

## 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。
- 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

- 1 お客さまの最善の利益に適用商品・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
- 6 お客さまの最善の利益に適用商品・サービスを提供するための体制の確保

### 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

The leaflet contains the following information:

- 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**
- 重要情報シート** (Important Information Sheet) table:

項目	内容	対応状況
1 適切な商品・サービスの提供	お客さまのニーズに合わせた商品・サービスの提供	○
2 重要な情報の分かりやすい提供	お客さまが理解しやすい形で重要な情報を提供	○
3 手数料等の明確化	手数料等の内容を明確に提示	○
4 利益相反の適切な管理	利益相反の発生を防止するための体制の整備	○
5 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	お客さまの利益を最優先とする意識の醸成	○
6 お客さまの最善の利益に適用商品・サービスを提供するための体制の確保	お客さまの利益を最優先とする体制の整備	○

## 【原則2】 顧客の最善の利益の追求

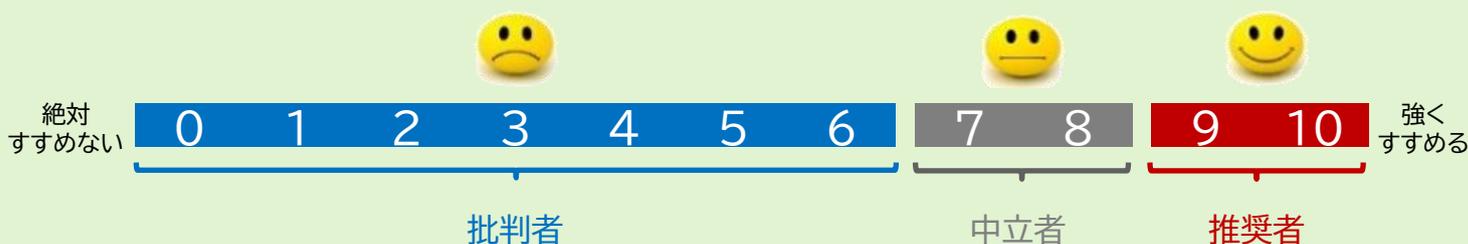
金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。

### 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を「お客さまの“将来への想い”が実現されること」と定義しております。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、グループで統一した「Process5」をベースに、お客さまの総資産を把握した上で提案をする、「総資産アプローチ」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。総資産アプローチ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グループにおけるお客さま本位の業務運営

- 三井住友フィナンシャルグループでは、経営理念の一つとして「お客さまに、より一層価値あるサービスを提供し、お客さまと共に発展する」を掲げています。
- また、経営理念の考え方に基づき、SMBCグループのすべての役職員が共有すべき価値観として、5つのキーワード「Five Values」を定め、その一つとして「Customer First」(お客さま起点で考え、一人ひとりのニーズに合った価値を提供する)を掲げています。
- SMBCグループでは、これらの実現に向けて、これまで各種の取組みを行ってまいりました。



### 【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。
- 投資信託やファンドラップについては、各種ツールにおいて、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。

### 投資信託

お客さまにご負担いただく費用等について

● 投資信託を購入・売却し、保有し続けるには、以下サービスを利用することで重要な確認事項が記載されています。

【投資信託の費用等の種類】

種類	購入時手数料	運用管理費用(信託報酬)*	信託報酬	売却時手数料
購入時	購入時手数料は、投資信託の種類により異なります。購入時手数料は、購入金額に応じて一定の割合で発生いたします。購入時手数料は、購入金額に応じて一定の割合で発生いたします。購入時手数料は、購入金額に応じて一定の割合で発生いたします。	運用管理費用(信託報酬)は、投資信託の種類により異なります。運用管理費用(信託報酬)は、投資信託の種類により異なります。運用管理費用(信託報酬)は、投資信託の種類により異なります。	信託報酬は、投資信託の種類により異なります。信託報酬は、投資信託の種類により異なります。信託報酬は、投資信託の種類により異なります。	売却時手数料は、投資信託の種類により異なります。売却時手数料は、投資信託の種類により異なります。売却時手数料は、投資信託の種類により異なります。

【投資信託の購入時手数料と商品性との一般的な関係】

購入時手数料は、投資信託の種類により異なります。購入時手数料は、購入金額に応じて一定の割合で発生いたします。購入時手数料は、購入金額に応じて一定の割合で発生いたします。購入時手数料は、購入金額に応じて一定の割合で発生いたします。

運用管理費用(信託報酬)は、投資信託の種類により異なります。運用管理費用(信託報酬)は、投資信託の種類により異なります。運用管理費用(信託報酬)は、投資信託の種類により異なります。

信託報酬は、投資信託の種類により異なります。信託報酬は、投資信託の種類により異なります。信託報酬は、投資信託の種類により異なります。

売却時手数料は、投資信託の種類により異なります。売却時手数料は、投資信託の種類により異なります。売却時手数料は、投資信託の種類により異なります。

### SMBCファンドラップ

SMBCファンドラップ サービス概要および取組方針について

【各運用コースの報酬詳細(固定報酬型の場合)】

SMBCファンドラップは、複数の専用投資信託と、日興MRFを運用対象とします。専用投資信託に投資されたご資金については、各資産クラスごとに厳選された投資信託(購入ファンド)に投資されます。(日興MRFは資金決済用として運用資産に組み入れられています)そのため、投資一任報酬に加え、専用投資信託および日興MRFに係る信託報酬等をご負担いただく他、専用投資信託が投資対象とするファンドの信託報酬等もご負担いただけます。

運用コース	投資一任報酬	専用投資信託の信託報酬等	消費税合計	購入ファンドの信託報酬等	運用管理	コンサルティング
より安定型	1.30%	0.20%	0.18%	0.32%	0.21%	0.21%
安定型	1.35%	0.20%	0.19%	0.31%	0.21%	0.21%
やや安定型	1.40%	0.20%	0.20%	0.35%	0.20%	0.21%
バランス型	1.40%	0.20%	0.21%	0.41%	0.20%	0.21%
やや積極型	1.40%	0.20%	0.22%	0.45%	0.20%	0.21%
積極型	1.40%	0.20%	2.30%	0.49%	0.20%	0.21%
内訳のイメージ					0.40%	0.60%

- 「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。また、裏面には、各商品・サービスのリスク・リターンイメージ図をあわせて記載しております。

### お客さまのお考えにあった商品をお選びください

【各商品・サービス分類のリスク・リターン関係のイメージ図】

● 投資信託や外貨建債券等の「資産を守りたい・資産を形成したい」といったニーズに適した商品・サービス分類においても、それぞれの特徴、コスト等によって、下の通りリスク・リターンは異なります。

● 外貨建債券は「年金」、「進捗」、「贈り」といった機能をご提供するために必要な費用がかかります。また、外貨建債券は、他の商品・サービス分類と比較した場合、一般的に短期で解約した際の「解約手数料」が高い傾向にあるため、短期で解約した場合、下の通り、著しくリターンが低下する傾向にあります。

● 上記のような特徴を踏まえ、お客さまのお考え・目的に応じた商品・サービス分類をご選択ください。

※ 上記は、一般的なイメージであり、当行が取り扱うすべての商品・サービスが当てはまるものではありません。  
 ※ 同一の商品・サービス分類であっても、リスク・リターンの関係は個別の商品・サービスや選択するコース、運用によって異なります。



## 【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2024」において、三井住友銀行が、「印刷物カテゴリー帳票・チラシ部門ー」及び「総合賞(ゴールド)」を受賞いたしました。

### 「UCDAアワード2024」を受賞した「はじめてみませんか? つみたてという選択」



お客さまがご納得されたうえで商品・サービスをご選択いただけるような、適切な情報量、お客さま目線に立ったわかりやすいデザインについて、高く評価されました。はじめて資産運用をするお客さまに向けて、普段感じている疑問や想いに寄り添い、資産運用を身近に感じ、自分ごととして捉えていただけるよう工夫しています。

## 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 記入を行う	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おります。

## 「はじめよう！」シリーズ





## 【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。
- グループ各社が、共通したお客さま本位の運用提案プロセス「Process5」を行うことで、お客さまのご意向を踏まえた、ソリューションをグループベースでご提供します。

### お客さま本位の運用提案プロセス「Process5」



### 【商品・サービスの組成・定期的な見直し】

- 商品・サービスの組成にあたっては、想定されるお客さまのニーズに最も合致した商品性であるかを勘案し、商品・サービスの持続可能性やリスク・リターン・コストにおける合理性等の検証をおこなってまいります。
- 商品・サービスの組成後は、組成時に想定していた商品性が確保されているか、販売対象として想定していたお客さまの層と実際に購入したお客さまの層が合致しているか等を継続的に検証し、商品・サービスの改善や見直しをおこなってまいります。
- お客さまがより適切な商品・サービスを選択できるよう、商品・サービスの運用体制やプロダクトガバナンス体制等について、お客さまへの分かりやすい情報提供をおこなってまいります。
- 組成会社と販売会社が異なる場合は、必要な情報を相互に連携して取り組んでまいります。

## 三井住友銀行

**【金融商品の勧誘・販売】**

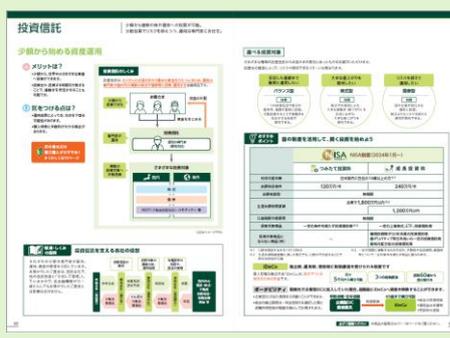
- お客様のライフプランや運用方針等を踏まえたコンサルティングを行うため、「お金の色分けシート」「SMBCマネープラン」「モデルポートフォリオ」等の各種ツールを用いて、資産運用プランや、資産の遺し方等の提案を行っております。
- そして、「ご提案書」等を用いて、お客様の投資経験、保有金融資産の状況、投資目的、ニーズ等を確認した上で、お客様に適合する商品を選定し、お客様に提案商品・提案理由を説明するとともに、複数の類似商品をご提案することに努めております。
- 特に投資初心者のお客様には、取組方針をまとめたリーフレットを用いて、SMBCグループとしての資産運用業務に関する基本姿勢を説明した上で、お客様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、ご高齢者のお客様には、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おりません。

**【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。

**【フォローアップ】**

- 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。

**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**


## SMBC日興証券

## 【金融商品の勧誘・販売】

- お客さまのライフプラン等を踏まえたコンサルティングに際し、お客さま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アップ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、お客さま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 GOAL NAVIGATOR」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など、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さま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。お客さま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まいりました。なお、CIOは2025年4月に当社からSMBCグローバル・インベストメント&コンサルティング社へ移管されました。
- ご高齢のお客さまには、お客さま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、お客さま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】

- お客さま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、お客さまのニーズやポートフォリオ分散をふまえ、ベストプロダクト・ポリシーに基づき、新規導入商品を検討しております。導入にあたっては、社内での調査に加え、SMBCグローバル・インベストメント&コンサルティング社による、運用調査体制の充実度や運用管理体制等、主に定性面を含めた評価も実施しております。運用開始後は、残高が少なく今後の残高拡大が見込めないファンド等、長期的な資産形成に資する商品の品質を維持できない可能性があるファンドは償還の促進・販売停止を検討するなど、ラインアップの適正化を行っております。

## 【フォローアップ】

- 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さまに対し、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、効率的にお客さま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。

## 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、損失に対するお考え、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。

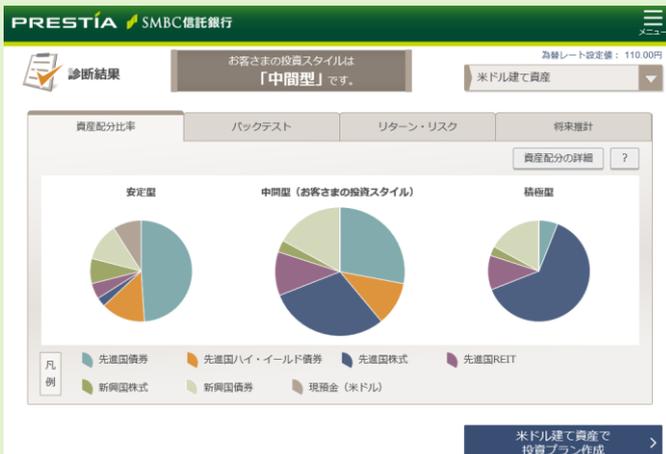
**【商品ラインアップ】**

- 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、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。

**【フォローアップ】**

- 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

- 「質の伴った成長」の実現に向け、「社会的価値創造」「経済的価値追求」に資する取組を評価しています。
- 一人ひとりのお客さまに寄り添い、従業員が高い質・モチベーションをもってお客さまに「最善の利益」を届けられるよう、以下の点に重点を置いた評価体系としています。
  - ① 「Integrity」を大前提とし、「コンプライアンス」「お客さま本位」を軸とする評価(「Integrity for Customer」)
  - ② お客さまに高い付加価値を提供し、豊かな生活・幸せな成長を実現した結果として「お預りする資産」の残高が増加することを重視する評価
  - ③ グループ一体でお客さまに向き合うため、お預りする資産は「グループ各社の合算」で評価
- 「お客さま・従業員・株主・社会」のステークホルダーを意識した「自律的な拠点運営」を行う項目を評価し、お客さま本位の観点においては『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』『トータルコンサルティングシート』等の活用状況や、お客さまへのレビュー・フォローアップ状況、お客さまの声(NPS®評価)を評価に反映させております。
- なお、担当者が真にお客さまのことを考え、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計数目標を個人に割り振ることはしていません。

## 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、コンプライアンス態勢やお客さま本位等の観点から適切な業務運営の実践を部門経営の大前提とし、持続的成長に必要な評価項目を設定し、その業務成果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、職業倫理やコンプライアンスに関する行動を評価する職業倫理・コンプライアンス評価、並びに、お客さま本位の取組みやお客さま重視の評価項目を含めた業績評価及びコンピテンシー評価に基づき、総合的な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(※1)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。Integrity(※2)を大前提にコンプライアンス・お客さま本位を徹底するために、リテール事業部門では、「Integrity for Customer」を掲げております。

そのため、計数指標を「Integrity Indicator」という名称とし、お客さま本位の活動に資する指標として、PDCAサイクルの中で、状況を確認、分析、お客さまへの対応や業務運営の高度化を図っております。

以上の取組を通じ、「お客さまにとっての最善の利益」を実現するために、真のニーズに合致している商品、サービスを提供することを目指し、お客さまをよく知り、お客さまが納得された上で商品・サービスを選択できるように、一人ひとりに合ったソリューションを提供します。

お客さまの豊かな生活や安心感の実現に向けて、お客さまの目指す利益のために、お客さま本位の業績評価体系や適切な商品の導入・選定に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 コンサルティング方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  
「資産をやりとりし続ける資産形成型」の幅広いニーズへの対応力に強み

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  
幅広い商品のリテール向けに商品を提供し、より高度な運用ニーズへの対応力に強み

SMBC信託銀行  
「外貨」の強みを活かしたサービスの提供  
外国債券や外国株を投資先とし、外国に開く多様な運用ニーズへの対応力に強み

(※1) 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総称  
SMBCグループ(リテール)事業部門：三井住友信託銀行、SMBC信託銀行、SMBC日興証券、SMBCコンシューマーフィナンシャルサービス、SMBC日興証券・資産運用部等の「リテール」事業を営む部署  
(※2) SMBCグループでは、従業員が共有すべき価値観(Five Values)の一つとして、「Integrity」がコアコンテナーとして高い信頼を勝ち取っています。

Copyright © 2025 Sumitomo Mitsui Financial Group. All Rights Reserved.  
2025年6月時点

1 三井住友フィナンシャルグループ

**取組方針とIntegrity Indicator**

**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。

Integrity Indicator 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** P10-30

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、グループ会社の商品に関わらず、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。

Integrity Indicator 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** P31-32

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** P33

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 コンサルティング方向上に向けた取組み** P34-35

お客さまの幅広いニーズに最適な提案ができるよう、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。

Integrity Indicator ⑲

Integrity Indicator ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① 運用資産残高増加額 ⑲ 一時払保険の商品別販売額  
② 投資信託・ファンドラップの残高 ⑳ 投資信託のグループ会社商品比率  
③ 運用商品をお持ちのお客さま数 ㉑ 投資信託(含むファンドラップ)販売(契約)額(毎月決算額とそれ以外の別)  
④ 運用商品の商品別販売比率 ㉒ 投資信託・ファンドラップの運用損益別顧客比率  
⑤ 投資信託の解約率 ㉓ 投資信託の預り残高上位銘柄のコスト・リターン  
⑥ ファンドラップの契約・解約額 ㉔ 投資信託の預り残高上位銘柄のリスク・リターン  
⑦ 外貨定期預金預入額・外貨預金残高 ㉕ 外貨建保険の運用評価別顧客比率  
⑧ 投資信託・外貨自動積立件数 ㉖ 外貨建保険の銘柄別コスト・リターン  
⑨ 投資信託・外貨自動積立金額 ㉗ 投資信託・外貨自動積立件数  
⑩ NISA口座数 ㉘ FIP資格保有比率

※ 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金融庁公表)の定義に沿い「貸出」(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金融庁公表」の定義に沿い「貸出」

Copyright © 2025 Sumitomo Mitsui Financial Group. All Rights Reserved.  
2025年6月時点

2 三井住友フィナンシャルグループ