

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		あいち銀行		
■取組方針掲載ページのURL		https://www.aichibank.co.jp/company/efforts/fiduciary_duty/		
■取組状況掲載ページのURL		https://www.aichibank.co.jp/company/efforts/fiduciary_duty/		
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		実施	1. お客さまの最善の利益の追求 【本文】(1)、(2)、(3) ＜取組内容＞①、③	P2～P3
	注	実施	1. お客さまの最善の利益の追求 ＜取組内容＞②	P3～P6
原則 3		実施	2. 利益相反の適切な管理 【本文】 ＜取組内容＞	P7
	注	実施	2. 利益相反の適切な管理 【本文】 ＜取組内容＞	P7
原則 4		実施	3. 手数料等の明確化 【本文】(1)、(2) ＜取組内容＞①～②	P8
原則 5		実施	4. 重要な情報の分かりやすい提供 【本文】(1)、(2)	P9～P10
	注 1	実施	4. 重要な情報の分かりやすい提供 ＜取組内容＞①	P9
	注 2	実施	4. 重要な情報の分かりやすい提供 ＜取組内容＞②	P9

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 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	4. 重要な情報の分かりやすい提供 ＜取組内容＞③	P10
	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、顧客において同様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	4. 重要な情報の分かりやすい提供 ＜取組内容＞④	P9
	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	4. 重要な情報の分かりやすい提供 ＜取組内容＞③	P9～P10
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	5. お客さまにふさわしいサービスの提供 【本文】(1)、(2)	P11～P13
	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	5. お客さまにふさわしいサービスの提供 ＜取組内容＞ お客さまのニーズに沿ったご提案①、 アフターフォローへの取組、 金融リテラシー向上への取組	P13～P15
	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	5. お客さまにふさわしいサービスの提供 ＜取組内容＞お客さまのニーズに沿ったご提案②	P9
	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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(2)② ＜取組内容＞金融商品の提案時の対応	P17
	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	5. お客さまにふさわしいサービスの提供 ＜取組内容＞お客さまのニーズに沿ったご提案③	P11
	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	5. お客さまにふさわしいサービスの提供 ＜取組内容＞アフターフォローへの取組、 金融リテラシー向上への取組	P14～P15
	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. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)③ ＜取組内容＞金融商品の導入後の対応①、②	P16
	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. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)① ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応①	P16
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. 職員に対する適切な動機付けの枠組み等 【本文】 ＜取組内容＞①、③、④	P19
	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	1. お客さまの最善の利益の追求 ＜取組内容＞③ 7. 職員に対する適切な動機付けの枠組み等 ＜取組内容②～④	P2、P19

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 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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)、 ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応①～② 金融商品の提案時の対応、 金融商品の導入後の対応①～②	P2、P16～P18
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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)、 ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応①～② 金融商品の提案時の対応、 金融商品の導入後の対応①～②	P16～P18
	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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)、 ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応①～② 金融商品の提案時の対応、 金融商品の導入後の対応①～②	P16、P18
	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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)、 ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応①～② 金融商品の提案時の対応、 金融商品の導入後の対応①～②	P18
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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)①～②、 ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応①～②、 金融商品の提案時の対応	P11～P13、P16～P17
	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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)①、 ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応①	P16
	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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)①、 ＜取組内容＞金融商品の導入時の対応②	P11～P13、P16～P17
	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。	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)②、 ＜取組内容＞金融商品提案時の対応	P16～P17

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				
		実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)③、 ＜取組内容＞金融商品の導入後の対応①	P18
	注 1	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)③、 ＜取組内容＞金融商品の導入後の対応②	P18
	注 2	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)③、 ＜取組内容＞金融商品の導入後の対応①	P18
	注 3	実施	6. プロダクトガバナンス体制の構築 【本文】(1)、(2)③、 ＜取組内容＞金融商品の導入後の対応①	P18
補充原則 5		実施	4. 重要な情報の分かりやすい提供 【本文】(1)、(2)、 ＜取組内容＞③	P9～P10
	注 1	実施	4. 重要な情報の分かりやすい提供 【本文】(1)、(2)、 ＜取組内容＞③	P9～P10
	注 2	実施	4. 重要な情報の分かりやすい提供 【本文】(1)、(2)、 ＜取組内容＞③	P9～P10

【照会先】

部署	営業推進部 営業推進グループ
連絡先	電話番号：052-262-9545