

**フィデューシャリー・デューティーに関する2021年度アクションプランの取組状況
および2022年度アクションプランの公表について**

株式会社みずほフィナンシャルグループ（執行役社長：木原 正裕、以下「当社」）は、『くみずほ』の企業理念』において、すべての役員と社員が共有すべき価値観・行動軸として「お客さま第一」を掲げるとともに、資産運用関連業務におけるフィデューシャリー・デューティー^{*1}（以下「FD」）を全うすべく、FDに関する取組方針^{*2}を策定・公表しています。

このたび、当社およびグループ各社は、当該取組方針に基づく「2021年度アクションプランの取組状況」および、「2022年度アクションプラン」を策定しましたので、別紙の通り公表します。^{*3}

2021年度は、対面取り扱いの同一指数に連動するインデックス型投資信託の信託報酬率の統一、一部のファンドラップの報酬率引き下げ・内訳開示、「重要情報シート（個別商品編）」の導入をいち早く実施するなど、率先して新たな施策に取り組んできました。

くみずほは、これからもお客さまに寄り添い、中長期的なパートナーとして最も信頼されるグループであり続けるべく、グループ一体となってお客さまのお役に立つ商品・サービスを提供していきます。

^{*1} 他者の信託に応えるべく一定の任務を遂行する者が負うべき幅広い様々な役割・責任の総称

^{*2} 「くみずほ」のフィデューシャリー・デューティーに関する取組方針
(URL) <https://www.mizuho-fg.co.jp/company/policy/fiduciary/index.html>

^{*3} 今回の公表に先立ち、下記の外部有識者をアドバイザーとする「第8回フィデューシャリー・デューティー・アドバイザー・コミッティ」を開催しました。

＜外部有識者＞

（五十音順）

氏名	役職
岡 忠志 氏	株式会社格付投資情報センター 投資評価本部 投信事業部長
神田 秀樹 氏	学習院大学 法科大学院 教授・東京大学 名誉教授

以上

〈みずほ〉の フィデューシャリー・デューティーに 関する取り組み

みずほフィナンシャルグループ



Contents

■ 〈みずほ〉のフィデューシャリー・デューティー	P3	■ 2021年度取組状況と定量指標（KPI）－資産管理－	P37
1. 取組方針とアクションプラン		1. 資産管理サービス提供体制の強化等	
2. 目指す姿と定量指標（KPI）		■ 2021年度取組状況と定量指標（KPI）－グループ管理方針－	P38
■ 2021年度取組状況と定量指標（KPI）－販売－	P5	1. 業績評価	
1. グループベースでのコンサルティング態勢		2. 報酬等の合理性と利益相反管理	
2. 投資信託の商品選定のプロセス		3. 企業文化の定着等	
3. 投資信託のモニタリング・見直し		■ 2022年度アクションプラン	P42
4. 〈みずほ〉のコンサルティング		1. 販売のアクションプラン	
5. 重要な情報の提供		2. 運用・商品開発のアクションプラン	
6. 手数料に関する情報提供		3. 資産管理のアクションプラン	
7. アフターフォロー・モニタリング		4. グループ管理方針のアクションプラン	
8. 高齢のお客さまへの対応		■ 「顧客本位の業務運営に関する原則」該当ページのご案内	P46
9. 情報コンテンツ・セミナー			
10. 人材育成			
11. お客さまからの評価			
12. 第三者評価			
13. 投資運用商品の残高等			
14. お客さまの資産の状況等			
■ 2021年度取組状況と定量指標（KPI）－運用・商品開発－	P29		
1. 運用の高度化			
2. 運用プロダクツの開発・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			
		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〉のフィデューシャリー・デューティーに関する取組方針」の項目を表しています	
		※各ページ下部に記載の「原則」は、	
		「顧客本位の業務運営に関する原則」（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. 取組方針とアクションプラン

取組方針

お客さまの利益に真に適う商品・サービスを提供し、中長期的なパートナーとして、最も信頼されるグループであり続けるため、資産運用関連業務におけるグループ全体の方針として「〈みずほ〉のフィデューシャリー・デューティー*¹に関する取組方針」を策定・公表しています。

「〈みずほ〉のフィデューシャリー・デューティーに関する取組方針」

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

*¹ 他者の信認に応えるべく一定の任務を遂行する者が負うべき幅広い様々な役割・責任の総称（以下、「FD」と略記）

アクションプラン

持株会社およびグループ各社では、本取組方針に基づき、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。

[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]

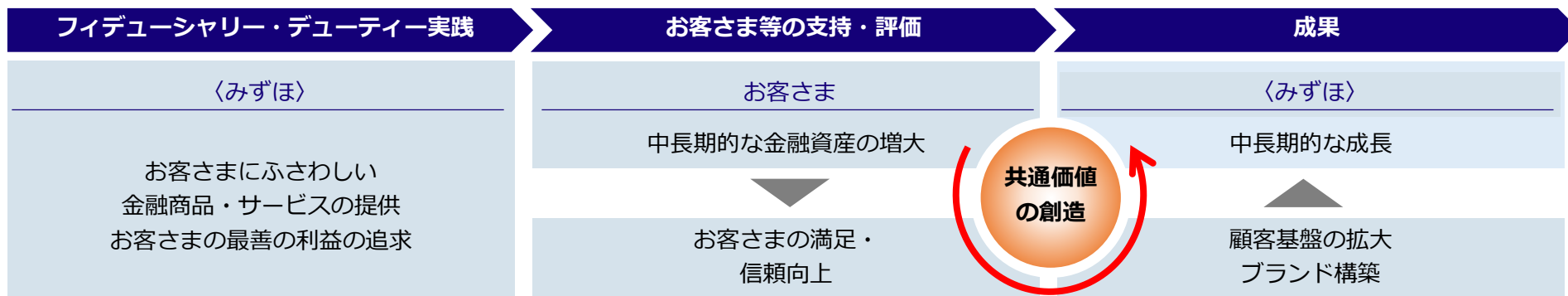
() はグループ会社の略称

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)	

2. 目指す姿と定量指標 (KPI)

➤ 目指す姿 ～ お客さまと〈みずほ〉の共通価値創造 ～

- FDの実践を通じ、お客さまの中長期的な金融資産の増大を実現し、お客さまの高い満足と信頼の獲得を目指します。
- 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「お客さまと〈みずほ〉の共通価値創造」を目指します。



➤ 定量指標 (KPI) * 2

- 「お客さまと〈みずほ〉の共通価値創造」の実現に向け、FDに関する定量指標 (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。

- 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社数
- 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本数
- 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
- 投資信託の運用損益別お客さま比率
- 投資信託の平均保有期間
- 公募・私募投信残高
- 資産形成向け商品残高
- 年金信託残高
- 公募投信の受託残高

*2 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 ② 投資信託の預り資産残高上位銘柄のコスト・リターン ③ 投資信託の預り資産残高上位銘柄のリスク・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。

2021年度取組状況と定量指標(KPI)

－ 販売 －

1. グループベースでのコンサルティング態勢

BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- お客さまからいただいた資産の情報をベースに、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。

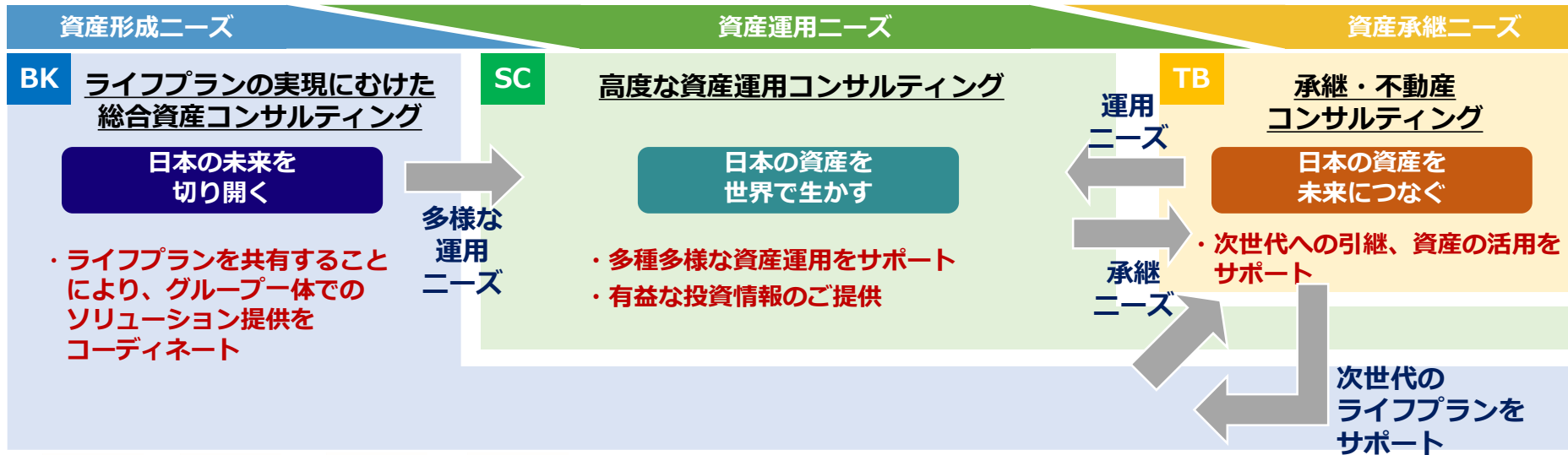
別次元の総合資産コンサルティング態勢の確立

大義

〈みずほ〉は、“日本の家計の豊かさの増進に貢献”します

指針

- 日本の資産を世界で生かす
- “分散投資”で投資の成功体験を積み上げる
- ライフデザインのパートナー
- Goals-based wealth management



株式会社みずほフィナンシャルグループ



株式会社みずほ銀行



みずほ信託銀行株式会社



みずほ証券株式会社

2021年度において、みずほフィナンシャルグループ、みずほ銀行、みずほ信託銀行、みずほ証券のグループ4社は、株式会社格付投資情報センターの「R&I 顧客本位の投信販売会社評価」において、評価取得会社の中で最高評価の「S+」を2年連続で取得しました（詳細はP.25に記載）

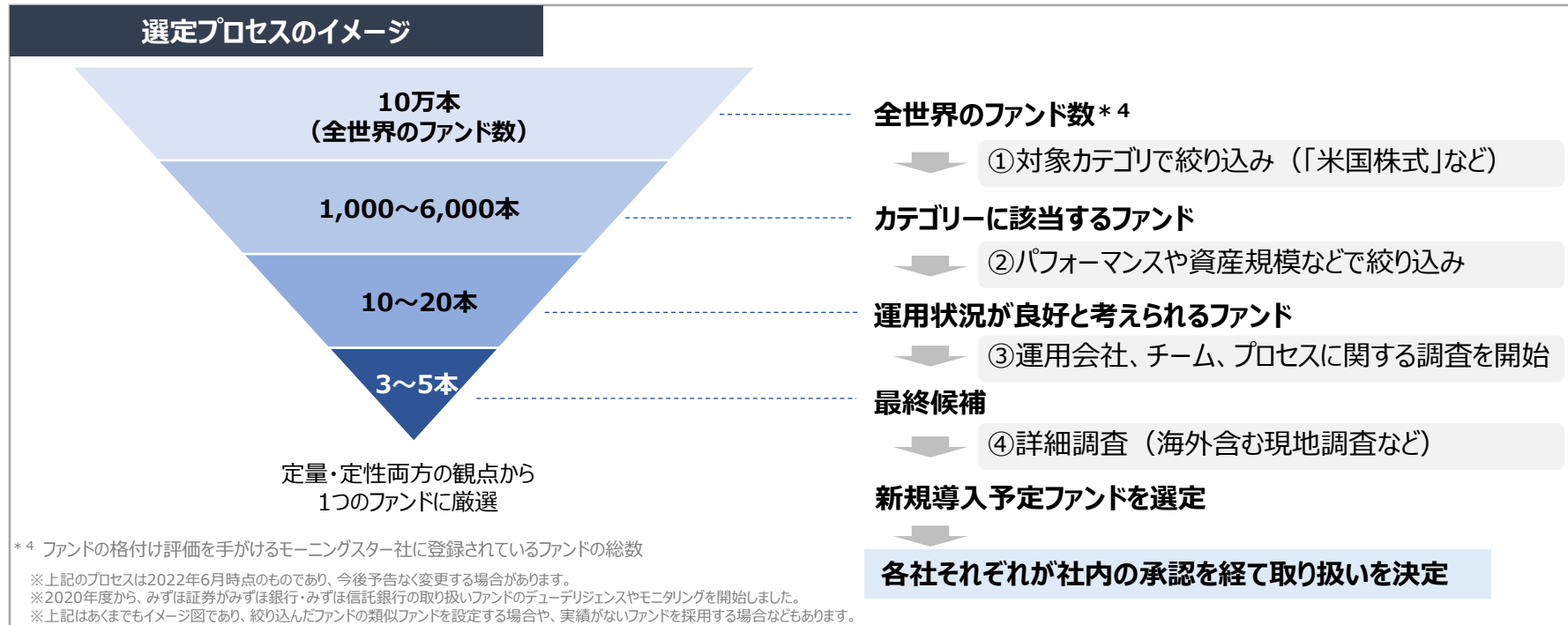
2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 販売 －

2. 投資信託の商品選定のプロセス

FG BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- 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^{*3}）」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。
*3 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。



2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 販売 －

3. 投資信託のモニタリング・見直し

FG BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- 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。
- 2021年度は、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 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> ① 運用会社 ② 運用チーム ③ 運用プロセス </div>
定量評価	過去の運用実績の数値を基に、ベンチマーク* ⁵ （または参考指数）および同類ファンド* ⁶ 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 <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="321 792 1025 1263"> <p><定量評価の調査項目></p> </div> <div data-bbox="1046 792 1978 1263"> <p><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。</p> <p>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。</p> </div> </div>

*⁵ 運用の目安としている指数 *⁶ 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） *⁷ リターンの変動幅を示します。

*⁸ 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。数値が大きいほど運用効率が高いことを表します。 *⁹ 最高値からの最も大きい下落率を示します。

*¹⁰ 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。

*¹¹ 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。

2021年度取組状況と定量指標(KPI) - 販売 -

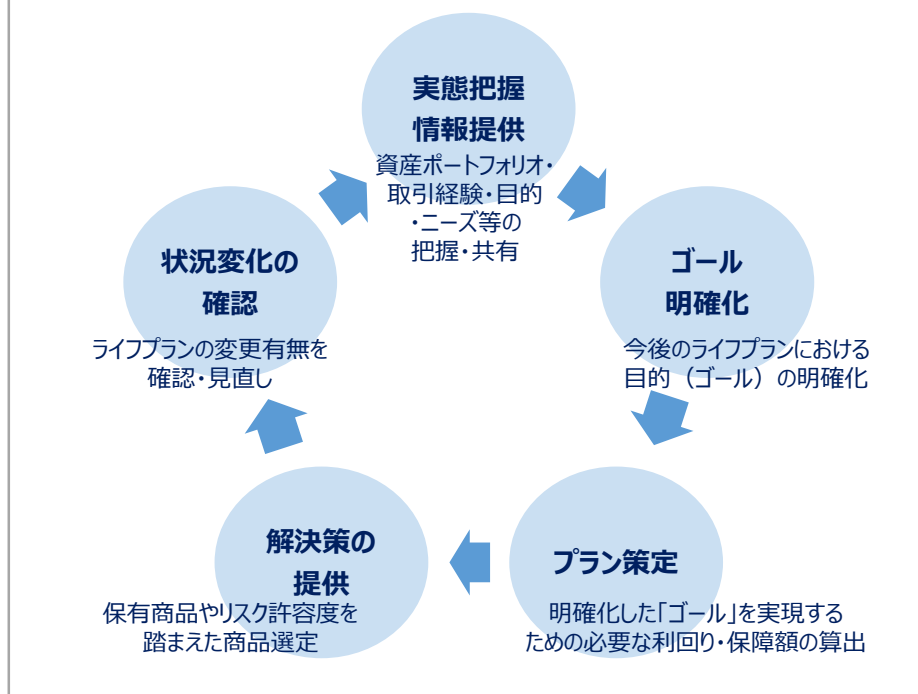
4. 〈みずほ〉のコンサルティング（1）

BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- 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ながら、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ない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



お客さまと現在の状況や将来の夢を共有し、
ニーズを捉えた最適な商品を的確にご提案

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

4. 〈みずほ〉のコンサルティング（2）

BK TB SC

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、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、お客さまの取引の特性に合わせた「お預かり資産診断（Pnavi）」を通じて、資産の見直しのご提案を実施しています。



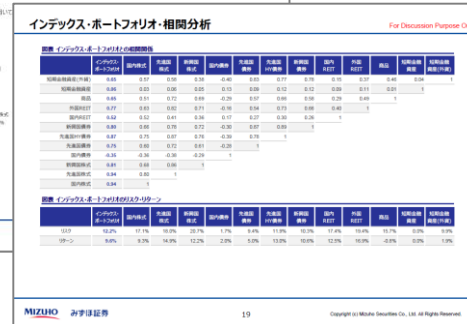
人生100年時代のマネーナビ

ライフデザイン・ナビゲーション

BK

〔お客さまのお預かり資産診断（Pnavi）〕

SC



2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

4. 〈みずほ〉のコンサルティング (3)

BK

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～

日本の未来を
切り開く

- お客さまのライフデザインを踏まえた資産形成に関わるご提案を、店頭、ウェブ、職域（勤務先企業との連携）といった、様々なチャネルから行っています。
- つみたてNISA、積立投資信託、iDeCoといった各種商品を通じて、お客さまの将来の実現に向けた金融サービスをご提供します。

ライフデザインパンフレット

The image shows a 'Consulting Invitation' from Mizuho Bank and a 'Life Design' pamphlet. The pamphlet is titled 'ライフデザイン～「今」と「これから」を確認しましょう～' and includes a 'Check It!' section with various financial planning tools and charts. It covers topics like income, savings, and investment, with specific numerical examples for different life stages.

資産形成チラシ

The image shows a 'Mizuho Asset Formation' leaflet. It features a bar chart comparing asset accumulation over time, with values like ¥488m, ¥1,348m, ¥1,039m, ¥782m, ¥231m, and ¥1,448m. The leaflet includes sections on '資産分散' (Asset Diversification), '時間分散' (Time Diversification), and '長期保有' (Long-term Holding). It also discusses the benefits of using NISA, iDeCo, and other tax-advantaged investment vehicles.

2021年度取組状況と定量指標(KPI) - 販売 -

4. 〈みずほ〉のコンサルティング（4）

BK TB SC

高度な資産運用コンサルティングの実践

日本の資産を
世界で生かす

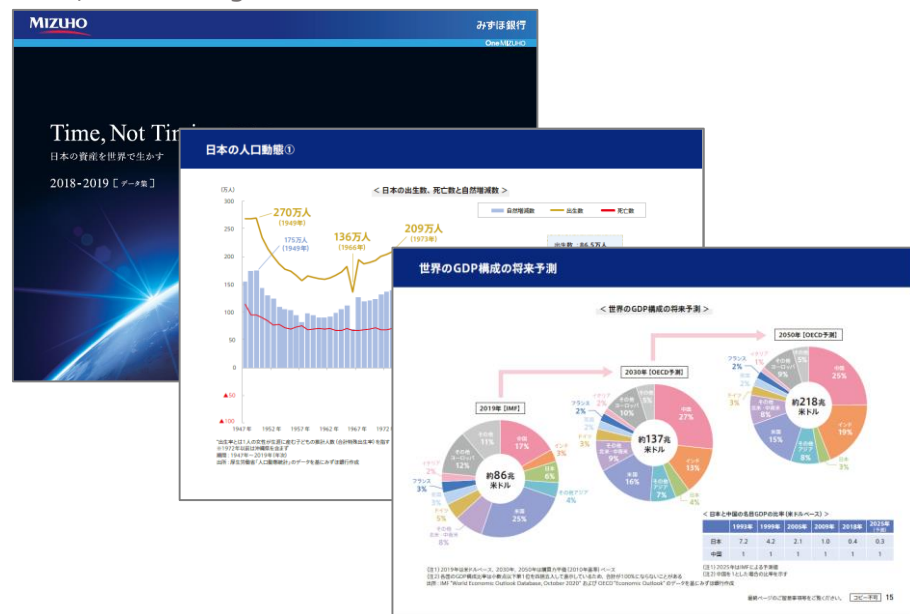
- 〈みずほ〉では、グローバル・エクイティ戦略を掲げ、「長期」「分散」「継続」を実践し、お客さまの資産運用に関わる成功体験を積み上げることにより、お客さまの投資の目的、夢やゴールの実現をサポートしています。
- 投資の重要性や効果、投資判断に必要な情報をご提供し、お客さまのニーズに的確にお応えします。

グローバル・
エクイティ戦略

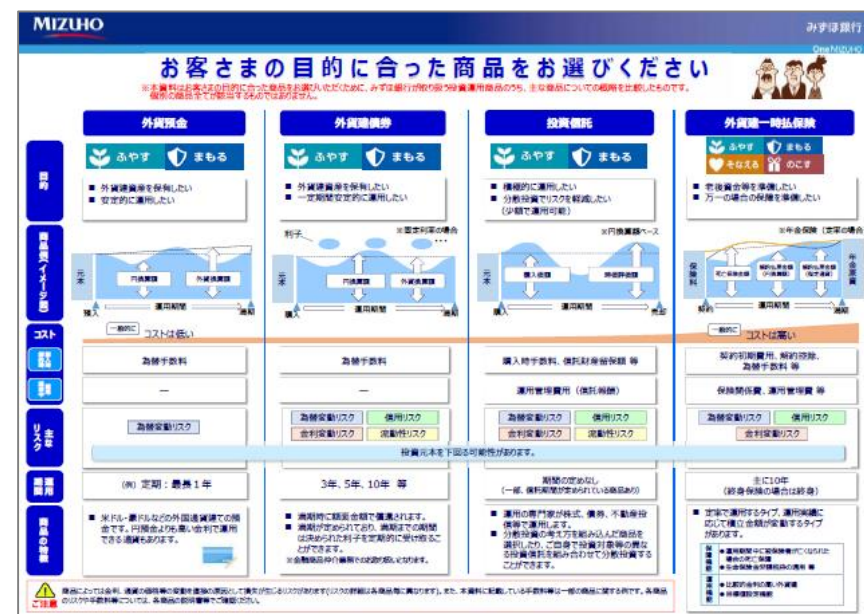
世界経済の高い成長力を取り込むことで、日本の家計資産の偏り
(円建て・預金)を改め、豊かさの増進に貢献する戦略

コンセプト
【Time, Not Timing】

Time, Not Timing データ集



商品比較資料



日本や世界の様々なデータを分析し、掲載した資料です。本資料により、「長期」「分散」「継続」投資の効果について、ご説明しています。

商品カテゴリー別の特徴・投資の目的・コスト等の違いについて比較できる資料を使い、お客さまのニーズに合った商品を選んでいただけるようご説明しています。

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

4. 〈みずほ〉のコンサルティング(5)

BK TB SC

承継コンサルティング

日本の資産を
未来につなぐ

- 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に関わる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



みずほ証券 シニアコンサルタントに関するウェブサイト



みずほ証券 あんしんサービス説明資料

みずほ信託銀行 取扱商品説明資料



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ています。また、お客さまの生活状況等をご家族にご連絡する「みずほ証券あんしんサービス」により、お客さまとご家族にあんしんをお届けしています。

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。

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

4. 〈みずほ〉のコンサルティング（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】

SMART FOLIO

BK

- 6つの質問からリスク許容度を診断、お客さま一人ひとりに適した資産配分モデルを無料でご提案します。
- SMART FOLIOは、個人型確定拠出年金iDeCoの投資対象のシミュレーションにもご利用いただけます。

あしたのおかね

SC

- 5つの質問に答えると、簡単な収支をシミュレーションし、イメージした将来に必要なお金がわか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、保険といった商品や資産承継に係るご提案を実施しています。

BK

- 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受付を実施することで、ペーパーレス化を促進しています。

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

4. 〈みずほ〉のコンサルティング（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



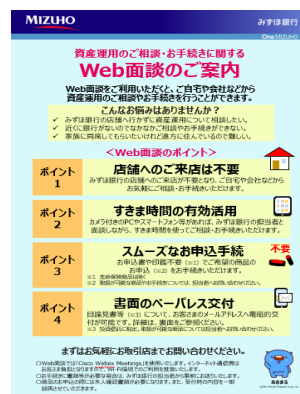
みずほ証券 ライフデザイン・リモートサービスに関するウェブサイト

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・ICT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・積立投資信託申込サービス 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+3日で完了できるサービスを提供

2021年度取組状況と定量指標(KPI) - 販売 -

5. 重要な情報の提供 (1)



2021年度の主な取り組み

- 〈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。
2021年5月には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、2021年8月以降、順次「重要情報シート（個別商品編）」を公表、2022年4月に売出仕組債の組成コストを含む合算コスト開示を実施しました。
今後もお客さまに分かりやすい表示・内容への見直しを行います。

[重要情報シート（金融事業者編）]

MIZUHO みずほ銀行 One MIZUHO
一定の投資性金融商品の販売・販売仲介に係る重要情報シート（金融事業者編）
1. 銀行の基本情報
2. 取扱商品
3. 商品ラインアップの考え方
4. 苦情・相談窓口

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。

[重要情報シート（個別商品編）]

MIZUHO みずほ銀行 One MIZUHO
重要情報シート（個別商品編） 投資信託
1. 商品等の内容
2. リスクと運用実績
3. 参考過去1年間の収益率
4. 参考過去5年間の収益率

想定される顧客層、リスクの内容や過去の収益率、費用等を容易に比較できる共通の情報提供フォームです。共通フォームを用いることで、複数の商品を横断的に比較できます。

3. 費用（本商品の購入または保有には、費用が発生します）
購入時に発生する費用
継続的に発生する費用
運用費用に発生する費用
4. 換金・解約の条件
5. みずほ銀行の利益とお客さまの利益が反する可能性
6. 組別の概要
7. その他重要情報

2021年度取組状況と定量指標(KPI)

－ 販売 －

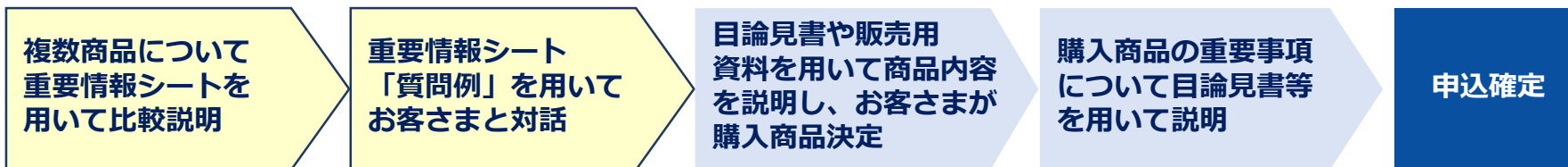
5. 重要な情報の提供（2）

BK TB SC

【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】

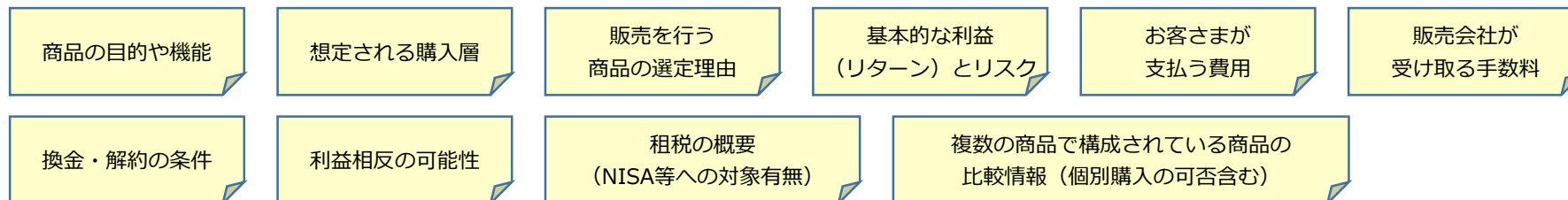
- 重要情報シート（個別商品編）は、主に以下のケースのほか、お客さまがご希望された場合や、重要情報シートによりお客さまの理解が深まると考えられる場合などに、お客さまへお渡ししてご説明しています。
 - 購入商品を具体的に決めていないお客さまにご提案するケース
 - 特定の商品についてアドバイスを求められたケースや、複数の商品をご提案するケース

＜重要情報シート（個別商品編）を用いたご説明フロー（例）＞



【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＞



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

2021年度取組状況と定量指標(KPI)

－ 販売 －

6. 手数料に関する情報提供

BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- 〈みずほ〉は、投資信託・一時払保険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。
- これらの手数料につきましては、お客さまがニーズに沿った商品を選択できるような情報提供の取り組みを進めています。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などを通じて分かりやすくお示ししています。
- こうした手数料に関しましては、契約締結前交付書面や目論見書の他、各種パンフレットなどを通じ、金融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。

[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*14
	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*13	<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆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
保有時	継続費用*12	運用管理費用*12	<ul style="list-style-type: none"> ◆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

*12 〈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(目論見書補充書面含む)にてご確認ください。

*13 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。

*14 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。

2021年度取組状況と定量指標(KPI) - 販売 -

7. 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

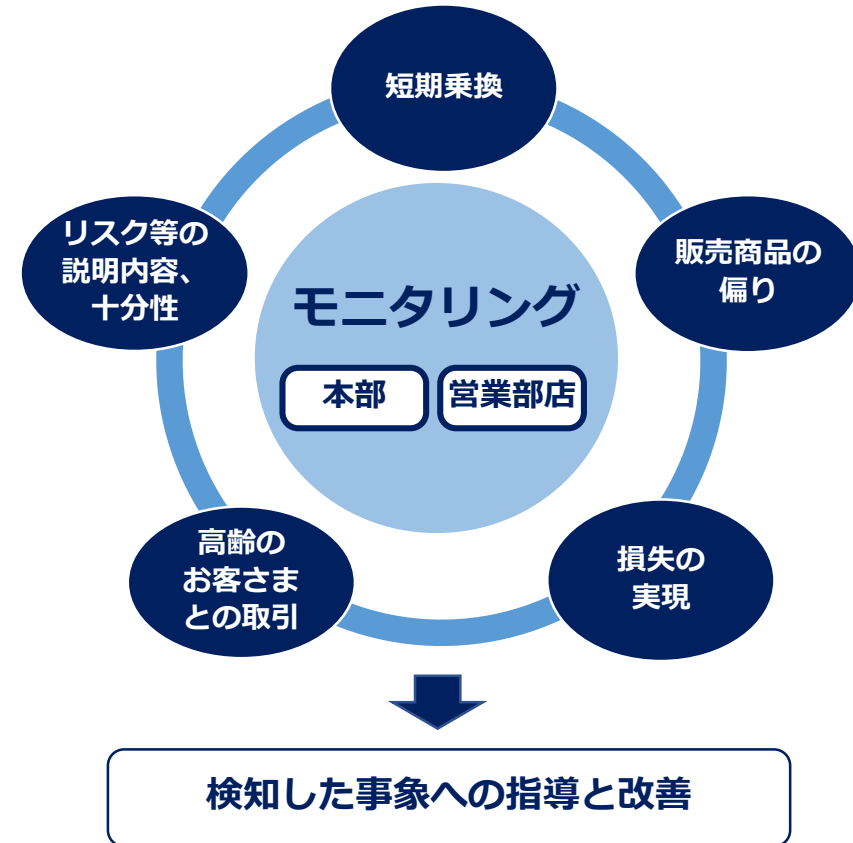
〈みずほ〉では、お客さまのお取引状況等を踏まえ、情報提供等を目的としたアフターフォローに加え、相場・市場動向の急変時や個々の事情に応じたアフターフォローを丁寧を実施するため、各社（BK、TB、SC）でルールを制定し、グループ各社と連携し実践しています。



- 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。



2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 販売 －

8. 高齢のお客さまへの対応

BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- ・ 高齢のお客さまへの対応につきましては、投資運用商品販売ルールをグループで統一して適時適切な対応を実践する体制を構築しています。
- ・ 販売ルールにつきましては、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・見直しを行う体制を構築しています。

	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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商品を限定して販売しています 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 原則、〈みずほ〉から勧誘いたしません ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 役席者による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、お申し出の状況等により、受注をした職員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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 下記に該当するお客さまへの取引勧誘は禁止しています <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ■ 下記に該当するお客さまへの取引勧誘は自粛しています <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	

※75歳未満のお客さまにも該当します

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

9. 情報コンテンツ・セミナー（1）

BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- ・〈みずほ〉では、ウェブサイトで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、セミナー開催情報を掲載し、セミナーへの予約も承っています。
- ・また、投資初心者の方や、もう少し詳しく投資について学びたい方向けの投資教育サイト「お金のキャンパス」を、株式会社ZUUと共同で運営しており、“金融と経済の知識をもっと身近に学べる”をモットー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

BK



- ・“あなたの未来のお金を学べる1週間”をテーマに資産形成を
基礎から学べるイベントの開催

BK

ゲストも登場！みずほ銀行がお届けするオンラインセミナー

みずほ銀行 \ 2021 /
おかねアカデミーWEEK
～あなたの未来のお金を学べる1週間～

- ・外部とのタイアップ
雑誌『Oggi』に資産形成へ踏み出すきっかけづくりとなる
広告を出稿

BK

「Oggi」増し刷り
(2022年4月から店頭配布)

- ・投資初心者の方から詳しく学びたい方まで、幅広く
金融に関わるコンテンツを発信

SC

金融と経済の知識をもっと身近に
お金のキャンパス
Sponsored by みずほ銀行

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

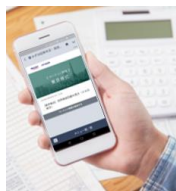
9. 情報コンテンツ・セミナー (2)

【主な情報コンテンツ】

SC

みずほ証券市況・投信情報お知らせサービス

YouTube みずほ証券公式チャンネル



みずほ証券ネット倶楽部会員向けに
LINEによる市況・投資情報を提供

- ✓ **【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でみずほ証券のアナリストが投資情報を配信

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

10. 人材育成 (1)

BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- ・ 〈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、FDの意識定着化に取り組んでいます。
- ・ 加えて、各営業担当者のFDの実践状況を見える化したうえで、各営業部に還元しています。

【役員メッセージ】

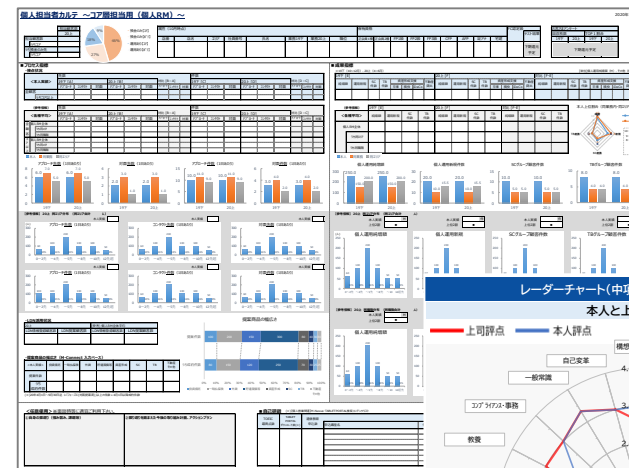
発信内容のイメージ

そもそも	1. 競争は「見事に勝つ」ことだけが、正しい。 スポーツでもゲームでもルール違反に勝利なし。競争は、「ルールに則して」が前提。
熱意	2. 営業社員に求めるのは、「顧客に会って対話する（コンサルティング）」熱意。 一を聞いて十を知るのが人間力（ハートセンサー）。“AI”は、百万回教えられて一を学ぶ。
つまり	3. FDは、立派な企業の必要条件ではない。 その上で、大きく利益を上げていないと十分条件は満たせない。 企業の大きな発展に必要なのは、「道徳」（渋沢 栄一）/経済なき道徳は虚言である（二宮 尊徳）
ところで	4. FDを追求できる業種は、何がある？ 証券経営を取り巻く環境・条件（株価/金利/為替レート等）は、全て同一、チャンスも同一。 違いを生むのは、「プロの倫理観」=コンサルティング力と経営力。
プロ	5. “顧客の最善の利益”・“顧客本位”・“顧客にふさわしい”を“顧客の満足”・“顧客の喜び”。 目先の利益を捨ててNOと言える勇氣・「プロの倫理観」が試される。 ※上医/中医/下医（貝原 益軒）

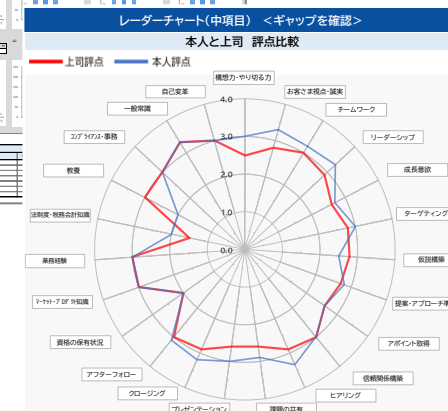
FDが我々に要求するのは、「知識=専門性」と「心の汗=熱意」

【営業担当者の実践状況の見える化】

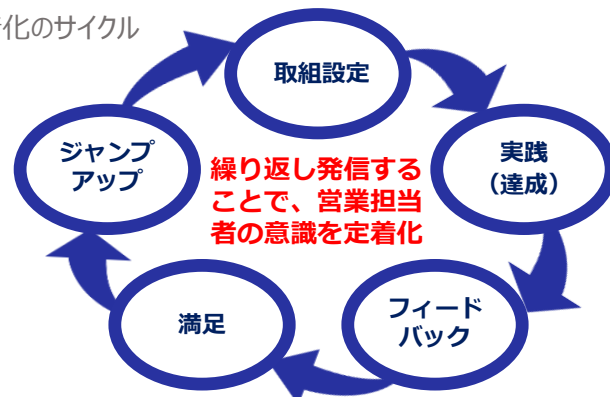
- ・ 各営業担当者のFDの実践状況を可視化し定期的に還元、より高いレベルを目指す取り組みを促進しています。



還元資料の例



定着化のサイクル

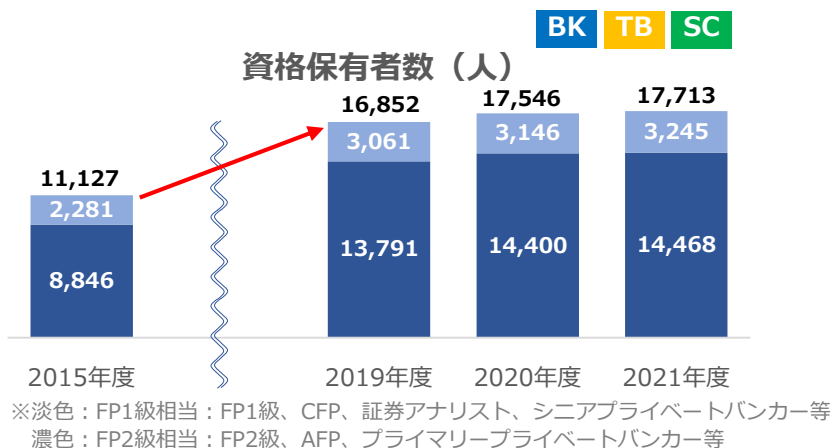


2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

10. 人材育成 (2)

2021年度の主な取り組み

- 〈みずほ〉では、お客さまへの的確なコンサルティングを通じてFD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) に認定し、ウェブサイト公表しています。2021年度は、BK6名、TB3名、SC4名を認定しました (TBは2018年度から、SCは2020年度から導入)。
- 資格を「コンサルティング営業の実践に必要な要件」として位置付け、取得を推進しています。
- 充実した研修コンテンツにより、レベルアップや新たな知識の習得を常に図れる仕組みを構築し、営業担当者の質の向上に努めています。



FP1級保有者専用バッジ

専用のバッジを配布することで、各営業担当者の取り組みの見える化につなげています。

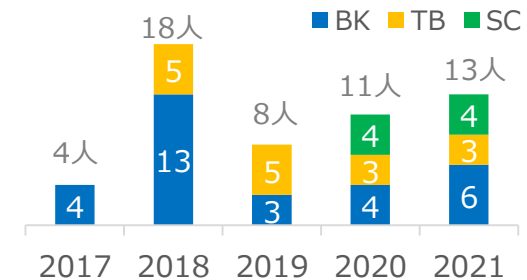


CFM専用バッジ



受賞者はウェブサイト公表

CFM認定者の年度別推移



[充実した研修体制]

BK

- 重点分野を中心に個々の専門性向上に資する研修プログラムを設定
- 勤務・生活行動の変化に伴い、時間や場所を選ばずに、在宅勤務などでも受講できる方法で開催

108コンテンツ

8,837名の受講実績



2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

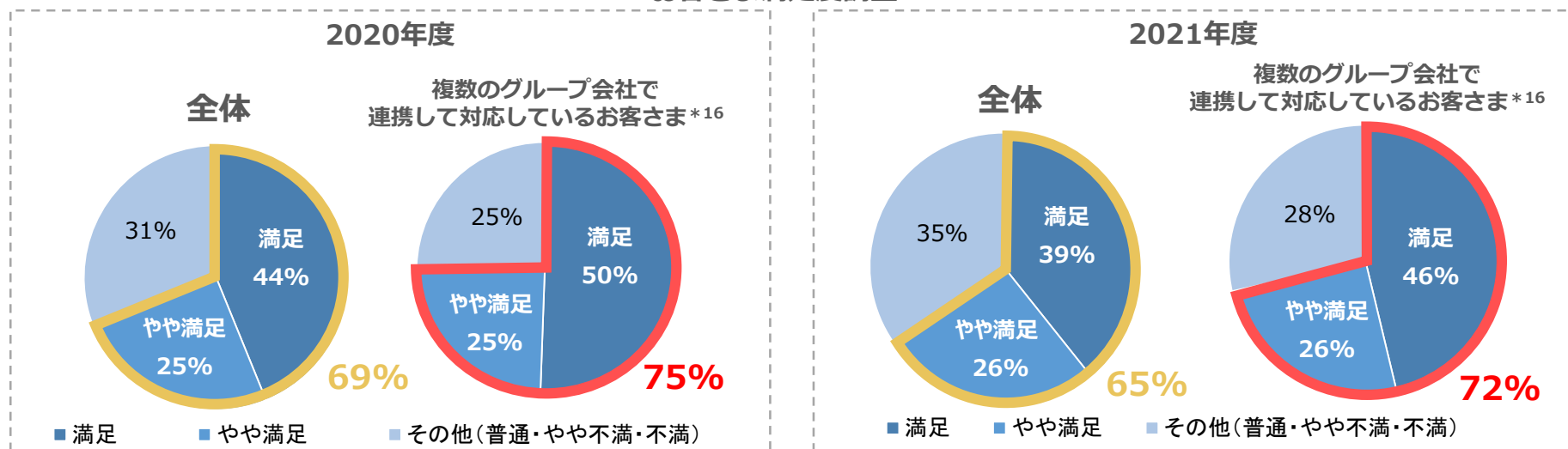
1.1. お客さまからの評価

BK TB SC

2021年度の主な取り組み

- ・〈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、FDの実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」・「常にお客さまの立場に立った対応」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、お客さま満足度の向上に努めていきます。

お客さま満足度調査*15



複数のグループ会社でお取引のあるお客さまからはより高い満足度をいただいています

*15 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は会社に対する総合満足度の調査結果）

*16 BKからTB、SCへご紹介をしてお取引をいただいているお客さまの満足

2021年度取組状況と定量指標(KPI) - 販売 -

12. 第三者評価 (1)

FG BK TB SC

〈みずほ〉では、FDに関し外部評価会社・団体から高い評価を受けています。

[R&I 顧客本位の投信販売会社評価]

FG BK TB SC

- 2021年度において、FDの取組方針に則した施策を実践した結果、外部評価会社である株式会社格付投資情報センターの「R&I 顧客本位の投信販売会社評価」*17において、みずほフィナンシャルグループ、みずほ銀行、みずほ信託銀行、みずほ証券のグループ4社で評価取得会社の中で最高評価の「S+」を2年連続で取得しました。

店頭ポスター



[顧客満足度総合ランキング]

TB

- みずほ信託銀行は、「第17回日経金融機関ランキング」*18で顧客満足総合ランキング第1位に選ばれています。
- 項目別では、「品ぞろえ・提案力」「信頼性」の項目で特に高い評価をいただくことができました。
- 同ランキングでは、過去4年連続3位以内を獲得しています。(2017年度1位、2018年度1位、2019年度3位、2020年度1位)



*17 「R&I 顧客本位の投信販売会社評価」(以下、「本評価」)は、R&Iが投資信託販売業務を行う、銀行・証券会社・信用金庫などの金融事業者がいかにか「顧客本位の業務運営」を行っているか、その取組方針や取組状況を評価するものです。本評価は、投資信託販売業務を行う販売会社の「顧客本位の業務運営」の取り組みに関するR&Iの意見であり、事実の表明ではありません。R&Iが本評価を行うに際して用いた情報は、R&Iがその裁量により信頼できると判断したものではありません。R&Iは、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではありません。また、その正確性および完全性につきR&I等が保証するものではなく、特定商品の購入、売却、保有を推奨、また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。本評価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。なお、株式会社みずほフィナンシャルグループに対する本評価は、株式会社みずほ銀行、みずほ信託銀行株式会社、みずほ証券株式会社の各社に対する本評価を総合したものです。

*18 2021年3月7日 「日経ヴェリタス」に掲載

2021年度取組状況と定量指標(KPI) - 販売 -

12. 第三者評価 (2)

BK SC

- みずほ証券では、「CRMベストプラクティス賞」(5年連続)、「HDI 問合せ窓口格付け」五つ星認証、「同 Webサポート格付け」五つ星認証を取得しました。また、「COPC®CX規格CSP版認証*19」の認証を取得(5年連続)しました。
- みずほ銀行では「HDI 問合せ窓口格付け」三つ星(3年連続)、「同 Webサポート格付け」三つ星(5年連続)を獲得しています。

[「顧客中心主義経営」の実現]

SC

CRM

✓ 「CRMベストプラクティス賞」5年連続受賞

2017年度

顧客視点の行動マネジメント実現モデル



2018年度

営業活動高度化モデル



2019年度

顧客変化・対応モデル



2020年度

データ活用による対面営業進化モデル



2021年度

世代をつなぐ長期視点のCRMモデル



- 一般社団法人CRM協議会*20が「顧客中心主義経営の実現を目指し、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5年連続で受賞

[お客さま「対応品質」の向上 ~コールセンター~]

SC

HDI

✓ 「五つ星認証」を新たに取得




- HDI-Japanより、サポートセンター国際認定に基づく審査を受け、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認定

SC

COPC

✓ COPC規格の認証を5年連続で取得




- 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を取得

SC

コンタクトセンター・アワード

✓ オペレーション部門最優秀賞を獲得



コンタクトセンター アワード 2021

Center of Excellence

- 「コンタクトセンター・アワード2021」にて、前年のオペレーション部門最優秀賞に続き、ピープル部門で最優秀賞を獲得。

*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。

*20 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)>のあるべき真の姿を研究・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。

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

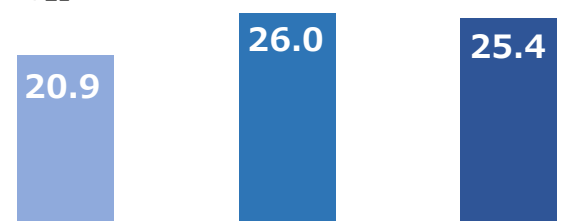
1 3 . 投資運用商品の残高等

BK TB SC

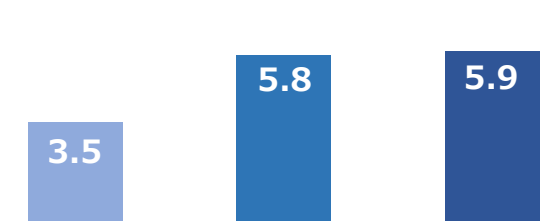
- 投資運用商品の残高については、世界経済の成長および、グローバル・エクイティ戦略により増加基調ですが、2022年2月のウクライナ情勢や米国金利引き上げ等による相場変動により、時価ベースでは前年度末対比微減の25.4兆円となりました。
- 株式投信残高・純増額、BK・SCの資産形成層向け商品保有者数については、情報提供やウェブ等を活用したセミナー、非対面チャネルを通じたサービス提供等の拡充を図っており、積立投信を含め、「長期」「分散」「継続」を実現する商品・利用者数は着実に増加しています。

投資運用商品の預り資産残高 (兆円)

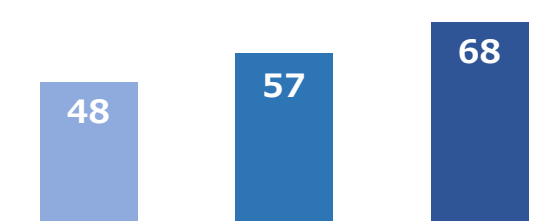
*21



株式投信残高*22 (兆円)



BK・SCの資産形成層向け
商品保有者数 (万人)*23



2019年度

2020年度

2021年度

2019年度

2020年度

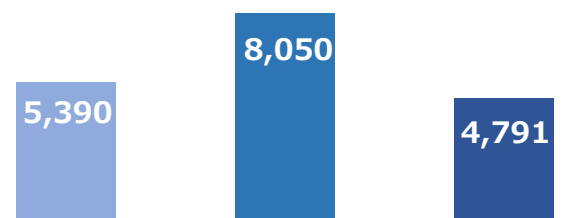
2021年度

2019年度

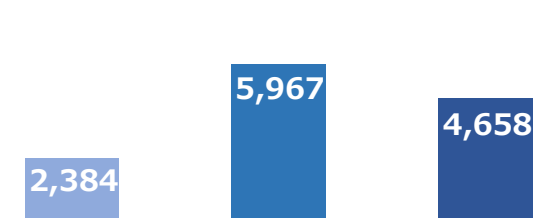
2020年度

2021年度

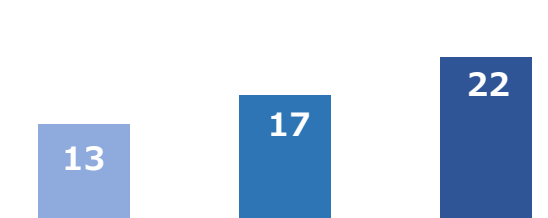
投資運用商品の純増額 (億円)



株式投信純増額*22 (億円)



積立投信利用件数 (万件)



2019年度

2020年度

2021年度

2019年度

2020年度

2021年度

2019年度

2020年度

2021年度

*21 投資運用商品保有者数は、2019年度227万人、2020年度230万人、2021年度229万人です（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）

*22 ファンドラップ専用投信除く

*23 資産形成層向け商品保有者数は、BK・SCでの標準払保険、個人型年金、積立投資信託の延べ保有者数

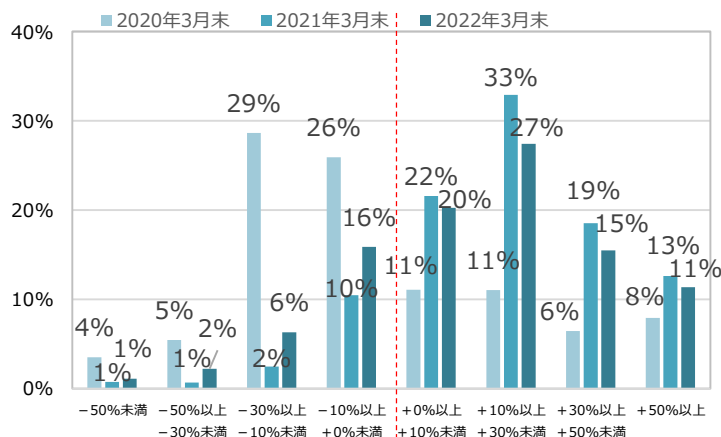
2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 販売 -

14. お客さまの資産の状況等

BK TB SC

- ・〈みずほ〉では、投資運用商品を保有するお客さまに対して、中長期的に安定的なリターンを享受していただくため、「長期」「分散」「継続」に資するご提案を実践しています。
- ・「投資信託の運用損益別お客さま比率」を公表し、お客さまの運用損益の状況をより具体的にお示ししています。
- ・「投資信託の平均保有期間」は、「長期」「分散」「継続」に資する資産運用の実践状況をお示しするものです。
- ・グローバル・エクイティ戦略によるグローバル・エクイティファンドの残高と損益状況をお示します。

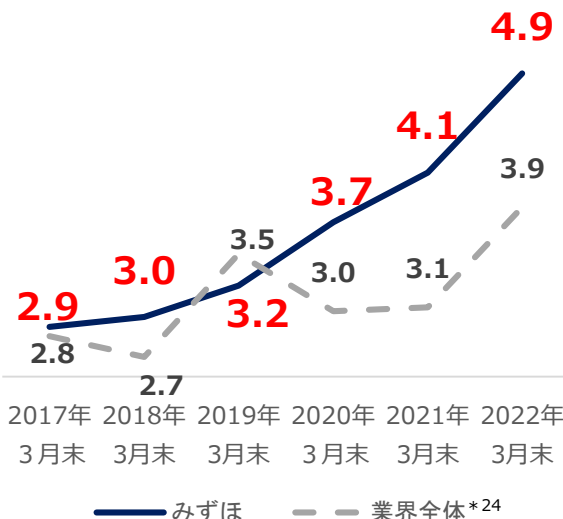
投資信託の運用損益別お客さま比率



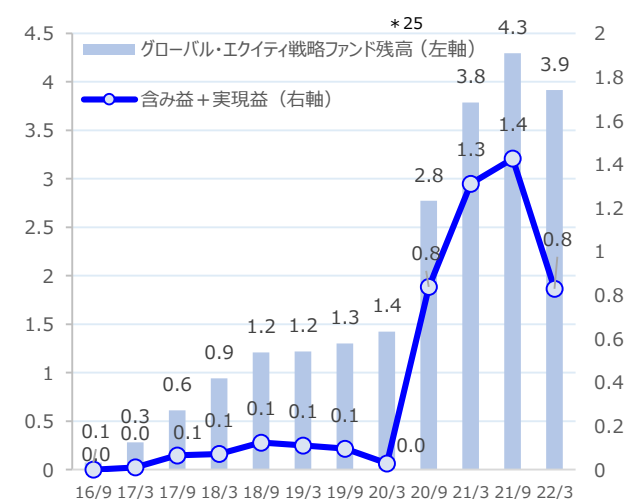
お客さまの損益がプラスの割合

2020/3末 → 2021/3末 → 2022/3末
36.5% → 85.6% → 74.5%

投資信託の平均保有期間（年）



グローバル・エクイティファンド残高（兆円）



- ・お客さまの損益状況は、グローバル・エクイティ戦略による世界経済の成長を踏まえ大きくプラス基調ですが、2022年3月末時点では、ウクライナ情勢の影響等から前期比減少しています。

- ・「長期」「分散」「継続」に資する資産運用のご提案を徹底することで、お客さまの投資信託の平均保有期間も着実に長期化しています。(FG) 4.9年 (BK) 4.6年 (TB) 4.6年 (SC) 5.1年 ※2022年3月末時点

- ・グローバル・エクイティ戦略により当該ファンドの残高も増加基調ですが、ウクライナ情勢の影響から2022年3月は時価、含み益・実現益とも減少しています。

*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

*25 グローバル・エクイティ戦略に基づき当社が選定している16ファンドの残高

2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 運用・商品開発 －

1. 運用の高度化（1）

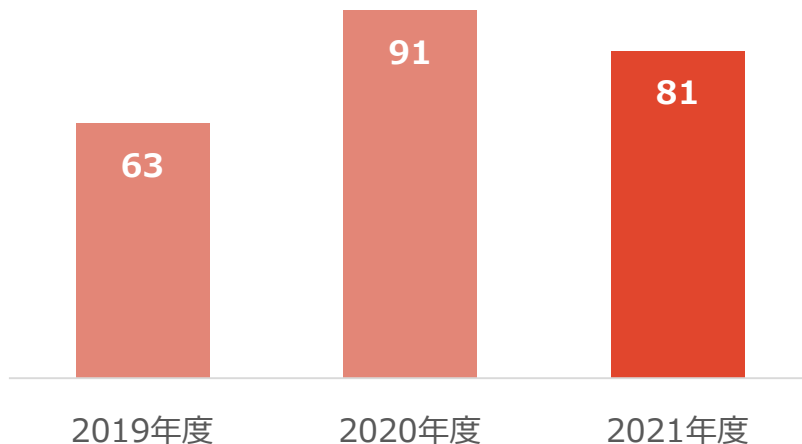
One

2021年度の主な取り組み

■ 運用力の強化

- アセットマネジメントOneでは、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レポートである「Fundmark」*26において、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、運用力の強化に努めています。
- 短期的な市況悪化の影響を受け、特に株式・バランス型のカテゴリーにおけるレーティング☆4以上の本数は前年対比で減少しましたが、レーティング☆4以上の比率（35%）は全体平均（33%）を上回っています。
- 海外株式やバランス型ファンド等、強みを発揮できる領域を強化することにより、パフォーマンス良好なファンドをより多くお客さまにご提供することを目指していきます。

レーティング☆4以上のファンド数（本）



レーティング☆4以上の投資資産別ファンド数（本）

	2019年度	2020年度	2021年度
国内株式	21	24	21
海外株式	10	13	9
国内債券	0	2	2
海外債券	16	20	26
バランス	16	30	22
国内REIT	0	2	0
海外REIT	0	0	1
合計	63	91	81

*26

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。（URL）<https://www.nri.com/jp/knowledge/report/1st>

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。

2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 運用・商品開発 －

1. 運用の高度化（2）

One

2021年度の主な取り組み

〈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

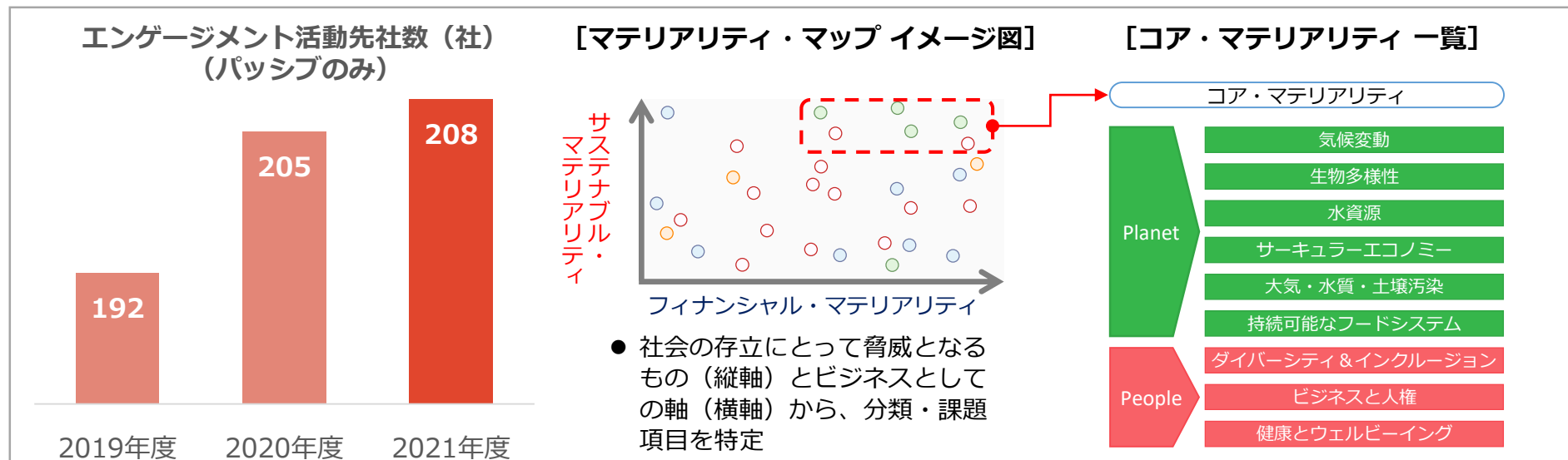
- アセットマネジメントOneは、中長期的な企業価値向上と市場全体の底上げを目指し、投資先企業への実効性を重視したエンゲージメントを実施しています。特にパッシブ運用におけるエンゲージメントにおいては、中長期的な企業価値向上に資するよう独自のESG課題設定や詳細な資料作成、きめ細かなマイルストーン管理などを通じて実効性を高めています。

■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・社会課題の中で、特に重要なものをコア・マテリアリティとして設定し、エンゲージメントや投資判断に反映していくほか、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2021

http://www.am-one.co.jp/img/company/47/sustainability_report_j.pdf



2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 運用・商品開発 －

2. 運用プロダクツの開発・改善

One

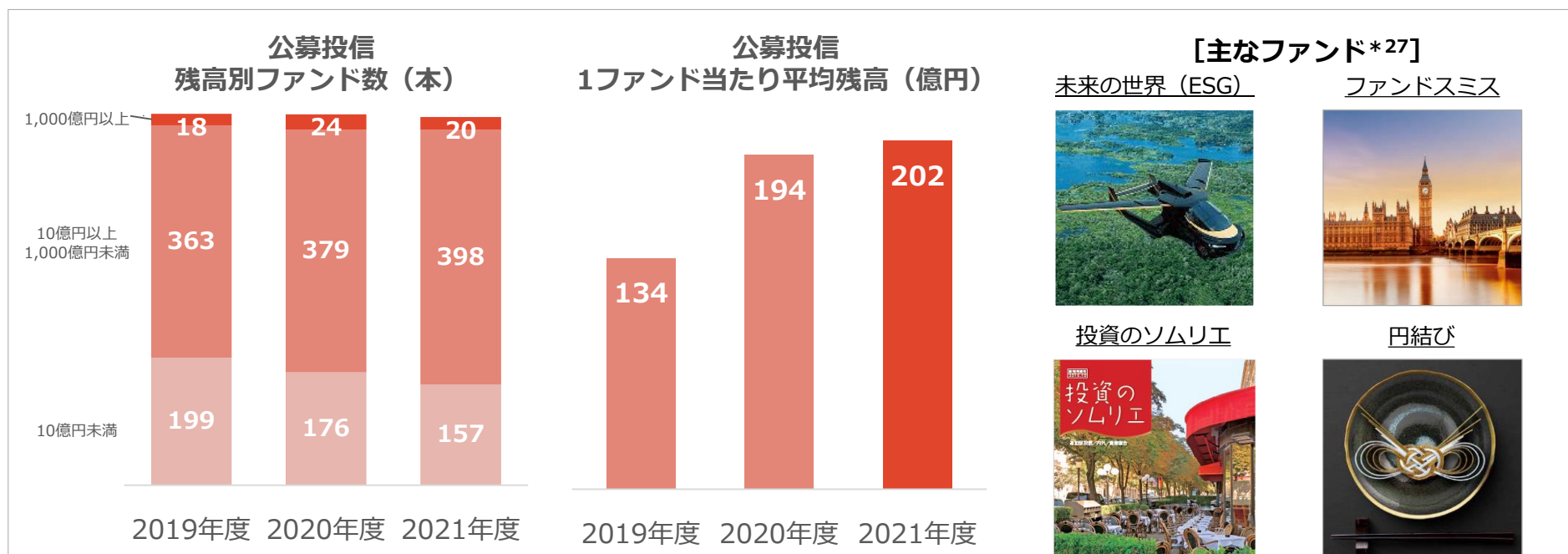
2021年度の主な取り組み

■ プロダクトガバナンス

- 一般的に、適切なファンド規模を維持できないことによって、運用効率の低下を招く場合があります。アセットマネジメントOneは、お客さまへ最良の商品をお届けすることを可能とする最適なプロダクトラインアップの構築に向け、十分なパフォーマンスが提供できていないプロダクトの改善や必要に応じて償還を検討するなど、プロダクトガバナンスを実施しています。
- また、アセットマネジメントOneは、特定チャネルに属する同一のベンチマークと連動した成果を目指すインデックスファンドについて、報酬の見直しや償還を実施し、信託報酬率を統一しました。

■ 多様なお客さまのニーズに応える商品開発

- 販売会社と連携しながら、お客さまの資産形成・長期投資のニーズに応える商品の開発・提供に努めていきます。



*27 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。

2021年度取組状況と定量指標(KPI)
- 運用・商品開発 -

3. 運用報酬・手数料の分かりやすい情報提供



2021年度の主な取り組み

■ 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) <http://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、パンフレットやウェブサイトにおいて、お客さまにご負担いただく手数料はどのようなサービスの対価であるかについて、「資産運用」「コンサルティング」「ラップ口座の管理」にわけて記載しています。
- さらに、お客さまが契約期間中にファンドラップの報酬をいつどのようなタイミングでご負担いただくかのイメージや、ご提供するサービスごとの役務と料率についても図表をもとに説明しています。
- 2021年7月には、パフォーマンス向上の観点から「Mizuho Fund Wrap」の報酬率を引き下げました。

【<公募投信> 手数料に関するご説明資料】



【<ファンドラップ> 費用に関するご説明資料】



交付目論見書

委託者報酬の主な変動要因について

ファンドの費用・税金

項目	内容
■ファンドの費用	投資者が直接的に負担する費用
購入手数料	購入金額に、3.3% (税込3.6%) を上乗せして、販売会社が定める手数料率を乗じて倍を課税します。購入手数料は、見込「投資報酬」欄の「手数料」に計上され、各6月に購入に際する手数料が確定した時点で確定申告の対象となります。
信託財産管理料	あり/なし
投資者が信託財産で間接的に負担する費用	ファンドの運用に際しては、通常1.5% (税込1.6%) の信託報酬・管理料の負担が発生します。信託報酬・管理料は、見込「投資報酬」欄の「手数料」に計上され、各6月に購入に際する手数料が確定した時点で確定申告の対象となります。
運用等費用 (信託報酬)	委託会社 年率0.05% 信託財産の運用・信託管理等に必要とする、信託報酬の算出に際しての費用 販売会社 年率0.30% 購入後の運用・信託管理等に必要とする、信託報酬の算出に際しての費用 委託会社 年率0.05% 運用期間中の信託報酬・管理料を委託会社から信託財産に計上する費用 委託会社 年率0.05% 運用期間中の信託報酬・管理料を委託会社から信託財産に計上する費用 委託会社 年率0.05% 運用期間中の信託報酬・管理料を委託会社から信託財産に計上する費用
その他の費用・手数料	信託財産の運用・信託管理等に必要とする、信託報酬の算出に際しての費用 信託財産の運用・信託管理等に必要とする、信託報酬の算出に際しての費用 信託財産の運用・信託管理等に必要とする、信託報酬の算出に際しての費用

No.	業種	具体的内容	運用報酬率の傾向
			低い ← → 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 (REIT含む)
3	運用の積極性 (投資方針の入手)	少ない	多い
4	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	固定割	機動的
6	情報入手の難度	容易	困難
7	運用報告負荷 (手数料コスト、など)	基準報酬の算出 法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：市場平均を表す指数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

ご負担いただく報酬 (手数料) について

3. ご負担いただく報酬 (手数料)

■ お客さまにご提供するサービス

投資一任型に関する報酬 (手数料)	投資対象ファンドに関する信託報酬等
<ul style="list-style-type: none"> 運用費と交換して毎月定期的にインボイスの発行 みずほ証券から毎月定期に定額の手当 ご契約の開始 (ご変更を含む) および終了する事務手数料等 	<ul style="list-style-type: none"> 受託会社 (キレック・インテグレーション) 運用財産の運用 等
<ul style="list-style-type: none"> みずほグループ内における信託内債や運用財産の管理 等 お客さまのご契約内容に合わせた運用方針の策定 マーケット情報の提供 等 投資判断および投資方針の発表の執行 等 	<ul style="list-style-type: none"> 委託会社 (キレック・インテグレーション) 運用財産の運用 等 販売会社 (みずほ証券) 交付運用報告書等の送付や投資対象ファンドの開示等 等

■ 運用コースごとの報酬率とその内訳

合計報酬率	SG-ス 1.16%	SG3-ス 1.23%	MG3-ス 1.39%	GG-ス 1.54%	AG3-ス 1.57%
信託報酬	0.11%	0.11%	0.13%	0.14%	0.14%
運用費	0.42%	0.49%	0.53%	0.57%	0.60%
手数料	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%
その他	0.63%	0.62%	0.64%	0.66%	0.66%

報酬支払いのタイミングのイメージ



(上図) みずほ証券
「Mizuho Fund Wrap」パンフレットより抜粋

(左図) みずほ証券
「Mizuho Fund Wrap」運用コースごとのパフォーマンス (シミュレーション) とご負担いただく報酬 (手数料) について」より抜粋

2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 運用・商品開発 －

4. 情報提供やサービスの充実

One

2021年度の主な取り組み

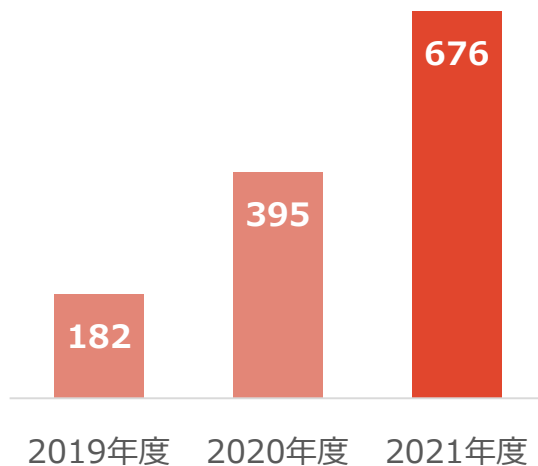
■ お客さまの立場に立った情報提供やサービスの充実

- アセットマネジメントOneは、個人の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化や、非対面形式でのセミナー開催を通じた情報提供に努めました。
- また、お客さま目線や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。特に、ESG関連ファンドの組入銘柄の説明やNZAM^{*28}に関する取り組みなど、サステナビリティの取り組みに関する情報開示を充実させています。

■ 想定するお客さま属性の表示

- お客さま保護の観点から、アセットマネジメントOne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。

ウェブサイト閲覧数（万回）



【個人のお客さま向けセミナー開催事例】

オンライン



- 投資初心者を対象に、投資効率向上の観点から安定性を重視した下値耐性力に強みのある商品を紹介

【情報提供資料に関する取組事例】

情報提供の拡充



- 重要情報シートに想定されるお客さまの属性を記載

分かりやすい資料



- 資料のデザインが評価され、UCDAアワード2021『情報のわかりやすさ賞』^{*29}を受賞

^{*28} Net Zero Asset Managers initiative

^{*29} 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（UCDA）が運営する表彰制度であり、企業（団体）・行政が生活者に発信するさまざまな情報媒体を、産業・学術・生活者の「集合知」により開発した基準を使用して「第三者」が客観的に評価し、優れたコミュニケーションデザインを表彰するものです。

2021年度取組状況と定量指標(KPI)

－ 運用・商品開発 －

5. ガバナンス態勢

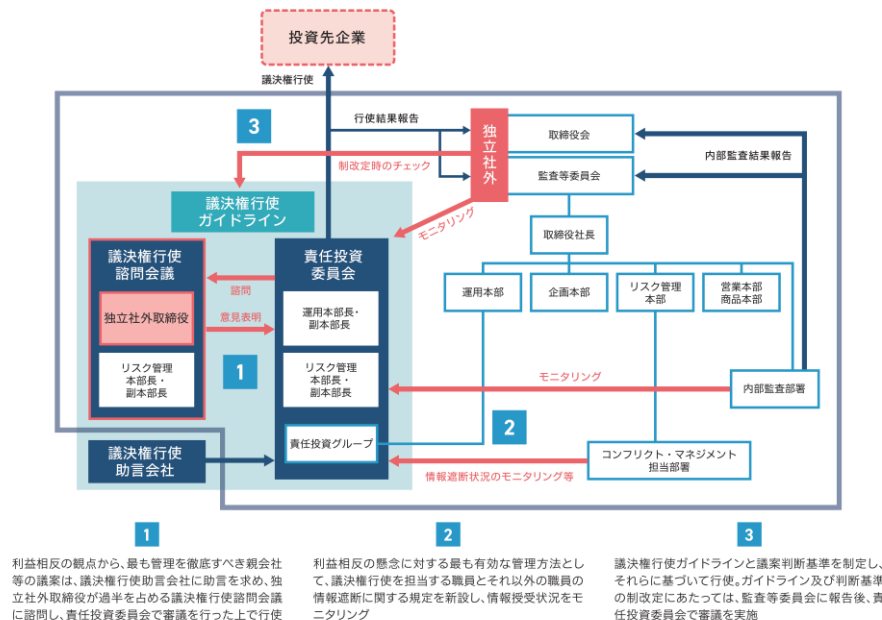
One

2021年度の主な取り組み

■ ガバナンス態勢の構築・機能の発揮

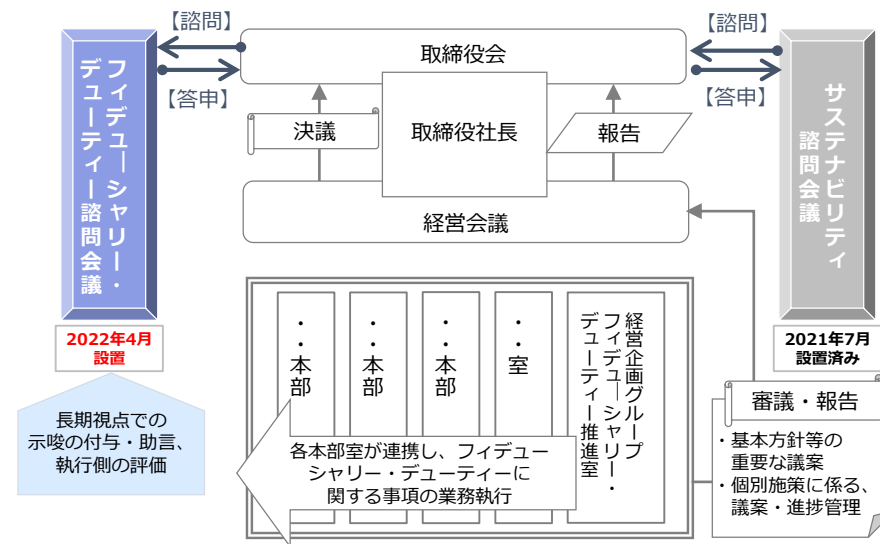
- ・ アセットマネジメントOneでは、取締役会、監査等委員会、経営会議および経営政策委員会におけるガバナンス機能により、グループ会社との適切な経営の独立性の確保・維持に努めています。
- ・ 議決権行使においても、親会社等の利益相反のおそれのある対象先の議決権行使については、適切な行使判断および管理を行う態勢を構築しています。
- ・ フィデューシャリー・デューティー諮問会議を設置することで、外部有識者からお客さまの視点に立った提言・助言を受け、取締役会によるフィデューシャリー・デューティー・ガバナンスを強化し、お客さまの最善の利益を追求します。

【議決権行使に関する利益相反管理】



(URL) アセットマネジメントOne 議決権行使における考え方等について
<http://www.am-one.co.jp/company/voting/>

【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
http://www.am-one.co.jp/pdf/news/277/220401_AMOne_newsrelease_J2.pdf

2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 運用・商品開発 －

6. 第三者評価

One

2021年度の主な取り組み

- 第三者による高い評価
 - ・ ファンドアワードでは、41本のファンドアワードを受賞しました。
「R&I ファンド大賞2022」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、幅広いアセットクラスで受賞しました。「リフィニティブ・リップパー・ファンド・アワード・ジャパン2022」では、合計17の最優秀ファンド賞を受賞し、年金の債券部門では最優秀会社賞を受賞しています。
 - ・ 投信会社満足度調査では、総合評価2位を獲得し、継続して高い評価をいただいています。



*30 ファンドアワード受賞本数；出所：リフィニティブ・リップパー、R&I、モーニングスター

*31 R&I ファンド大賞2022 (URL) https://www.r-i.co.jp/investment/fund_award/index.html

*32 リフィニティブ・リップパー・ファンド・アワード・ジャパン2022 (URL) <https://www.refinitiv.com/ja/rifa2022>

*33 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」314号、339号、364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。

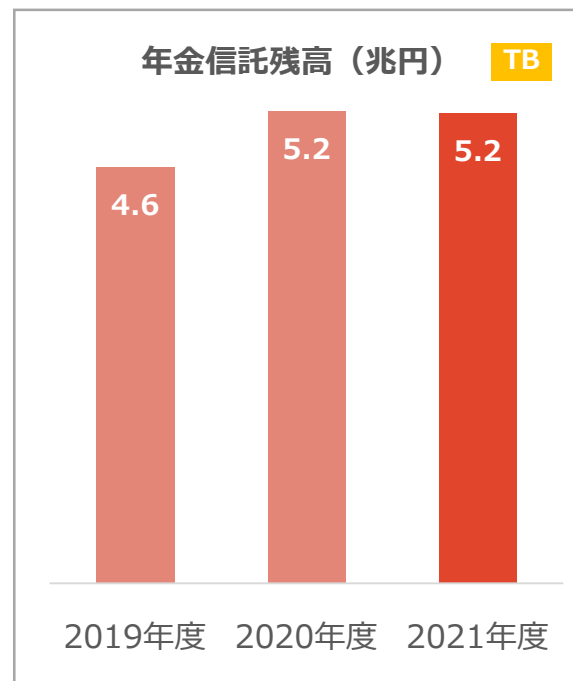
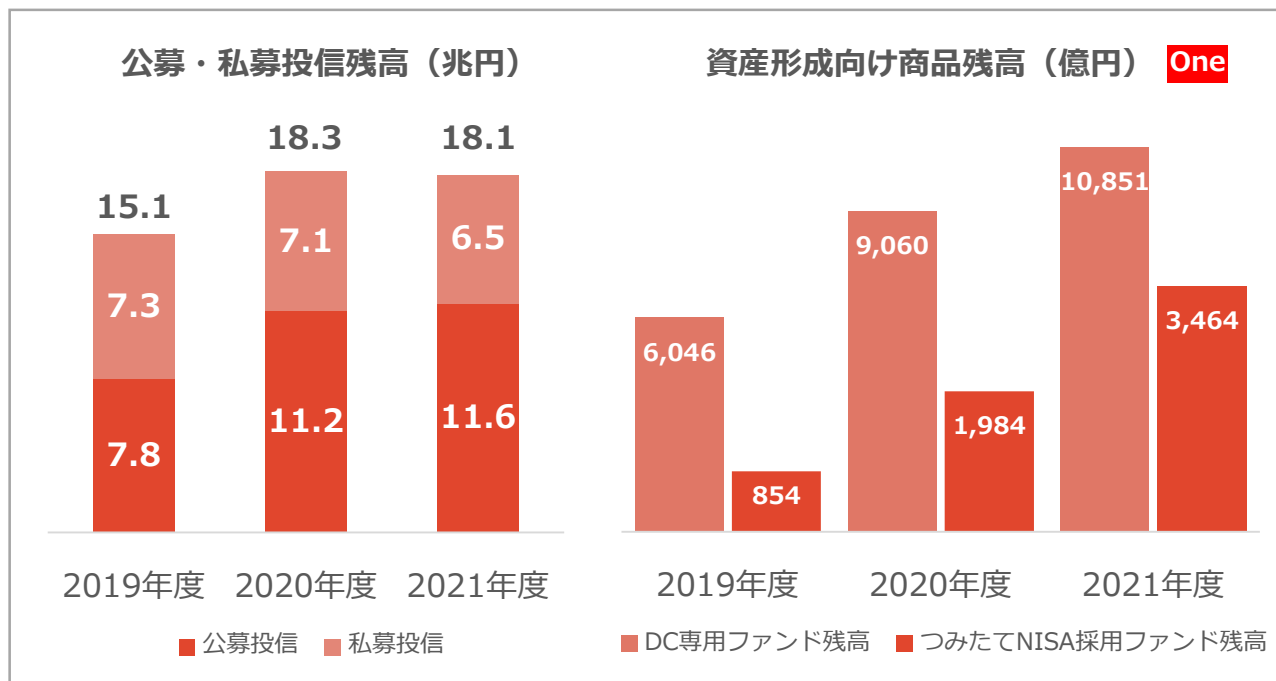
2021年度取組状況と定量指標(KPI)
－ 運用・商品開発 －

7. 運用資産残高

One TB

2021年度の主な取り組み

- 各社の運用資産残高
 - ・ アセットマネジメントOneの投資信託残高は、公募投信のグローバル株式・バランス型ファンドを中心に資金流入し、公募投信は11.6兆円、私募投信は6.5兆円となっています。
 - ・ 長期の資産形成向け商品として、DC・つみたてNISA等の制度を通じた商品提供にも取り組み、運用残高も着実に増加しています。
 - ・ みずほ信託銀行の年金信託残高は、年金制度や資産運用に係る総合的なコンサルティング提案等により、お客さまからの新規取引や追加信託等を継続的に受託し、5.2兆円となっています。



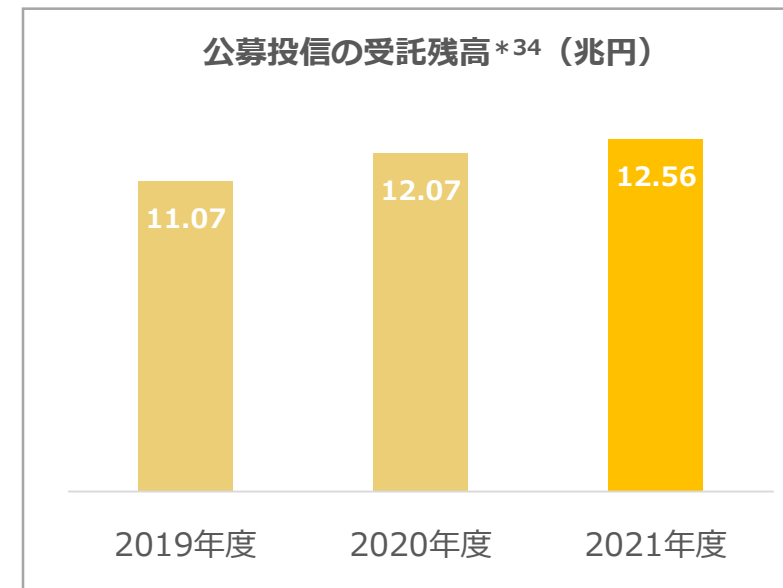
2021年度取組状況と定量指標(KPI) － 資産管理 －

1. 資産管理サービス提供体制の強化等

TB

2021年度の主な取り組み

- 資産管理サービス提供体制の強化**
 みずほ信託銀行では、行員向け教育研修や外部セミナーの活用を通じ、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、デリバティブ取引の業務処理量の向上に向けた態勢強化や、お客さまである運用会社の在宅勤務等の業務環境変化への対応として各種お手続き書面の電子化等、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を図りました。
- 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を実施する等、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**
 資産管理サービスにおける総合的なコンサルティングとソリューション提供を継続し、2022年3月末現在の公募投信受託残高は約13兆円となりました。



*34 公募投信の各年度における元本ベース残高

2021年度取組状況と定量指標(KPI) － グループ管理方針 －

1. 業績評価

FG BK TB SC

2021年度の主な取り組み

■ 業績評価

- ・ 「“すべてをお客さま起点”とし、本来やるべきことに向き合い、“自ら考え・行動し、実現”する」ことをコンセプトに設計しており、お客さま評価を取り入れる等、FDの観点を重視した制度としています。
- ・ 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、FDに反する行為等を防止する観点から、業績評価において、このような行為が発覚した場合は厳しく措置をとる仕組みを構築しています。

[業績評価体系（重視する項目）]

BK表彰		TB表彰		SC表彰	
定量項目 (50%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運用新規顧客数 ・ 個人運用純増額 ・ 新たなグループ取引顧客の獲得 ・ 資産形成商品の獲得件数 ・ 営業店利益 	定量項目 (70%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人運用純増額 ・ 承継コンサルティング機能の提供 ・ 取引拡大、グループ取引顧客の獲得 ・ 業務粗利益 	定量項目 (50%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資産導入 ・ 株式投信、ラップ純増額 ・ 顧客開拓 ・ 新たなグループ取引顧客の獲得 ・ 収益額
定性項目 (50%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ FD取組状況の評価 <ul style="list-style-type: none"> - お客さまからの信頼構築、コンサルティング実施状況 - 人材育成等 	定性項目 (30%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ FDを含むお客さま満足度向上に向けた取り組みを評価 	定性項目 (50%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ お客さま満足度 ・ コンプライアンス ・ 生産性向上 ・ 人材開発

2021年度取組状況と定量指標(KPI) － グループ管理方針 －

2. 報酬等の合理性と利益相反管理

FG BK TB SC One

2021年度の主な取り組み

- 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

- 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

管理方法の例

- 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>

2021年度取組状況と定量指標(KPI) － グループ管理方針 －

3. 企業文化の定着等（1）

FG BK TB SC One

2021年度の主な取り組み

- 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FD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、FD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FD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のウェブサイトにマンガを掲載しています。

【企業文化の定着に向けた主な取り組み】

① FD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 FDの実践への評価

- ・ お客さま満足度アンケート結果を各職場・職員の評価項目として設定（P38）
- ・ 「クライアントファースト マイスター」認定（P23）

③ FD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】

FG BK TB SC



マンガで知ろう！ 〈みずほ〉のFD
(URL) <https://www.mizuho-fg.co.jp/company/policy/fuldiciary/manga/>



2021年度取組状況と定量指標(KPI) － グループ管理方針 －

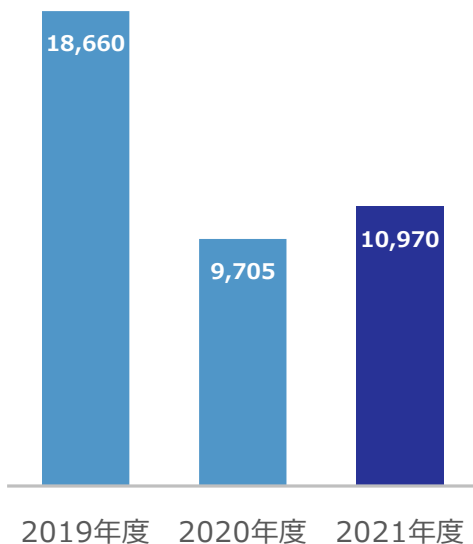
3. 企業文化の定着等（2）

FG BK TB SC One

2021年度の主な取り組み

- 金融教育の支援を通じ、金融リテラシー向上という社会的ニーズに対応
 - ・ 〈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、金融教育の受講者数をKPIとして設定し、取り組みを強化しています。
 - ・ 2005年より、総合金融グループとしての実務知識やノウハウを活かし、初等・中等・高等教育において、また自治体・企業職員・一般受講者などへの社会人教育において金融教育を支援しています。
 - ・ 2021年度は、昨年度に続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて講義協力・教育機会が減少するも、オンライン授業の強化や非対面用教育ツールの活用により、受講者数は昨年度より増加し10,970名となりました。

金融教育受講者数（人）



【オンライン授業】

リアルタイムの双方向授業

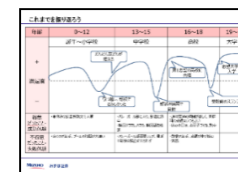


学生からの質問にも即回答。コミュニケーションの工夫も図っています



従来、夏休み期間中に子どもたちをグループ店舗にご招待し開催する「子どもサマー・スクール」を、初めてオンライン開催

オンデマンド授業



スライドと音声の動画教材

【公共図書館向け書籍の出版協力】 SC

「はじめてのお金教室」
全4巻

- (1) お金を知ろう
- (2) お金を使おう
- (3) お金を貯めよう
- (4) お金を得よう

出版：文研出版（新興出版社啓林館）



【デジタル教材】 SC

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教材を開発。金融機関としては初の取り組み

<https://www.steam-library.jp/content/9>



2022年度アクションプラン

－ 販売 －

お客さまニーズに適した商品ラインアップの構築

- みずほ銀行・みずほ信託銀行・みずほ証券が有するリソース・機能をフル活用した商品提供体制等を構築します。
- 人生100年時代において将来に備えた資産形成等中長期的な投資視点を踏まえ、お客さまの多様な資産運用ニーズに対応しうる質の高い商品ラインアップの維持に向け、商品導入・改廃プロセスを高度化します。
- グループ一体での商品選定を行う態勢の強化を通じ、お客さまに最適な商品を提供します。

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

- お客さまの投資ゴールや資産・負債状況にかかるヒアリングをしっかりと行い、各種分析などを実施し、お客さまが受け入れ可能なリスクの度合い等を正確に把握することを通じ、総合資産コンサルティングの高度化に向けた体制を構築します。
- お客さまがニーズに合った商品を選択していただけるよう、明確で誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供の充実を推進します。
- お客さまに対する付加価値の高いサービスの提供のため、ゴールの実現をサポートするシステムツールの活用・商品提供プロセスの一層の標準化等を通じて、商品提案・説明手法のさらなる高度化を進めます。
- 店頭・インターネット等といったお客さまのご利用チャネルおよび多様な資産運用ニーズに応じたコンサルティング手法の高度化に向け、最新のテクノロジー等の探求とその積極活用を進めます。
- 手数料に係る考え方について分かりやすい情報提供に努めるとともに、コンサルティングプロセスに係るモニタリングを運営・高度化します。

お客さまそれぞれのゴールの実現に向けたアフターフォローの実施

- お客さまの保有資産等の定期的な状況確認やお客さまそれぞれの投資ゴールに基づくポートフォリオ診断等に係るアフターフォローの充実を通じて、お客さま一人ひとりに寄り沿った丁寧な対応に努め、ご不安の払拭を含めた適切な情報提供・アドバイスを推進・高度化します。
- 業務のより一層の堅確性向上に向け、事務手続の高度化や帳票類の電子化等を含めたシステム対応を推進します。
- よりきめ細かなフォローを実施するため、リモート機能の活用や、ウェブ・コールセンターによるお客さまの資産状況に関するフォロー体制を強化します。

お客さまが安心して安定的な資産形成を実現するための基盤の構築

- お客さまの投資判断をサポートするため、金融・投資運用知識の向上や市場情報の把握に役立つ情報コンテンツ・セミナー等の機会の提供を推進します。
- お客さまの多様な資産運用ニーズに対し、適切かつ的確なコンサルティングを提供するため、営業担当者の教育の強化や継続的な意識醸成、また営業担当者の業績評価運営の高度化を推進します。
- お客さまの声の収集・分析・活用を通じ、お客さまの更なる満足度の向上に向けた取り組みを強化します。

2022年度アクションプラン

－ 運用・商品開発 －

運用の高度化

- お客さまへ持続的に高い付加価値を提供するため、次世代を担う運用専門人材の戦略的育成を行い、投資判断と分析力の高度化を推進します。
- お客さまの資産運用ニーズに対する最適なソリューションを提供するため、運用高度化に資する取り組みを推進します。
- 中長期的な視点に立ったエンゲージメントや議決権行使を通じて、投資先企業の企業価値向上および株式市場全体の底上げに貢献できるよう、ESGへの取り組みやスチュワードシップ活動の情報開示・拡充に努めます。

商品品質の向上とお客さまニーズを捉えた商品開発に向けた不断の取り組み

- 商品の適切なリスク管理やモニタリング、長期保有ニーズをはじめとするお客さまの高いニーズに対応した商品への重点的な運用リソースの配置により、継続的な商品品質向上、商品開発に努めます。
- 商品特性と想定されるお客さま属性を明確化し、販売会社と連携してお客さまにふさわしい商品を提供します。
- お客さまの声・ご意見を、商品開発やお客さま向け説明資料等に反映するための取り組みを継続します。
- お客さまが負担する手数料と提供するサービスの関係について、コストの見直しや分かりやすい情報提供に努めます。

お客さまの立場に立った情報提供やサービスの充実

- 市場環境変化に伴う、多様化する機関投資家のお客さまニーズに対し、タイムリーで分かりやすい金融市場情報の提供と、きめ細かなコンサルティング営業を実施します。
- お客さま向けのセミナーやイベント等を通じた情報発信や投資教育機会を充実させます。また、お客さま目線や分かりやすさを意識した資料・情報の提供に努めます。
- 非対面ツールも活用したマーケット関連情報や商品情報、金融・投資知識向上のためのコンテンツ等を拡充します。
- 多様化するライフスタイルに対応する金融サービスの取り組みを推進します。

ガバナンス強化

- 取締役会、監査等委員会、および責任投資委員会をはじめとする各種経営政策委員会におけるガバナンス態勢の機能により、持株会社およびグループの販売会社との間の適切な経営の独立性を確保・維持します。
- お客さまの利益を第一に考えた運用体制の構築と内部統制の強化を推進します。
- お客さまのニーズに適う商品開発のため、透明性の高い新商品開発プロセスの維持・向上を図ります。

2022年度アクションプラン

－ 資産管理 －

資産管理サービス提供体制の強化

- 規制・制度の変更や新たな運用手法・投資対象に適切に対応するため、計画的な事務・システム基盤の整備に継続的に取り組みます。
- 次世代を担う高度な専門性やITスキルを備えた「資産管理のエキスパート」の育成に戦略的に取り組みます。

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

- 新たな運用手法・投資対象に迅速に対応し、お客さまの「新しい取り組み」を資産管理面から積極的にサポートします。
- 資産管理に係るニーズや当行サービスへの評価など、お客さまの生の声を当行の経営戦略に活かすべく、お客さまとの接点を増やします。

お客さまの投資活動を支える情報提供の高度化

- 各国市場に関する規制・制度情報やお客さまが投資する資産に関する情報等、お客さまに対する各種情報提供サービスの充実化を図っていきます。

2022年度アクションプラン － グループ管理方針 －

ガバナンス

- 持株会社とグループの運用会社、グループの販売会社と運用会社との間の適切な経営の独立性確保に向けた態勢の構築を徹底します。
- 持株会社およびグループ各社により策定されたアクションプランについて、その遵守状況を各社内です定期的に報告します。

業績評価

- FDの実践等「顧客本位の業務運営」を踏まえた業績評価体系を、持株会社およびグループ各社内において構築します。

報酬等の合理性

- グループ各社が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・手数料水準の設定がされるようルール等の整備を徹底します。

利益相反管理

- 利益相反管理の有効性および適切性を検証し、その検証結果を踏まえて継続的な改善に努めます。

企業文化の定着

- グループ各社における適切な動機づけの枠組みを構築するとともに、グループ内コミュニケーション施策等を通じて、全ての役員と社員がFD遵守の意識を共有し、実践を行う企業文化を定着させていきます。
- 総合金融グループとしての実務知識やノウハウを活かして、金融リテラシーの向上という社会的ニーズに対応し、金融教育の支援を積極的に推進していきます。

「顧客本位の業務運営に関する原則」 該当ページのご案内

「顧客本位の業務運営に関する原則」*35 の原則2～7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	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。	4、22～31、35、36、38、40、41
(注)	金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	4
原則3	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。	34、39
(注)	金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。 ・ 販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・ 販売会社が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 ・ 同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合	39
原則4	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に情報提供すべきである。	17、32、37
原則5	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。	15、16、18、24、33
(注1)	重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由（顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む） ・ 顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容（第三者から受け取る手数料等を含む）及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	15～17、33
(注2)	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである（（注2）～（注5）は手数料等の情報を提供する場合においても同じ）。	15、16
(注3)	金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。	15、16
(注4)	金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配慮した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。	15、16
(注5)	金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。	15、16

*35 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>

「顧客本位の業務運営に関する原則」 該当ページのご案内

顧客本位の業務運営に関する原則		該当ページ
原則6	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。	5～14、18、 24～28、35、36
(注1)	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 <ul style="list-style-type: none"> 顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと 具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容（手数料を含む）と比較しながら行うこと 金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと 	8～14、18
(注2)	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。	8～14
(注3)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。	33
(注4)	金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	8～14、19
(注5)	金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	20～23、33、37、 40、41
原則7	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仕組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	22、23、38
(注)	金融事業者は、各原則（これらに付されている注を含む）に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	40、41