

お客さまに真の価値を提供する会社宣言

「お客さま本位の業務運営方針」

2021年9月1日

株式会社シズオカエージェントオフィス

静岡県静岡市葵区昭和町9-5 第2大石ビル5F

株式会社シズオカエージェントオフィス（静岡県静岡市葵区 代表取締役 山本英俊（以下「当社」））は、「わたしたちは、保険を通じ、安定した事業経営と、安心して暮らせる社会の実現に貢献するためにお客様、社員、地域社会、取引保険会社との絆を大切にし、共存共栄、お互いに尊敬・信頼しあえる関係を目指します」を経営理念として掲げ、損害保険・生命保険を総合的に提案する地域密着型の総合保険代理店として、2009年7月に創業しました。当社は創業以来、地域に根差す保険代理店として、「事業には安定を」「家庭には安心を」の言葉をスローガンに、お客さま本位の姿勢でお客さまの最善の利益を追求する体制を整備していくことが、お客さま最優先のサービスの提供に繋がると考え、2017年3月30日に金融庁より公表された「顧客本位の業務運営に関する原則」の趣旨に賛同し、本原則を採択するとともに、お客さま最優先のサービスの提供を実現すべく、2018年12月25日付で「お客さま本位の業務運営方針」を策定しました。

そのうえで、当社はこれまでお客さま最優先のサービスの提供を追求してまいりましたが、今般、金融庁より「顧客本位の業務運営に関する原則」の改訂版（2021年1月15日）が公表されたことに伴い、ここに改めて、絶えずお客さま本位の姿勢で捉える企業文化を根付かせることの重要性を認識し、この宣言に表された理念をより良いものへと継続・発展させ、お客さま本位の業務運営の基本としてさらに徹底を図ってまいります。

2018年12月25日 策定

2021年9月1日 改訂

株式会社シズオカエージェントオフィス 代表取締役 山本英俊

本取組方針の【対応原則】は、金融庁が公表している「顧客本位の業務運営に関する原則」のどの原則に対応しているかを示しております。「顧客本位の業務運営に関する原則」の詳細については、金融庁のホームページをご覧ください。<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>

取組方針 1

お客さま本位の業務運営方針の策定・公表

1 お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践

当社はお客さま本位の業務運営にふさわしい、お客さまの最善の利益の追求を最優先課題として、時代の変化に合った適正なリスク分析や業界の最先端の対応が図れる行動指針を定め、実践してまいります。

<行動指針>

お客さま・・・お客さまのニーズに的確に対応し、お客さま最優先のサービスの提供を心掛けます

社員・・・常に学ぶことを怠らず、代理店の存在意義を確立し、物心両面の満足を追求します

地域社会・・・企業市民として、地域の人・財物・利益を守り、地域文化の発展に努めます

取引保険会社・・・顧客満足をともに追求するパートナーとして、共生・共創に努めます

【対応原則】

原則2、原則2(注)
原則7、原則7(注)

取組方針 1

お客さま本位の業務運営方針の策定・公表

2 お客さま本位の企業文化を醸成

当社は経営理念である「お客さまに安心を提供し信頼関係を構築する」ため、お客さま本位の業務運営方針を実践していくことが経営の最重要課題のひとつとして考え、お客さま本位の姿勢で真摯にお客さまに向き合い、お客さま本位の業務運営方針それぞれの項目に係る取組状況を定期的に公表するとともに、より高いレベルのお客さま本位の業務運営の実現をさせるため必要に応じて本方針の定期的な見直しを行い、お客さま本位の業務運営が当社の企業文化として定着し、お客さまの豊かな未来の実現の貢献に継続してまいります。

【対応原則】

原則2、原則2(注)

取組方針 2

お客様の最善の利益の追求

1 お客様を知ることに徹底するコンサルティング

当社は販売・勧誘にあたり、まずはおお客様の現在の生活環境、業務内容等だけでなく、保険に対する知識や価値観を把握することを第一に考えます。その上で様々な仮説をおお客様に対して投げかけ、おお客様の保険の真の加入目的や範囲等を検証する専門性が高いコンサルティングを徹底することでおお客様の最善の利益を追求し、その結果おお客様から支持されるおお客様本位の業務運営の実践に努めてまいります。

2 お客様の永続的な信頼を得るためのご契約管理

当社はおお客様と永続的な共存共栄、お互いに尊敬・信頼しあえる関係を目指しております。そのため、保険の販売後も様々なお困りごとや相談したいときに顔を思い浮かべていただけるよう、人としておお客様と関わり続けていきたいと考えております。そのためにも、おお客様が不利益を被ることのないよう契約失効の回避や、不利益となることを告げずに不当な乗り換え募集を行なうこと等の禁止を徹底いたします。また、ご継続にいたらなかった契約につきましては、その理由を社内で共有検証し、おお客様サービスの品質向上に努めてまいります。

【対応原則】

原則2、原則2(注)、原則5(注3)、
原則6、原則6(注1)、(注5)

取組方針 2

お客様の最善の利益の追求

3 お客様の声を活かすお客様の最善の利益の追求

当社はお客さまとの面談時の状況や、お客さまから寄せられたご意見、ご要望、ご不満等を「お客様の声」として適切に記録し、後々確認できるよう態勢の整備に努めてまいります。

また「お客様の声」は、貴重な経営資源と位置づけ、社内で共有、協議を行い、お客様の最善の利益の確保が実現されているか分析、検証するとともに、お客様の最善の利益を図る業務改善や品質向上に向けた取り組みを実施いたします。

【対応原則】

原則2、原則2(注)

取組方針 3

利益相反の適切な管理

1 適切な利益相反管理

当社は保険代理店として、保険商品を販売するにあたり、その対価として保険会社から手数料を受け取ります。そのため、ご契約にいたるまでの募集プロセスを定期的にモニタリングし、お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引を適切に把握・管理するための態勢を整備し、維持・改善に努めてまいります。

またその受け取る手数料の多寡によって、商品の推奨をすることは一切ありません。

そのため当社では、保険会社の都合で実施される独自のキャンペーン等を理由とした、その特定保険会社の商品の推奨を、社内規定で禁止しております。

2 利益相反に関する従業員の教育

当社はお客さまの利益が不当に害される取引の発生防止に向けた社内教育に取り組んでまいります。

【対応原則】

原則2、原則3、原則3(注)、原則5(注1)
原則6、原則6(注4)、原則7

取組方針 4

お客さまへの重要な情報のわかりやすい提供

1 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供

当社はお客さまのご意向やニーズに加え、資産状況、環境、保険料の支払能力等の情報収集を行い、契約概要や注意喚起情報等を用いて、お客さまの判断を及ぼすこととなる重要な情報をわかりやすく、お客さまの理解度を確認しながら説明するとともに、適切な保険商品・サービスをご提案いたします。

また複雑またはリスクの高い特定保険契約をご提案する場合には、適合性の原則に照らし、金融資産の取引経験、取引目的、ニーズ、リスクの許容度について情報収集を行い、基本的な利益、損失、その他のリスク、取引条件などを含めより丁寧な説明と正確な情報の提供に努めてまいります。

2 お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育

当社はお客さまのご意向やニーズを踏まえたわかりやすい情報の提供及びサービスの提供ができるだけのスキルを従業員の身につけさせることを目的としたカリキュラムの整備等、社内教育体制の構築に努めてまいります。

【対応原則】

原則2(注)、原則5、原則5(注1)、(注3)
(注4)、(注5)、原則6、原則6(注4)、(注5)

取組方針 5

お客さまにふさわしいサービスの提供

1 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応

当社は複数の保険会社の商品を取り扱う乗合代理店として、商品ごとに推奨する保険会社が異なりますが、その理由を明確に説明したうえで、お客さまのご意向によっては、別途、お客さまのニーズに対応できる商品をご提案いたします。また、ご高齢のお客さまや配慮が必要と思われるお客さまについては、複数回の面談やご親族の同席をお願いするなど、特性に応じてわかりやすく丁寧な説明とご理解の確認を行いながら慎重な対応に努めてまいります。

【対応原則】

原則5、原則5(注1)、(注4)、
(注5)、原則6、原則6(注4)

取組方針 5

お客さまにふさわしいサービスの提供

2 定期的なフォローアップおよび万全な保全対応

当社は長期的なお客さま満足度向上のため、ご加入いただいたお客さまに対して定期的に保険契約に関する内容のお知らせを行い、お客さまを取り巻く環境や資産、収入等が変化したことを把握した場合には、社内登録情報の変更を行い、適宜、変化に応じたフォローアップ活動に努めてまいります。特にご高齢のお客さまや特定保険契約をされているお客さまにおいては、少なくとも年一回のフォローアップ活動に努めてまいります。

また、お客さまの保険金、給付金のご請求時を最も重要な業務と位置づけ、お客さまのご要望を伺いながら保険金・給付金の受付から保険金等のお支払いまでの各プロセスにおいて適切アドバイスと円滑な手続きが行えるようフォローアップを行ないます。

【対応原則】

原則6(注1)

取組方針 6

お客さま本位の業務運営の実践と定着に向けた取組み

1 継続的な教育体制の整備

当社は全従業員に対し、「お客さま本位の業務運営方針」の浸透に向け、全従業員がこの方針を常時携帯することにより、お客さま本位の行動や良質なサービスの創意工夫を身に付け、さらなる意識向上を目指します。

また、保険商品の内容や周辺知識のスキルを強化するとともに、法令遵守、職業倫理の保持のために、業務・コンプライアンスマニュアルに基づき、継続的な社内外の研修・教育体制の整備、充実を図ります。そのうえで、定期的に「お客さま本位の業務運営方針」を見直し確保する態勢を構築します。

【対応原則】

原則2、原則2(注)、原則6(注5)
原則7、原則7(注)

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（1）

※顧客本位の業務運営に関する情報につきましては、下記リンクの金融庁WEBサイトでご確認いただけます。

[顧客本位の業務運営に関する情報：金融庁 \(fsa.go.jp\)](https://fsa.go.jp)

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則2】顧客の最善の利益の追求	
<p>原則2 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>	<p>【方針1-1】お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針1-2】お客さま本位の企業文化を醸成 【方針2-1】お客さまと知ること徹底するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの永続的な信頼を得るためのご契約管理 【方針2-3】お客さまの声を活かすお客さまの最善の利益の追求 【方針3-2】利益相反に関する従業員の教育 【方針6-1】継続的な教育体制の整備</p>
<p>(注) 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>	<p>【方針1-1】お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針1-2】お客さま本位の企業文化を醸成 【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの永続的な信頼を得るためのご契約管理 【方針2-3】お客さまの声を活かすお客さまの最善の利益の追求 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針6-1】継続的な教育体制の整備</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（2）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則3】利益相反の適切な管理	
原則3	<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> <p>【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針3-2】利益相反に関する従業員の教育</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 (※1) ・ 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 (※2) <p>【方針3-1】適切な利益相反管理 (※1) 当社における組織形態上、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・推奨することがないため対象としていません。 (※2) 当社における組織形態上、同一主体またはグループ内の運用部門が、資産の運用先に営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶことがないため対象としていません。</p>
【原則4】手数料等の明確化	
原則4	<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関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。(※3)</p> <p>(※3) 当社の取扱商品の特性上ならびに手数料等の開示義務がないため対象としていません。</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（3）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
<p>【原則5】 重要な情報のわかりやすい提供</p> <p>原則5 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>	<p>【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】 お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(注1) 重要な情報に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である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 	<p>【方針3-1】 適切な利益相反管理 【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】 お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（4）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエーજントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則5】重要な情報のわかりやすい提供	
<p>(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、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）。(※4)</p>	<p>(※4) 当社は複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨を行うことはありません。</p>
<p>(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。</p>	<p>【方針2-1】お客さまを知ることに徹底するコンサルティング 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（5）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則5】 重要な情報のわかりやすい提供	
<p>(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、顧客において同種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</p>	<p>【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】 お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(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。</p>	<p>【方針4-1】 保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針5-1】 ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（6）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則6】顧客にふさわしいサービスの提供	
<p>原則6</p>	<p>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。</p> <p>【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針5-1】ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(注1)</p>	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針2-2】お客さまの持続的な信頼を得るためのご契約管理 【方針5-2】定期的なフォローアップおよび万全な保全対応</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（7）

顧客本位の業務運営に関する原則	シズオカエージェントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則6】顧客にふさわしいサービスの提供	
<p>(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。 (※5)</p>	<p>(※5) 当社は複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨することがないため対象としていません。</p>
<p>(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。 (※6)</p>	<p>(※6) 当社における業務形態上、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため対象としていません。</p>
<p>(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。</p>	<p>【方針3-1】適切な利益相反管理 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針5-1】ニーズに応じた的確な保険商品のご提案とお客さまの属性に応じた対応</p>
<p>(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。</p>	<p>【方針2-1】お客さまを知ること徹底するコンサルティング 【方針4-1】保険商品やサービスの特性に応じた適切な情報提供 【方針4-2】お客さまへの適切な情報提供、商品提案のための社内教育 【方針6-1】継続的な教育体制の整備</p>

<別表1> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係について（8）

顧客本位の業務運営に関する原則		シズオカエーજントオフィスの方針による主な該当箇所
【原則7】 従業員に対する適切な動機づけの枠組み		
原則7	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。	【方針1-1】 お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針3-2】 利益相反に関する従業員の教育 【方針6-1】 継続的な教育体制の整備
(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。	【方針1-1】 お客さま本位の業務運営にふさわしい行動指針と実践 【方針6-1】 継続的な教育体制の整備

【ご留意】

※当社は保険代理店であるため、金融商品の組成を行うことはございません。

※当社は保険会社から販売を委託されている保険商品を始めとする当社が取扱う金融商品・サービスについて、当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売推奨をしておりません。

※当社の取扱商品の特性上ならびに販売手数料等の開示義務がある保険代理店ではございません。

<別表2> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（1）

		取組方針1	取組方針2	取組方針3	取組方針4	取組方針5	取組方針6	
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	原則2	顧客の最善の利益の追求	◎ <1-1,2>	◎ <2-1,2,3>	◎ <3-2>			◎ <6-1>
		(注)	◎ <1-1,2>	◎ <2-1,2,3>		◎ <4-2>		◎ <6-1>
	原則3	利益相反の適切な管理			◎ <3-1,2>			
		(注) ※【対応関係表の補足参照】			◎ <3-1>			
	原則4	手数料の明確化※【対応関係表の補足参照】						
	原則5	重要な事項のわかりやすい提供				◎ <4-1,2>	◎ <5-1>	
		(注1)			◎ <3-1>	◎ <4-1.2>	◎ <5-1>	
		(注2) ※【対応関係表の補足参照】						
		(注3)		◎ <2-1>		◎ <4-1,2>		
		(注4)				◎ <4-1,2>	◎ <5-1>	
	(注5)				◎ <4-1>	◎ <5-1>		

<別表2> 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表（2）

		取組方針1	取組方針2	取組方針3	取組方針4	取組方針5	取組方針6	
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	原則6	顧客にふさわしいサービスの提供		◎ <2-1>	◎ <3-1>	◎ <4-1,2>	◎ <5-1>	
		(注1)		◎ <2-1,2>			◎ <5-2>	
		(注2) ※【対応関係表の補足参照】						
		(注3) ※【対応関係表の補足参照】						
		(注4)			◎ <3-1>	◎ <4-1>	◎ <5-1>	
	(注5)			◎ <2-1>		◎ <4-1,2>	◎ <6-1>	
	原則7	従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	◎ <1-1>		◎ <3-2>			◎ <6-1>
		(注)	◎ <1-1>					◎ <6-1>

※【対応関係表の補足】

- ・金融庁の原則3（注）について、当社における組織形態上、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・推奨することがないこと、及び当社における組織形態上、同一主体またはグループ内の運用部門が、資産の運用先に営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶことがないため一部対象としていません。
- ・原則4について、当社は取扱商品の特性上ならびに手数料等の開示義務がないため対象としていません。
- ・原則5（注2）、原則6（注2）について、当社は複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨することがないため対象としていません。
- ・原則6（注3）について、当社における業務形態上、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため対象としていません。