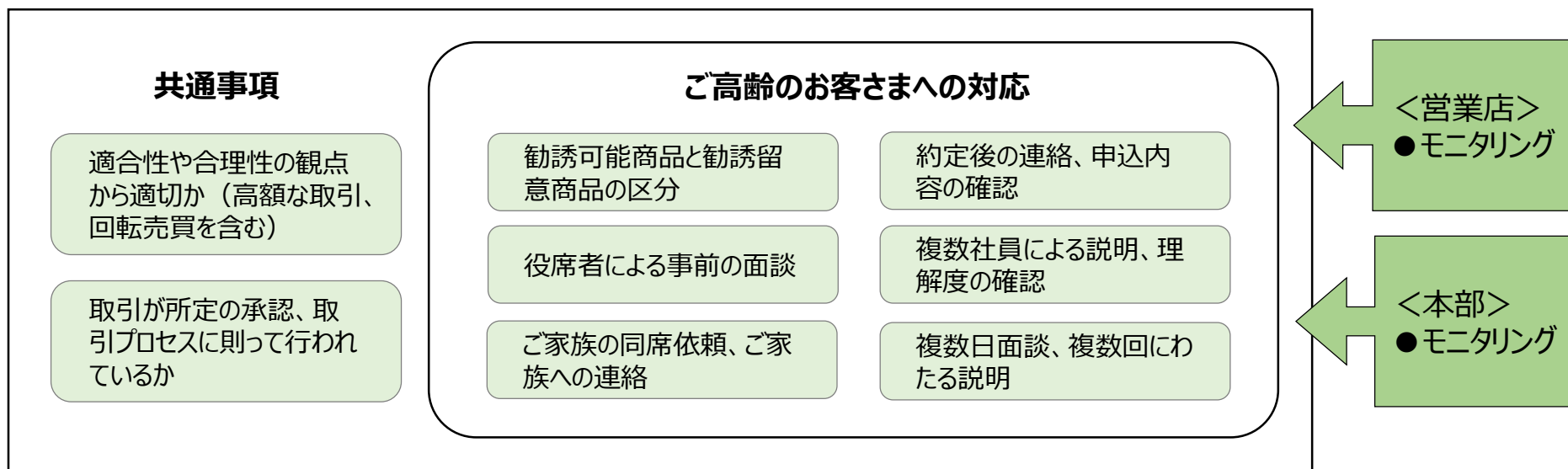
＜情報提供のプロセス＞

情報提供資料（本部→営業店）	利用方法
● 投資信託会社からのレポート	✓ 経済環境・市場動向、商品知識の習得、お客さまへの情報提供
● 生命保険会社からのレポート	✓ コンプライアンスの確認、商品知識の習得、お客さまへの情報提供
● 投資信託の5%下落レター、分配金レポート	✓ 保有者へのアフターフォロー

【原則6】 お客さまにふさわしいサービスの提供（5-4）

- 当社では、お客さまのご投資方針や運用目的、金融知識、ご投資経験、資産運用状況、今後のライフプラン等を十分に把握するため、お客さまアンケートの記入をお願いしております。アンケート内容に基づき、タブレットの販売支援システムCOMPASSで適合商品を特定し、その中から、お客さまの属性に合致した最適な金融商品・サービスをご提供しています。
- また、当社では、ご高齢のお客さまを75歳以上と定義し、金融被害を受けやすいご高齢のお客さまなどに商品・サービスの提供を行う場合は、合理性や適正性、ご理解度等に応じてご家族の同席を依頼するなど、社内ルールを設けて慎重な対応を行っています。（80歳以上のお客さまには、より慎重な対応を行うよう厳格なルールを定めています。）
- それぞれのお客さまに最適な金融商品・サービスの提供が行われているか、お客さま保護の観点から適切な取扱いが行われているか、各部署にて検証を行っています。

<商品・サービスの提供を行った際の検証>



【原則6】 お客さまにふさわしいサービスの提供（5-5）

- 当社は、金融商品の販売会社として、組成会社が販売対象として想定するお客さま属性を十分に理解したうえで、お客さまの適合性を十分に確認するよう販売社員への浸透を図り、お客さまの最善の利益に適った商品を提供することを徹底します。
- また、2025年度中に予定されている「情報連携フォーマット」を活用した組成会社との相互連携により、実際に購入したお客さま属性の情報（個人情報除きます）に加え、お客さまの反応や販売状況に関する情報についても、必要に応じて組成会社と相互連携し、より良い金融商品・サービスをお客さまに提供できるよう努めてまいります。
- なお、お客さまの資産形成に最適な積立投信での長期・積立・分散投資の継続性を考慮し、NISA対象外となった一部の投資信託（毎月分配型商品）については、分配頻度の異なる同一商品を導入し、お客さまがNISA枠を積極的にご活用いただけるよう、商品ラインナップの見直しを行ってまいりました。今後も、お客さまのニーズ等を把握し、商品ラインナップの見直しを行ってまいります。
- 当社は、お客さまの一生を支える真のパートナーとして、お客さまの最善の利益の実現に向けて、組成会社と連携し、金融商品のライフサイクル全体におけるプロダクトガバナンスの確立にも貢献してまいります。

【原則7】 社員に対する適切な動機づけの枠組み等（2-1）

- 当社では、高度の専門性と職業倫理を保持し、誠実・公正に行動できる社員を養成するため、研修や教育を充実させています。
- また、お客さま目線に立ったサービス展開のため、お客さまサービス向上・コーチングチームが臨店を行い、営業店への指導および助言を行っています。本年度は、商品・サービスに関する問い合わせへの応対力を確認するため、全店電話モニタリングを1回実施しました。各営業店の強み・弱みの分析結果を還元することで、更なるお客さまサービス・満足度の向上に取り組んでおります。

<2024年度の研修実績>

研修内容	対象者	回数
● 営業責任者および内部管理責任者研修	営業責任者、内部管理責任者	1回
● 管理職マネジメント研修	管理職	1回
● 役席者マネジメント研修、人事考課研修	役席者、新任役席者	7回
● 中堅社員研修	3年目社員、4年目社員、5年目社員、8年目社員	5回
● 若手社員研修	新入社員、2年目社員	29回
● 最適提案研修	預り資産販売社員、内部管理責任者	8回
● パート・嘱託、融資・渉外係向け研修ほか	パート・嘱託社員、渉外係・融資係社員	1回
● 土曜学校（スキルアップセミナーほか）、Web研修など	希望者	24回

<2024年度のコーチング実績>

内容	対象店舗	回数
● サービス向上のための臨店指導	のべ137店舗	344回
● 定期預金に関する問い合わせ（電話モニタリング）	55店舗	1回

【原則7】 社員に対する適切な動機づけの枠組み等（2-2）

- 当社では、社員の自己啓発に対する取組み姿勢を図る指標として、2016年4月より自己啓発ポイント制度を導入し、毎年ポイント上位者の表彰を行っています。更に、公的資格取得者には報奨金を支給し、自己啓発に積極的に取り組むよう支援・奨励しております。
- 2021年5月には、最適提案に必要な知識を有した社員を「最適提案マイスター」に認定する制度を導入し、認定者には認定証および認定ピンバッジを交付しています。（2025年3月末現在、認定者数は179名）
- また、業績評価体系においては、長期的な視野に立った金融商品・サービスの提供やお客さまのニーズ・利益への貢献が適正に評価されるよう随時見直しを行い、社員に対する適切な動機づけの枠組みにより「お客さま本位」の徹底を図っています。

<自己啓発ポイント>

科目	ポイント	科目	ポイント数
● 公認会計士、不動産鑑定士、税理士 等	70ポイント	● FP 3 級、日商簿記 3 級 等	30ポイント
● 社会保険労務士、証券アナリスト 等	60ポイント	● 通信講座(必須) 等	20ポイント
● 宅地建物取引士、行政書士、FP 1 級 等	50ポイント	● 最適提案マイスター、事業承継マイスター 等	15ポイント
● FP 2 級、日商簿記 2 級 等	40ポイント	● 通信講座(必須以外) 等	10ポイント

<業績評価体系>

評価項目	評価の観点
● 預り資産顧客数を基準とした評価	✓ 長期的な視野に立った提案ができているか
● 預り資産残高を基準とした評価	✓ お客さまのニーズ・利益への貢献ができているか
● 最適提案活動に対する評価	✓ 資産承継、資産形成への取り組みができているか

<投資信託>

●運用損益別顧客比率

投資信託を保有している個人のお客さまについて、基準日時点の保有投資信託に係る購入時以降の累積の運用損（手数料控除後）を算出し、運用損益別にお客さまの比率を示した指標です。解約済みの投資信託は含まれておりません。

●預り残高上位20銘柄のコスト・リターン

預り残高上位20銘柄（設定後5年以内の銘柄を除く）について、銘柄ごとおよび預り残高加重平均のコストとリターンの関係を示した指標です。

●預り残高上位20銘柄のリスク・リターン

預り残高上位20銘柄（設定後5年以内の銘柄を除く）について、銘柄ごとおよび預り残高加重平均のリスクとリターンの関係を示した指標です。

●投資信託預り残高上位20銘柄

・・・預り残高上位20銘柄（設定後5年以内の銘柄を除く）について、銘柄ごとのコスト・リスク・リターンを示したものです。

※ コスト・・・販売手数料率上限×1/5 + 信託報酬率で算出

※ リスク・・・過去5年間の月次リターンの標準偏差×1/5で算出

※ リターン・・・過去5年間のトータルリターン×1/5で算出

<外貨建保険>

●運用評価別顧客比率

外貨建一時払保険を保有している個人のお客さまの契約について、基準日時点の運用評価額 $\{(\text{基準日時点での解約返戻金額} + \text{基準日時点での既支払金額} - \text{契約時点の一時払保険料}) \div \text{契約時点の一時払保険料}\}$ を算出し、運用評価別に契約の比率を示した指標です。解約済みの契約、年金支払いを開始している契約は含まれておりません。

●銘柄別コスト・リターン

預り残高上位銘柄（契約後60か月経過した契約のみ）について、銘柄ごとおよび預り残高加重平均のコストとリターンの関係を示した指標です。

●外貨建保険預り残高上位

預り残高上位銘柄（契約後60か月経過した契約のみ）について、銘柄ごとのコスト、リターンを示したものです。

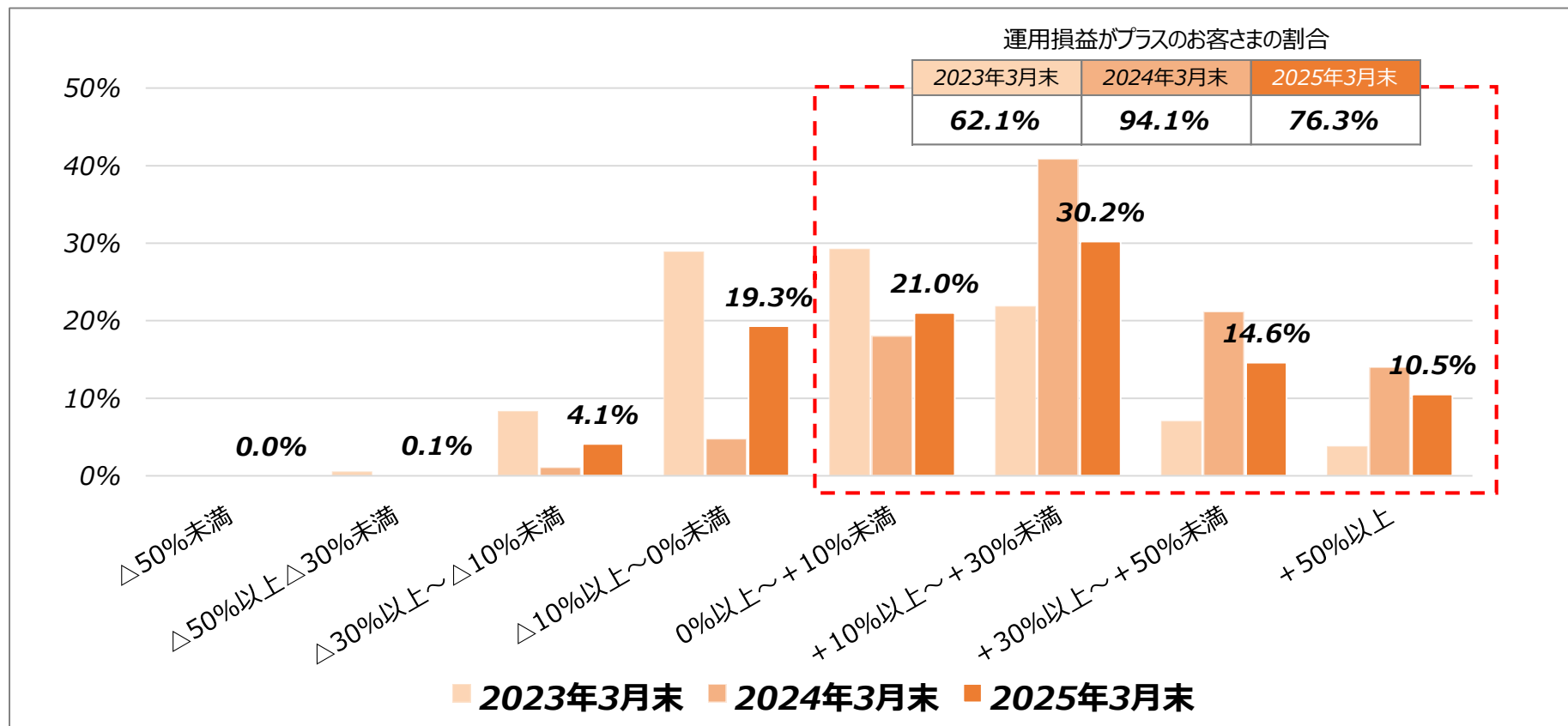
※ コスト・・・（各契約の初年度手数料率上限÷契約期間(月単位)）+継続手数料率を年換算して算出

※ リターン・・・各契約の運用評価額を保有期間に応じて年換算して算出

<投資信託> 共通KPI (3-1)

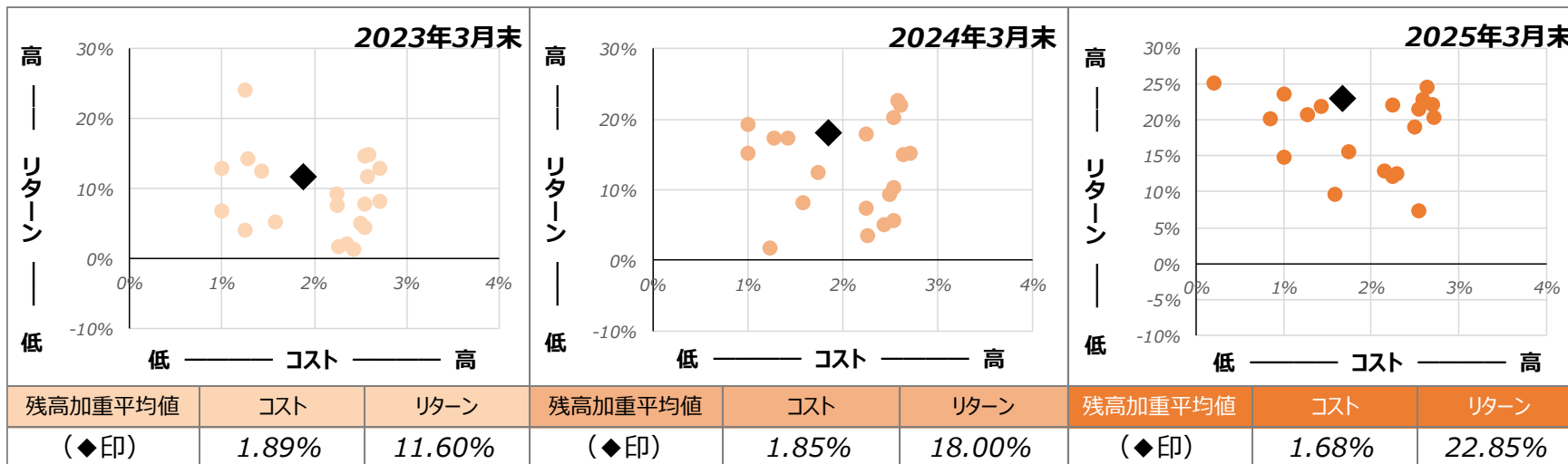
- 2025年3月末現在、投資信託の運用損益率がプラスとなったお客さまの比率は、株式相場や為替相場の変動の影響から76.3%（前年比：△17.8%）となっています。
- また、預り残高上位20銘柄の加重平均値のコストは1.68%（前年比：△0.17%）、リスクは18.50%（前年比：△2.22%）、リターンは22.85%（前年比：+4.85%）となっています。

① 運用損益別顧客比率

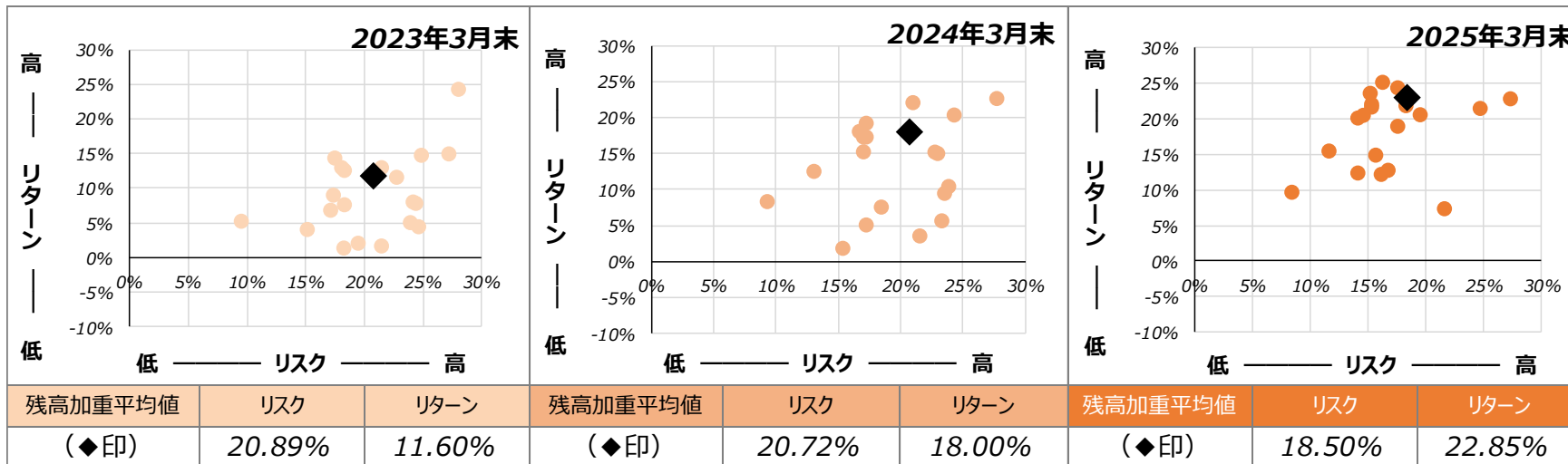


<投資信託> 共通KPI (3-2)

② 預り資産残高上位20銘柄のコスト・リターン



③ 預り資産残高上位20銘柄のリスク・リターン



<投資信託> 共通KPI (3-3)

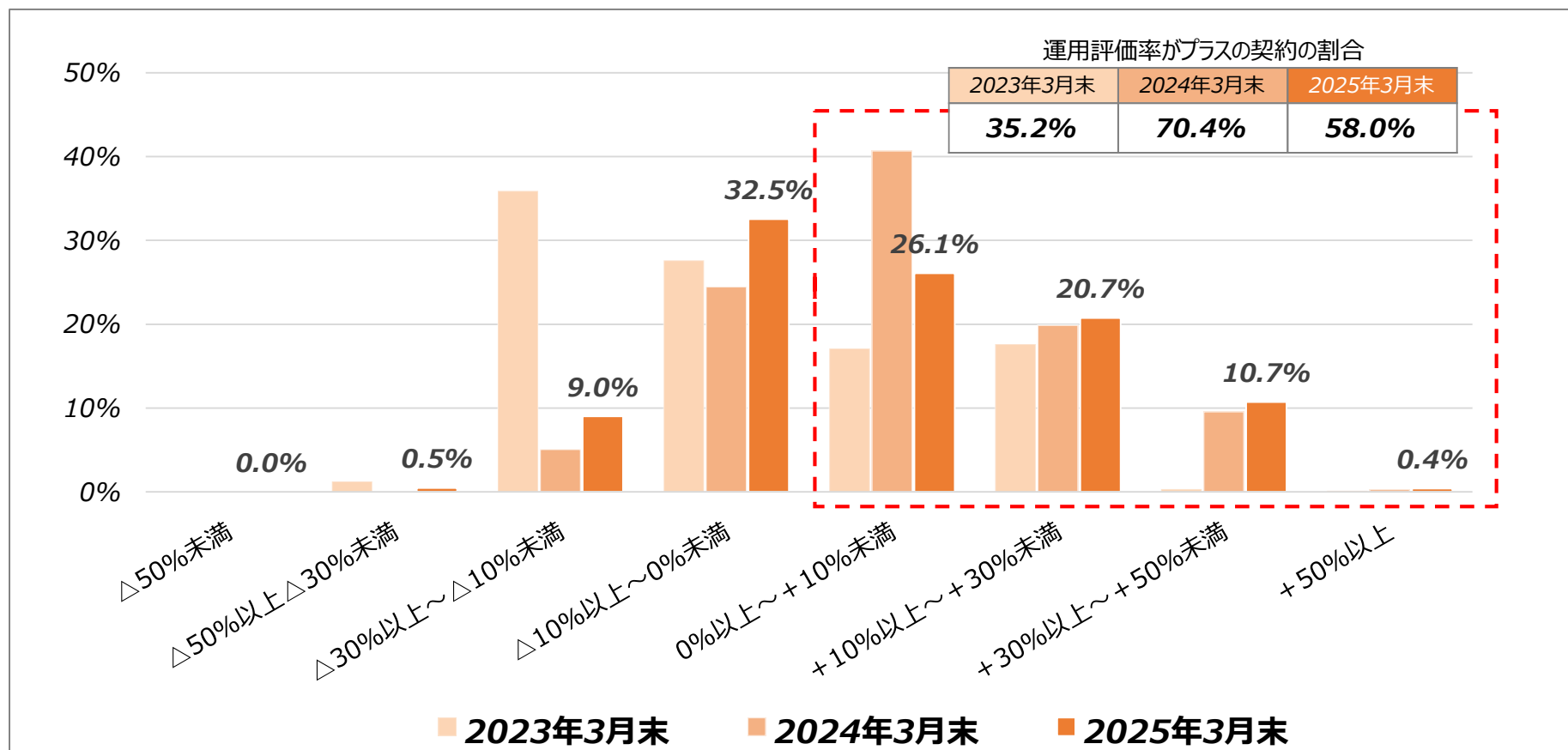
【投資信託 預り資産残高上位20銘柄】

順位	前年	前々年	ファンド名	コスト	リスク	リターン
1	1	1	S M T A Mダウ・ジョーンズ インデックスファンド	1.42%	15.28%	21.95%
2	2	3	F A N G + インデックス・オープン	1.24%	28.72%	39.03%
3	3	2	新光U S - R E I Tオープン	2.23%	16.15%	12.28%
4	-	-	ゴールド・ファンド（為替ヘッジなし）	0.85%	14.13%	20.30%
5	4	-	ハリス世界株ファンド（毎月決算型）	2.70%	18.26%	22.12%
6	8	-	S B I・U T I インドファンド	2.62%	17.58%	24.63%
7	4	-	i F r e e S & P 5 0 0 インデックス	0.20%	16.21%	25.29%
8	9	8	S M T グローバル株式インデックス・オープン	0.99%	15.24%	23.76%
9	6	16	S M T 米国株配当貴族インデックス・オープン	1.27%	14.63%	20.78%
10	7	4	サイバーセキュリティ株式オープン（為替ヘッジなし）	2.53%	24.71%	21.67%
11	5	11	グローバルA I ファンド	2.59%	27.28%	23.07%
12	11	7	ニッセイ豪州ハイ・インカム株式ファンド（毎月決算型）	2.49%	17.61%	19.23%
13	10	5	A I （人工知能）活用型世界株ファンド	2.24%	15.33%	22.27%
14	15	10	M H A M 株式インデックスファンド2 2 5	0.99%	15.62%	15.00%
15	12	14	グローバル・ロボティクス株式ファンド（年2回決算型）	2.71%	19.53%	20.57%
16	19	-	のむラップ・ファンド（積極型）	1.74%	11.61%	15.64%
17	14	12	ワールド・リート・オープン（毎月決算型）	2.15%	16.79%	13.01%
18	16	20	のむラップ・ファンド（普通型）	1.57%	8.43%	9.83%
19	13	9	M H A M 新興成長株オープン	2.53%	21.66%	7.48%
20	17	15	アジア・オセアニア好配当成長株オープン（毎月分配型）	2.29%	14.10%	12.65%
残高加重平均値				1.68%	18.50%	22.85%

<外貨建保険> 共通KPI (3-1)

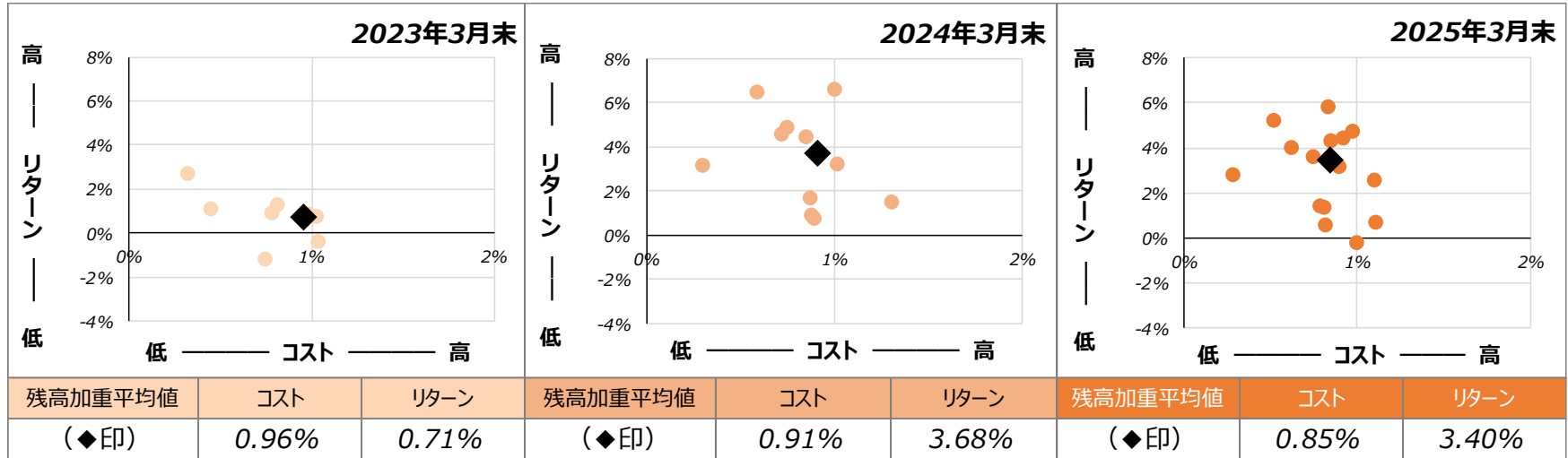
- 2025年3月末現在、外貨建保険の運用評価率がプラスとなった契約の比率は、為替相場が乱高下した影響を受け、58.0%（前年比：△12.4%）となっています。
- また、残高上位銘柄の加重平均値のコストは0.85%（前年比：△0.06%）、リターンは3.40%（前年比：△0.28%）となっています。

① 運用評価別顧客比率



<外貨建保険> 共通KPI (3-2)

② 預り資産残高上位銘柄のコスト・リターン



<外貨建保険に関するご留意事項>

- ✓ 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。解約時には解約返戻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。

<外貨建保険> 共通KPI (3-3)

【外貨建保険 預り資産残高上位銘柄】

順位	前年	前々年	ファンド名	コスト	リターン
1	1	1	たのしみ、ずっと	0.89%	3.21%
2	-	-	ロングドリームGOLD 3	0.92%	4.49%
3	5	3	やさしさ、つなぐ	0.81%	1.41%
4	2	-	ロングドリームGOLD 2	0.83%	5.89%
5	3	4	ふるはーとJロードグローバル	0.74%	3.60%
6	4	2	しあわせ、ずっと	0.78%	1.47%
7	-	-	しあわせ、ずっと2	0.97%	4.79%
8	6	8	夢のプレゼント	0.51%	5.28%
9	12	-	おおきな、まごころ	0.99%	△0.14%
10	-	-	ふるはーとJロードグローバルⅡ	1.09%	2.60%
11	9	-	たのしみグローバル（定率増加プラン）	0.84%	4.34%
12	7	5	えがお、ひろがる	0.82%	0.62%
13	8	7	デュアルドリーム	1.10%	0.74%
14	10	6	モンターニュ	0.28%	2.88%
15	11	10	外貨建・エブリバディプラス	0.61%	4.04%
12	13	9	ロングドリームGOLD	0.61%	0.77%
13	-	-	夢のプレゼント2	0.64%	5.67%
14	14	11	モンターニュ2	0.38%	0.40%
15	15	-	たのしみグローバル（指数連動プラン）	0.87%	6.70%
残高加重平均値				0.85%	3.40%

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	株式会社トマト銀行
■取組方針掲載ページの URL：	https://www.tomatobank.co.jp/policy1.html
■取組状況掲載ページの URL：	https://www.tomatobank.co.jp/pdf/initiatives_2023.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	【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。	実施	2.お客さまの最善の利益の追求	【原則 2】 お客さまの最善の利益の追求：P.3～4
	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	2.お客さまの最善の利益の追求	【原則 2】 お客さまの最善の利益の追求：P.3～4
原則 3	【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。	実施	3.利益相反の適切な管理	【原則 3】 利益相反の適切な管理：P.5～6
	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	3.利益相反の適切な管理	【原則 3】 利益相反の適切な管理：P.5～6
原則 4	【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情報提供すべきである。	実施	4.手数料等の明確化	【原則 4】 手数料の明確化：P.7
原則 5	【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。	実施	5.重要な情報の分かりやすい提供	【原則 5】 重要な情報の分かりやすい提供：P.8～9

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 5	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	5.重要な情報の分かりやすい提供	【原則 5】 重要な情報の分かりやすい提供： P.8～9
	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	5.重要な情報の分かりやすい提供	【原則 5】 重要な情報の分かりやすい提供： P.9
	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	5.重要な情報の分かりやすい提供	【原則 5】 重要な情報の分かりやすい提供： P.8～9
	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。	実施	5.重要な情報の分かりやすい提供	【原則 5】 重要な情報の分かりやすい提供： P.8～9
	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	5.重要な情報の分かりやすい提供	【原則 5】 重要な情報の分かりやすい提供： P.8～9
原則 6	【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。		実施	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10～13
	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	実施	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10～13
	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。	実施	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.13

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 6	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。	非該当	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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。	実施	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】お客さまにふさわしいサービスの提供： P.13
	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。	実施	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】お客さまにふさわしいサービスの提供： P.14
	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。	実施	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】お客さまにふさわしいサービスの提供： P.14
	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。	実施	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】お客さまにふさわしいサービスの提供： P.14
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	7.社員に対する適切な動機づけの枠組み等	【原則 7】社員に対する適切な動機づけの枠組み等： P.15～16
	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	7.社員に対する適切な動機づけの枠組み等	【原則 7】社員に対する適切な動機づけの枠組み等： P.15～16
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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10

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
補充原則 2	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10

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
補充原則 4	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。	非該当	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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。	非該当	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10
	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	6.お客さまにふさわしいサービスの提供	【原則 6】 お客さまにふさわしいサービスの提供： P.10

【照会先】		
部	署	営業統括部
連 絡	先	電話番号：086-221-1091（内田）