

〈みずほ〉のお客さま本位の 業務運営に関する取り組み

みずほフィナンシャルグループ

2025年6月

ともに挑む。ともに実る。

MIZUHO

■ 〈みずほ〉のお客さま本位の業務運営 P3

1. 企業理念
 2. 取組方針
 3. お客さま本位の業務運営管理態勢
 4. 定量指標（KPI）
- トピックス：プロダクトガバナンス態勢の高度化

■ 2024年度取組状況－販売－ P9

1. 〈みずほ〉のコンサルティング態勢
2. 投資信託の商品選定のプロセス
3. 投資信託のモニタリング・見直し
4. 生命保険の商品選定のプロセスおよびモニタリング・見直し
5. コンサルティング
6. 重要な情報の提供
7. 手数料に関する情報提供
8. アフターフォロー・モニタリング
9. 高齢のお客さまへの対応
10. 情報コンテンツ・セミナー
 11. 人材育成
 12. 第三者評価
 13. 投資運用商品の残高等

■ 2024年度取組状況－運用・商品開発－ P32

1. 運用の高度化
2. 運用プロダクトの開発・改善
3. 運用報酬・手数料の分かりやすい情報提供
4. 情報提供やサービスの充実
5. ガバナンス態勢
6. 第三者評価
7. 運用資産残高

■ 2024年度取組状況－資産管理－ P41

1. 資産管理サービス提供体制の強化等

■ 2024年度取組状況－グループ管理方針－ P42

1. 部店運営・評価
2. 報酬等の合理性と利益相反管理
3. 企業文化の定着等

■ 2025年度アクションプラン P46

■ 「顧客本位の業務運営に関する原則」との紐付け P47

KPI データ集

■ 定量指標（KPI） P2

1. KPIサマリ
2. 共通KPI

※各ページ上部に記載の「取組方針」は、
「〈みずほ〉のお客さま本位の業務運営に関する取組方針」の項目を表しています

※各ページ下部に記載の「原則」「補充原則」は、
「顧客本位の業務運営に関する原則」および「プロダクトガバナンスに関する補充原則」
（金融庁）の項目を表しています

※主なグループ会社は以下の略称で表しています

みずほフィナンシャルグループ

FG

みずほ証券

SC

みずほ銀行

BK

アセットマネジメントOne

One

みずほ信託銀行

TB

1. 企業理念

企業理念

- 『〈みずほ〉の企業理念』において、「ともに挑む。ともに実る。」をパーパスとして定めるとともに、パーパスの実現に向けたバリューの中で、「お客さまの立場で考え、誠心誠意行動する」と定めています。
- すべての役員と社員がその価値観・行動軸を共有し、お客さま本位の業務運営を全うすべく、お客さまの多様なニーズへの的確な対応や、最高水準のソリューションを提供する取り組みを行っています。



企業理念

<https://www.mizuho-fg.co.jp/company/info/brand/index.html>

2. 取組方針

取組方針

- 「お客さまの最善の利益」を追求し、お客さまの利益に真に適う商品・サービスを提供するため、「〈みずほ〉の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」）を策定・公表しています。2025年4月、業務を限定せずに「お客さま本位の業務運営を実践すること」を明確化するとともに、金融庁「プロダクトガバナンスに関する補充原則」を受けて取組方針の改訂を行いました。
- また、お客さまの安定的な資産形成を図る中で、特に資産運用関連業務においては、複雑又はリスクの高い商品が含まれることから、グループ管理方針および機能ごとの対応方針を策定・公表し、お客さまの立場に立った施策を実践しています。

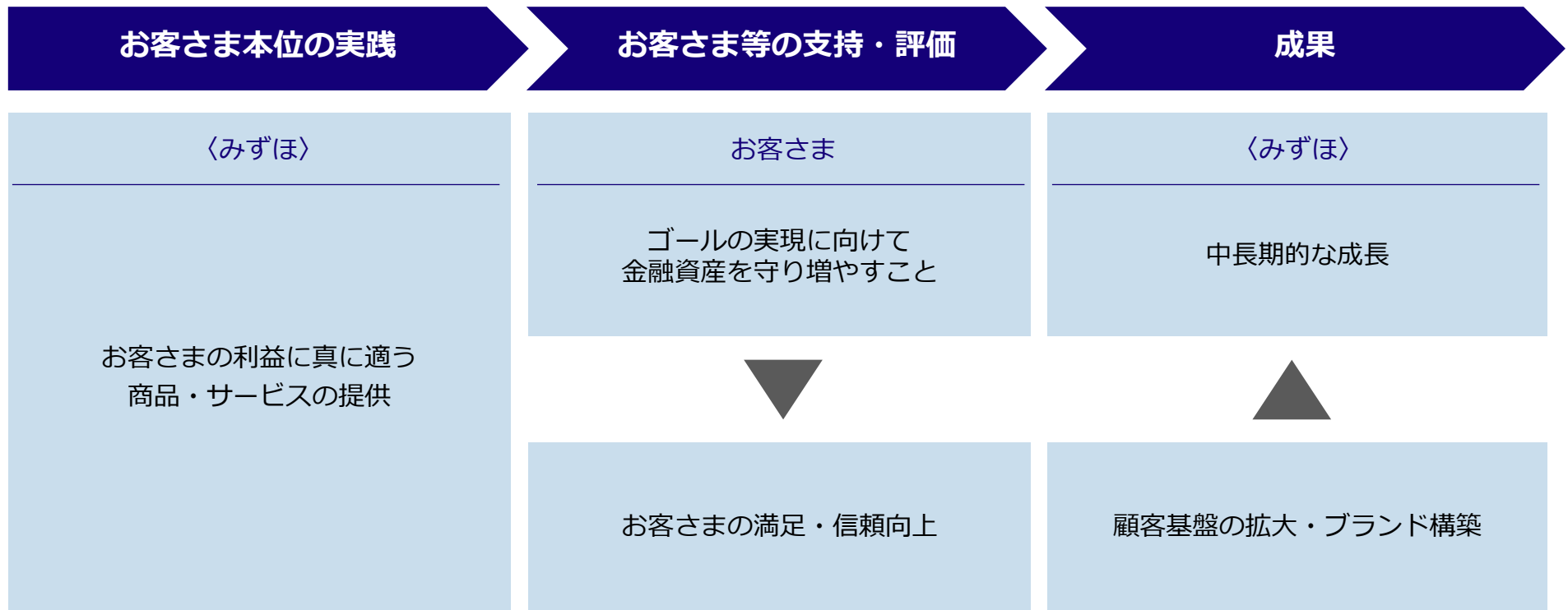
前文	・ お客さまの最善の利益を勘案しつつ、お客さまに対して誠実かつ公正に業務を遂行します
グループ管理方針	・ ガバナンス、業績評価、報酬等の合理性、利益相反管理、企業文化の定着
機能ごとの対応方針 (販売)	・ お客さまのニーズに適した商品ラインアップの構築 ・ お客さまへのコンサルティングを通じた投資商品の提供 など
機能ごとの対応方針 (運用・商品開発)	・ 運用の高度化 ・ 商品品質の維持・向上とお客さまニーズを捉えた商品の開発・提供に向けた 不断の取り組み など
機能ごとの対応方針 (資産管理)	・ 資産管理サービス提供体制の強化 ・ サービス品質の向上と新規サービスの開発に向けた取り組み など

「〈みずほ〉のお客さま本位の業務運営に関する取組方針」

<https://www.mizuho-fg.co.jp/company/governance/customer/fiduciary/index.html>

めざす姿 ～お客さまの最善の利益の追求～

- お客さまの利益に真に適う商品・サービスの提供を通じ、お客さまのゴールの実現に向けて金融資産を守り増やすことがお客さまの最善の利益につながると考え、取り組んでいます。
- 同時に、お客さまの満足・信頼に基づくお取引基盤の拡大やブランドの構築を通じ、〈みずほ〉の中長期的な成長を更なるお客さまサービスの向上に繋げていくことをめざします。

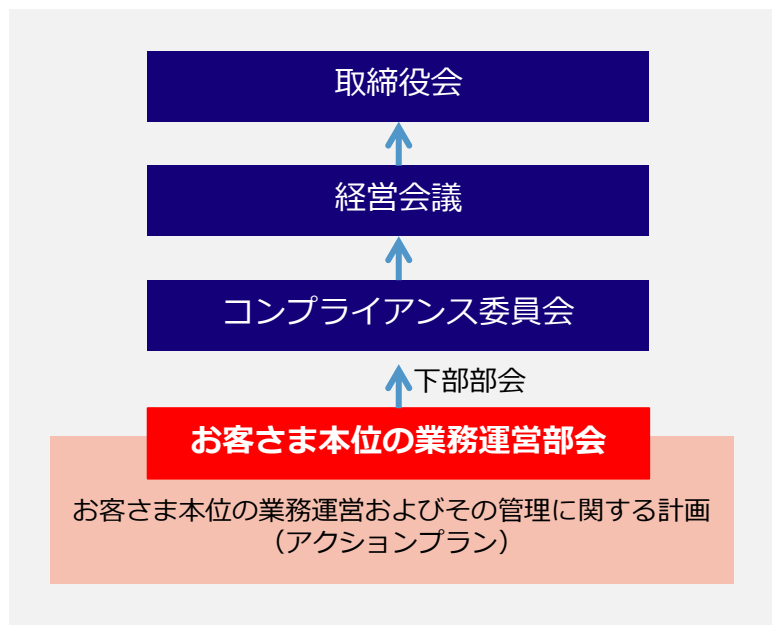


3. お客さま本位の業務運営管理態勢

▶▶ お客さま本位の業務運営管理とアクションプラン

- 「コンプライアンス委員会」（経営政策委員会）の傘下に「お客さま本位の業務運営部会」を設置し、お客さま本位の実践に向けて経営レベルで議論しています。
- また、持株会社およびグループ各社では、取組方針に基づき、それぞれの機能に応じたアクションプランと取組状況を年度ごとに策定・公表しています。

〔お客さま本位の業務運営管理態勢〕



〔アクションプランを策定・公表している主なグループ会社と機能〕

販売	運用・商品開発	資産管理
みずほ銀行（BK）		
みずほ信託銀行（TB）		
みずほ証券（SC）		
	アセットマネジメント One（AM-One）	

（ ）はグループ会社の略称

4. 定量指標（KPI）

定量指標（KPI）^{*1}

- 定量指標（KPI）を定期的にモニタリングし、必要な改善を行っていきます。

お客さま本位の実践	お客さま等の支持・評価	成果
●資格保有者数 ●レーティング☆4以上のファンド数 ●エンゲージメント活動先のTOPIX構成比率 ●公募投信残高別ファンド数 ●公募投信1ファンド当たり平均残高 ●ウェブサイト閲覧数 ●金融経済教育受講者数	●お客さま満足度調査 ●ファンドアワード受賞ファンド数 ●投信会社満足度調査	●投資運用商品の預り資産残高 ●投資運用商品保有者数 ●投資信託の平均保有期間 ●アセットマネジメントOne資産残高 ●資産形成向け商品残高 ●私的年金受託残高 ●公募投信の受託残高

^{*1} 上記の定量指標（KPI）に加え、以下の「共通KPI」を公表しています。

共通
KPI

- ① 投資信託・ファンドラップの運用損益別お客さま比率
③ 投資信託の預り資産残高上位銘柄のリスク・リターン

- ② 投資信託の預り資産残高上位銘柄のコスト・リターン

- ④ 外貨建保険の運用評価別お客さま比率

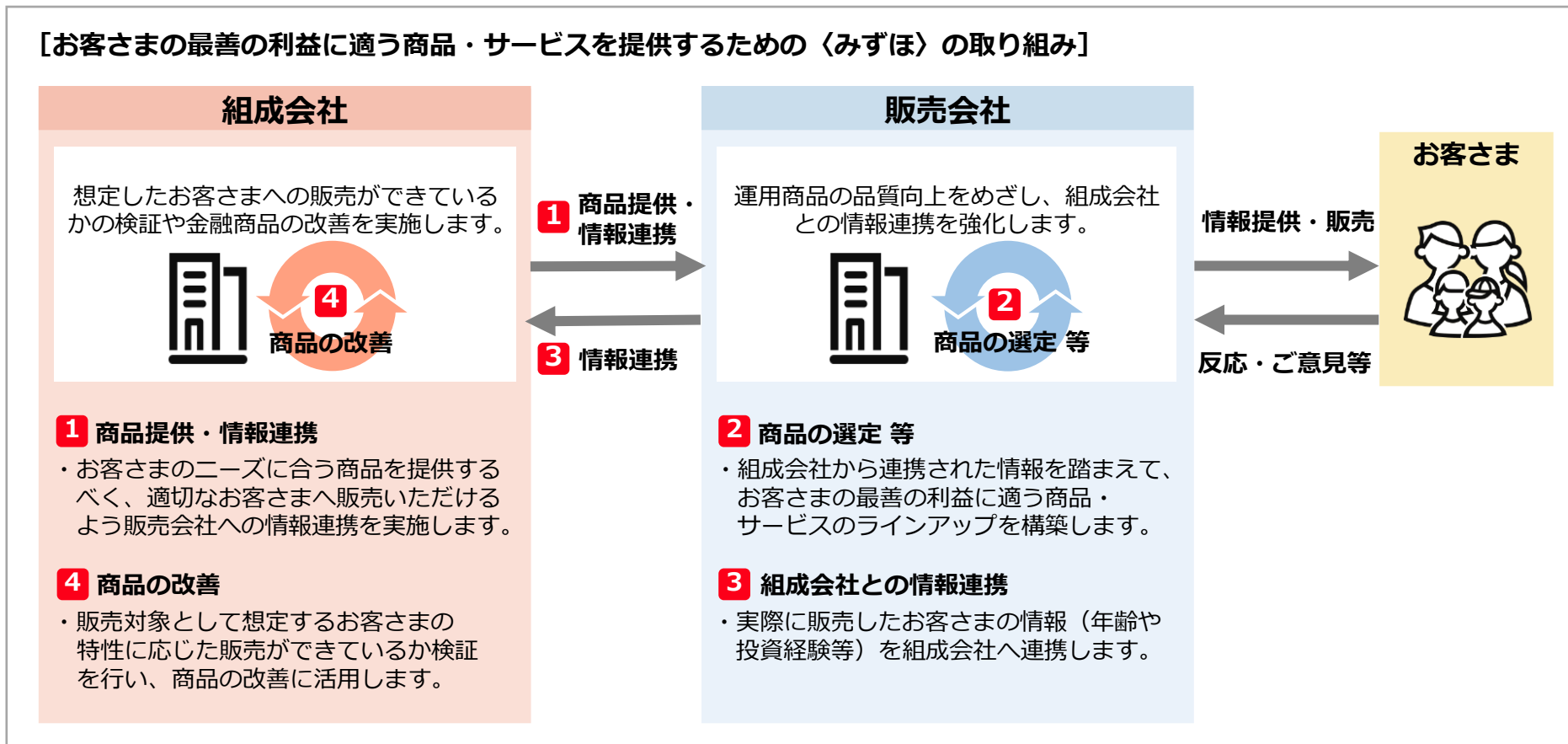
- ⑤ 外貨建保険の銘柄別コスト・リターン

「共通KPI」は、金融庁から公表された「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年6月）、「外貨建保険の販売会社における比較可能な共通KPIについて」（2022年1月）に基づく指標です。

トピックス：プロダクトガバナンス態勢の高度化

- お客さまの知識や投資経験、商品性や商品・サービスの仕組みの複雑さ、リスク等を考慮した金融商品（投資信託等）について、組成会社と販売会社で連携し、お客さまの最善の利益に適った商品・サービスを提供します。

【お客さまの最善の利益に適う商品・サービスを提供するための〈みずほ〉の取り組み】

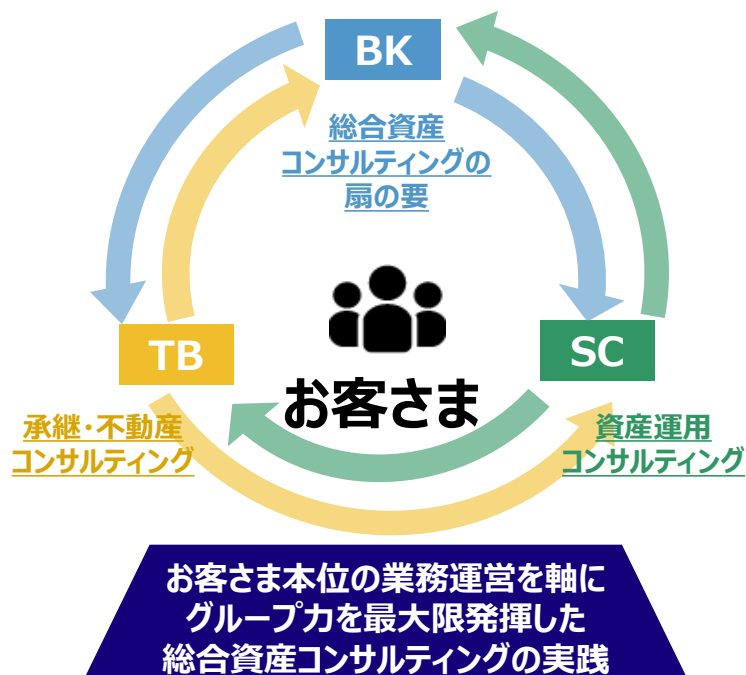


1. 〈みずほ〉のコンサルティング態勢

■ 主な取り組み

- お客さまからいただいた資産等の情報をベースに、ライフプランを共有させていただくことで、グループ各社の役割に応じたプロダクト・サービス、各社の強みを活かした総合的なコンサルティングを提供する態勢を構築しています。
- お客さまの**Goals**、すなわち一つには限らない夢や目標、想いを実現することを、〈みずほ〉はお手伝いしています。

グループ各社のリソースを生かした、グループ一体での総合資産コンサルティング
〈みずほ〉は、“日本の家計資産の健全化を促し、豊かさの増進に貢献”します



総合資産 コンサルティング態勢

- グループ一体となったポートフォリオ提案
- お客さまのご意向や資産の状況に応じた提案
- 次世代も含めた長期のリレーション構築
- 店舗を核としたマルチチャネルの活用

BK

- ライフデザインのパートナー
- グループの旗振り役

SC

- 資本市場・発行市場・プライベート領域も含めた高度な運用を提供

TB

- 次世代への承継、資産の活用策を提供

2. 投資信託の商品選定のプロセス

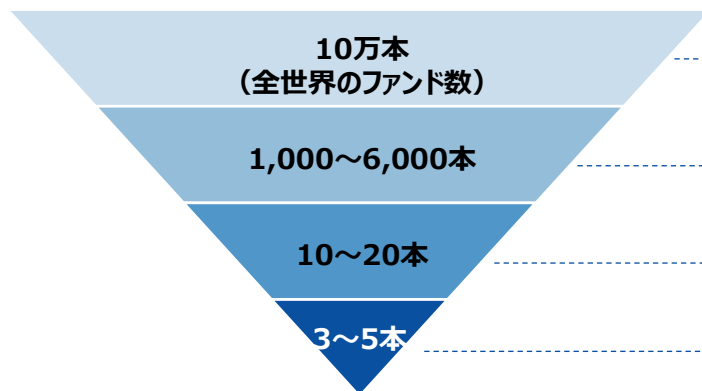
■ 主な取り組み

- 商品選定・モニタリングの高度化をグループ一体で図り、長期投資に資すると考えられるファンドをお客さまに提供します。
- ファンドの選定においては、自社グループ商品以外にも幅広くパフォーマンス分析や現地調査などの詳細調査を行い、「社会的責任」の観点（環境または社会のサステナビリティの促進に対する貢献度等）も考慮して選定しています。また、〈みずほ〉で取り扱うESG・SDGs等関連ファンドについては、お客さまへの説明責任を果たすため「欧州連合サステナブルファイナンス開示規則（第8条または第9条^{*2}）」もしくは左記に準じた情報開示水準の商品をラインアップします。

^{*2} 第8条とは、環境や社会的な特性を促進するファンド。第9条とは、サステナブル投資を目的とするファンド。

- 各グループ会社で採用を決定した投資信託は、各社ウェブサイトの投資信託ページでの新商品取り扱いのお知らせや店頭などを通じ、お客さまにご紹介しています。

選定プロセスのイメージ



定量・定性両方の観点から
1つのファンドに厳選

全世界のファンド数^{*3}

①対象カテゴリで絞り込み（「米国株式」など）

カテゴリーに該当するファンド

②パフォーマンスや資産規模などで絞り込み

運用状況が良好と考えられるファンド

③運用会社、チーム、プロセスに関する調査を開始

最終候補

④詳細調査（海外含む現地調査など）

新規導入予定ファンドを選定

各社それぞれが社内の承認を経て取り扱いを決定

^{*3} ファンドの格付け評価を手がけるモーニングスター社に登録されているファンドの総数

※上記のプロセスは2025年6月時点のものであり、今後予告なく変更する場合があります。

※2020年度から、みずほ証券がみずほ銀行・みずほ信託銀行の取り扱いファンドのデューデリジェンスやモニタリングを開始しました。

※上記はあくまでもイメージ図であり、絞り込んだファンドの類似ファンドを設定する場合や、実績がないファンドを採用する場合などもあります。

3. 投資信託のモニタリング・見直し

主な取り組み

- ・ 取り扱いファンドがお客さまの資産形成に資する商品かどうかを定性・定量の両面から継続的かつ多面的なモニタリングを実施し、結果を踏まえてお客さまへご提案する商品の絞り込み、対面で勧誘可能な商品の見直しを実施しています。
- ・ 同一指数に連動する対面取り扱いのインデックスファンドにつきまして、信託報酬率の合計を、グループで取り扱いのある商品のうち最も低い水準に統一しています。
- ・ 販売停止となる商品、償還する商品につきましては、各社のウェブサイト等でご確認いただけます。

取り扱いファンドのモニタリング

定性評価

運用者との面談などを通じて、運用会社の理念と強固なビジネス基盤、高い運用力を持続させるチーム体制、再現性を担保する運用プロセスを備えているかを評価

① 運用会社

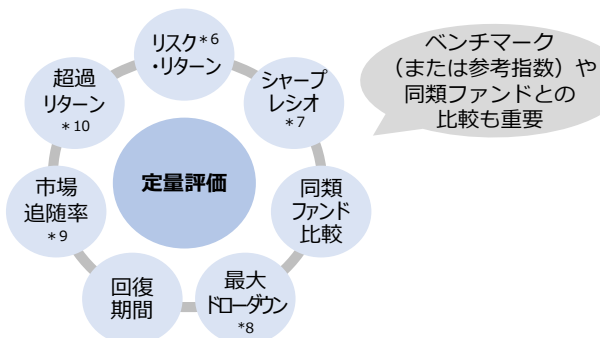
② 運用チーム

③ 運用プロセス

定量評価

過去の運用実績の数値を基に、ベンチマーク*⁴（または参考指数）および同類ファンド*⁵対比のパフォーマンスを重視しており、その市場の平均よりも優れた運用か、他のファンドより優位性があるかを評価

<定量評価の調査項目>

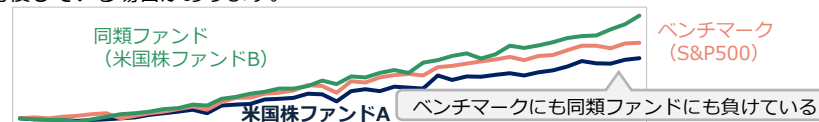


<ベンチマークや同類ファンドとの比較を重視する理由>

基準価額だけを見ると、パフォーマンスは良いように見えます。



しかし、ベンチマーク（または参考指数）や他の同類ファンドと比べると、劣後している場合があります。



*⁴ 運用の目安としている指数 *⁵ 同じカテゴリ分類に属するファンド群を指します。（グローバル株式ファンド、米国株式ファンド等） *⁶ リターンの振れ幅を示します。

*⁷ リターンを得るためにどの位のリスクを取っているかを示します。数値が大きいくほど運用効率が高いことを表します。 *⁸ 最高値からの最も大きい下落率を示します。

*⁹ ベンチマーク（または参考指数）の上昇/下落局面において、ファンドの基準価額がベンチマーク（または参考指数）対比でどの程度追随しているかを示します。

*¹⁰ 対象ファンドがベンチマーク（または参考指数）と比較してどの程度上回っている（下回っている）かを示します。

4. 生命保険の商品選定のプロセスおよびモニタリング・見直し

■ 主な取り組み

- 商品選定・モニタリングを通じて、保険商品が有する機能を活用することによって、「将来保障」や「死亡保障」といったお客さまの多様なニーズに応えられるよう商品ラインアップを構築しています。
- グループで取り扱いのある同一の保険商品については、販売手数料を統一しています。

保険商品に関するプロセス

導入時

- 市場環境やお客さまのニーズを踏まえ、商品コンセプトを検討。同種商品との総合的な比較を実施した上で、商品および保険会社を選定
- 年金額・保障額等の運用に参照指数を採用している商品については、その運用戦略の内容やバックテストを精査

市場環境分析・マーケティング
コンセプトの検討

マーケット環境や業界動向を踏まえ、保険会社と意見交換等を行い、
想定顧客やお客さまニーズを踏まえたマーケティングコンセプトを検討

商品コンセプトの検討

商品アイデアを抽出し、質の高い商品ラインアップの維持に向けた
商品コンセプトを検討・設定

商品・保険会社の選定

他の類似商品との総合的な比較を実施した上で、商品および保険会社を選定

導入後

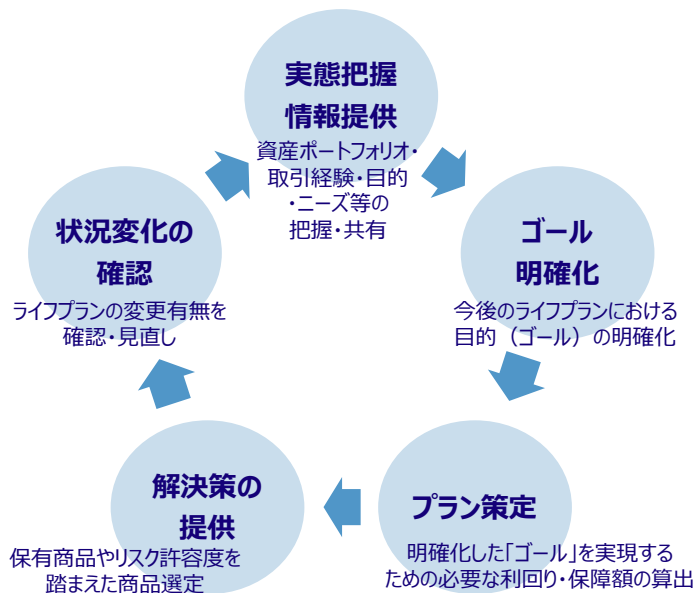
- 商品見直しの抽出基準に沿った定期的な商品検証や、お客さまに対する販売の適切性について検証し、将来の商品選定等に活用

5. コンサルティング（1）

■ 主な取り組み

- お客さまの現在の資産ポートフォリオや取引経験、目的や将来の夢等を伺い、複数の金融商品・サービスの中からお客さまのニーズにあった商品を、類似した商品や代替商品の内容（手数料を含む）と比較しながらご提案します。また複数の金融商品をパッケージとして販売する場合にも、そのパッケージがお客さまにとってふさわしいかに留意し、ご提案します。
- 複雑またはリスクの高い商品*のご提案時には、チェックシート等を用いて適切な提案ができているかチェックする体制としています。また、そのチェック項目については、適宜見直しをしています。

〈みずほ〉の総合資産コンサルティングフロー（Goals-based）



多様な商品ラインアップから最適な商品を的確に提案



*複雑またはリスクの高い商品における運営例

仕組債：原則、限定的な取り扱いとし、取り扱う場合、投資経験に関する要件など、厳格な運営を行っています
外貨建一時払保険：投資経験に関する要件や解約して再申込する場合の要件など、厳格な運営を行っています

5. コンサルティング（2）

総合資産コンサルティングの実践

- ・〈みずほ〉では、お客さま一人ひとりの夢や想い、目標をゴールとして設定の上、お客さまのニーズを正しく理解し、その実現に向けた解決策をご提供することに取り組んでいます。
 - －みずほ銀行では、お客さまの収入、資産、ご家族、ライフイベント等の各種情報や人生設計を基に将来のマネープランをシミュレーションできるツール「ライフデザイン・ナビゲーション」を導入し、モデルポートフォリオを参考とした資産の見直し等、お客さまの課題解決に向けた提案に活用しています。
 - －みずほ証券では、お客さまの保有する金融資産の状況を可視化し、現状ポートフォリオを説明した上で、資産の見直しのご提案を行うべく「保有資産レポート」「資産配分シミュレーション」を活用し、お客さまの課題解決に向けた提案に取り組んでいます。



人生100年時代のマネーナビ

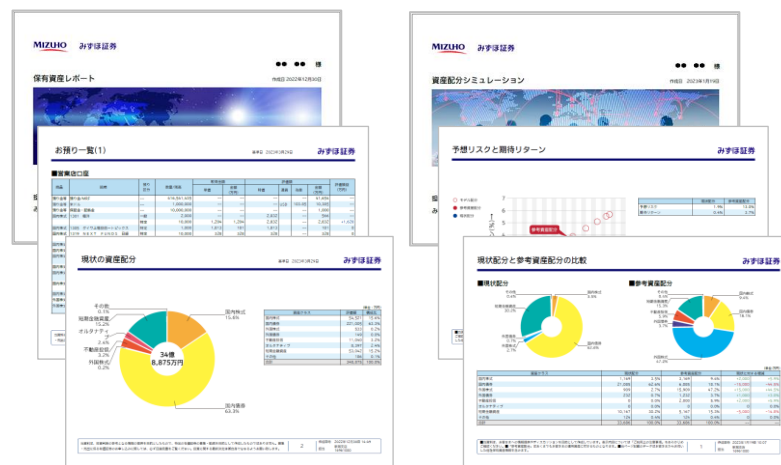
ライフデザイン・ナビゲーション

BK

[保有資産レポート]

[資産配分シミュレーション]

SC



5. コンサルティング (3)

ライフデザインの実現に向けたサポート～「貯蓄から資産形成」の促進への貢献～

- ・〈みずほ〉では、「資産所得倍増」に向けた挑戦を掲げ、お客さまのフィナンシャル・ウェルビーイング（経済的な安心感を持ち、人生を楽しむための選択ができる状態）と理想の未来の実現のため、資産形成における様々な支援を行っています。
- ・コンサルティングの際は、シミュレーションツール「ライフデザイン・ナビゲーション」を使用し、お客さま毎のマネープランを作成します。その中で活用できるNISA、iDeCo、積立投資信託・生命保険等の各種制度・商品のご案内を実施し、お客さまの将来の夢や想い、目標の実現に向けた金融サービスをご提供します。
- ・店頭のみならず、リモート、デジタル、ネット証券連携などお客さまのニーズに合わせたチャネルでのソリューション提供を行っています。

ライフデザインナビゲーション



資産形成チャシ



シミュレーションチャシ



オンライン金融商品仲介サービスチャシ



5. コンサルティング（4）

高度な資産運用コンサルティングの実践

- ・〈みずほ〉では、お客さま一人ひとりのニーズに合わせた運用資産ポートフォリオ構築に向け、豊富な商品ラインアップに加え、情報提供体制の拡充に取り組んでいます。
 - － みずほ証券では、引受業務の強みを活かしたプライマリー商品をはじめとする、総合証券ならではの豊富な商品をラインアップしています。
 - － 高いリサーチ力のもと、お客さまの投資判断に必要な情報を分かりやすく提供するとともに、充実した投資情報に基づき、専門性を活かしたコンサルティングを行っています。

[引受業務に関するみずほ証券のプレゼンス]

引受実績 [2024年4月1日～2025年3月31日]

国内公募債総合	国内SDGs債	IPO（新規公開株） 主幹事
(金額)	(金額)	(件数)
1 位	1 位	2 位
市場環境や発行体・投資家のニーズに対応した提案力により、業界No.1の引受額と評価を獲得しています。	マーケットの潮流に合わせた先進的・波及的な案件ストラクチャリングで、業界No.1の実績を誇ります。	ミドルキャップ／イノベーション企業の成長をサポートし、主幹事件数は業界トップクラスの実績を誇ります。
引受金額ベース、ローンチ日ベース サムライ債、地方債（主幹事方式）、優先出資証券を含み、証券化、ST債を除く （出所）Capital Eyeの情報を基に、みずほ証券にて作成	引受金額ベース、条件決定日ベース 自社債、証券化、ST債を除く （出所）Capital Eyeの情報を基に、みずほ証券にて作成	件数ベース、払込日ベース、REIT除く（出所）Capital Eyeの情報を基に、みずほ証券にて作成

[投資環境に関する分析力・豊富な情報提供]

マーケットレポート（株式/金利/為替/クレジット）



リサーチランキング

日経ヴェリタス
「第37回 人気アナリスト調査」会社別順位

日経ヴェリタス
「第30回 債券・為替アナリストエコノミスト
人気調査」会社・グループ別順位

3 位

出典：日経ヴェリタス 2025.2.23「人気アナリスト調査AI・インバウンド相場の行方を読む」
2025.3.27「人気アナリスト調査債券・クレジット・証券化部門」

5. コンサルティング（5）

承継コンサルティング

- お客さまの大切な資産とともに、ご家族への想いを未来につなげるため、お客さまの資産承継ニーズに様々な角度でお応えしています。

みずほ銀行 Dear Future



みずほ銀行では、資産承継に関する冊子を活用し、お客さまの「のこしたい」という想いに幅広くお応えしています。

みずほ信託銀行 取扱商品説明資料



みずほ信託銀行では、資産承継に関するお客さまのお悩みにお応えする商品・サービスをご用意しています。

みずほ証券 承継コンサルティングに関するウェブサイト



みずほ証券では、相続・贈与に関する専門的な知識を有するシニアコンサルタントを配置し、お客さまのニーズに対して、銀行・信託とも連携しながらお応えしています。

5. コンサルティング（6）

〈みずほ〉では、インターネット、タブレット端末等を活用して、お客さまに提供するサービスの高度化に取り組んでいます。

【インターネットでの資産形成サポートツール】

ライフデザイン・ナビゲーション

BK

- ・現在の収支状況やライフイベントを入力することで、未来に必要なお金を把握し、お客さまだけのマネープランの組み立てをウェブサイト上で無料でサポートします。
- ・インターネットバンキング(みずほダイレクト)と連携した場合、いつでも現在のお客さまの資産状況を確認することができます。



つみたて投資シミュレーター

SC

- ・月々の積立額や積立年数などの条件を指定して、つみたて投資のシミュレーションができるサービスを提供しています。



【タブレット端末によるご提案・お手続き】

BK

TB

- ・営業担当者がタブレット端末を利用して投資信託、保険等の商品や資産承継に係るご提案を実施しています。



- ・タブレット端末を利用して投資信託、保険等のお申し込みを受付し、ペーパーレス化を促進しています。



5. コンサルティング（7）

【リモート・ウェブを通じたサービスのご提供】

お客さまの利便性向上に向け、リモートやウェブ等を活用したサービス提供の拡充を図っています。

ライフデザイン・リモートサービス

SC



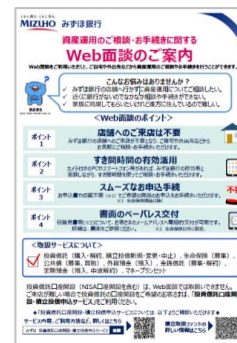
みずほ証券 ライフデザイン・リモートサービスに関するウェブサイト

リモートでコンサルティングを行う専任担当者を配置し、電話・メール・オンライン面談等を活用して以下のようなニーズに対応するサービスを提供

- ・ 勤め帰り・休日など、店舗の営業時間外に相談したい
- ・ スキマ時間にその時の状況に応じた方法で相談したい
- ・ ネットだけでは不安だから知識・経験のあるコンサルタントに相談したい

Web面談

BK



Web面談のご案内チラシ

ご自宅や会社などから資産運用のご相談やお手続きを行うことができる、Web面談のサービスを提供

投資信託の目論見書等については、お客さまのメールアドレスへ電磁的交付（書面のペーパーレス化）が可能

投資信託口座開設・積立投信申込サービス

BK



投資信託の口座開設から積立投資信託のお申し込みまでを、ノンストップで実現し、最短、申込日当日^{*11}で完了できるサービスを提供

^{*11} マイナンバーカードを用いた公的個人認証による申し込みかつ銀行営業日の12時00分までに完了した申し込み

6. 重要な情報の提供（1）

■ 主な取り組み

- ・〈みずほ〉は、お客さまが様々な商品を理解し他の商品等との諸条件を比較検討した上で、お客さまの投資経験等も考慮し、ニーズに合った商品を選択していただけるよう、商品の複雑さや内容の重要度に見合った、明確で誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供に努めています。
- ・グループ各社の取扱商品や商品ラインアップの考え方をご覧いただける「重要情報シート（金融事業者編）」をはじめ、複数の商品を横断的に比較できる「重要情報シート（個別商品編）」を順次公表しています。2024年10月には、ガイドライン^{*12}の改正を受け、外貨建一時払保険の「重要情報シート（個別商品編）」を改訂しました。
- ・お客さまによりわかりやすくご案内できるよう、「重要情報シート（個別商品編）」に商品性やパフォーマンスに関する図表の追加も順次行っています。

【重要情報シート（金融事業者編）】



主に初めてお取引いただくお客さまが金融事業者を選別する際の一助として、取扱商品、商品ラインアップの考え方、苦情・相談窓口が記載されています

【商品提案時にご説明している重要情報】

＜ご案内している事項の例＞

商品の目的や機能

想定される
お客さま層

販売を行う
商品の選定理由

基本的な利益
（リターン）とリスク

お客さまが
支払う費用

販売会社が
受け取る手数料

換金・解約の条件

利益相反の可能性

租税の概要
（NISA等への対象有無）

複数の商品で構成されている商品の
比較情報（個別購入の可否含む）

パンフレットや重要情報シート等を用いて分かりやすくご案内

複雑またはリスクの高い商品をご提案する場合には、パンフレット等を用いて上記の項目を分かりやすくお示しするほか、同種の商品の内容と比較しやすい個別資料を用いるなど、お客さまにご理解いただけるよう工夫を行っています

（例：ファンドラップをご提案する場合、ファンドラップが複数の商品を組み合わせていること、ただし組み合わせている商品がファンドラップ専用の商品のため、個別に購入できないこと等）

^{*12} 一般社団法人生命保険協会が作成する「金融機関代理店における重要情報シート作成ガイドライン」

6. 重要な情報の提供（2）

〔重要情報シート（個別商品編）を用いたお客さまへのご説明〕

- 重要情報シート（個別商品編）は、お客さまがご希望された場合や、重要情報シートによりお客さまの理解が深まると考えられる場合に加え、状況に応じて、お客さまへお渡ししてご説明しています。
- 共通の情報提供フォームを用いることで、複数の商品を横断的に比較し、お客さまの理解が深まるよう努めています。

〔商品概要や商品比較に関するお客さまへのご説明〕

- 各商品の概要を一覧で比較してお示しすること等により、目的に合った商品をお選びいただけるよう努めています。
- みずほ銀行では、目的に沿った商品選択となるようリスク・リターンイメージ図を商品比較説明資料に掲載しています。
- みずほ証券では、各商品の特徴や主なメリット・デメリットを記載した「Dear Life」を活用しています。

〔重要情報シート（個別商品編）〕

〔みずほ銀行 商品比較説明資料〕

〔みずほ証券 Dear Life〕



7. 手数料に関する情報提供

主な取り組み

- 〈みずほ〉は、投資信託・一時払保険・特約付き外貨定期預金等をご購入および保有していただく際に「ご提供するサービス」の対価として、各種手数料をいただいています。また保険商品など、お客さまにご負担いただく費用とは別に金融商品の提供会社から販売代理店手数料等を受け取る場合があります。
- お客さまがニーズに沿った商品を選択できるよう、これらの手数料に関する情報提供を進めており、契約締結前交付書面や目論見書その他、各種パンフレット・重要情報シート等を通じ、商品のご提供に際して分かりやすくご説明を行うよう努めています。例えば、類似した内容の商品についても、対面・非対面の方法や選択する通貨・コース等によって手数料が異なる場合、その理由とともに手数料の内容を商品パンフレット、契約締結前交付書面などを通じて分かりやすくお示しし、説明しています。

【投資信託の手数料イメージ】

購入時手数料

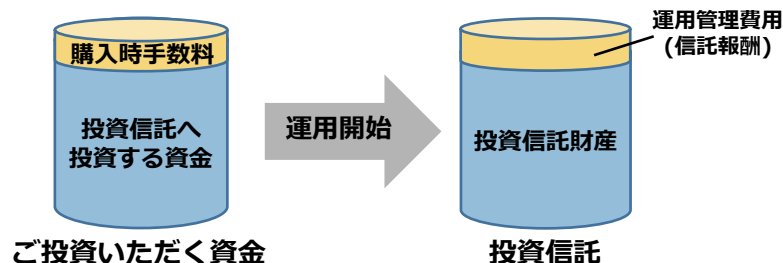
支払先 **販売会社**

投資信託を購入する際に販売会社に対して、一度にご負担いただくものです。

運用管理費用(信託報酬)

支払先 **販売会社** **委託会社(運用会社)** **受託会社**

あらかじめ定められた報酬率で日々計算され、投資信託財産から支払われます。また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。



【ご提供するサービスとお客さまにご負担いただく手数料】

取引段階	手数料		ご提供するサービス例*15
	投資信託	一時払保険	
ご購入時	購入時手数料	代理店手数料*14	◆ お客さまがニーズに合った商品を選択し、適切な投資運用のご判断ができるようなマーケット等に関する情報の提供
保有時	運用管理費用*13		◆ お客さまの投資に関するご経験・目的、金融資産等を確認の上、投資リスクも踏まえてお客さまの視点に立ち、ニーズに合った適切な商品の提案および、重要事項の分かりやすい説明 ◆ 商品販売（契約）に関する事務手続
			◆ お客さまを取り巻く環境の変化や運用状況等を踏まえ、継続的に適切な投資判断に役立つ情報の提供 ◆ <投資信託の場合> 運用報告書など各種書類のご送付、分配金・償還金のお支払い、解約手続など

*13 〈みずほ〉が販売会社としてお客さまにご負担いただく手数料を指しており、投資信託に関してお客さまにご負担いただく手数料は上記に限られません。手数料・費用の詳細は、投資信託説明書（交付目論見書）や契約締結前交付書面（目論見書補完書面含む）にてご確認ください。

*14 一時払保険においては、保険の手数料は保険会社から販売代理店に支払われるものであり、代理店手数料の多寡がお客さまのご負担額に直接影響を与えるものではありません。

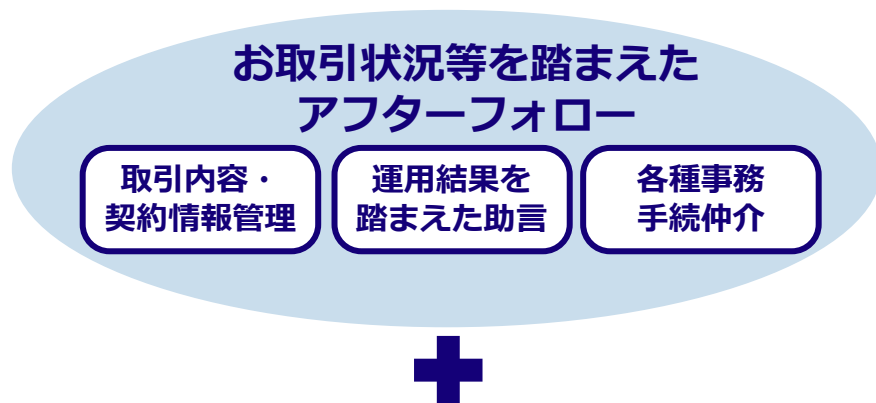
*15 上記は「ご提供するサービス例」として掲載するものですので、全てのお客さまに当てはまるものとは限りません。

8. アフターフォロー・モニタリング

お客さまに合わせたアフターフォロー体制

〈みずほ〉では、お客さまのお取引状況等を踏まえ、情報提供等を目的としたアフターフォローに加え、相場・市場動向の急変時や個々の事情に応じたアフターフォローを丁寧を実施するため、各社（BK、TB、SC）でルールを制定し、グループ各社と連携し実践しています。

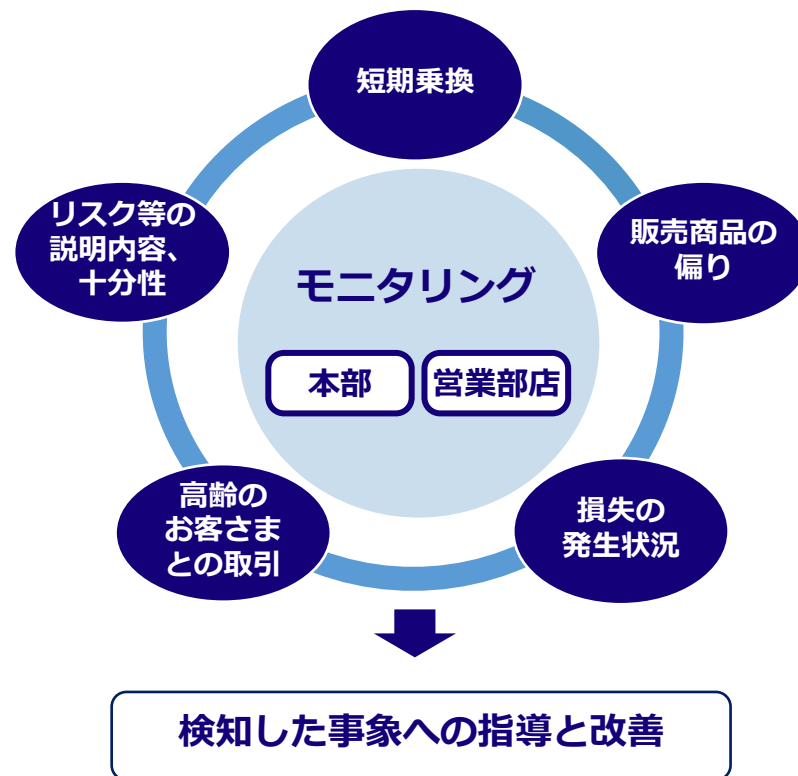
（例：BKでは、SCに紹介したお客さまについて、紹介後も日々のお客さまとの接点の中で、お客さまの資産状況やご意向の変化を確認しています）



- 商品ごとに設定した頻度、および損失発生等一定の事象が発生した場合に、保有資産の内容・状況、マーケット近況および今後の見通し等について分かりやすくお知らせ
- 高齢のお客さまに対しては、よりきめ細かな継続的なフォローを実施

ポイントを絞った体系的なモニタリング

〈みずほ〉では、お客さまに適した金融商品・サービスのご案内・販売等が行えているか等の観点から、対面営業を中心に、本部・営業部店双方でモニタリングを実施し、検知した事象への指導と改善を徹底しています。



9. 高齢のお客さまへの対応

■ 主な取り組み

- ・ 高齢のお客さまへの対応につきましては、投資運用商品の販売ルールを含めグループベースで適時適切な対応を実践する態勢を構築しています。
- ・ また、お客さまへのアフターフォローや定期的なモニタリングの結果等を通じ、適切性について検証・見直しを行っています。

【投資運用商品の販売ルール（概要）】

	75歳以上のお客さま	85歳以上のお客さま
ご提案可能な商品	■ 商品を限定してご提案しています	■ 原則、〈みずほ〉からご提案いたしません ■ ご家族の同席が可能なお客さま向けに商品を限定してご提案しています
役席者等による確認	■ 役席者が事前の面談や注文の受付(※)を行っています ※注文の受付は80歳以上のお客さま	■ 約定の確認は、お申出の状況等により、受注をした営業担当者以外や役席者からご連絡する場合があります
ご家族の同席	■ 提案をさせていただく場合、ご家族の同席をお願いしています (同席が困難な場合、ご家族の方に、お電話で確認させていただく場合もございます)	
その他 (75歳未満のお客さまにも該当します)	■ 以下に該当するお客さまへの取引勧誘は 禁止 しています ✓ ①特別養護老人ホーム（介護老人福祉施設）②介護老人保健施設③介護療養型医療施設（後継機能となる介護医療院を含む）に入居中のお客さま ✓ ヘルパーや親族からの情報により、認知症等の罹患が疑われるお客さま	■ 以下に該当するお客さまへの取引勧誘は 自粛 しています ✓ 訪問介護を受けているお客さま ✓ 入院中のお客さま（判断力低下に伴う入院） ✓ 加療中（治療薬等の服用）で判断力低下など、以前との違いが見受けられるお客さま

10. 情報コンテンツ・セミナー（1）

■ 主な取り組み

- ・〈みずほ〉では、ウェブサイト上に資産形成や資産運用を学ぶことができるコンテンツをご用意しています。また、店舗やオンラインでセミナーを開催し、お客さまに様々な情報を提供しています。
- ・投資を始めたい方や投資の知識を深めたい方に役立つ投資情報をお届けするウェブサイト「MONEY VOYAGE（マネー・ボヤージュ）」を提供しており、“ともに旅する、投資の世界”をコンセプトに様々な記事を掲載しています。

【主な情報コンテンツ】

- ・ 人生を支えるお金のあれこれ、知っていますか？
「人生100年時代」を楽しむための、おかねの知識を学ぶコラム記事を用意しています。

BK



- ・ 大切な資産を増やし、守るためには正しい知識を身に付け、お金と上手に付き合っていくことが大切です。
- ・ 「人生100年時代」を豊かに賢く生きるための資産形成・資産運用セミナーを開催しています。

BK

お金の専門家と、一緒に学びましょう。



- ・ 投資を始めたい方や投資の知識を深めたい方に役立つ投資情報を発信しています。

SC

ともに旅する、投資の世界

MONEY VOYAGE

by みずほ証券

10. 情報コンテンツ・セミナー（2）

【主な情報コンテンツ】

みずほ証券 市況・投信情報お知らせサービス



みずほ証券ネット倶楽部会員向けに
LINEまたはメールで市況・投信情報を提供

- ✓【市況情報お知らせ】（1日3回）
東京株式市場（前引け・大引け）NY株式市場の
マーケット情報を毎日決まった時間にお知らせ
- ✓【投信情報お知らせ】（最大20銘柄まで）
登録したファンドの「基準価額」や「分配金」等の
情報を定期的にお知らせ



YouTube みずほ証券公式チャンネル



- ✓ みずほ証券のマーケットストラテジストが投資情報を配信
- ✓ 「みずほ証券ネット倶楽部」の使い方動画を提供

11. 人材育成（1）

■ 主な取り組み

- ・〈みずほ〉では、社内研修に加え、役員から営業担当者向けに継続的にメッセージを発信することで、お客さま本位の業務運営の意識定着化に取り組んでいます。
- ・加えて、各担当者の知識・スキルと総合資産コンサルティングの実践状況の見える化と個々へのフィードバックを通じて、徹底したお客さま目線の追求と専門性の向上に取り組んでいます。

〔役員メッセージ〕

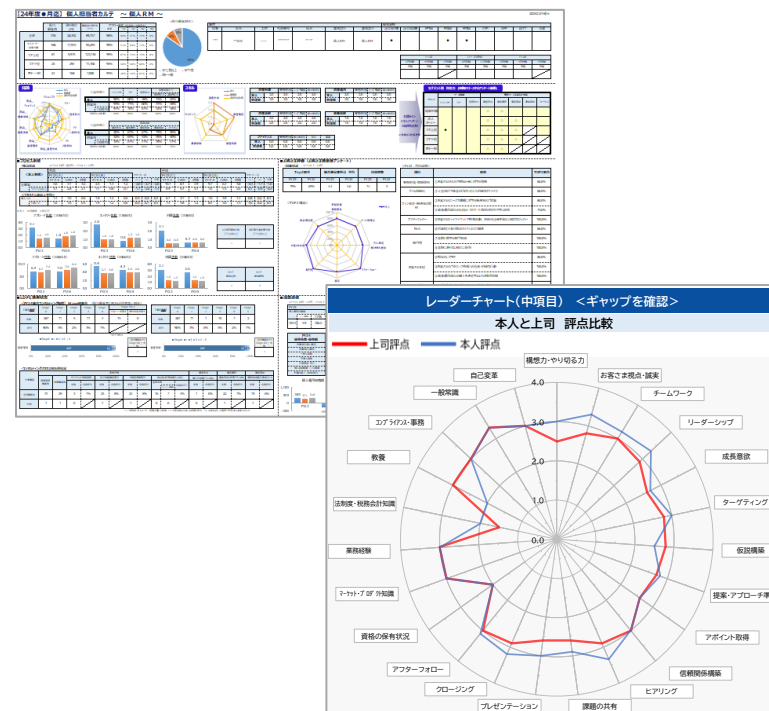
発信内容のイメージ



定着化のサイクル



〔担当者の実践状況の見える化〕



11. 人材育成（2）

■ 主な取り組み

- ・ 〈みずほ〉では、資格取得等による高度な専門知識の習得が、「お客さまの最善の利益の追求」に向けた総合的なコンサルティングの提供・実践に必要と考えています。
 - － 個々の知識・スキルレベルに応じた研修プログラムの構築により、営業担当者の質の向上に努めています。
 - － お客さまへの的確なコンサルティングを通じてお客さま本位の業務運営を実践し、高い支持をいただいた営業担当者をクライアントファーストマイスター（CFM）に認定、ウェブサイト公表しています。

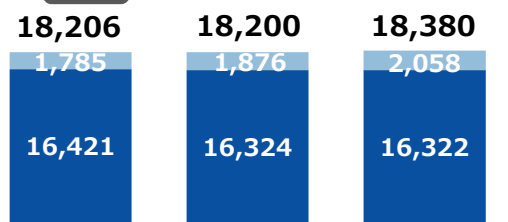
【研修体制】

- ・ お客さまの多様なニーズに対して、適切なサービスの提供が行えるよう、グループ各社の役割に応じた枠組みを構築しています。

【主な研修プログラム】

- BK** 幅広いネットワークと専門性を活かし、多様なニーズへの対応力を高める知識・スキル習得を目指すプログラム
- TB** 承継に対する高い専門性を備え、コンサルティング機能発揮に資する知識の習得と実践力強化に向けたプログラム
- SC** 技量と倫理観を磨き、お客さまに付加価値の高いコンサルティング提供するためのプログラム

KPI 資格保有者数（人）*16



2022年度 2023年度 2024年度

*16 淡色：FP1級相当：FP1級、CFP® / 濃色：FP2級相当：FP2級、AFP



FP1級・CFP・証券アナリスト(2次) いずれかの保有者専用バッジ

専用のバッジを配付することで、各営業担当者の取り組みを見える化

クライアントファーストマイスターによる取り組み



- － グループ横断の座談会や各種研修プログラムへの登壇を通じて、お客さま応対において模範となる営業担当者像やノウハウなどを伝播

（認定式）



（ノウハウ共有会）

CFM認定者による
グループ横断での座談会
（オンライン配信）

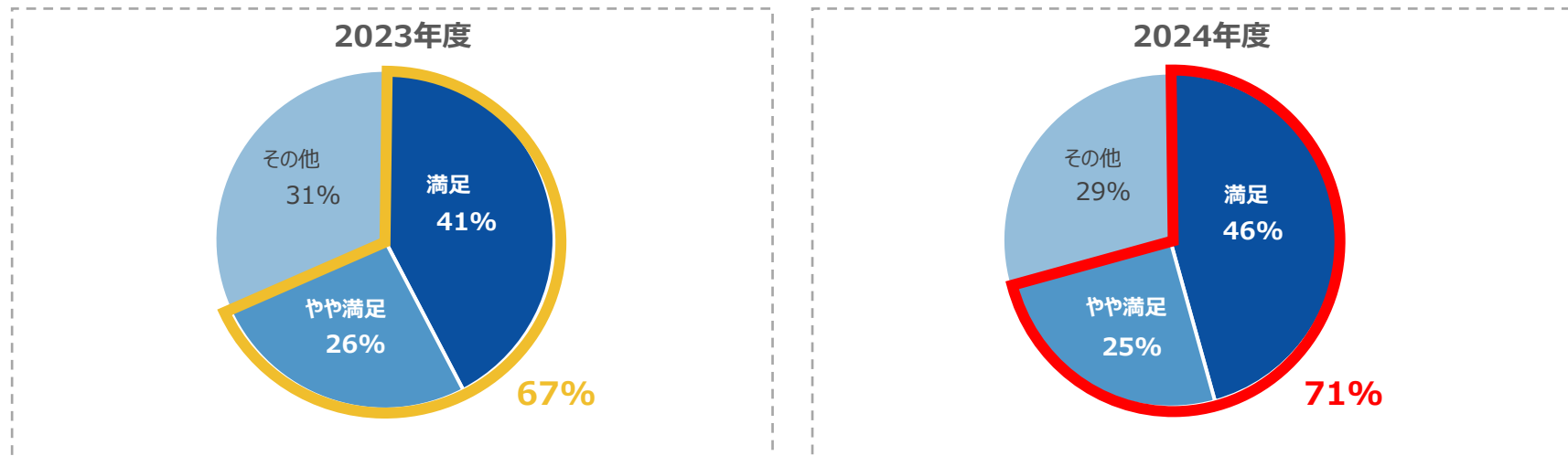


12. 第三者評価（お客さまからの評価）

■ 主な取り組み

- ・〈みずほ〉では、従来から行っている各種満足度調査のほか、資産運用関連業務におけるお客さまの満足度を把握するため、お客さま本位の業務運営の实践状況に関する満足度調査を継続的に実施しています。
- ・「人生設計や資金の目的に応じた的確なアドバイス」・「資産運用商品の仕組み・リスク・手数料の分かりやすい説明」・「お客さまのご照会・ご依頼事項への迅速・的確な行動」などの個別の項目に関する満足度も伺っており、調査結果は各種商品・サービスやご提案方法の更なるレベルアップに活用しています。
- ・引き続き、グループの総合力を発揮し、各種情報提供・アフターフォロー等を通じた総合資産コンサルティングを進めるとともに、お客さまの声を活用した商品・サービス改善への取り組みを通じ、お客さま満足の上昇に努めていきます。

KPI お客さま満足度調査*17



*17 BK、TB、SCで実施したお客さま満足度調査結果の総和（BK、TBは担当者に対する総合満足度、SCは取引全般に対する総合満足度の調査結果）

12. 第三者評価（その他外部評価）

〈みずほ〉では、お客さま本位の業務運営に関して外部評価会社等から高い評価を受けています。

〔「顧客中心主義経営」の実現〕

✓「CRMベストプラクティス賞」受賞

- 一般社団法人CRM協議会*18が「顧客中心主義経営の実現をめざし、戦略、オペレーション、組織の観点から顧客との関係を構築し、その成果をあげている企業・官公庁・団体」を表彰する「CRMベストプラクティス賞」を複数回受賞（みずほ銀行は直近3年連続受賞）



〔お客さま「対応品質」の向上 ～コールセンター～〕

✓「HDI問合せ窓口格付け」「HDI Webサポート格付け」認証を取得

- HDI-Japanが、顧客の視点からパフォーマンスとクオリティを評価する「HDI問合せ窓口格付け」「HDI Webサポート格付け」において、「三つ星評価」を複数回受賞（みずほ銀行では直近6年連続、みずほ証券では直近9年連続受賞）
- また、みずほ証券では、HDIサポートセンター国際認定スタンダードに基づき、内外ともに認められる真のビジネスに貢献できるセンターとして「五つ星認証」も取得（直近4年連続取得）



✓「COPC®CX規格Contact Center版」認証を取得

- 米国 COPC 社より、コンタクトセンター業務において、パフォーマンスの優秀な組織のみが得られる国際基準の品質保証規格（COPC規格*19）を取得



*18 一般社団法人CRM協議会は、2009年10月1日に発足し、ユーザー、ベンダー、アカデミーらが協力しながら、日本における「顧客中心主義経営」<Customer Centric Relationship Management(CCRM)>のあるべき姿を研究・追求し、これを推進すべく、2000年4月より発足していたCRM協議会の活動を引き継いでいるオープンでノンプロフィットの会員組織です。

*19 COPC規格は、コンタクトセンター等の顧客接点業務において、非常に高いお客さま満足と、それを実現するための体系的な運営が実現できている組織のみに提供される、世界75か国・1600社以上で採用されているグローバル基準の品質保証規格です。お客さまへのサービス提供の迅速性や正確性、業務運営の効率性等を指標化し、高いレベルで達成・維持することができた組織に対して、米国COPC社より認証されるものです

13. 投資運用商品の残高等

- 投資運用商品の預り資産残高については、NISAやiDeCo等を契機とする「貯蓄から資産形成へ」の盛り上がりもあり、新たな資産形成ニーズに対するコンサルティングの実践等を通じて、前年度末対比増加の30.3兆円となりました。
- BK・SCの資産形成層に対する「長期」「分散」「継続」を軸とした総合資産コンサルティングの実践に加え、プロモーションやウェブ等を活用したセミナーの実施、非対面チャネルを通じたサービス提供等の拡充を通じ、投資信託の平均保有期間は、業界全体と比較して長くなっており、商品保有者数は着実に増加しています。

[KPI] 投資運用商品の預り資産残高（兆円）^{*20}
（内 株式投信残高 ^{*21}）



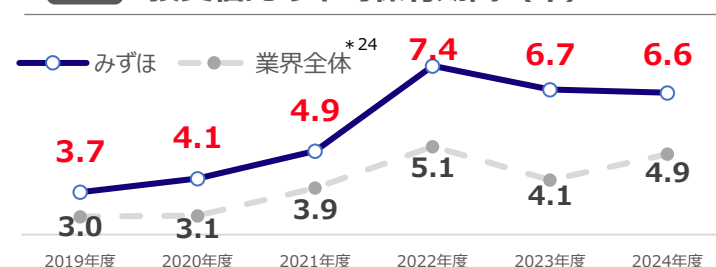
BK・SCの資産形成層向け商品保有者数（万人）^{*23}



投資運用商品の純増額（億円）^{*22}



[KPI] 投資信託の平均保有期間（年）



^{*20} 投資運用商品保有者数（KPI）は、2022年度228万人、2023年度229万人、2024年度230万人です（みずほ証券での残高1万円未満のMRF（マネーリザーブファンド）を除く）

^{*21} ファンドラップ専用投信除く

^{*22} 個人のみ資産管理会社を含まない

^{*23} 資産形成層向け商品保有者数は、BK・SCでの平準払保険、個人型年金、積立投信、公社債投信、ミリオンの延べ保有者

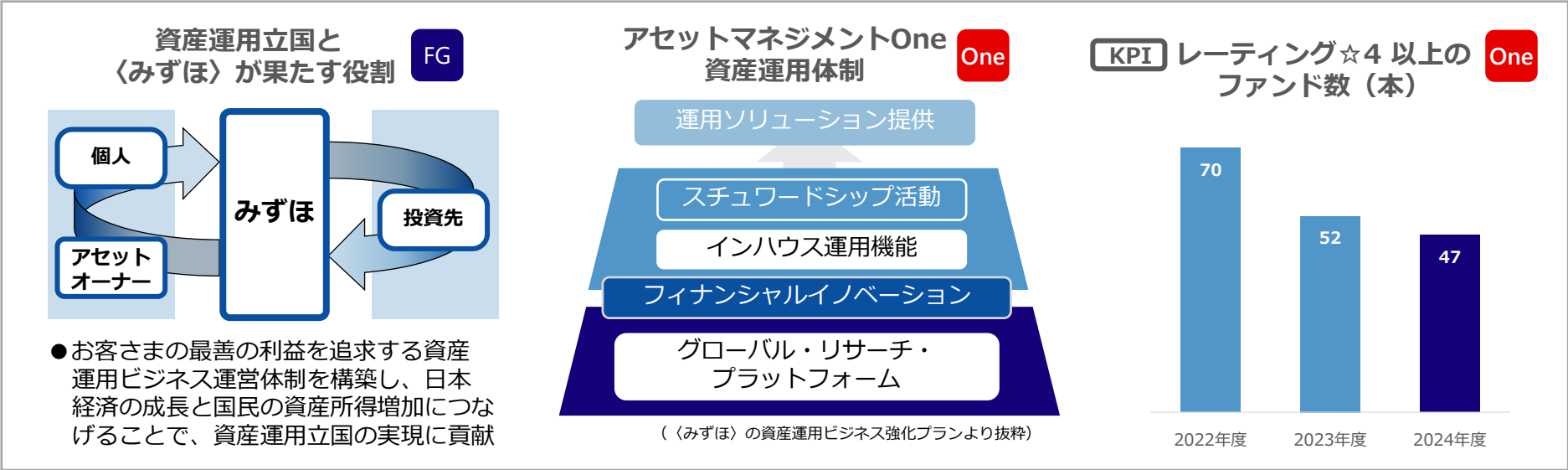
^{*24} 業界平均値は一般社団法人投資信託協会の公表データより作成

1. 運用の高度化（1）

■ 主な取り組み

■ 運用力の強化

- 2023年12月に政府が公表した「資産運用立国実現プラン」を受け、「〈みずほ〉の資産運用ビジネス強化プラン」を策定・公表し、運用力の強化、ガバナンス改善・体制強化等の取り組みを実施しています。
(URL) https://www.mizuho-fg.co.jp/release/20240118release_jp.html
- アセットマネジメントOneでは、専門人材の発掘・育成、運用体制の強化を実施し、パフォーマンス向上に努めています。
- また、「Fundmark」*25におけるレーティング☆4以上のファンド数をKPIとしてモニタリングしています。2024年度は、海外株式のカテゴリ本数が伸長した一方、マーケット局面の影響等を受け、合計47本となりました。



*25

Fundmarkは、株式会社野村総合研究所が提供する投資信託のパフォーマンス評価レポートです。株式会社野村総合研究所が独自の調査に基づき、運用方針や運用実態に沿って投資信託の分類（Fundmark分類：約300分類）を行っています。同一分類内において、投資信託のパフォーマンスを相対的に評価し、順位（ランキング）や☆印による5段階の評価（レーティング）を発表しています。

Fundmarkは、あくまで過去のデータを分析したものであり、将来のパフォーマンスを保証するものではありません。Fundmarkは、投資判断・資産運用の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。Fundmarkのいかなる部分も、その著作権、知的財産その他一切の権利は、株式会社野村総合研究所またはその許諾者に帰属しており、電子的方法または機械的方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製、引用、転載または転送等を行うことを禁止します。株式会社野村総合研究所の資料をもとにみずほフィナンシャルグループが作成しています。



1. 運用の高度化（2）

■ 主な取り組み

〈みずほ〉は責任ある投資への取り組みとして、ESG等の要素を適切に考慮し、投資先企業の持続可能性や企業価値向上を促すことがお客さまの中長期的な投資リターンの拡大に寄与し、社会の持続可能な発展につながると考えています。

■ エンゲージメント活動の充実

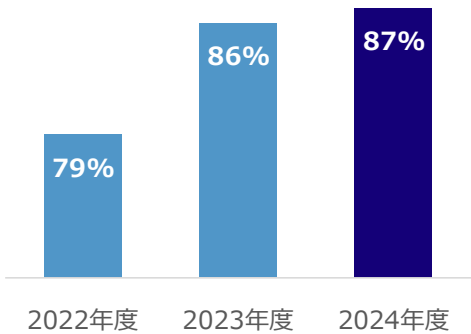
- ・ アセットマネジメントOneは、中長期的な企業価値向上と市場全体の底上げをめざし、実効性を重視した投資先企業へのエンゲージメントを実施しています。2024年4月にリサーチとエンゲージメントを担う部署を統合し、リサーチ・エンゲージメントグループを発足させ、企業価値向上に向けたリサーチと対話機能を強化しています。

■ マテリアリティ・マップの策定

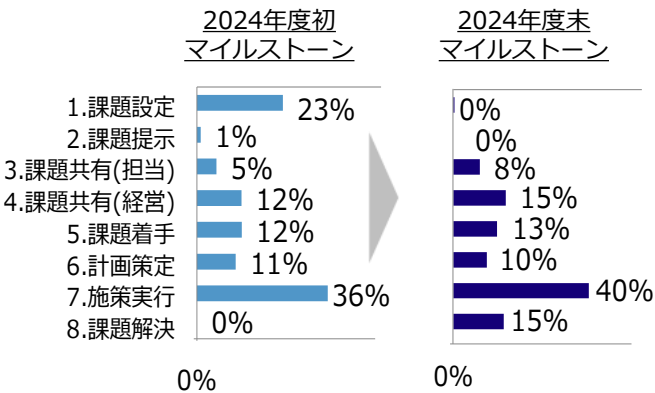
- ・ アセットマネジメントOneは、グローバルな環境・社会の重要な課題を理解するために、独自のマテリアリティマップを策定し環境や社会情勢の変化を踏まえ、随時更新をしています。特に重要なものをコア・マテリアリティとして設定し、エンゲージメント活動や投資判断に反映するほか、幅広い事業活動に適用しています。

（ご参考）アセットマネジメントOneサステナビリティレポート2024
https://www.am-one.co.jp/img/company/47/sustainability_report_j2024.pdf

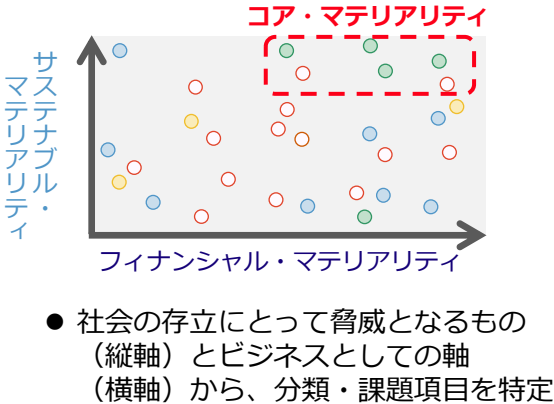
[KPI] エンゲージメント活動先の
TOPIX構成比率



[エンゲージメントの成果]



[マテリアリティ・マップ イメージ図]



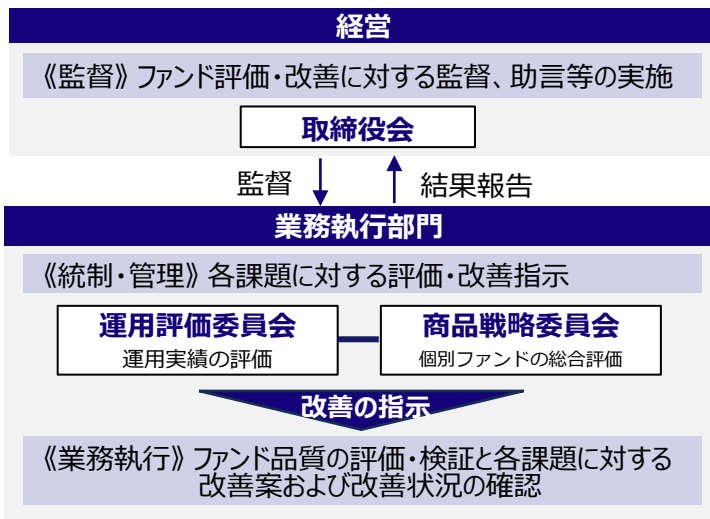
2. 運用プロダクツの開発・改善（1）

■ 主な取り組み

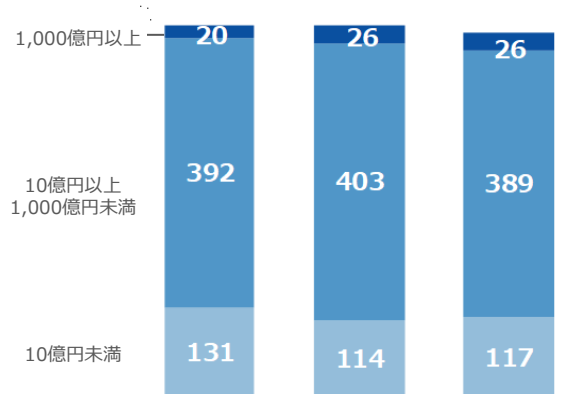
■ プロダクトガバナンス

- ・ アセットマネジメントOneは、お客さまに最高水準の商品・サービスを提供するため、「プロダクトガバナンスに関する方針」を策定・公表しました。良質なファンドを設定し、ファンド品質の維持・向上を図ります。
(URL) <https://www.am-one.co.jp/company/product-governance/#p01>
- ・ また、パフォーマンスや商品性などファンド品質を判定する基準を明確化し、多角的・継続的評価・検証しています。運用実績上位のファンドについてはさらなる向上を、課題が見つかったファンドについては、改善案を立案・実行し品質改善を図ります。結果については「アセットマネジメントOne ファンド評価レポート」を通じて、定期的に公表します。
(URL) https://www.am-one.co.jp/img/company/58/fundreviewreport_202503.pdf

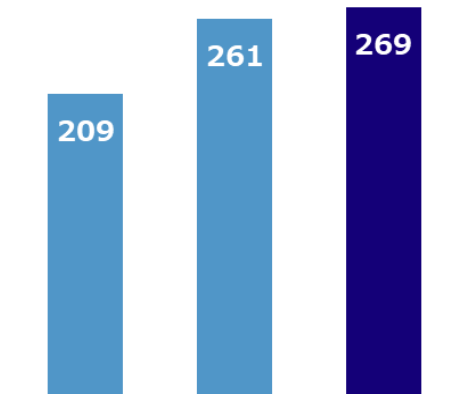
【ファンド品質管理体制】



【KPI】公募投信残高別ファンド数（本）



【KPI】公募投信1ファンド当たり平均残高（億円）



2. 運用プロダクツの開発・改善（2）

■ 主な取り組み

- アセットマネジメントOneにおける多様なお客さまのニーズに応える商品開発
 - ・ 長期の私的年金運用商品である新型ターゲット・イヤー・ファンドの新規設定をしました。また、サウジアラビア株式市場に投資するETFの設定や、非上場企業にも投資を行うクロスオーバー投資戦略の自社運用を開始し、お客さまの成長市場へのアクセスが可能になりました。
- みずほ証券におけるファンドラップのサービス向上に向けた不断の取り組み
 - ・ ファンドラップの中長期的な期待リターンへの達成に向け、定量・定性両面での運用プロセスを改善しました。
 - ・ お客さま毎のゴールに即したアドバイスを提供するため、ご契約時やコンサルティングの際にお伺いしたゴールの達成状況や将来のシミュレーションをタブレット端末等で提示できるようにしました。

【2024年新規設定ファンド例*26】 One

ウェリントン・トータル・リターン 債券ファンド



One ETF FTSE・ サウジアラビア・インデックス



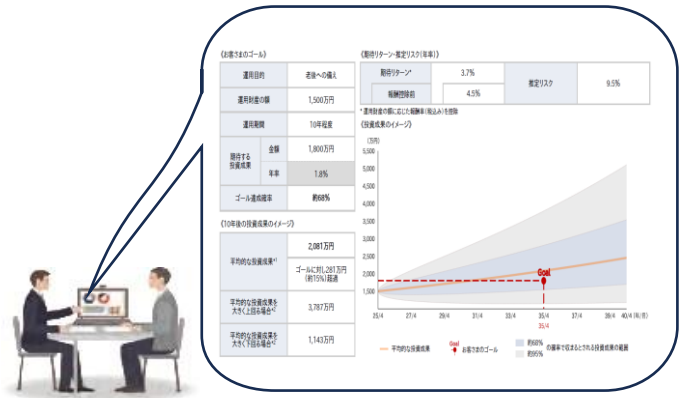
みずほサステナブルファンドシリーズ

LO・サーキュラー・エコノミー

ロベコ・スマート・エネルギー



【ゴールベース・コンサルティングレポート】 SC



- コンサルティングの場で、お客さまとタブレットを用いてゴールの実現をめざした対話が可能。

* 26 本資料は情報提供を目的とするものであり、投資家に対する投資勧誘を目的としたものではありません。

3. 運用報酬・手数料の分かりやすい情報提供

■ 主な取り組み

■ 運用報酬・手数料の表示

- ・アセットマネジメントOneでは、交付目論見書や運用報告書で手数料その他の費用の詳細を公表しています。
- ・また、お客さまの投資判断のお役に立つ情報を提供するため、ウェブサイトにおいて「公募投信の信託報酬の決定に関する考え方について」を公表しています。
(URL) <https://www.am-one.co.jp/company/trustfees/>
- ・ファンドラップを取り扱うみずほ証券では、パンフレット等において、お客さまにご負担いただく投資一任報酬（手数料）の対価として提供するサービスを「資産運用」「コンサルティング」「ラップ口座の管理」にわけて記載するとともに、それぞれの報酬率（手数料率）の内訳を、図表を用いてわかりやすく説明しています。
- ・さらに、パンフレット等において、『Mizuho Fund Wrap』と『みずほファンドラップ ファーストステップ』の投資一任報酬の料率（手数料率）を比較しやすいように列記しています。

【<公募投信> 手数料に関するご説明資料】 One

委託者報酬の主な変動要因について

No.	要素	具体的内容	低い ← 運用報酬率の傾向 → 高い
1		投資対象国・地域	国内 海外先進国 海外新興国
2		投資対象資産の種類	国債 社債 株式 (REIT含む)
3		投資対象国数・資産数	少ない 多い
4	運用の難易度 — 投資情報の入手 — 必要な分析力 — 売買の難易度、など	運用手法（※1）	インデックス運用 アクティブ運用 （絶対収益型運用）
5		資産配分	固定的 機動的
6		情報入手の難易度	容易 困難
7	運用報告負担 — 事務コスト、など	基準価額の算出 適定開示書類等の作成	商品による格差は小さい

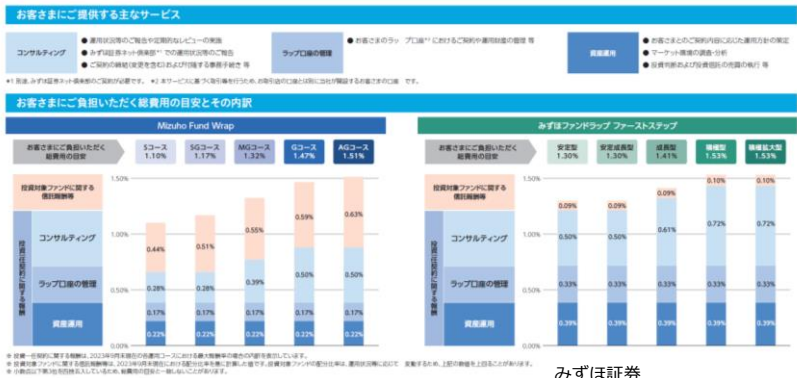
※1 インデックス運用：市場平均を表す指数（日経平均など）と同程度の運用収益を目指す運用手法
アクティブ運用：市場平均を上回る運用収益を目指す運用手法
絶対収益型運用：市場動向に拘わらず投資資産の増加を目指す運用手法

※ 上記は一般的な変動要因を示したものであり、必ずしも当てはまらない場合があります。

アセットマネジメントOne
「公募投信の信託報酬の決定に関する考え方について」より抜粋

【<ファンドラップ> 投資一任報酬(手数料)に関するご説明資料】 SC

ご負担いただく投資一任報酬（手数料）



4. 情報提供やサービスの充実

■ 主な取り組み

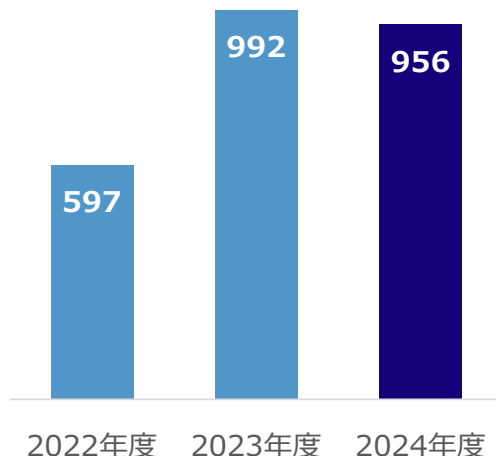
■ お客さまの立場に立った情報提供やサービスの充実

- ・ アセットマネジメントOneは、お客さまの立場に立った情報・サービス提供を行う観点から、ウェブサイトの資産形成コンテンツの充実、SNSやオンラインセミナー開催を通じた情報提供に努めています。
- ・ さらに網羅性かつ分かりやすさを意識した資料、情報提供の拡充にも努めています。主力商品の運用に関する具体的な内容について、お客さまが理解できるように平易な説明を追求しています。

■ 想定するお客さま属性の表示

- ・ お客さまにあった商品提供ができるよう、アセットマネジメントOneでは商品ごとにお客さま属性を想定し、重要情報シートに特定・公表しています。

[KPI] ウェブサイト閲覧数（万回）



[SNSに関する取組事例]



- 2023年新設のYouTubeチャンネルや2024年新設のXアカウントにて商品・ファンドマネジャーの話を幅広い世代へわかりやすく提供

[運用商品に関するコンテンツ例]



- 担当ファンドマネジャーが自ら運用理念・状況を解説したデジタルブック、動画をウェブサイトに掲載

5. ガバナンス態勢

主な取り組み

■ガバナンス態勢の構築・機能の発揮

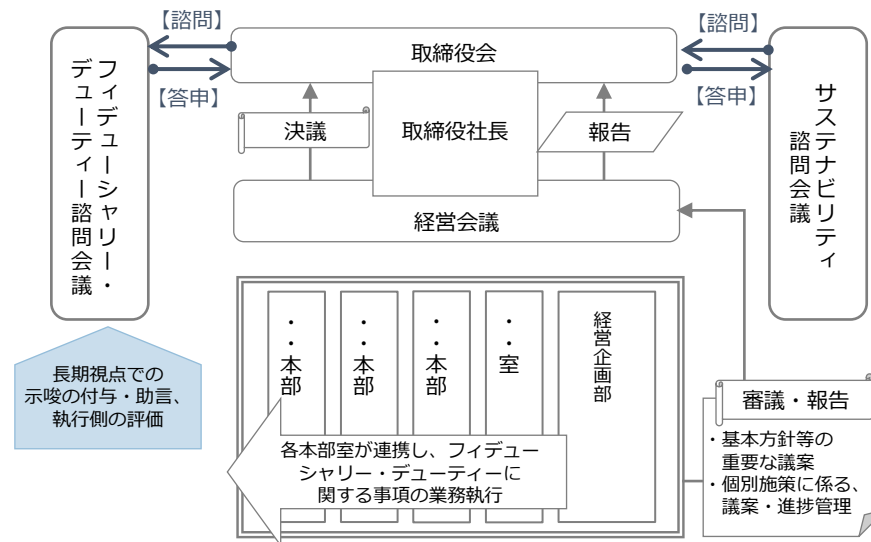
- ・アセットマネジメントOneでは、取締役会、監査等委員会、経営会議および経営政策委員会、さらに2024年4月に指名・報酬諮問委員会を設置しガバナンスを強化、グループ会社との適切な経営の独立性の確保・維持に努めています。
- ・またフィデューシャリー・デューティー諮問会議を設置することで、外部有識者からお客さまの視点に立った提言・助言を受け、取締役会によるガバナンスを強化し、お客さまの最善の利益を追求します。

[アセットマネジメントOne 組織体制]



(URL) アセットマネジメントOne 組織図
<https://www.am-one.co.jp/company/organization/>

[フィデューシャリー・デューティー推進体制]



(URL) アセットマネジメントOne フィデューシャリー・デューティー 諮問会議の設置について
https://www.am-one.co.jp/pdf/news/277/220401_AMOne_newsrelease_J2.pdf

6. 第三者評価

■ 主な取り組み

■ 第三者による高い評価

- ・ ファンドアワードでは、合計26ファンドがアワードを受賞しました。
「R&I ファンド大賞2025」では、運用力に強みのある国内株式を投資対象とするファンドを中心に合計17本が受賞し、「LSEG リッパー・ファンド・アワード・ジャパン2025」では、9本が最優秀ファンド賞を受賞しています。
- ・ 投信会社満足度調査は、総合評価7位となりました。商品開発・情報提供体制を強化し、お客さまの資産形成に資する商品・サービスの提供とパフォーマンス向上に継続して努めてまいります。



*27 ファンドアワード受賞ファンド数：運用主体が、AM-One・TBに該当するもの。出所：リフィニティブ・リッパー、R&I

*28 R&Iファンド大賞2025 (URL) https://www.r-i.co.jp/investment/fund_award/index.html
「R&Iファンド大賞」は、R&Iが信頼し得ると判断した過去のデータに基づく参考情報（ただし、その正確性及び完全性につきR&Iが保証するものではありません）の提供を目的としており、特定商品の購入、売却、保有を推奨、又は将来のパフォーマンスを保証するものではありません。当大賞は、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第299条第1項第28号に規定されるその他業務（信用格付業以外の業務であり、かつ、関連業務以外の業務）です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置が法令上要請されています。当大賞に関する著作権等の知的財産権その他一切の権利はR&Iに帰属しており、無断複製・転載等を禁じます。

*29 LSEG リッパー・ファンド・アワード・ジャパン2025(URL) https://www.lseg.com/content/dam/data-analytics/ja_jp/documents/lipper-fund-awards/2025/lseg-lfa-2025-japan-mf-winners-list.pdf
LSEG リッパー・ファンド・アワードは毎年、多くのファンドのリスク調整後リターンを比較し、評価期間中のパフォーマンスが一貫して優れているファンドと運用会社を表彰いたします。選定に際しては、「Lipper Leader Rating（リッパー・リーダー・レーティング）システム」の中の「コンシスタント・リターン（収益一貫性）」を用い、評価期間3年、5年、10年でリスク調整後のパフォーマンスを測定いたします。評価対象となる分類ごとに、コンシスタント・リターンが最も高いファンドにLSEG リッパー・ファンド・アワードが贈られます。詳しい情報は、lipperfundawards.com をご覧ください。LSEG Lipper は、本資料に含まれるデータの正確性・信頼性を確保するよう合理的な努力をしていますが、それらの正確性については保証しません。

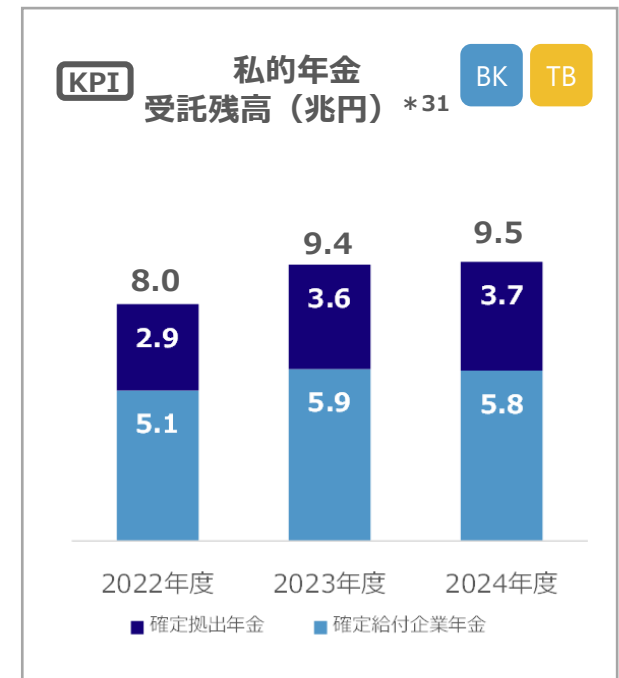
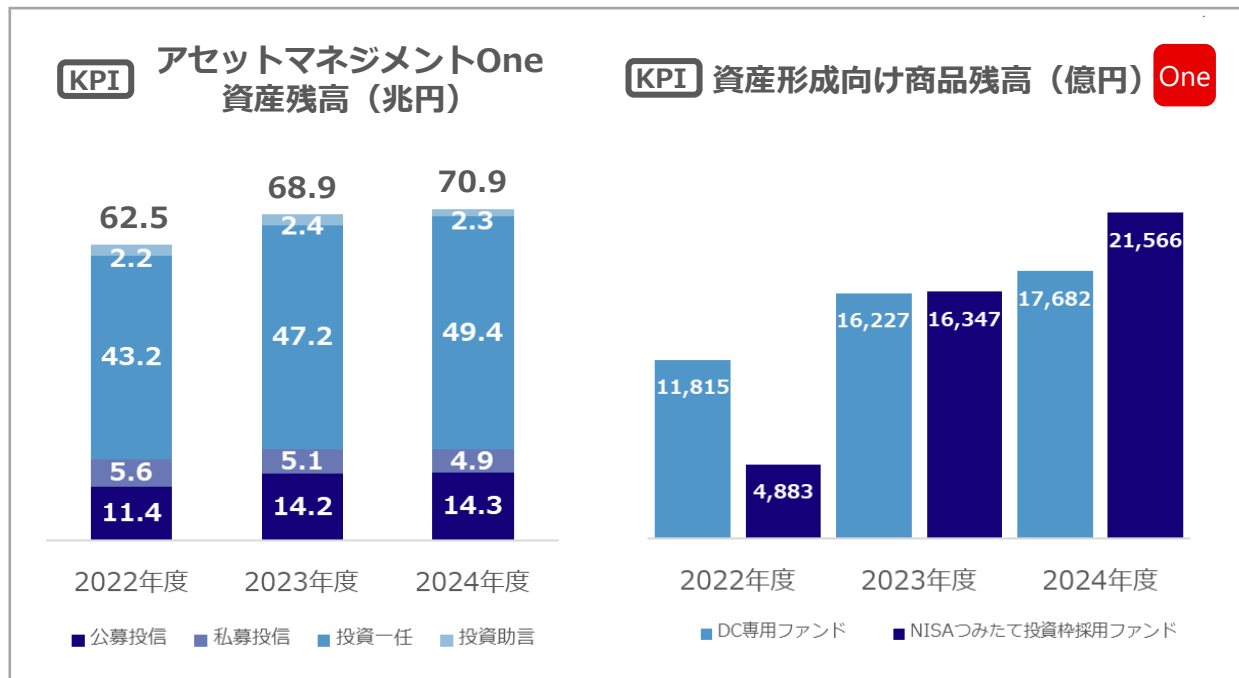
*30 投信会社満足度調査 順位：格付投資情報センター（R&I）「ファンド情報」390号、417号、443号よりみずほフィナンシャルグループが作成しています。

7. 運用資産残高

■ 主な取り組み

■ 各社の運用資産残高

- ・ アセットマネジメントOneの資産残高は内外株式ファンドの設定に取り組むほか、年金基金向けラインアップ拡充により投資一任残高が増加したことにより、70.9兆円となりました。
- ・ みずほ銀行を始めとしたDC運営管理機関と連携したDC加入者の理解促進や、たわらノーロードシリーズの商品ラインアップ拡充等により資金流入は拡大し、アセットマネジメントOneの資産形成向け商品残高は大幅に増加しました。
- ・ 私的年金受託残高は、総合的なコンサルティング提案により新規取引・追加信託を継続的に受託し、9.5兆円に増加しました。資産規模・リスク許容度に応じた持続的な年金制度の実現に向け、制度運営・運用の両面でサポートしてまいります。



*31 確定拠出年金はBKが運営管理機関を担っているプランの資産残高、確定給付企業年金はTBが受託する年金信託等の資産残高の合計

1. 資産管理サービス提供体制の強化等

■ 主な取り組み

■ 資産管理サービス提供体制の強化

みずほ信託銀行では、業務委託先の日本カストディ銀行とも連携をしながら、行員向け教育研修や長期のトレーニー制度を通じた人材交流や行員向け教育研修を通じ、資産管理業務を担う専門人材の育成、営業担当者の知識拡充を図り、サービス提供体制強化に取り組んでいます。

■ サービス品質の向上と新規サービスの開発

業務委託先の日本カストディ銀行と連携の上、お客さまニーズに合致したサービス提供・事務サービス品質向上に取り組み、資産運用の基盤強化・拡充に貢献しています。

■ 資産管理報酬の分かりやすい情報提供

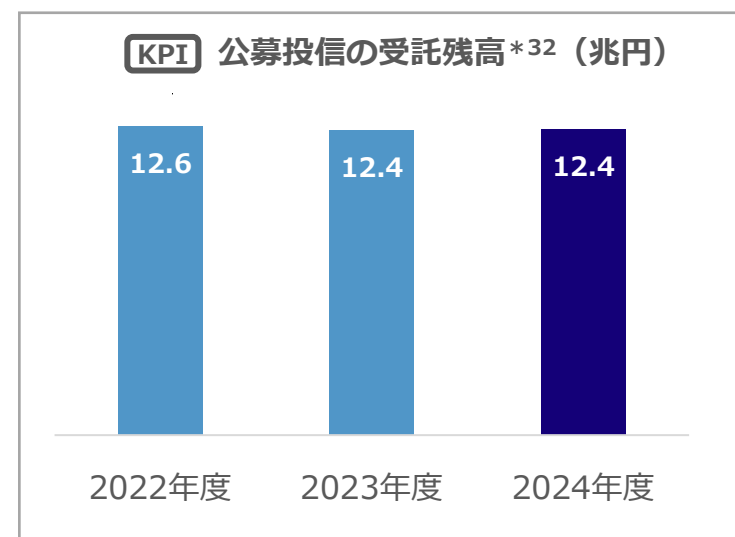
運用会社において作成される交付目論見書や運用報告書等を通じて手数料を公表しています。

■ 情報提供サービス

運用会社に国内・海外の規制動向、市場関連の情報発信やセミナー開催等を通じて、資産運用を支える情報提供に継続的に取り組んでいます。

■ 公募投信の受託残高

2025年3月末現在の公募投信受託残高は12.4兆円となりました。



*32 公募投信の各年度における元本ベース残高

1. 部店運営・評価

■ 主な取り組み

- 「お客さま本位の業務運営実践によるお客さま満足（信頼）と、その結果としての安定的な成長」をコンセプトに部店運営・評価を実施しています。
- これまで以上にお客さま目線を追求し、業績偏重とならないよう、各部店がお客さまへの付加価値提供に向けた取り組みなどをアクションプランとして策定し、その達成状況を絶対評価する運営（部店経営計画を軸とした運営）としています。
- なお、社内での業績を優先するあまりお客さまの利益を度外視した営業推進といった、お客さま本位の業務運営に反する行為等を防止する観点から、このような行為が発覚した場合は厳しい措置をとる仕組みを構築しています。

〔2025年度の部店運営〕

部店経営計画の策定

- 部店運営方針を前提に、ビジネス上の重点戦略も踏まえ、アクションプランを策定

策定項目	内容
部店運営方針	お客さまを起点とした使命/役割、めざすべき姿、部店運営において大切にしたい価値観、等
付加価値提供 専門性向上	- お客さまへの付加価値提供への取り組み - スキルアップ/専門性向上、人材育成への取り組み
組織貢献 組織活性化	- 組織の成長へ向けた取り組み - 職員の働きがいや生産性向上へ向けた取り組み
お客さま評価 ビジネスとしての成果	- お客さま評価向上に向けた取り組み - 中長期的な目線も含めた成果

アクションプラン

成果評価

- 部店経営計画の達成状況を絶対評価
- 「付加価値提供/専門性向上」「組織貢献/組織活性化」「お客さま評価/ビジネスとしての成果」を等価で評価

2. 報酬等の合理性と利益相反管理

■ 主な取り組み

■ 報酬等の合理性

- ・ グループ各社は、事業者として発生費用に見合った報酬・手数料水準を設定するという視点だけではなく、**お客さまに提供する商品・サービスの内容に合致した合理的な報酬・手数料水準を設定するためのルール等を整備**し、商品の投資対象等の差異に基づく役務提供の対価の妥当性を検証のうえ、商品ごとの報酬・手数料水準の差異の合理性を確認するなどの対応を実施しています。
- ・ 持株会社は、グループ各社がルール等に則った運営を実施していることを確認しています。

■ 利益相反管理

- ・ 当社グループは、お客さまとの取引に関して、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、**利益相反のおそれがある取引を類型化したうえで、それぞれのケースについて管理手法を定め、利益相反の適切な管理に努めています。**
- ・ また、こうした対応の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、利益相反管理の有効性・適切性を検証したうえで、その**検証結果を踏まえて継続的な改善に努めています。**

利益相反取引の特定・類型化の例	管理方法の例
➢ 当社グループが、グループ内の運用会社から提供を受けた投資信託等を販売する場合 ➢ 当社グループが投資信託等の販売に伴って、当該投資信託等の提供会社から委託手数料等を受け取る場合 等	➢ お客さまのニーズに適う商品導入・改廃プロセスとするため、商品提供会社と販売会社との間の独立性を適切に確保 ➢ 運用部門の投資判断プロセスの独立性にかかるモニタリングを実施 ➢ グループ内の運用会社から商品提供を受ける場合には、戦略の優位性やパフォーマンスを確認し、より慎重に妥当性および合理性を検証 ➢ 手数料水準については、グループ外他社手数料との比較や、当該商品の販売に際して必要とされるコンサルティングのレベル等を踏まえ、客観的かつ合理的に設定されていることを確認 等

管理対象となる取引の類型および管理方法について、「利益相反管理方針の概要」をグループ各社のウェブサイトにて公表しています。
(持株会社ウェブサイトのURL) <https://www.mizuho-fg.co.jp/coi/index.html>

3. 企業文化の定着等 (1)

■ 主な取り組み

■ 企業文化の定着

- ・〈みずほ〉では、社内研修や役員によるメッセージの発信等を通じて、すべての役員と職員がお客さま本位の業務運営遵守の意識を共有し、実践を行う企業文化の定着を図っています。
- ・また、定期的な社内アンケートの実施等を通じて、お客さま本位の業務運営遵守の意識の定着状況等について検証・評価しています。

■ 取り組みのご紹介

- ・〈みずほ〉のお客さま本位の業務運営の取り組みについて定期的に取り組状況を公表していることに加え、より分かりやすくお伝えするためにFGのウェブサイトにもマンガを掲載する等の取り組みを行っています。

[企業文化の定着に向けた主な取り組み]

① お客さま本位の業務運営の理解・徹底

- ・社内研修や役員によるメッセージ発信の実施
- ・職員に対する各種事例の還元

② お客さま本位の業務運営の実践への評価

- ・お客さま評価向上に向けた取り組みを部店経営計画で策定 (P42)
- ・「クライアントファースト マイスター」認定 (P28)

③ お客さま本位の業務運営の意識の定着状況等の検証・評価

- ・社内アンケートの実施

[マンガで知ろう! 〈みずほ〉のFD]



マンガで知ろう! 〈みずほ〉のFD

(URL) <https://www.mizuhofg.co.jp/company/policy/fiduciary/manga/>

[取り組みの見える化ツール]

〈みずほ〉のお客さま本位の業務運営に関する取り組みをコンパクトにご案内するツールとして、リーフレットを制定しました。

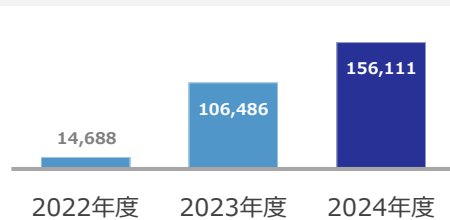


3. 企業文化の定着等 (2)

■ 主な取り組み

- ・〈みずほ〉では、「貯蓄から投資・資産形成」を金融リテラシー向上の観点から後押しするため、長年にわたり金融経済教育に注力しています。
- ・金融に関する実務知識・ノウハウを活かし、子供・学生向け授業や社会人向けセミナー等、グループ一体となって幅広い世代に対して取り組みを実施しています。
- ・2024年度は、FGウェブサイト授業のお申込フォームを新設するとともに、全国の支店や本部に授業を行える社員を講師に配置し、授業の受け入れ体制を強化しました。

KPI 金融経済教育受講者数 (人)



※ 子供・学生向け授業に加え、2023年度より社会人向けセミナーを計上

授業・セミナーの実施

子供や学生向けは、職場見学や出張授業、寄付講義を、社会人向けは、セミナーやイベントを実施。

また新しい取り組みとして、未来ある若者が闇バイトに加担しないようにという強い思いを持つ社員の発案により、金融犯罪対策の担当部署を中心に開発したオリジナル教材による授業を実施。



専門組織の活動

アセマネOneでは金融経済教育を推進する「未来をはぐくむ研究所」が特色ある調査研究や対外発信を実施。

- ・ 外部有識者とともに、日米職域の金融経済教育に関する調査分析を対外公表
- ・ キッザニア オンラインカレッジにて「投資の大切さを伝える」ポスターコンクールを開催



コンテンツ開発・監修

〔空想金融教室プロジェクト〕

身近な昔話を題材に金融経済を分かりやすく楽しみながら学んでもらえる教材として、空想科学研究所と共同で制作するデジタルコンテンツ。コンテンツの一部については、お客さまと共に教材を創作。掲載コンテンツを活用した出張授業も実施。



〔幼児向け教材の監修〕

(株)Gakkenが出版する幼児向けお金ワーク『お金の使い方と大切さがわかる おかねのれんしゅうちょう 改訂新版』『お金の計算と買い物得意になるおかねのれんしゅうちょう おかいもの編改訂新版』を監修。



〔ポシェットプラス〕

小学生と親と一緒に楽しくお金との付き合い方を学べるお金のかけこアプリ「ポシェットプラス」を開発。みずほとセガGの金融とエンタメノウハウを融合、日常生活で役立つ知恵を身に付けられる。



〔デジタル教材の開発〕

中等教育において、経済産業省が推進する、デジタル教材開発事業（STEAMライブラリー）の一環として、早稲田大学とともに開発した教材をオンラインで無償公開。金融機関では初の取り組み。



▶▶ お客さま本位の実践に向けた対応の十分性の評価・検証を通じたPDCAを実現するため、より骨太なアクションプランを策定

販売

総合資産コンサルティングの実践に向けた態勢強化

- より実効的なコンサルティング態勢構築に向けたチャネル体制見直し
- 知識・スキルの可視化状況等を踏まえた、組織/個の力底上げ
- お客さま本位の業務運営の実践・定着に向けた評価制度・マネジメントのあり方の継続検討
- 組成会社との連携強化をはじめとしたプロダクトガバナンス態勢の強化
- 複数のグループ会社で取引いただいているお客さまに対するグループ会社間の情報共有態勢の継続フォローアップ、高度化検討

お客さま本位の業務運営の実践・浸透の更なる促進

- 研修等を通じた重層的な啓蒙・伝播

運用・商品開発

プロダクトガバナンス態勢の定着とお客さまニーズを捉えた商品開発

- 「プロダクトガバナンスに関する補充原則」（金融庁2024.9.26公表）を踏まえ、プロダクトガバナンスにかかるPDCA態勢の定着・浸透を実行。特に販売会社との情報連携・検討体制の確立・円滑な運用を遂行
- アセットクラス・チャネルごとのラインアップを精査し、お客さまニーズを捉えた競争力のある商品をタイムリーに開発・提供

情報提供やサービスの充実

- お客さまが求める情報を量・質両面で充実、年金のお客さまにはニーズを捉えた業界動向・制度・運用・事務に関するコンサルティング提供を強化

運用の高度化

- 各ファンドのパフォーマンスモニタリングやパフォーマンス改善に向けた施策のフォロー等、PDCA運営の遂行
- 再現性と競争力のあるパフォーマンス実現に向けた運用体制の強化

資産管理

資産管理サービス提供体制の強化

- 事務・システム基盤の拡充、人材育成等の取り組みを継続

サービス品質の向上と新規サービスの開発

- CSアンケート結果を踏まえたデリバティブ・低流動性資産取引等の実務運営の高度化等により顧客満足度向上に向けた取り組みを継続

お客さまへの分かりやすい情報提供の高度化

- 運用会社向けのタイムリーな情報提供を継続

グループ管理方針

お客さま本位の業務運営の実践に向けた実効的なPDCA管理の推進

- お客さま本位の業務運営部会を活用した、課題に対する現状評価と迅速な対応方針を策定・修正

お客さま本位の業務運営の一層の浸透・定着

- 社内アンケートや各種調査の結果等を踏まえ、お客さま本位の業務運営の実践・定着に向けた打ち手を検討・実行

商品・サービスの改善に向けた取り組み

- 各種モニタリング等を踏まえリスクベースで対象商品を選定し、深度ある商品・サービスの導入後検証を継続的に実施

プロダクトガバナンス態勢の高度化に向けたフォローアップ

- 製販連携等のプロダクトガバナンス態勢高度化に向け、お客さま本位の業務運営部会等で各機能の取組状況のフォローアップを行い、課題に対する現状評価と迅速な対応方針の策定・修正を実行

「顧客本位の業務運営に関する原則」 との紐付け

➤ 「顧客本位の業務運営に関する原則」*³³の原則2～7および「プロダクトガバナンスに関する補充原則」の項目ごとに、取り組みや関連情報を記載したページは以下の通りです。

顧客本位の業務運営に関する原則		該当ページ
原則2	顧客の最善の利益の追求（（注）含む）	4～7、27～35、39～42、44、45
原則3	利益相反の適切な管理（（注）含む）	43
原則4	手数料等の明確化	22、36、41
原則5	重要な情報の分かりやすい提供（（注1～5）含む）	20～23、29、37
原則6	顧客にふさわしいサービスの提供（（注1～7）含む）	8～19、23、24、25～28、29～31、37、39、40、41、44、45
原則7	従業員に対する適切な動機づけの枠組み等（（注）含む）	27、28、42、44、45

プロダクトガバナンスに関する補充原則		該当ページ
補充原則1	基本理念	34
補充原則2	体制整備（（注1～2）含む）	34、38、39
補充原則3	金融商品の組成時の対応（（注1～3）含む）	8、35
補充原則4	金融商品の組成後の対応（（注1～3）含む）	8、34
補充原則5	顧客に対する分かりやすい情報提供（（注1～2）含む）	36、37

*³³ 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（URL）<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>