南都銀行グループ*は、なんとミッションとして「地域を発展させる」「活力創造人材を創出する」「収益性を向上させる」を掲げ、地域・お客さまの持続的な発展と当行グループの安定的な成長を目指します。

以下の「お客さま本位の業務運営にかかる取組方針」は金融商品販売においてお客さまの安定的な資産形成等に資する取組を具体化したものであり、当行は本取組を実践するとともに、その取組の成果を確認するための指標（KPI）を定め、定期的な見直し・公表をおこなってまいります。

※対象となるグループ会社：株式会社南都銀行、南都まほろば証券株式会社

1. お客さまの最善の利益の追求

- (1) 当行は、地域のお客さまの資産を「そだてる」ことをお客さまの最善の利益と考え、コンプライアンスを徹底し、誠実・公正な業務運営に努めてまいります。
- (2) 質の高い商品・サービスを提供させていただくために、専門性の高い人材の育成やグループ会社の活用を通じて、コンサルティング手法の高度化を目指します。
- (3) より多くのお客さまに長期にわたって寄り添い、お客さまのライフプランの実現をサポートすることで、地域・お客さまの発展とともに当行の安定的な成長を目指します。

アクションプラン

- ①お客様アンケート等によってお客さまからの評価やご意見を伺い、サービスの向上に努めます。
- ②資格取得の奨励や、研修・勉強会等を通じて高度な専門知識を有する人材の育成に努めます。

2. お客さまの利益を不当に損ねるような利益相反の防止

- (1) お客さまが不利益を被ることのないよう適切な利益相反管理を実施します。
- (2) 「利益相反管理方針*」に基づき、お客さまの利益を不当に損ねるおそれがある取引を特定・類型化し、グループ会社も含めた一元的な利益相反管理体制を構築しています。
(※URL：<https://www.nantobank.co.jp/riekisouhan/>)

アクションプラン

- ①当行と資本的・人的に特別に親しい関係にある投信会社や保険会社等の金融商品提供会社はなく、そのような先から提供を受けた商品の販売はございません。今後この状況が変わる事態が生じた場合には、その状況に応じた適切な利益相反管理措置を講じます。

3. 手数料等の明確化

- (1) 名目を問わずお客さまに直接・間接にご負担いただく手数料や金融商品の提供会社等から当行が受領する報酬等については、その内容の詳細やどのようなサービスに対する対価であるかを分かりやすく丁寧に説明します。

アクションプラン

- ①手数料の金額・料率・内容等については、ファンドラインナップ・契約締結前交付書面・目論見書、商品概要書・設計書、重要情報シート等の資料を用いて丁寧な説明に努めるとともに、タブレット端末にて概算をお示しし、ご理解いただいたうえでお申込みいただきます。
- ②お客さまからいただく手数料等は、商品・サービスのご購入に関するアドバイスやアフターフォロー、運用コストなど、当行グループが安定的にサービスを提供する対価として頂戴しています。
- ③投資信託の手数料については、商品ごとの「複雑さ」と「リスク」等に応じて分類しています。
- ④保険商品については、お客さまにご負担いただく費用とは別に保険会社から販売代理店手数料を受け取る場合がありますが、その際は、商品概要書や重要情報シート等を用いて説明しています。

4. 重要な情報のわかりやすい提供

- (1) お客様とは情報量に違いがあることを踏まえ、重要な情報※については、お客様の理解度を確認しながら、ご理解いただくまで丁寧に説明します。

※重要な情報とは、商品・サービスの「リスク・リターン・費用」「クーリング・オフの有無」「換金・解約の条件」「個別の商品ごとに商品組成会社が販売対象として想定しているお客様」「ご意向やニーズを踏まえ提案商品がお客様に最適であると判断した理由」、「お客様と利益相反の可能性がある場合の具体的内容や取引・業務に及ぼす影響」等です。

アクションプラン

- ①重要な情報については、重要情報シート※、契約締結前交付書面・目論見書、商品概要・設計書等の説明資料や、タブレット端末等を活用し、お客様の運用経験や金融知識等に応じて、商品を比較しながら分かりやすく説明します。

※「重要情報シート」では、主に以下の内容について説明します

- ・取引に関する重要な情報
- ・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、パッケージ化の有無やその違い、個別に購入することができるかどうか等
- ・商品組成会社が販売対象として想定する顧客属性（なお、当行は金融商品組成会社ではありません。）
- ・当行の利益とおお客様の利益が反する可能性

- ②投資信託については、タブレット端末において、複数の商品の比較チャート等をお示しし、商品の特徴や値動き、手数料等を一覧で比較いただきながらご案内します。

- ③ご高齢のお客様や投資経験・知識の少ないお客様にもご理解いただけるように、明確・平易で、誤解を招くことのない、分かりやすい内容の情報提供に努めます。
また、特に重要な箇所については、太字や下線によって強調してお示します。

5. お客様にふさわしいサービスの提供

- (1) 対話を通じてお客様をよく知り、資産をそだてるため、お一人おひとりのライフプランに寄り添った最適な金融商品・サービスを提供します。
- (2) お客様の金融知識の向上に貢献すべく、金融教育やセミナー等を開催します。
- (3) お客様に長期にわたってお取引いただけるよう、きめ細かなアフターサービスに努めます。

アクションプラン

- ①お客様のライフステージを「はじめる世代」「そだてる世代」「活かす世代」「引き継ぐ世代」の4つに分類し、お客様のニーズ、資産背景、家族構成や、資産運用に対する知識・経験、投資方針等を踏まえながら、「ふやす」「まもる」「そなえる」「のこす」といったお金の色分けを含めたライフプラン作りをサポートします。
- ②資産形成を希望されるお客様には、目標とする金額・時期等をお客様と共有したうえで、「長期・積立・分散」を基本軸とした最適なポートフォリオを検討し、金融商品・サービスを提案します。
- ③資産承継を希望されるお客様には、信託等を含む幅広い商品・サービスの中からお客様に最適な商品・サービスを提案します。
- ④「重要情報シート」「Wealth Advisors」「ライフプランガイド」「Asset Direction」等の資料・ツールを活用し、投資信託・生命保険・債券等のカテゴリーを超えて、商品の特徴を比較しながらお客様のニーズに合った商品をアドバイスします。
- ⑤商品ラインナップについては、お客様の多様なライフプランの実現のために適切な商品をお選びいただけるよう、「ふやす」「まもる」「そなえる」「のこす」の観点で整備・見直しを行います。

- ⑥複雑またはリスクの高い商品を提案・販売する場合や、投資経験の少ないお客さまやご高齢のお客さま等に提案・販売する場合には、適切な提案・販売であるか都度検証し、慎重に対応いたします。
特に、初めて資産運用されるお客さまや、ご高齢のお客さまに金融商品を販売する際には、ご家族等の同席のお願いや、営業店長や役職者による、より丁寧なご説明・ご案内に努めており、内部管理責任者等がその内容を個別に検証しています。
- ⑦金融商品やサービスについて、研修や商品組成会社による商品勉強会等を通じて従業員の理解を深め、お客さまへの適切な情報提供に努めます。
- ⑧商品・サービスのご契約後も、ライフプランの実現状況の見直しや振り返りを定期的に行いながら、お客さまお一人おひとりに寄り添った適切なアドバイスに努めます。
- ⑨ご契約後の保有資産の状況や、市場動向について、お客さまのご年齢や損失状況等を基準として一斉アフターフォローの時期を設け、継続的なコンサルティングに取り組みます。
- ⑩地域のお客さまの金融リテラシーの向上に貢献すべく、当行で現在金融商品・サービスを利用されていないお客さまを含め、金融教育やセミナー等を開催します。

6. お客さま本位の実践に向けた従業員の動機付けや企業文化定着への取組

- (1) 全ての役職員がお客さま本位の意識を共有・実践していく企業文化の定着に向けて、社内教育を徹底します。
- (2) 従業員への動機付けを図るため、お客さまのニーズや利益に真に適う取組を評価する業績評価体系を構築してまいります。

アクションプラン

- ①「お客さま本位の業務運営」にかかる取組を十分に理解・実践できるよう、研修や勉強会等を行ってまいります。
- ②営業担当者の業績評価において、個人預かり資産における収益目標は設定していません。
- ③地域別にブロック本部を設置しており、現場レベルで営業担当者のスキル向上をサポートしています。
- ④「お客さま本位の業務運営」にかかる取組状況・K P Iについて、定期的にモニタリングを行い、その結果を従業員全員に共有します。