

「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」（対比表）

本対比表は、「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」およびこれに係る「具体的な取組み」の各項目が、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（2024年9月26日改訂）における原則2～7および補充原則1～5のいずれに対応しているかを具体的に示しています。

お客さま本位の業務運営に関する基本方針

三十三フィナンシャルグループは、経営理念「地域のお客さまから愛され信頼される金融グループとして、地域とともに成長し、活力あふれる未来の創造に貢献します」のもと、金融商品の販売・推奨等に関してお客さま本位の業務運営を徹底するため、以下のとおり基本方針を策定し、実践してまいります。 グループ（※）の役職員は基本方針に基づき常に「お客さま本位」で考え、行動することで、より質の高い金融サービスを提供し、安定した資産形成の実現をサポートいたします。 ※対象となるのは、金融商品の販売・推奨等を行う株式会社三十三銀行です。	原則2, 原則2（注） 原則7, 原則7（注）
1. お客さまにとって最善の金融商品・サービスの提供	
（1）金融商品・サービスの販売・推奨にあたって、適切な情報を提供するとともに、お客さまの金融経済に関する知識・経験・財産の状況および投資の目的・運用方針等を十分にお伺いし、お客さまお一人おひとりにとって最善と思われる金融商品・サービスのご提案を行います。	原則2, 原則2（注） 原則3, 原則3（注） 原則4 原則5, 原則5（注1, 5） 原則6, 原則6（注1～7） 補充原則
<補足説明> お客さまへ適切な情報提供をするため、金融商品組成事業者と情報連携を取りながら、お客さまお一人おひとりのライフプランやリスク許容度に合わせた最適な金融商品をご提案できる体制を整えております。	
（2）商品購入後もお客さまが安心してお取引を継続いただけるよう丁寧にアフターフォローを行い、適切な情報を提供するとともに、安定した資産形成の実現に資するコンサルティングを行います。	原則6（注1, 5～7） 補充原則
2. お客さまへの説明内容の充実	
（1）お客さまに金融商品の販売やサービスの提供に係る重要な情報を理解いただけるよう、わかりやすく平易な言葉で丁寧に説明します。	原則5, 原則5（注1～5） 原則6（注1～7） 原則7（注）
（2）特にお客さまが負担する手数料その他費用について、当該手数料がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、わかりやすく詳細に説明します。	原則4 原則5（注1）
3. 役職員の継続的なレベルアップ	
（1）「お客さま本位の業務運営」について役職員一人ひとりが実践できるよう、教育・研修を通じて更なる浸透を図ります。	原則7（注）
（2）お客さまにとって最善となる金融商品・サービスを提供できるよう、役職員に対する研修実施・自己啓発の奨励等により市場動向および商品知識、コンサルティング能力の継続的な向上を図ります。	原則7
（3）役職員一人ひとりの「お客さま本位の業務運営」への取組みが評価される評価体系を整備してまいります。	原則7, 原則7（注）

「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」に係る具体的な取組み

1. お客さまにとって最善の金融商品・サービスの提供	
(1) 商品ラインアップの充実およびお客さまの利便性向上 ①幅広いお客さまに適切な商品を選択していただけるよう、良質な商品のラインアップ充実を図ります。 ②インターネット取引の充実や販売チャネルの拡大等を通じてお客さまの利便性向上に努めます。	原則4 原則5, 原則5 (注1) 原則6, 原則6 (注5～7) 補充原則
(2) お客さま本位の商品提案 ①金融商品のご提案にあたっては、お客さまの知識・経験・財産の状況および投資の目的・運用方針等を十分にお伺いし把握するとともに、お客さまのライフステージ等も鑑み最適な商品を選定します。 検討の結果、お客さまにとって最善と思われる商品の取扱いがない場合は当行からは商品の紹介を行いません。	原則2, 原則2 (注) 原則3, 原則3 (注) 原則5, 原則5 (注) 原則6 (注1～5) 補充原則
②商品選定にあたっては、「お客さま本位」であることを最優先し、販売手数料の高い商品のみ推奨するような銀行本位の姿勢は排除します。	原則3, 原則3 (注) 原則5, 原則5 (注1)
③提案にあたっては、当該商品がお客さまにふさわしいと判断した理由を説明したうえで、お客さまのご意向との一致を確認します。 「毎月分配型投資信託」については、運用としては非効率となる可能性があることをお客さまに十分説明します。	原則2, 原則2 (注) 原則6 (注1～5)
④高齢のお客さまに対して金融商品を提案・販売する場合は、複数回の面談やご親族の同席等をお願いするなど、ご本人の理解度を十分に確認しながら、より丁寧なご説明を行うよう、勧誘ルールを遵守します。	原則6 (注4, 5)
<金融商品ごとに想定するお客さまとご提案内容>	原則6 (注3)、補充原則
(3) 適切なアフターフォロー ①販売後のアフターフォローについては、市況急変時をはじめとして適時適切に実施いたします。 ②アフターフォローにあたっては、市場動向の現状や見通し等について丁寧に情報提供するとともに、投資の目的を達成するための方法についてお客さまの立場に立ってアドバイスをを行います。生命保険については当初の加入目的や現在のご意向などを丁寧に聴取し、適切な情報提供を行います。	原則6 (注1, 4, 5)
(4) 資産運用に関する情報提供 ①知識、経験が十分ではないお客さまに対しては、資産運用の基礎知識等の情報提供に努め、お客さまの知識向上と安定した資産形成をサポートします。 ②お客さまの資産形成に資するため、NISA、iDeCo等税制面の優遇がある制度を積極的に紹介します。	原則6 (注1, 4, 5)
2. お客さまへの説明内容の充実	
(1) お客さまに商品内容を十分ご理解いただけるよう、商品の基本的な仕組み、価格変動要因および程度、手数料等について専門用語を極力使わずわかりやすく平易な言葉を用いて丁寧に説明します。 また、説明にあたってはタブレット端末の活用等により図表やシミュレーションを交え、視覚的にもわかりやすい説明に努めます。 ①お客さまにとってよりわかりやすい情報提供を行うため、商品内容を比較しやすいよう表示した「重要情報シート」の活用に努めています。	原則4 原則5, 原則5 (注1～5) 原則6, 原則6 (注3, 5～, 7)

②複数の金融商品・サービスをパッケージとしてご提案する場合には、個別購入の可否や、パッケージ化しない場合との比較、対象のお客さまにふさわしい商品かを含めて検討のうえ、お客さまにとって重要な情報をわかりやすく提供いたします。 ③取扱商品に関する「商品組成会社が販売対象として想定する顧客属性」については、当行のリスク分類と整合性を検証のうえ、必要と思われる場合に随時提供していきます。当行の使用する「重要情報シート（個別商品編）」には、当該商品についての「商品組成に携わる事業者が想定する購入層」の欄を設け、記載しています。なお、当行は金融商品を組成する金融事業者ではありません。	
（２）特に各種手数料等の費用については、お客さまの投資判断に重要な影響を与える項目として十分に説明します。説明にあたっては、可能なものは「料率」ではなく「金額」で説明するとともに、どのようなサービスの対価として当該手数料をいただくのかを説明します。	原則４
（３）商品説明はすべてのお客さまに対して画一的に行うのではなく、お客さま一人ひとりの知識・経験や商品内容の複雑さ等に応じて適切な方法・程度により実施します。	原則６（注４，５）
（４）金融商品の販売・サービスの提供にあたって、お客さまのご意向に沿った商品を案内できているか、説明にわかりづらい点はなかったか等をお客さまアンケートの実施により検証します。	原則６（注１～５） 原則７（注）
３．役職員の継続的なレベルアップ	
（１）お客さま本位の業務を徹底し、常にお客さま本位で考える姿勢を更に浸透させるため、経営トップのメッセージを継続的に行内に発信するとともに、各種会議・研修等において周知徹底します。 【具体的な行動例】	原則７，原則７（注）
（２）役職員のコンサルティング能力および商品知識、金融経済に関する知識等の向上を図るため、継続的に各種研修を実施するとともに、ファイナンシャルプランニング技能士など資産運用に関する公的資格の取得を推奨いたします。	原則７
（３）業績評価制度については、過度に収益を重視した評価体系とならないよう配慮するとともに、お客さまの利益より銀行の利益を優先するような営業姿勢を排除する制度となるよう継続的に改善を図ります。結果については引続きモニタリングを実施し、お客さま本位の業務運営に資する施策の立案に活用してまいります。	原則７，原則７（注）
（４）コンプライアンス部門により営業施策や職員にかかるコンダクトリスクについて適切に管理するとともに、内部監査部門により実効性を検証してまいります。	原則７，原則７（注）

以上