

## お客さま本位の業務運営に関する取組方針

### 【目的】

本方針は、当社が、お客さまの安定的な資産形成を後押しする金融商品に係る業務を運営するにあたり、お客さまの満足をお客さま本位で考え、お客さま一人ひとりに最も適した商品・サービスをご提供するための基本的な考え方および具体的な取組方針を定めるものです。

### 【基本的な考え方】

福岡ファイナンシャルグループおよび当社を含むグループ各社（以下、「当社グループ」といいます。）は、「お客さまのいちばん身近にいたい」「いちばん頼れる存在でありたい」「期待に応えるためにいちばん先を行く銀行でありたい」という想いを込めたお客さまへの約束として、ブランドスローガン「あなたのいちばんに。」を掲げております。

#### ■ブランドスローガン

あなたのいちばんに。

#### ■コアバリュー（ブランドスローガンに込めたお客さまへの約束）

- ・ いちばん身近な銀行  
お客さまの声に親身に心から耳を傾け、対話し、共に歩みます。
- ・ いちばん頼れる銀行  
豊富な知識と情報を活かし、お客さま一人ひとりに最も適したサービスを提供します。
- ・ いちばん先を行く銀行  
金融サービスのプロ集団として、すべての人の期待を超える提案を続けます。

このブランドスローガンのもと、当社グループは、お客さまの豊かな未来を創るため、単なる運用サポートにとどまらない、資産形成ニーズから保障、運用、保全、相続まで、お客さま一人ひとりのニーズに合ったコンサルティングでお応えする業務運営を展開してまいります。

## 【取組方針】

### （お客さまの最善の利益の追求）

- ・ 常に「自分がお客さまだったら」と考え、お客さまの最善の利益を追求し、信頼にしっかりと応えていく、「お客さま本位」の業務運営を徹底します。
- ・ お客さまに最も適した商品・サービスをご提供するために、金融サービスのプロとしての専門性を向上させることはもちろん、高い倫理観を持ち、誠実かつ公正に業務を遂行することを徹底します。
- ・ グループ銀行と連携し、銀行・証券の特徴を活かして、銀証一体でお客さまの幅広いニーズに対応します。

### （お客さまに相応しい資産運用サービスの提供）

- ・ ライフステージ・ライフイベントにより常に変化するお客さまのニーズ、またお客さまの資産状況・取引経験・知識・年齢および取引目的等を正確に把握したうえで、最適な商品・サービスを最適なタイミングでご提供することにより、お客さまの大切な資産を育て、守ります。
- ・ お客さまの多様なニーズにお応えできるよう各種商品ラインナップの整備を進めるとともに、各種研修等を通じて金融のプロフェッショナルとして専門性の高い人財の育成に取り組んでいます。
- ・ また、幅広い世代の方々を対象としてマーケット動向や金融商品、取引に関する基本的知識を広め、資産形成を促すため、セミナー等を通じてお客さまへの積極的な情報提供に努めております。
- ・ なお、複雑な商品やリスクが高い商品等に関しては、商品の特性やお客さまの状況を踏まえ、お客さまにとってふさわしいものであるかを慎重に検討しております。
- ・ ご意見やご要望をはじめとする「お客さまの声」、その向こうにある「お客さまの期待」にしっかりと耳を傾け理解し、グループ銀行および FPG ほけんサービス等、グループの総合力を結集して、お客さまに相応しい商品・サービスの選定、ラインナップの充実、販売・コンサルティング、アフターフォロー等を行います。
- ・ 市場動向やご注文の意思決定に資する情報を円滑にご提供するために、売買アプリなどの DX ツールを充実させてまいります。また、ネット経由での口座開設を可能とするなど、お客さまの利便性を向上させてまいります。
- ・ お客さまの安心・安全を確保しながら、安定的に金融サービスをご利用いただけるよう、「オンライン営業システム」を導入し、「非接触・対面型」営業（お客さま、担当者のお互いの顔がみえる安心感のご提供と感染リスク回避の同時実現）を展開します。
- ・ 各種ご契約にあたっての、事務手続きのご負担を軽減するために、契約事務工程の見直しを徹底し、「電子契約システム」を導入するとともに、更なるペーパーレス化やご契約の電子化を検討してまいります。

### （従業員に対する適切な動機づけの仕組み等）

- ・ ブランドスローガンである『あなたのいちばんに。』、並びに「お客さま本位」を常に意識して行動し、より高いレベルで、より良質な商品・サービスを提供するよう社内教育・研修に努めます。また、毎年「お客さまアンケート」を実施しており、実施の都度、その結果をお取引店および担当者にフィードバックし、お客さま満足度を高

める改善策を検討し実行しております。

- ・ 営業現場の業績評価には、ご提供した商品の収益額ではなく、真にお客さまのニーズに適う取組みがなされたかを反映するような、営業店や担当者の評価体系を構築します。

#### **(重要な情報の分かりやすい提供、手数料等の明確化)**

- ・ すべてのお客さまに最適な商品・サービスを適切にお選びいただけるよう、お客さまの状況に応じて、商品・サービスのリスク特性や手数料等も含めた必要な情報を、お客さまとしっかりと対話しながら、十分にご理解いただけるまで分かりやすくご説明します。
- ・ 商品のリスクや手数料等の情報を、お客さまに簡潔にわかりやすく提供し、商品の比較を容易にするため、重要情報シート（金融事業者編、個別商品編）の活用を順次進めております。（2024年3月対応完了予定）
- ・ 複数の商品・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含めた情報を提供してまいります。
- ・ 商品・サービスをご提供した後も、お客さまにしっかりと寄り添い、お客さまのニーズの変化や外部環境の変化等を踏まえた適切なアフターフォローを続けてまいります。

#### **(利益相反の適切な管理)**

- ・ お客さまの利益を不当に害してしまうこと、例えば、お客さまのニーズに反して、高い手数料を得られる商品・サービスを不当に優先して販売すること等がないよう、「利益相反管理方針」を定め、お客さまとの利益が相反する可能性を正確に把握し、適切に管理・検証する態勢を整備します。
- ・ 投資信託等において、商品の提供会社から販売手数料等の支払を受ける場合がありますが、お客さまの利益と反する販売がないように、業績評価体系を整備し、販売した商品による評価に差異はありません。
- ・ なお、商品のお客さまへの販売・推奨に伴い、当該商品の提供会社から委託手数料等を支払いは受けておらず、また、グループ内に、販売商品を供給する会社や販売商品を運用する部門はないため、特定の商品に偏ることなく、お客さまに最も適した商品をご提案いたします。

以上