

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の対応関係表					
金融事業者の名称		株式会社 ぶくおファイナシャルグループ			
■取組方針掲載ページのURL		https://www.fukuoka-fg.com/company/custmer_oriented.html			
■取組状況掲載ページのURL		https://www.fukuoka-fg.com/company/custmer_oriented.html			
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	<p>R.1 「お客さまの最善の利益」の考え方</p> <p>R.2 「お客さまの最善の利益」を追求する行動</p> <p>R.16 FFGの企業文化としての定着</p> <p>R.17 「お客さまの声」の収集・活用、グループ総合力の結集、最善の商品の選定・提供</p>	<p>P.1 <「お客さまの最善の利益」の考え方></p> <p>P.2 <従業員向け研修の実施></p> <p>P.2 <「お客さまの最善の利益」を追求する行動の取組み></p> <p>P.3 <「お客さまの声」の収集・活用/取組み：お客さまアンケートの実施></p> <p>P.4 <最善の商品の選定：商品選定プロセス></p> <p>P.5 <運用開始後の商品モニタリング> <仕組間の取扱い></p> <p>P.29 <預り資産残高の推移></p>	
	(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	<p>P.22 お客さま本位の営業で実践する好循環サイクル、お客さまと地域の成長、そしてFFGと私たち担当者の成長</p>	<p>P.17 <FFGの目指す姿></p>
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	<p>R.21 利益相反の適切な管理</p>	<p>P.29 <利益相反の適切な管理></p>	
	(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	<p>P.21 利益相反の適切な管理</p>	<p>P.29 <利益相反の適切な管理></p>
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關するものかを含め、顧客が理解できるように情報提供すべきである。</p>	実施	<p>R.19 情報提供体制の高度化、お取引チャネルの高度化</p> <p>R.20 手数料についての分かりやすさの説明</p>	<p>R.26 <手数料についての分かりやすさの説明></p> <p>R.27 <情報提供の仕組み></p> <p>R.28 <保険の諸費用についての分かりやすさの説明></p>	
原則 5	<p>【重要な情報の分かりやすさの提供】</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	<p>R.18 お客さまとの対話を通じた分かりやすさの説明、「重要情報シート」の活用</p> <p>R.19 情報提供体制の高度化、お取引チャネルの高度化</p> <p>R.20 手数料についての分かりやすさの説明</p>	<p>P.3 <「お客さまの声」の収集・活用/取組み：お客さまアンケートの実施></p> <p>P.18 <「重要情報シート」の活用></p> <p>P.19 <FFG3行における分かりやすさの説明と提案手法の高度化></p> <p>P.20 <FFG3行ホームページ></p> <p>P.21 <FFG3行ホームページ></p> <p>P.23 <「F-navi+」を活用した運用成果比較></p> <p><ファンド分析資料～ファンドスクッチ～></p>	
	(注1)	<p>重要な情報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	<p>R.18 お客さまとの対話を通じた分かりやすさの説明、「重要情報シート」の活用</p> <p>R.19 情報提供体制の高度化</p> <p>R.20 手数料についての分かりやすさの説明</p>	<p>P.18 <「重要情報シート」の活用></p> <p>P.19 <FFG3行における分かりやすさの説明と提案手法の高度化></p> <p>P.20 <FFG3行ホームページ></p> <p>P.23 <「F-navi+」を活用した運用成果比較></p> <p><ファンド分析資料～ファンドスクッチ～></p> <p>P.26 <手数料についての分かりやすさの説明></p> <p>P.27 <情報提供の仕組み></p> <p>P.28 <保険の諸費用についての分かりやすさの説明></p>
	(注2)	<p>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	<p>R.18 お客さまとの対話を通じた分かりやすさの説明、「重要情報シート」の活用</p> <p>R.19 情報提供体制の高度化</p> <p>R.20 手数料についての分かりやすさの説明</p>	<p>P.18 <「重要情報シート」の活用></p> <p>P.19 <FFG3行における分かりやすさの説明と提案手法の高度化></p> <p>P.23 <「F-navi+」を活用した運用成果比較></p> <p><ファンド分析資料～ファンドスクッチ～></p> <p>P.26 <手数料についての分かりやすさの説明></p> <p>P.27 <情報提供の仕組み></p> <p>P.28 <保険の諸費用についての分かりやすさの説明></p>
	(注3)	<p>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	<p>R.18 お客さまとの対話を通じた分かりやすさの説明、「重要情報シート」の活用</p> <p>R.19 情報提供体制の高度化、お取引チャネルの高度化</p> <p>R.20 手数料についての分かりやすさの説明</p>	<p>P.18 <「重要情報シート」の活用></p> <p>P.19 <FFG3行における分かりやすさの説明と提案手法の高度化></p> <p>P.20 <FFG3行ホームページ></p> <p>P.23 <「F-navi+」を活用した運用成果比較></p> <p><ファンド分析資料～ファンドスクッチ～></p>
	(注4)	<p>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配慮した資料を用いつつ、リスクとリターンと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。</p>	実施	<p>R.18 お客さまとの対話を通じた分かりやすさの説明、「重要情報シート」の活用</p> <p>R.19 情報提供体制の高度化、お取引チャネルの高度化</p> <p>R.20 手数料についての分かりやすさの説明</p>	<p>P.18 <「重要情報シート」の活用></p> <p>P.19 <FFG3行における分かりやすさの説明と提案手法の高度化></p> <p>P.23 <「F-navi+」を活用した運用成果比較></p> <p><ファンド分析資料～ファンドスクッチ～></p> <p>P.26 <手数料についての分かりやすさの説明></p> <p>P.27 <情報提供の仕組み></p> <p>P.28 <保険の諸費用についての分かりやすさの説明></p>
(注5)	<p>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	<p>R.18 お客さまとの対話を通じた分かりやすさの説明、「重要情報シート」の活用</p>	<p>P.18 <「重要情報シート」の活用></p> <p>P.19 <FFG3行における分かりやすさの説明と提案手法の高度化></p> <p>P.26 <手数料についての分かりやすさの説明></p> <p>P.27 <情報提供の仕組み></p> <p>P.28 <保険の諸費用についての分かりやすさの説明></p>	

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 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	P.3～6 お客さまに相応しい資産運用サービスの考え方 P.7～8 わかりやすく充実したNISA制度活用の提案・サポート体制 P.9 商品ラインナップの整備 P.10 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するための独自システム P.11～12 F-navi+の活用	P.6～7 <「投信のバレット」の申込者数と残高の推移> P.7 <「投信のバレット」各コースの運用状況> P.8 <「F-navi+」を活用した定額比較> P.8 <「定期預金受取サービス」を活用した資産寿命の延伸> P.9 <長期の積立投資をベースとした資産形成提案> P.10 <商品ラインナップの整備> P.11～12 <お客さまに相応しい商品・サービスを提供するための独自システム> P.13 <購入いただいたお客さまへのフォローアップ・お借入のあるお客さまや高齢のお客さまへの販売・「記録簿」の作成と管理部門によるモニタリング> P.14 <お役に立った保険金・給付金の状況> P.15 <商品ラインナップの整備> P.16 <ニーズの多様化に対する取り組み>
	(注1)	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に關し、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	P.10 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するための独自システム P.11～12 F-navi+の活用 P.13 購入いただいたお客さまへのフォローアップ	P.11～12 <お客さまに相応しい商品・サービスを提供するための独自システム> P.13 <購入いただいたお客さまへのフォローアップ・お借入のあるお客さまや高齢のお客さまへの販売・「記録簿」の作成と管理部門によるモニタリング>
	(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	P.10 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するための独自システム P.11～12 F-navi+の活用	P.5 <仕組債の取扱い> P.8 <「F-navi+」を活用した定額比較> P.10 <商品ラインナップの整備> P.23 <「F-navi+」を活用した運用成果比較> <ファンド分析資料～ファンドスクッチ～>
	(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それに沿った販売がなされるよう留意すべきである。	非該当	（当社は金融商品の組成会社を有していないため対象外） P.21 利益相反の適切な管理	（当社は金融商品の組成会社を有していないため対象外） P.29 <利益相反の適切な管理>
	(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	P.3～6 お客さまに相応しい資産運用サービスの考え方 P.10 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するための独自システム	P.13 <お借入のあるお客さまや高齢のお客さまへの販売>
	(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	P.19 情報提供体制の高度化、お取引チャネルの高度化 P.22 お客さま本位の営業で実践する好循環サイクル、お客さまと地域の成長、そしてFFGと私たち担当者の成長	P.2 <従業員向け研修の実施> P.21 <お客さま向けセミナー・金融経済教育支援活動> P.22 <若年層向けSNSでの情報発信>
原則 7	【従業員に対する適切な動機づけの仕組み等】 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仕組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。		実施	P.22 お客さま本位の営業で実践する好循環サイクル、お客さまと地域の成長、そしてFFGと私たち担当者の成長	P.2 <従業員向け研修の実施> P.17 <業績評価体系のポイント> P.17 <業務スキル調査（営業力チェック）> P.17 <人財育成カルテ> P.17 <ミニマムライセンス制度> P.17 <FP1級・2級資格保有者数>
	(注)	金融事業者は、各原則（これらに付されている注を含む）に關して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替案の内容について、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	P.22 お客さまと地域の成長、そしてFFGと私たち担当者の成長	P.2 <従業員向け研修の実施> P.3 <「お客さまの声」の収集・活用の取組み：お客さまアンケートの実施>

【総会先】	
部署	FFGクオリティ統括部
連絡先	092-723-2388