

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(2024年9月26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 details the group's commitment to customer-centric operations. It includes a table of key information (重要情報シート) and a diagram of the organizational structure (組織図) showing the relationship between SMBC Group, SMBC Retail Business Department, and SMBC Bank. The leaflet also mentions the group's commitment to providing the best products and services to customers, and the importance of clear communication and management of conflicts of interest.

【原則2】 顧客の最善の利益の追求

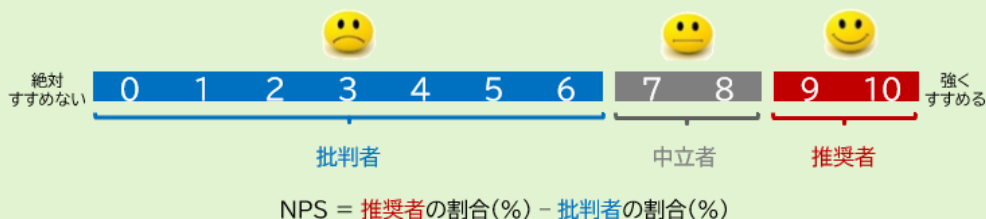
金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。

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。
- こうした方針のもと、お客さま一人ひとりの人生の目標に寄り添う「ゴールベースアプローチ」を徹底しています。具体的には、グループ独自の「Process5」(事前準備、ヒアリング、運用方針確認、提案、フォローアップ)を実践し、5段階のプロセスを通じて、お客さまのニーズに沿った最適な提案をグループ一体となって追求してまいります。
- お客さまの資産状況やリスク許容度等を理解するためのヒアリングを重視しており、グループ共通の投資判断であるCIO's Viewに基づき、特定の商品販売に偏ることなく、中長期的な資産形成に資する最適なポートフォリオをご提案しています。
- 「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。



三井住友銀行

- 変化するお客さまのニーズや社会課題の解決に向けて、付加価値の高いコンサルティングを常に提供するため、新入社員向けのリテールCAMPや、管理職向け研修を含む各種研修や、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。
- Process5に沿った営業員のスキルの把握や客観的スキルレベルの把握による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、総資産アプローチ研修（基礎編・実践編）を実施。加えて、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、ルールの遵守状況について、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

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会社（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種類

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

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受取る経済的利益以外に、お客さまの利益と抽出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、当社グループの他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. 典型的な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に照らして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
- 資産・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
- 顧客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きます。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

SMBCファンドラップ

運用タイプ	投資一任報酬	消費税合計	組入ファンドの信託報酬等	専用投資信託等の信託報酬等
より安定型	1.30%	0.18%	0.32%	0.21%
安定型	1.35%	0.19%	0.31%	0.21%
やや安定型	1.40%	0.19%	0.34%	0.21%
バランス型	1.40%	0.20%	0.39%	0.21%
やや積極型	1.40%	0.20%	0.44%	0.21%
積極型	1.40%	0.20%	0.47%	0.21%
内訳の内訳	-	-	-	0.40%

- 「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、下図のリスク・リターンは異なります。

● 外貨建債券は「年金」・「遺言」といった機能をj提供するために必要な費用がかかります。また、外貨建保険は、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、下図の通り、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。

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、2023年7月より一般投資家を対象に、取り扱う全仕組債の組成に係る費用の開示を開始しております。2025年9月より、一般投資家を対象に新発外貨建て債券について購入対価に内包される費用の開示を開始しております。
- 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

パソコンの場合

スマートフォンの場合

日興イーリ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バナーがあります。

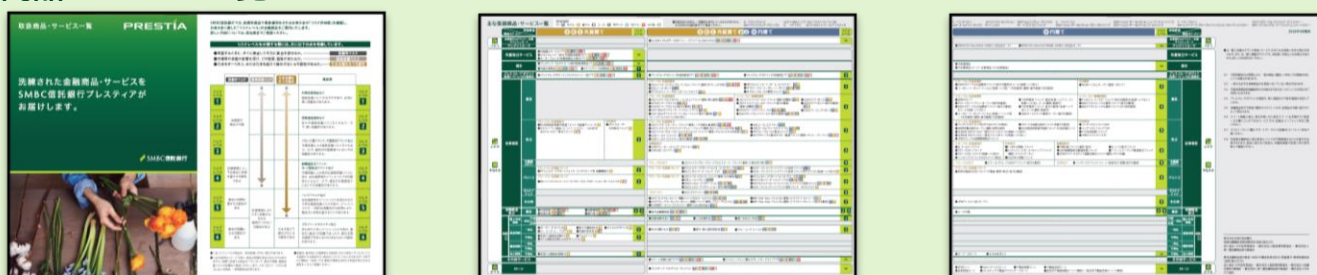
このマークが目印です。

アクセス先では上のような画面で投資リスクや、手数料について、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。
- また、プレミアム・デポジット(為替オプション付仕組預金)のリターンについて過去実績を当行ホームページに掲載しております。

取扱商品・サービス一覧



【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

- 仕組みが複雑な商品については、お客さまのご理解状況に応じて、商品の特徴やリスク、費用等をより分かりやすくご説明するよう努めております。その取組みの一つとして、商品内容、リスク・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)」を必要に応じて活用しております。こうした取組みを通じて、お客さまが多様な商品内容を比較しやすく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ナップ等を記載した「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 -帳票・チラシ部門-」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、「資産運用に関するご確認事項」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。

資産運用に関するご確認事項

投資やリスクに対する考え方（投資目的）

- 0. 円預金以外は検討しない
- 1. 元本の安全性重視
リターンは低くてもよい。リスクは低く抑えたい
- 2. 元本の安全性と収益性のバランスに配慮
ある程度高いリターンを得たい。多少のリスクは許容する
- 3. 収益性を重視するために、リスクの高い商品も活用
高いリターンを得たい。リスクは高くても許容する

過去の投資目的

- 0. 元本割れは避けたい | 1. 元本の安全性重視 | 2. 分配金・利息による安定的な収入重視 | 3. 分配金・利息による収入と共に、値上がり利益を追求 | 4. 利回り、値上がり益を重視 | 5. 大幅な利回り、値上がり益を重視

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、お申込金額全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

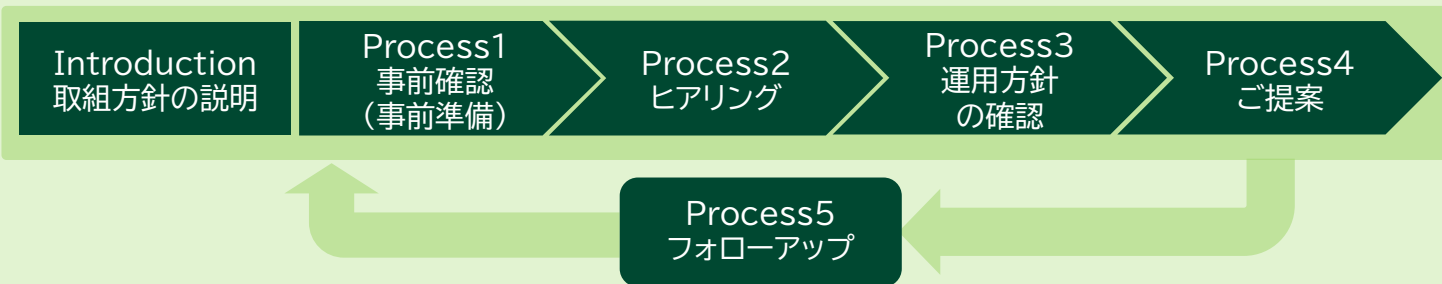
金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売、推奨等を行うべきである。

【補充原則2～5】体制整備、金融商品の組成時・組成後の対応、顧客に対する分かりやすい情報提供

SMBCグループ

- お客さまのご理解状況に応じて、重要情報シート(個別商品編)等を活用しながら分かりやすくご説明し、類似商品との比較も踏まえ、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。その際、お客さまのライフプランや資産状況、投資経験、リスク許容度を踏まえたニーズを把握するとともに、ご説明内容に対する理解状況やご意向を丁寧に確認しながら、適切な提案に努めてまいります。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、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」の活用を促進する観点から、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・背景等の解説や、「重要情報シート」の運営要領に関する勉強会等を通じて、従業員への周知に努めてまいります。
- 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行ってまいります。
- 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するとともに、商品の複雑さやリスク等に応じて、実際に購入したお客さまの属性、販売状況、お客さまの反応等を組成に携わる金融事業者と共有するなど連携し、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」「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おりません。

【商品ラインアップ】

- お客さま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。
- 商品のわかりやすさやリスクの大きさ、お客さまのニーズ・反応、販売状況などを確認し、必要に応じて金融商品の組成に携わる金融事業者とも情報を共有しながら、お客さまにとってより良い商品提供につながるよう努めています。
- 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】

- お客さまに長期にわたり安心して商品を保有いただけるよう、お持ちいただいている商品の状況説明や各種レポートを用いた情報提供等、継続したアフターフォロー体制を整えています。
- 運用商品を保有されているお客さまが、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、お客さま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さまが、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、日興の担当者への対応について「お客さま本位」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

総合商品ラインアップのご案内の案内書。左側には緑豊かな自然の写真があり、「総合商品ラインアップのご案内」というタイトルが記されています。右側には「投資信託」に関する詳細な説明と図表が掲載されています。

ファンドラインアップのご案内

ファンドラインアップのご案内の案内書。左側には「ファンドラインアップのご案内」というタイトルと、人々が土壌を手に持つ写真が掲載されています。右側には「投資信託の運用管理について」に関する詳細な説明と図表が掲載されています。

SMBC日興証券

【金融商品の勧誘・販売】

- お客様のライフプランや資産状況等を踏まえたコンサルティングに際し、事前にお伺いしたお客様の投資目的、リスク許容度、運用期間等のニーズおよびご意向を総合的に勘案したうえで、これに適合すると判断した金融商品・サービスの選定を行い、運用戦略の策定および提案を行っております。
- また、定期的なお客さまとの対話を通じて、運用状況や資産状況の確認を行い、必要に応じて見直しやフォローアップを行うなど、体系立てたコンサルティングを実践しております。
- さらに、コンサルティングの実践にあたっては、お客様の属性情報を登録し、個々のお客様に応じた資産コンサルティングを支援する「Nikko GOAL NAVIGATOR」や、資産ポートフォリオのリスク値分析ツール等を活用し、金融商品・サービスの選定理由の妥当性を確認しながら、コンサルティングの高度化を図っております。
- 資産運用ビジネスおよびお客様の運用支援を目的に、市場見通しやモデル・ポートフォリオ、投資戦略等を提供するCIOを設置し、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（CIOは2025年4月、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）
- 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。
- 当社は投資一任業者として、日興ファンドラップおよびSMBCファンドラップを組成しております。ファンドラップは、大切なお客様のご資金について提案から運用・報告までの一貫したプロセスにより、洗練された資産運用をご提供いたします。新商品・サービスの組成・導入にあたっては、内包するリスクの種類・大きさやコストを明確にし、期待リターンとの妥当性を検証しています。また想定するお客様の属性を明確化し、新商品・サービスがお客様本位の業務運営およびポートフォリオの適正化に資するか、お客様の投資判断に役立つ継続的な情報提供ができるか、等を検証しています。

【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、お客様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】

- お客様が長期的に安心して商品を保有いただけるよう、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いるほか、パフォーマンスは適切か、商品性・サービスが劣化していないか等、商品性や取引状況等に係る定期的な評価・検証を実施しております。
- 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。

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ごと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か否かが判別可能となっております。
- 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】

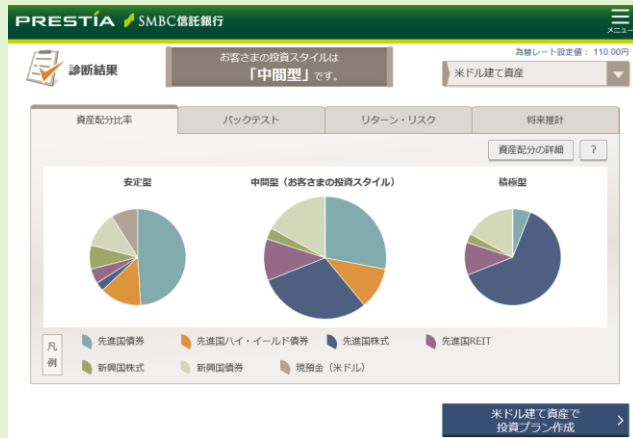
- お客さまのニーズに即した商品をご提供できるよう、営業員が直接お客さまへのヒアリング等を定期的に行い、様々な角度で確認した上で商品をご用意しております。
- 新規商品等を組成・導入する際は、新規商品等審査委員会等、所定の手続きに則って、販売から独立した部署が各種リスクやお客さまのニーズに合致しているか等の検証を行う体制としております。
- 新規商品等を組成・導入後においても、リスクベースアプローチの下に検証が必要な商品等を選定し、適切な検証期間の下でリスク・リターン・コスト等において検証を行っております。
- 特に投資信託においては、系列会社以外からも幅広く商品を選定し、リスク・リターン検証等や外部評価を踏まえて導入しております。運用開始後は、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においては、新規販売の停止や償還の検討など、ラインアップの適正化を図っております。

【フォローアップ】

- 金融商品を保有しているお客さまへ長期的な視点にも配慮し、定期的なフォローアップを実施する体制を整備。お客さまのライフプラン等ご意向の変化を「プロファイリング(資産運用に関するお伺い)」を通じて確認しております。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

- 「お客さまから最も支持されるリテール金融グループ」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「お預かりする資産」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。

