

SMBCグループ リテール事業部門

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」への取り組み

SMBCグループは、2017年3月30日(2021年1月15日改訂)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」を採択し、以下の取り組みを実践しております。

【金融庁ホームページ】 <https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>

【原則1】 顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等

金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。

SMBCグループ

- SMBCグループでは、お客さまの安定的な資産形成を支えるとともに、資産運用・資産形成事業を通じ、成長資金を必要とする企業等への資金供給を担う資本市場の発展および経済成長への貢献に努めるため、「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」(以下、「基本方針」といいます。),「SMBCグループ リテール事業部門における『お客さま本位の業務運営に関する取組方針』」(以下、「取組方針」といいます。)を定め、お客さま本位の業務運営を推進しております。
- また、SMBCグループの取組みをご理解いただけるよう、取組状況を定期的に公表するとともに、より良い業務運営実現に向け、取組状況や取組成果等を検証し、必要に応じて見直しを行い、その内容を公表しております。
- 基本方針や取組方針については、お客さまにより分かりやすくお伝えするため、リーフレットや動画を作成しております。

お客さま本位の業務運営に関する基本方針

リーフレット



動画



動画でも取組をご紹介します



お客さま本位の業務運営に関する基本方針ご紹介動画

SMBCグループ リテール事業部門における「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」

リーフレット



【原則2】 顧客の最善の利益の追求

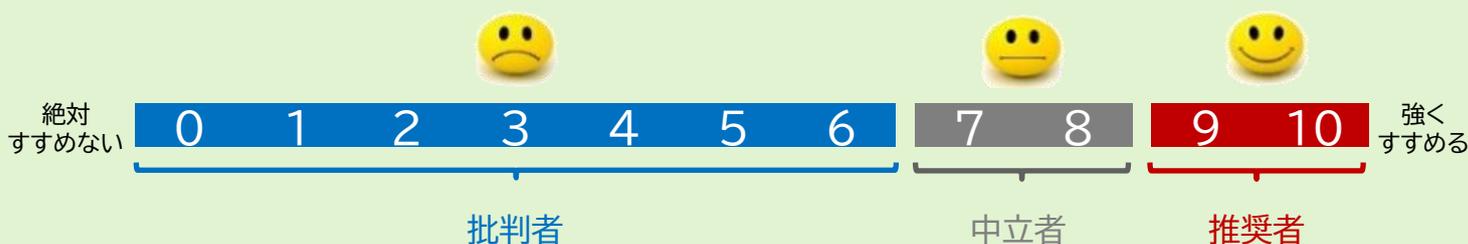
金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。

SMBCグループ

- SMBCグループでは、基本方針において、「お客さまのニーズやご意向を踏まえつつ、良質な商品・サービスのご提供に継続的に取り組むことが、経済成長、ひいてはSMBCグループの成長にもつながるものと考え、これからも、役職員一人ひとりが、高い専門性と職業倫理をもって、誠実・公正に業務を行うとともに、真の意味で『常にお客さま本位で考え行動する』ためにグループ一体となって不断の努力を重ね、お客さまの最善の利益を追求してまいります。」との考え方を定め、公表しております。
- また、グループ経営理念の実現を図り、企業文化としての「お客さま本位の業務運営」の浸透・定着および真に「お客さま本位」に立脚した金融商品・サービス等の提供を行うため、「お客さま本位の業務運営に関する管理規程」を制定し、「お客さま本位の業務運営」の考え方や、推進態勢を明確化する等して、「お客さま本位の業務運営」を推進しております。
- 「お客さまの最善の利益」にそぐわない行動を抑止するため、特定の商品に偏重した販売や高頻度の乗換え販売等を定期的にモニタリングしております。
- そして、「お客さま本位の業務運営」の浸透・定着状況について、多面的な角度から検証・評価しており、確認するための指標の一つとして、NPS®等を導入し、グループベースで、NPS®等の活用による改善活動の高度化に取り組んでおります。

【 NPS®とは 】

- ・「他者への推奨意向」を測ることで、お客さまのロイヤルティを測定する指標。
- ・「家族や友人に薦める可能性はどのくらいありますか？」という質問に対して0～10点の11段階で回答したデータを推奨者(9～10点)、中立者(7～8点)、批判者(0～6点)の3グループに分類。推奨者の割合から批判者の割合を差し引いた数値がNPS®。
- ・NPS®は、バイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標。



$$\text{NPS} = \text{推奨者の割合}(\%) - \text{批判者の割合}(\%)$$

三井住友銀行

- 変化するお客さまのニーズや社会課題を解決に向けて、付加価値の高いコンサルティングを常に提供するため、「リテールCAMP」等の各種研修や、オンライン講座を拡充しております。
- お客さま本位の営業活動を実現するため、提案実績や成約実績等、客観的な数値に基づいて、スキルの状況の把握、能力開発の計画を行い、これらを通じて上司や本部が確認、サポートする体制としております。
- お客さまの幅広いニーズに対する提案力を向上するため、必要な知識を習得し、実践で活用できるように、FP2級以上の資格取得を推進しております。
- 「お客さまの最善の利益の追求」に向けて、「お客さま本位」の考え方や行動について、従業員が自ら考え理解を深めるために、「お客さま本位Day」と称し、各営業拠点でディスカッションを実施しております。加えて、外部有識者を講師として、「お客さま本位」に関する拠点長向けディスカッション研修を実施しております。

SMBC日興証券

- 高い専門性をもって、良質な商品・サービスを提供するために、階層別にコンサルティングスキル向上を目的とした研修を行っております。また、提案の質向上を企図したソリューションやポートフォリオ・コンサルティングなどの勉強会や個別支援等、学習機会を設けております。
- FPや証券アナリストなどの資格取得を奨励・支援し、社員の知識・能力の向上を図っております。
- 全社的な「お客さま本位・CX(Customer Experience:顧客体験)の実践」のさらなる高度化を目的に、一部本社部署を含めた各拠点のCX推進を担う役割としてCXリーダーを設置しております。また、CXリーダーを対象とした、外部講師による勉強会や当社お客さまアンケートの分析結果を踏まえたフィードバックを行うなど、CX向上の支援をしております。
- 当社の目指す姿の実現のために何をすべきかを具体的に示した行動規範にて、お客さまの最善の利益について定義づけを行っております。大切な価値観をあらゆる場面で体現できるよう、役職員全員がしっかりと理解し、日々の行動につなげてまいります。
- また、全役職員を対象に、「お客さま本位」の意識醸成を目的としたオンライン研修を実施するとともに、経営理念や行動規範について、役職員間のディスカッションを行う機会や経営層が役職員に対し直接、理念を伝える場を設けることにより、更なる浸透・定着を図っております。
- さらに、お客さまの声を起点とした改善策について、当社の取組状況、浸透・定着状況、改善対応等を定期的に協議し、お客さまの最善の利益を追求した取組みを推進しております。

SMBC日興証券は、
お客さまの声を受け止めます。

お客さまからお寄せいただいた声をもとに、
より良いサポート・サービスの提供に努めます。



SMBC信託銀行

- お客さまの最善の利益追求のためのコンサルティングプロセスとして、「コンサルティングビジネス10カ条」を策定し、新入行員研修、管理職研修などの機会において浸透を図っております。
- 営業員のスキル、販売傾向の把握や必要な研修受講の推奨を目的として、「スキルチェックシート」を活用するほか、役職別年次知識ブラッシュアップテストの実施により専門知識のタイムリーな更新を実施。トータルコンサルティングの定着に向けポートフォリオ提案、ライフプラン提案の実践的な研修を実施するほか、タブレットを活用したコンサルティングスキルの習熟度確認を目的とした技能検定も同時に行っております。従来型の研修に加え、より実践的な研修プログラムを実施することで信託人材育成体制を高度化しております。
- 「お客さま本位」を企業文化として定着させる施策として、CX(Customer Experience:顧客体験)の観点からの取組みを実施しております。本部を含めた各拠点のCX推進を担う役割としてCXマネージャーを設置しております。また、CXの研修として、講義にディスカッションを加えた実践的な研修を実施し、多くの従業員が参加しております。
- 銀行、支店、営業員等の課題抽出のために、各種お客さま向けアンケートを多面的に実施し、いただいたお客さまのご意見を品質改善に活用する体制を構築しております。

SMBCグループ「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」

1 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

2 重要な情報の分かりやすい提供

3 手数料等の明確化

4 利益相反の適切な管理

5 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等



【原則3】利益相反の適切な管理

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。

SMBCグループ

- SMBCグループでは、お客さまの利益を不当に害することがないように、「利益相反管理方針」およびその下位規程である「利益相反管理規則」や「利益相反管理手続」等の社内規程において、具体的な対応方針をあらかじめ策定しており、「利益相反管理方針」については、ホームページにて概要を公表しております。
- そして、管理の対象とする利益相反状態を、利害関係主体（「お客さまとSMBCグループの利益相反」または「お客さま相互間の利益相反」）および利害状況（「直接取引型」または「間接取引型」または「情報利用型」）により類型化し、「利益相反管理方針」において、利益相反のおそれのある取引の特定の際には以下の事情にも留意する等、利益相反を適切に管理しております。
 - ①投資信託等のお客さまへの販売・推奨等に伴って、投資信託等の提供会社から、委託手数料等の支払いを受ける場合
 - ②投資信託等のお客さまへの販売・推奨等に伴って、同一グループの別の会社から当該投資信託等の提供を受ける場合
 - ③お客さまの資産の運用業務を遂行する際に、資産の運用先に法人営業部門が取引関係を有する企業を選定する場合
- 例えば、投資信託の取引について、グループ運用会社の商品を採用する際には、商品採用時に採用理由（他社の類似商品ではなくグループ運用会社の商品を採用する理由）や販売体制（グループ運用会社の利益を優先した販売となる施策がないか等）を検証し、また、目論見書補完書面に、当該商品がグループ運用会社の商品であることを明記することとしております。また、ルール遵守状況について、定期的にモニタリングを実施しております。

利益相反管理方針

※三井住友フィナンシャルグループの「利益相反管理方針の概要」については、ホームページをご覧ください。

<https://www.smfg.co.jp/riekisouhan/>

利益相反管理方針の概要

[読み上げる](#) [印刷用ページへ](#)

三井住友フィナンシャルグループ（以下、「当社」といいます。）、は、「SMFG 利益相反管理方針」を制定し、その概要を以下の通り公表いたします。

1.目的

「SMFG 利益相反管理方針」は、お客さまの利益を不当に害することがないように、当社または当社のグループ各社（以下、併せて「当社グループ」といいます。）における利益相反を適切に管理することを目的としております。

2.管理の対象とする利益相反の類型

当社グループにおいて管理の対象とする「利益相反」の主要な類型は下表の通りです。

下表において、「お客さまと当社グループの利益相反」とは、特定の取引に関して、当社グループが、お客さまに提供する商品・サービス等の対価として享受する経済的利益以外に、お客さまの利益と独立した利害関係を有しているために、お客さまの利益を不当に害するおそれのある状態をいいます。「お客さま相互間の利益相反」とは、特定の取引に関して、お客さまの利益と、当社グループのお客さまの利益とが相反するために、お客さまの利益を不当に害するおそれのある状態をいいます。

3.利益相反のおそれのある取引（管理対象取引）とその特定方法

当社グループでは、利益相反を適切に管理するため、利益相反のおそれのある取引（以下、「管理対象取引」といいます。）を以下の方法により特定いたします。

- (1) 類型別に利益相反を引き起こすおそれのある取引に関する情報を集約した上で、当社グループの行う他の取引との関係等から利益相反のおそれのある取引を個別に管理対象取引として特定する方法
- (2) その商品・サービス等の性質・構造上、利益相反を引き起こすおそれのある商品・サービス等について、当該商品・サービス等に係る取引を一括して管理対象取引として特定する方法

また、「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」を踏まえ、管理対象取引の特定の際には以下の事情にも留意する等、利益相反を適切に管理するものとします。

- 投資信託等の顧客への販売・推奨等に伴って、投資信託等の提供会社から、委託手数料等の支払いを受ける場合
- 投資信託等の顧客への販売・推奨等に伴って、同一グループの別の会社から当該投資信託等の提供を受ける場合
- 顧客資産の運用業務を遂行する際に、資産の運用先に法人営業部門が取引関係を有する企業を選定する場合

管理対象取引の代表例は以下の通りです。

- M & Aに関連する取引
- 資金・債権流動化に関連する取引
- シンジケートローンに関連する取引
- 株式・債券引込に関連する取引
- 資産運用に関連する取引

【原則4】手数料等の明確化

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。

SMBCグループ

- 手数料等がどのようなサービスの対価であるかについては、取組方針に考え方を記載しております。

三井住友銀行

- 金融商品の勧誘・販売につきましては、契約締結前交付書面、目論見書、販売用資料等に基づき、手数料その他費用について説明するとともに、お客さまが金融商品をご購入される際には、特に重要な確認事項を取りまとめた「重要事項確認書」を用いて、改めて、お客さまにご負担いただく手数料等を説明し、お客さまがご理解されたかの確認をさせていただいております。なお、投資信託の購入時手数料につきましては、「重要事項確認書」において、手数料率だけでなく、購入予定額に応じた手数料概算を実額で明示しております。
- 投資信託については、「ファンドラインアップのご案内」において、お客さまにご負担いただく費用や、各種費用と商品性との一般的な関係等を記載しております。

ファンドラインアップのご案内

投資信託の各種費用と商品性との一般的な関係

購入時手数料
購入時手数料は、目論見書に記載の上取手数料以内で、販売会社が総合的に判断し決定しております。
たとえば、海外資産へ投資する場合、海外のさまざまな市場の動向や為替リスク等、国内資産の商品に比べて一般的に商品性が複雑になるため、購入時手数料は比較的高くなる傾向にあります。

主な評価項目

購入時手数料	安い	→	高い
商品性 (商品の仕組み)	単純	→	複雑
投資地域	国内	→	海外(先進国) → 海外(新興国)
投資手法	インデックス運用 国内外の特定の指数と連動した値動きを目指す運用方法。	→	アクティブ運用 市場や個別銘柄の調査、分析に基づき銘柄選定を行い、市場指数以上の運用収益を目指す運用方法。
リスク	低い	→	高い

主な費用	ご提供するサービス	サービス提供会社
運用管理費用(信託報酬)※ あらかじめ定められた報酬率で日々計算され、信託財産から引き落とされます。定められた割合で販売会社・委託会社・受託会社に配分されます。 例 運用管理費用(信託報酬)が年率1.0%のAファンドを100万円購入した場合 $A\text{ファンド保有残高} \times \text{運用管理費用の年率} \div 365日 = \text{約}27\text{円}$ $100\text{万円} \times 1.0\% \div 365日 = \text{約}27\text{円}$ 概算で日々約27円が差引かれる計算になります。ただし、基準価額は日々変化しますので、その時の時価を基準に計算されます。 ※運用管理費用(信託報酬)の他、監査費用および、株式や債券の売買にかかる費用等が必要になります。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 購入後の情報提供 ■ 運用報告書等の各種書類の送付 ■ 口座内でのファンドの管理等 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ■ 信託財産の運用 ■ 基準価額の計算 ■ 開示資料の作成等 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ■ 信託財産の保管・管理 ■ 委託会社からの指図に従い株式や債券等を売買 	販売会社 (銀行等) 三井住友銀行で投資信託をご購入いただく場合は、三井住友銀行になります。
		委託会社 (運用会社) 受託会社 (信託銀行)

- 「お客さまのお考えにあった商品をお選びください」において、一般的に負担する費用の種類や、商品間の費用の高低を、商品ごとに記載しております。

お客さまのお考えにあった商品をお選びください

	外貨預金	外貨建債券	投資信託	ファンドラップ	生命保険
運用方針のイメージ	運用方針のイメージ	運用方針のイメージ	運用方針のイメージ	運用方針のイメージ	運用方針のイメージ
期間	～5年	4年～5年	数年～無期限まで	～5年	5年～
コスト	コスト	コスト	コスト	コスト	コスト
主なリスク	主なリスク	主なリスク	主なリスク	主なリスク	主なリスク
特徴	特徴	特徴	特徴	特徴	特徴

SMBC日興証券

- 投資信託や株式等、手数料が発生する商品の販売に際しては、契約締結前交付書面、目論見書、販売用資料等に記載された手数料について説明するフローを明確化しております。
- なお、投資信託購入時の手数料については、社内ツールにて算出した手数料概算の金額と手数料率をご説明することに加え、保有期間が長期に及ぶほど1年あたりの負担率は逡減していくことを説明しております。
- また、複雑な仕組債の一部商品より、組成に係る費用開示を開始しており、今後費用開示する商品を段階的に増やしていく予定です。
- お客さまにご負担いただく手数料やその他費用の詳細、取引に内在するリスクといった情報をより分かりやすくご提供すること、また、お取引を希望される商品に関するリスク・手数料等についてお客さまが必要な時に容易に確認できることを目的として、いつでもご覧いただける「リスク・手数料等説明ページ」を当社ホームページに掲載しております。

リスク・手数料等説明ページ

当社ホームページ (<https://www.smbcnikko.co.jp/index.html>) のトップページから下記のパナーをクリックしてください。

パソコンの場合

スマートフォンの場合

このマークが目印です。

スマートフォン等からは上記コードを読み取りいただく便利です。

日興イージートレード等のお取引される画面にも、リスク・手数料等説明ページへのパナーがあります。

リスク・手数料等説明ページ

アクセス先では上のような画面で投資リスクや、手数料等について、ご説明しています。

SMBC信託銀行

- 当行で取り扱うサービスに関しては、営業員からの説明のみならず、パンフレット、帳票、ホームページ等をお客さまご自身でご確認いただけるよう努めております。
 - 特に、金融商品の勧誘・販売につきましては、契約締結前交付書面、目論見書、販売用資料等に基づき、手数料その他費用について説明しております。
- なお、投資信託の購入時手数料につきましては、「投資信託購入注文書」および「重要事項確認書」において、手数料率だけでなく、購入予定額に応じた手数料概算を実額で明示しております。

取扱商品・サービス一覧

洗練された金融商品・サービスもSMBC信託銀行プレステシアがお届けします。

商品名	サービス名	概要	特徴
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
7	7	7	7
8	8	8	8
9	9	9	9
10	10	10	10

【原則5】 重要な情報の分かりやすい提供

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。

SMBCグループ

- より一層、分かりやすい情報提供を行うために、商品等の内容、リスクと運用実績、費用、複数の金融商品・サービスの機能をパッケージ化した商品の比較情報等を取りまとめた「重要情報シート(個別商品編)」を導入し、多様な商品内容を比較することが容易となるように努めてまいります(2021年6月以降、商品ごとに順次導入)。

なお、金融事業者自身の基本的な情報や商品ラインアップ等を記載した「重要情報シート(金融事業者編)」につきましては、リーフレットと一緒に交付する等により、はじめてお取引されるお客さま等に対してご説明するようにしております。

重要情報シート(個別商品編)



商品ご提案時に、お客さまに分かりやすい情報提供を行うため、ユニバーサルデザインに配慮した、重要情報シートを一部商品から導入。

重要情報シート(金融事業者編)



ユニバーサルデザインに配慮して、グループ3社共通のフォーマットを作成。

- 高齢社会の進展等も踏まえ、ユニバーサルコミュニケーションデザインを推進し(ガイドラインの策定、研修、外部資格取得等)、重要な情報の分かりやすい提供に努めております。

こうした取組みが評価され、一般社団法人 ユニバーサル コミュニケーション デザイン協会主催の「UCDAアワード2022」において、三井住友銀行が、「UCDAアワード」(最優秀賞)、「情報のわかりやすさ賞」及び「総合賞(ゴールド)」を受賞いたしました。

「UCDAアワード2022」を受賞した「わたしの年金とわたしの未来」(紙)と「年金試算シミュレーション」(ウェブサイト)



紙



ウェブサイト

紙とウェブサイトの連携を図り相互理解を高めるコミュニケーションデザインが高く評価されました。紙は「知る」「確かめる」「考える」のステップをお客さまが能動的に進められるように工夫しています。シミュレーション結果を紙と合わせて整理することで自分の未来をイメージしやすくしています。

三井住友銀行

- 金融商品の勧誘・販売をする際、「ご提案書」を用いて、お客さまの投資経験、金融資産の状況、投資目的、ニーズ、ライフプラン等を確認した上で、お客さまに適合する商品を選定し、お客さまに提案商品・提案理由を説明するとともに、複数の類似商品をご提案することに努めております。
- そして、金融商品の勧誘・販売につきましては、契約締結前交付書面、目論見書、販売用資料等に基づき、運用実績、損失その他のリスク、取引条件等の商品内容を説明しております。
- また、お客さまが金融商品をご購入される際、特に重要な確認事項を取りまとめた「重要事項確認書」を用いて、お客さまのニーズ等に適合していることや、リスク・手数料等の商品内容をご理解されたかの確認をさせていただいております。

ご提案書(SMBCタブレット)

お客さま情報 投資のご経験とお取引状況 投資対象に関するお持ちの知識 お客さまのニーズ お持ちの金融資産の状況 ご収入 署名を行う	お客さま情報 お名前: カタリ 知り さま ご年齢: 45歳 生年月日: 1975年03月21日 ご職業: 会社員・公務員 勤務先: ご家族の状況: 配偶者: あり	お客さまのニーズについて 選択済みのニーズ 強(ふ) やす 基本的な投資目的 4. 利回り、値上がり益を重視 今回の投資目的 5. 大幅な利回り、値上がり益を重視 資金の性格(運用期間) 特になし(長期)
---	--	--

重要事項確認書

金融商品のお申込み時、手数料、リスク、課税関係等、特に重要な確認事項について、お客さまと担当者が双方向で最終確認するためのツール。

手数料の記載

本ファンドの購入・保有・換金に際しては、以下の手数料等が差し引かれます。よって、お申込金額金額が当該投資信託の購入金額となるものではありません。

・購入時……	お申込手数料		
	手数料率(税込)	:	%
	概算手数料(税込)(※)	:	円
・保有期間中……	信託報酬等	:	年 % (税込)
・換金時……	信託財産留保額	:	%

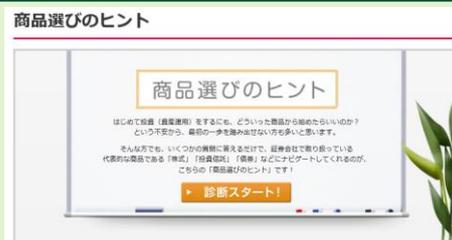
SMBC日興証券

- 金融商品の勧誘・販売を開始する際、お客さまの投資経験、保有金融資産の状況、投資目的、ニーズ、ライフプラン、リスク許容度等を確認した上で、お客さまに適合する商品を選定し、ご提案することに努めております。
- そして、金融商品の勧誘・販売につきましては、契約締結前交付書面、目論見書、販売用資料等に基づき、運用実績、損失その他のリスク、取引条件等の商品内容・リスクを説明しております。
- 営業員からの説明に加え、販売用資料や月次レポート等を取りそろえ、複雑またはリスクの高い商品については動画での情報提供を実施、商品説明動画のメール配信など、分かりやすい情報提供体制を構築しております。
- お客さまが容易に商品を比較できるよう、「はじめよう！」シリーズと題するパンフレットを調製し、株式・債券・投資信託・保険などについて、コストや投資期間、主なリスクなどを分かりやすく比較できるようにしているほか、ホームページ上では「商品選びのヒント」を掲載し、お客さまの意向に合わせた商品選定ができるようにしております。

「はじめよう！」シリーズ



商品選びのヒント



【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。

SMBCグループ

- 商品ごとに「重要情報シート(個別商品編)」を順次導入し、以下の内容をご説明した上で、多様な商品や類似商品を比較しながら、お客さまにふさわしい金融商品・サービスについて、お客さまとともに考えてまいります。なお、複数の金融商品・サービスの機能をパッケージ化した商品については、お客さまの取引目的に照らして、パッケージ商品ではない類似の商品と比較し、お客さまが最適な商品を選択できるように、提案してまいります。
 - リスク・運用実績、費用
 - 組成に携わる事業者が想定する、購入対象となるお客さまの特徴
 - 提案商品が、複数の金融商品を組み合わせた商品の場合、その内容
 - 当社の利益とお客さまの利益が反する可能性
 - 質問例 等
- 「重要情報シート」を用いた勧誘や販売の浸透・定着に向け、外部有識者による、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」改訂の趣旨・背景等に関する解説や、「重要情報シート」の運営要領に関する勉強会を実施し、従業員へ周知してまいります。

三井住友銀行

【金融商品の勧誘・販売】

- お客さまのライフプランや運用方針等を踏まえたコンサルティングを行うため、「お金の色分けシート」「未来年表」「SMBCマネープラン」「モデルポートフォリオ」等の各種ツールを用いて、資産運用プランや、資産の遺し方等の提案を行っております。
- そして、「ご提案書」等を用いて、お客さまの投資経験、保有金融資産の状況、投資目的、ニーズ等を確認した上で、お客さまに適合する商品を選定し、お客さまに提案商品・提案理由を説明するとともに、複数の類似商品をご提案することに努めております。
- 特に投資初心者のお客さまには、取組方針をまとめたリーフレットを用いて、SMBCグループとしての資産運用業務に関する基本姿勢を説明した上で、お客さまのライフプランに基づいたご提案をするため、各種ツールを活用しております。
- また、ご高齢者のお客さまには、丁寧な説明に加え、ご提案からご購入まで十分ご検討いただくために、原則、当日のお申込みの受付は行っていません。

お客さま本位の運用提案

introduction
取組方針の説明

Process1
総資産の把握

Process2
目標金額・
期間の設定

Process3
運用方針
の確認

Process4
ご提案・
お申込

Process5
アフターフォロー



三井住友銀行

【商品ラインアップ】

- お客様の将来のライフプランを踏まえ、「ためる」「ふやす」「そなえる」「おくる」等、お一人おひとりの目的やライフステージに適した商品を幅広く取りそろえております。
- そして、新商品の取扱いに際しては、経済環境や市場ニーズ等を踏まえ、グループ会社の商品にこだわることなく、複数の商品を比較し、第三者評価も取り入れる等して検討しております。
- また、投資信託については、既存商品について外部評価機関によるモニタリングを行い、定期的に商品の見直しを行っております。

総合商品ラインアップのご案内

ファンドラインアップのご案内

【アフターフォロー】

- 運用商品を保有されているお客様が、三井住友銀行アプリで、保有商品の状況をご確認いただけるとともに、お電話で平日夜間や休日でも資産運用に関するご相談を承っております。また、相場急変時のタイムリーなメール配信に加え、お客様が保有されている商品の状況を定期的にメールで配信しております。
- 銀行から日興へ紹介したお客様が、日興で運用商品をご購入された場合には、アンケートや、一部お電話にて、日興の担当者の対応について「お客様本位」の観点から確認をさせていただいております。

三井住友銀行アプリ

メール通知

オンライン面談

SMBC日興証券

【金融商品の勧誘・販売】

- お客様のライフプラン等を踏まえたコンサルティングに際し、お客様の投資運用のご意向をもとに運用戦略を策定・提案を行い、定期的なお客さまとの対話の中で、資産状況の確認やフォローを行う体系立てたコンサルティングを実践しております。また、そのコンサルティングの実践においては、お客様の属性情報を登録してお客さまごとの資産コンサルティングをサポートする「Nikko RABBIT」の活用や、資産ポートフォリオのリスク値分析ツールなどを活用するほか、モデルポートフォリオに関する季刊誌などもご用意し、コンサルティングの高度化を図っております。
- 2021年4月に当社の資産運用ビジネスおよびお客様の資産運用のサポートを目的に、世界のマクロ・金融市場の分析に基づく独自の市場見通しや、モデル・ポートフォリオ、各種投資戦略等を提供するCIO (Chief Investment Office)を設置いたしました。お客様のポートフォリオ運用に資する独自かつ中立性のある情報を発信しております。
- ご高齢のお客様には、お客様の健康状態にも配慮しつつ、安心して未永くお取引をさせていただくために、商品の勧誘にあたっては、必要に応じて、ご家族の方とのご相談等をお願いしているほか、お客様に合った丁寧な説明を行っております。

【商品ラインアップ】

- お客様の幅広い資産運用ニーズにお応えできるよう、多種多様な運用商品をラインアップに取りそろえております。商品選定の際は、グループ会社が組成する商品であるかどうかに関わらず、最適な商品を選択することを基本方針としております。
- 特に投資信託においては、運用会社から提案された商品案を、ベストプロダクト・ポリシーに基づき採用の可否について検討しております。導入にあたっては、運用会社の運用実績、運用能力および運用管理体制等、複合的な審査を行っております。

【アフターフォロー】

- 商品導入後も商品のモニタリングやレポート提供を通じて継続的サポートを行う体制を整備しております。
- 相場が急変した場合等には、営業員によるフォローのほか、メールアドレスを登録いただいたお客様に対し、Eメールの配信により、当社作成のレポート、動画等を使用した情報提供と丁寧な説明を徹底しております。また、定期的なフォロー状況を本社から確認できる社内システムを活用し、効率的にお客様へのフォローを行うための営業員への支援態勢を構築しております。

総資産コンサルティングを通じた高度な提案

5Stepコンサルティング
Step 1

状況把握

Step 2

ヒアリング

Step 3

運用戦略の策定

Step 4

ご提案

Step 5

レビュー

SMBC信託銀行

【金融商品の勧誘・販売】

- 「プロファイリング(資産運用に関するお伺い)」を通じて、お客さまの口座の利用目的、運用目標および期間、投資目的、損失に対する考え、資産の状況、投資性商品や外貨預金等に関する知識・経験などをお伺いの上、記録し、リスクスコアを算出しております。このリスクスコアと個別商品毎に付与されたプロダクト・レーティングとの比較によって、お客さまのリスク許容度に沿った商品が否かが判別可能となっております。
- また、お客さまにふさわしい金融商品・サービスを提供するために、お客さまお一人おひとりに合わせたポートフォリオ提案を実施しております。「ポートフォリオ提案ツール」を導入し、本ツールの中でお客さま宛てに6つのアンケート(お客さまの投資に対するお考え)を行い、回答結果をスコアリングしてお客さまに適合したモデルポートフォリオ(安定・中間・積極)を提示しております。加えて、お客さまとの対話を通じ、投資対象資産に対するご意向やリスク許容度を把握・理解した上で、営業員がお客さまのニーズやライフステージに適したポートフォリオを提案しております。
- 特にご高齢のお客さまには、安心してお取引いただけるよう、理解度を確認しながら丁寧に商品説明を行っております。

【商品ラインアップ】

- お客さまのニーズに即した商品をご提供できるよう、営業員が直接お客さまへのヒアリング等を定期的に行い、様々な角度で確認した上で商品をご用意しております。
- 投資信託においては、自社グループや系列会社以外からも幅広く商品を選定し、お客さまの長期の資産形成に資する商品を提供しております。

【アフターフォロー】

- 金融商品を保有しているお客さまへ定期的にフォローアップを実施しております。また、相場急変時には、商品の損益状況、変動要因、今後の見通し等をタイムリーにご連絡しております。

ポートフォリオ提案ツール

 モデルポートフォリオを軸とした中長期資産運用
 をご提案するツール

フラッグシップシリーズ

 市場環境やお客さまのお考えの変化に合わせて、
 セクター間を無料でスイッチングできます


【原則7】 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

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枠組みや適切なガバナンス態勢を整備すべきである。

SMBCグループ

- グループベースで、外部有識者によるディスカッション研修や合同勉強会等を実施し、「お客さま本位の業務運営」の浸透・定着を図っているほか、「SMBCグループ表彰」において、真に「お客さま本位の業務運営」を実践している担当者を表彰し、「お客さま本位の業務運営」実践の動機づけを行っております。
- 「CX(Customer Experience:顧客体験)向上部会」にて、外部有識者の意見も取り入れながら、グループ各社の取組み等に関する検証とディスカッションを行い、グループ全体で「お客さま本位」の実践を図るとともに、経営会議役員をメンバーとする「CX向上会議」を開催し、お客さま本位の業務運営について定期的に協議を行っております。

お客さまからいただいたご意見やご要望等に加え、外部有識者から、アドバイスをいただき、幅広い視点を経営に反映しております。



三井住友銀行

- 運用経験のないお客さまを含め、「資産を守りたい」「これから資産を形成していきたい」「次の世代に遺していきたい」という様々なお客さまのニーズに丁寧に対応することを重要視した銀行の業績評価体系のポイントは以下のとおりです。
 - ①「コンプライアンス」を大前提とし、「お客さま本位」を軸とする評価
 - ②販売や収益ではなく、「お客さま本位」がより反映されやすい「お預かりする資産」の残高に重点
 - ③グループ全体でお客さまのニーズや課題に向き合うため、お客さまからのお預かりした資産については、グループ各社の合算で評価
- 各拠点において「お客さま・株主・従業員・社会」のステークホルダーを意識した「自律的な拠点運営」にフォーカスした項目を明確化し、業績評価に反映させております。
- 担当者が真にお客さまのためだけを考えて前向きにコンサルティングに取り組めるよう、銀行の業績を達成するための運用収益や販売額の計数目標を担当者個人に割り振っておりません。また、お客さまの声(NPS®評価)を業績評価に反映させております。

SMBC日興証券

- 当社では部門・部店・個人の評価それぞれにおいて、「お客さま本位の業務運営」を追求し、それを前提とした業績向上という優先順位に基づく評価を行っております。ポイントは以下の通りです。
- 部門においては、コンプライアンス・リスク管理の自律的管理を大前提とし、お客さまの「最善の利益を追求」に向けた取組みの計画・実践・検証・改善のサイクルの定着状況を評価しております。
- 部店においては、持続的成長への取組みとして、お預かり資産の拡大状況やより中長期の資産運用提案に基づいた実績など、高度なコンサルティングの徹底によりお客さまの高い納得感が得られるお取引について適切な評価が可能な仕組みとしております。また、単年度手数料等の実績に偏らない評価体系を構築しております。
- 個人においては、職業倫理・コンプライアンスと経営理念の体現を土台とし、その上で業績評価・コンピテンシー評価においてお客さま本位の取組みやお客さま重視の評価項目を設定し、評価を実施しております。

SMBC信託銀行

- 営業員の業績評価体系では、評価項目として「お客さま本位の業務運営」の実践を導入しております。投資信託では、手数料の高い商品に偏重して販売することを抑制するための評価体制を整えております。
- お預かり資産の残高を重視するため、営業店の販売額目標は設定しておりません。本部主導の目標配賦や一律の基準値設定は実施せず、管理職と営業員が相談した上で目標設定する体系としております。
- 全従業員を対象とした社長表彰では、CX目線を取り入れ総合的に評価することで全行一体のお客さま本位の業務運営・CX推進の動機づけ、実践の定着が図れるよう運営しております。

SMBCグループ リテール事業部門における「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」

SMBC SMBCグループ

SMBCグループ リテール事業部門

お客さま本位の業務運営に関する取組方針

SMBCグループリテール事業部門(※)は、個人のお客さま向けの資産運用、資産形成コンサルティング業務に販売会社として取り組むに当たり、SMBCグループの「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」に基づき、お客さま本位の業務運営に取り組んでおります。

具体的な取組方針(以下、「取組方針」)は下表の通りで、その詳細と具体的な取組状況は後述の通りです。

計数指標については、リテール事業部門におけるPDCAサイクルの中で、状況を確認、分析し、お客さまへの対応や業務運営に活用しております。

以上の取組みを通じ「お客さまにとっての最善の利益」を実現するために、お客さまをよく知り、一人ひとりに合ったソリューションを提供し、お客さまの豊かな生活や安心感を実現できるよう注力してまいります。

また、引き続き、具体的な取組状況を定期的に公表し、状況に応じ、取組方針の見直しを行ってまいります。

取組方針

- 1 中長期分散投資を軸としたお客さま本位の運用提案
- 2 お客さま本位の商品ラインアップの整備
- 3 お客さま本位のアフターサービスの充実
- 4 お客さま本位の業績評価体系の整備
- 5 コンサルティング力向上に向けた取組み

SMBCグループで連携し、各社の特長を活かし、お客さまの幅広いニーズに対応してまいります。

SMBC 三井住友銀行

中長期分散投資を軸とした
コンサルティング

「資産を守りたい」における資産を
防壁していきたいというニーズ
への強みへの強み

お客さまの
多様なニーズを
グループ連携で
サポート

SMBC日興証券

高度・多様な運用ニーズを
お持ちのお客さまへの
きめ細かいサービスの提供

幅広い商品のラインアップへの
ご要望をきき、より高度・多様な
運用ニーズへの強みへの強み

PRESTIA

「外貨」の強みを活かしたサービスの提供

外貨運用や外貨決済をはじめとした
外貨に関する高度なニーズへの強みへの強み

(※) SMBCグループ：株式会社三井住友フィナンシャルグループのグループ会社の総称
SMBCグループリテール事業部門：三井住友銀行、SMBC日興証券、SMBC信託銀行、三井住友カード、SMBCコンシューマーフィナンシャル等
構成し、資産運用業務・資産形成業務等のリアルビジネス業務を担当

Copyright © 2022 Sumitomo Mitsui Financial Group. All Rights Reserved. 2022年6月時点

取組方針と計数指標

取組方針 1 中長期分散投資を軸としたお客さま本位の運用提案 P3-9

多くのお客さまが「資産を守りたい」「これから資産を形成していきたい」というニーズに的確に対応することを主眼に置き、中長期分散投資を軸としたお客さま本位の運用提案を行います。また、それを通じて、お客さま本位の金融商品の提供に注力してまいります。

計数指標 ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪

取組方針 2 お客さま本位の商品ラインアップの整備 P10-25

お客さまの「資産を守りたい」というニーズや「これから資産を形成していきたい」というニーズに的確に対応できるように、グループ会社の商品に限らず、必要に応じ第三者評価も取り入れ、商品ラインアップを随時見直し、充実させてまいります。また、お客さまへの情報提供の充実、分かりやすさの向上に努めてまいります。

計数指標 ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱

取組方針 3 お客さま本位のアフターサービスの充実 P26

お客さまに長期的に安心して運用商品をお持ちいただけるよう、きめ細かいアフターサービスに努めてまいります。

取組方針 4 お客さま本位の業績評価体系の整備 P27

お客さま本位の営業活動を的確に行うことを促すため、業績評価体系を整備してまいります。

取組方針 5 コンサルティング力向上に向けた取組み P28

お客さまの幅広いニーズに最適なご提案ができるよう、コンサルティング力の継続的な向上を図ってまいります。

計数指標 ⑲

計数指標一覧 ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ; 共通KPI*

<p>① 運用資産残高増加額</p> <p>② 投資信託・ファンドラップの残高</p> <p>③ 運用商品をお持ちのお客さま数</p> <p>④ 運用商品の商品別販売比率</p> <p>⑤ 投資信託平均保有期間</p> <p>⑥ ファンドラップの契約・解約額</p> <p>⑦ 外貨定期預金預入額・外貨預金残高</p> <p>⑧ 投資信託・外貨自動積立件数</p> <p>⑨ 投資信託・外貨自動積立金額</p> <p>⑩ つみたてNISA口座開設件数・残高・新規割合</p>	<p>⑪ 一時払保険の商品別販売額</p> <p>⑫ 投資信託のグループ会社商品比率</p> <p>⑬ 投資信託(含むファンドラップ)販売(契約)額(毎月分配型とそれ以外の別)</p> <p>⑭ 投資信託・ファンドラップの運用損益別顧客比率</p> <p>⑮ 投資信託の預り残高上位銘柄のコスト・リターン</p> <p>⑯ 投資信託の預り残高上位銘柄のリスク・リターン</p> <p>⑰ 外貨建保険の運用評価別顧客比率</p> <p>⑱ 外貨建保険の銘柄別コスト・リターン</p> <p>⑲ FFP資格保有比率</p>
---	---

* 共通KPI：「投資信託の販売会社における比較可能な共通KPIについて」(2018/6金通行公表)の定義に沿い算出
「外貨建保険の販売会社における比較可能な共通KPIの定義について」(2022/1金通行公表)の定義に沿い算出

Copyright © 2023 Sumitomo Mitsui Financial Group. All Rights Reserved. 2023年6月時点