

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、取引経緯、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.10～12 福岡銀行・熊本銀行・十八親和銀行で主にご提供する資産運用サービス P.13～16 わかりやすく充実したNISA制度活用のサポート体制 P.17 商品ラインナップの整備 P.18～19 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.20～21 投資信託の分析・評価システムの活用 P.23～25 お客さまに相応しい保障サービスの考え方 P.27 福岡中央銀行で主にご提供する資産運用サービス P.28 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.29 商品ラインナップの整備 P.30 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するためのシステム P.32 お客さまに相応しい保障サービスの考え方、商品ラインナップの整備	P.7～11 お客さまに相応しい資産運用サービスの考え方 P.12 資産運用サービスを支える独自の仕組み P.13～15 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.16～17 購入いただいたお客さまへのフォローアップ
	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	P.18～19 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.20～21 投資信託の分析・評価システムの活用 P.22 購入いただいたお客さまへのフォローアップ P.23～25 お客さまに相応しい保障サービスの考え方 P.25 購入いただいたお客さまへのフォローアップ P.30 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するためのシステム P.31 購入いただいたお客さまへのフォローアップ P.32 購入いただいたお客さまへのフォローアップ P.34 FFG証券における「お客さまに相応しい資産運用サービス」の考え方 P.35～36 より高品質なサービスを提供するために	P.13～15 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.16～17 購入いただいたお客さまへのフォローアップ
	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.18～19 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.20～21 投資信託の分析・評価システムの活用 P.30 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するためのシステム P.34 FFG証券における「お客さまに相応しい資産運用サービス」の考え方	P.4 最善の商品の選定の仕組み P.7～11 お客さまに相応しい資産運用サービスの考え方
	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	P.42 利益相反の適切な管理	P.38 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.10～12 福岡銀行・熊本銀行・十八親和銀行で主にご提供する資産運用サービス P.18～19 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.27 福岡中央銀行で主にご提供する資産運用サービス P.30 お客さまに相応しい商品・サービスを提供するためのシステム P.32 お客さまに相応しい保障サービスの考え方	P.17 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	P.34 FFG証券における「お客さまに相応しい資産運用サービス」の考え方 P.35～36 より高品質なサービスを提供するために P.39 情報提供体制の高度化、お取引チャネルの高度化 P.43 お客さま本位の営業で実践する好循環サイクル、「お客さま本位の業務運営」を実践する人材の育成	P.1～2 「FFGの企業文化としての定着」の取組み P.26～31 FFGにおける分かりやすい説明と提案手法の高度化 P.32～34 FFG証券における分かりやすい説明と提案手法の高度化
	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	今後実施予定。スケジュールは組成に携わる金融事業者等と調整のうえ実施してまいります。	今後実施予定。スケジュールは組成に携わる金融事業者等と調整のうえ実施してまいります。
	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	P.17 商品ラインナップの整備 P.29 商品ラインナップの整備	P.9 投資信託の分析・評価システムを活用した定量比較 P.10 「ウエルスアドバイザー」を活用した商品提案
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.43 お客さま本位の営業で実践する好循環サイクル、「お客さま本位の業務運営」を実践する人材の育成	P.1～2 「FFGの企業文化としての定着」の取組み P.23 FFGの目指す姿
	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譲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	P.43 「お客さま本位の業務運営」を実践する人材の育成	P.1～2 「FFGの企業文化としての定着」の取組み P.2～3 「お客さまの最善の利益」を追求する行動の取組み P.23 FFGの目指す姿

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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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仕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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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こと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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
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。	実施	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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。	実施	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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。	実施	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
	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。	実施	P.17 商品ラインナップの整備	P.12 資産運用サービスを支える独自の取組み
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。	実施	P.38「重要情報シート」の活用	P.24 重要情報シートの活用
	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實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。	実施	P.38「重要情報シート」の活用	P.24 重要情報シートの活用
	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。	実施	P.38「重要情報シート」の活用	P.24 重要情報シートの活用

【照会先】

部署	FFGクオリティ統括部
連絡先	092－723-2388