

お客さま本位の業務運営について

みなと銀行の「お客さま本位の業務運営」

りそなグループは、「お客さまの信頼に応える」という経営理念のもと、グループ各社が取り扱う様々な金融サービスにおいて、真にお客さま本位の取組みを徹底していくための方針として、「お客さま本位の業務運営方針（以下、運営方針）」を定め、公表しています。

みなと銀行では、運営方針に基づく金融商品サービスの提供のため「フィデューシャリー・デューティー取組方針」（以下、本方針）を策定しています。
本方針は運営方針を具体的な行動に落としたものであり、当社は本方針に沿った業務を実践するとともに、その取組状況を定期的に公表します。

フィデューシャリー・デューティー取組方針

1. 中長期分散投資を柱とした資産形成のための運用提案
2. お客さまニーズに適した商品ラインアップの整備
3. お客さまへの最適なサービス提供とコンサルティング力向上
4. 利益相反の適切な管理
5. 手数料等の明確化
6. お客さま本位の推進管理態勢の整備



1 中長期分散投資を柱とした資産形成のための運用提案

(1)お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

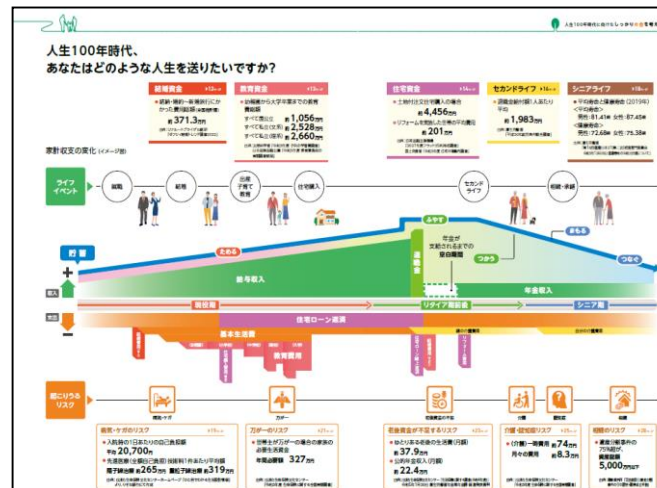
お客さまのライフプランの実現に向けた安定的な資産形成のお役に立てるよう、お取引の都度、お客さまの金融知識、取引のご経験、ご資産の状況、ご購入の目的、ニーズなどをお伺いし、最適な商品・サービスをご提案するよう努めています。

またご提案にあたっては投資する地域や通貨、資産をはじめ時間を分散するなど、大切なご資産をリスク分散しながら、より安定的に運用できるようご提案致します。

みなと銀行では、お取引の都度、「お客さま事前確認書」によりお客さまのお考えやご資産の状況などを伺い、お客さま一人ひとりに適した商品・サービスの提案を行っています。



「人生100年時代に向けたしっかりお金を考える本」



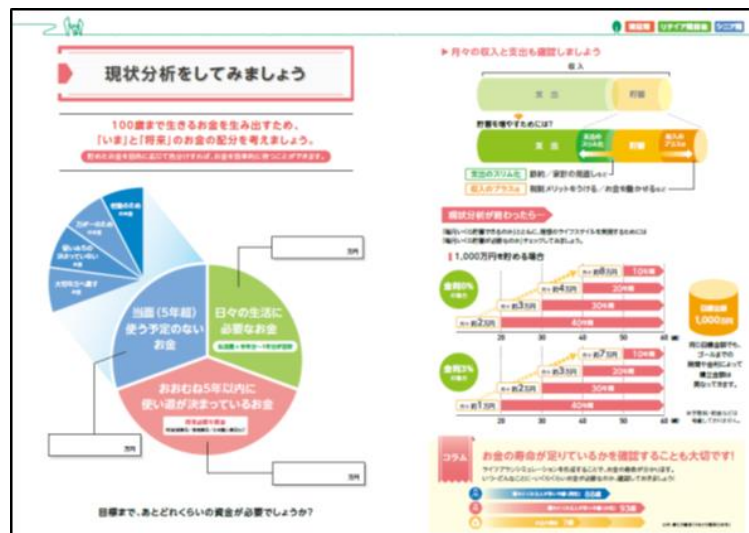
「お客さま事前確認書」

1 中長期分散投資を柱とした資産形成のための運用提案

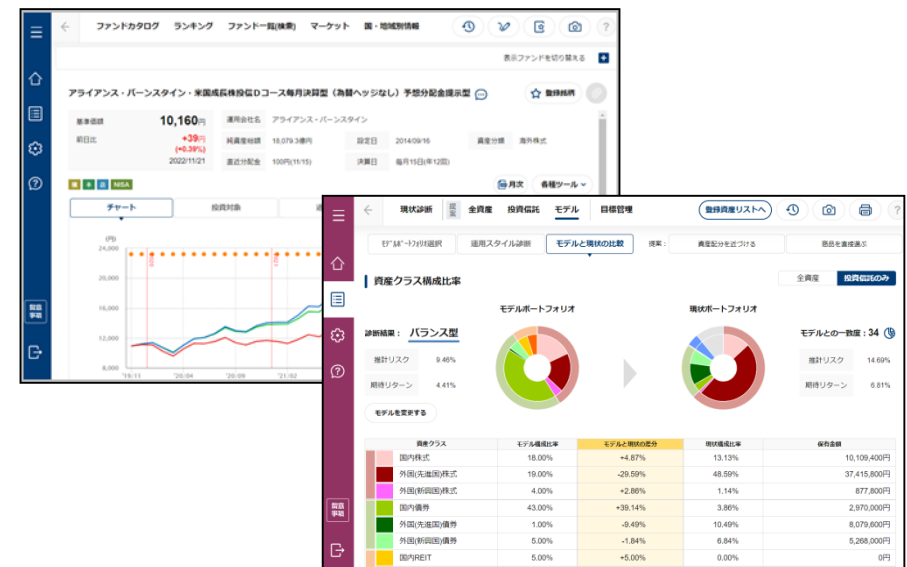
(2) お客さまの立場にたった提案・販売・フォローアップ

商品等の提案・販売にあたっては、お客さまの目指す目標(ゴール)を共有し、目標資産額等をお客さまとともに考え、お客さま一人ひとりに合わせたポートフォリオ提案に努めています。また、販売後もお客さまに寄り添い、お客さまの考え・気持ちの変化(ライフプランの変更)を共有し、ポートフォリオの最適化に向けた提案をするなど、長期的に安心して運用商品を保有いただけるよう、きめ細かいフォローアップに努めています。

ご資産についても、お客さまとともに生活に必要なご資金、使い道の決まっているご資金、当面使い道の決まっていないご資金に色分けを行い、使い道の決まっていないご資金について、お客さまの立場にたった最適な商品をご提供できるよう努めています。



「人生100年時代に向けたしっかりお金を考える本」
【現状を分析してみましょう(お金の色分け)】



「ポートフォリオ提案ツール:【QADNavi】」

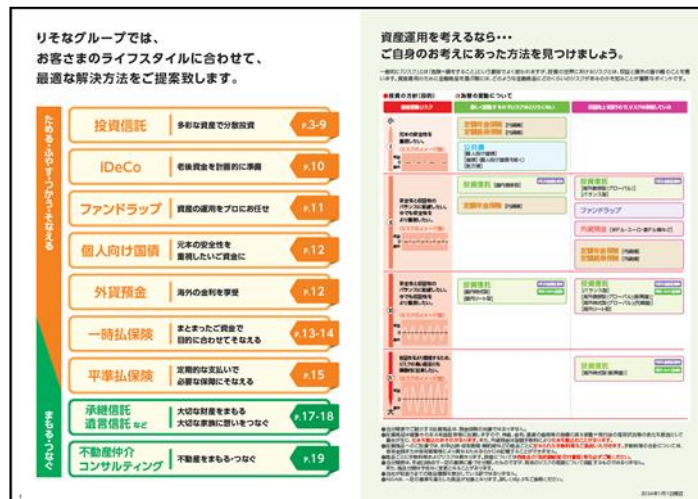
1 中長期分散投資を柱とした資産形成のための運用提案

(2) お客さまの立場にたった提案・販売・フォローアップ

複雑又はリスクの高い商品については、商品の内容や価格変動のリスク等について、十分ご理解いただけるよう商品共通様式の「重要情報シート」を活用した他商品との比較説明や投資にかかる知識や経験、年齢等お客さま一人ひとりの状況に応じた丁寧な情報提供に努めています。

お客さまへの情報提供を情報の重要性に応じて行うため、説明資料や販売資料等の事前検証において重要な情報にメリハリをつけるとともに、ご説明にあたって、より重要な情報を強調する等、お客さまに十分ご注意くださいよう努めています。

また、お客さまに最適な商品をお選びいただけるよう、投資目的等に応じた類似の商品を選定し、各種商品の違いや特徴等を十分にご理解いただけるよう、内容や手数料等の重要な情報を比較しながらご説明しています。



「商品ラインアップ」

「ご提案書」

1 中長期分散投資を柱とした資産形成のための運用提案

(2) お客さまの立場にたった提案・販売・フォローアップ

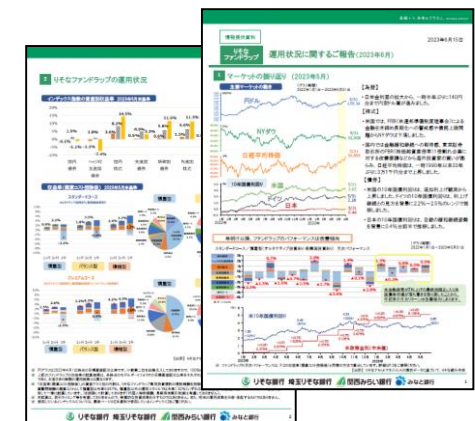
商品をご購入いただいたお客さまには、その商品、ご年齢、運用金額や損益状況などを考慮し、定期的に投資環境の変化等に関する情報提供、お客さまのライフプランや投資目的等の変化を踏まえた長期的な視点でのコンサルティングを目的としたフォローアップを行っています。また、株式や為替の相場が急変するなど投資環境に大きな変化が生じた場合には、上記とは別に正確かつ迅速な情報提供を行っています。

また、お客さまに最適な商品をお選びいただくため、商品の基本的な利益(リターン)、損失その他のリスク、取引条件、自社または系列会社である等、お客さまと利益相反の可能性がある場合の内容等、ご意向やニーズを踏まえ提案する商品がお客さまに最適と判断した理由等、重要な情報の分かりやすい提供に努めています。

一方、商品組成会社が販売対象として想定するお客さまの属性については、今後の同社からの情報提供を踏まえ充実させてまいります。また、業界共通のフォーマットで作成した「重要情報シート」の説明資料を使用し、今後も一層分かりやすい情報提供に努めてまいります。



「りそなマーケットマンスリー」



「りそなファンドラップ 運用状況に関するご報告」

1 中長期分散投資を柱とした資産形成のための運用提案

(3) パッケージ商品の重要な情報の分かりやすい提供

当社では、複数のファンドや商品を1つの商品としてパッケージ化しているもの（以下、パッケージ商品）を取り扱っています。

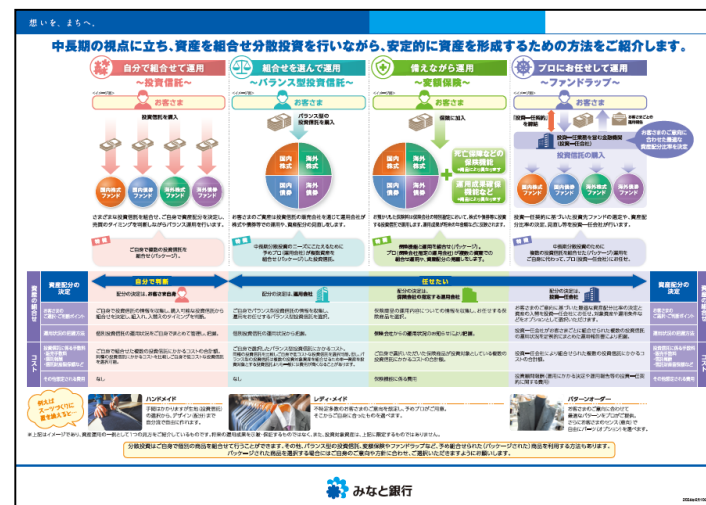
パッケージ商品の提案・販売にあたっては、パッケージ商品の有無を明記した「重要情報シート」の使用等により分かりやすい提供に努めています。

(4) お客様の資産形成に資する運用提案

お客様の大切なご資産に対する基本的な考えに「安定的な資産形成」があり、この考えのもと、お客様のライフプラン、投資目的等を踏まえながら安定的な資産形成のため、積立投資や国際分散投資であるファンドラップやバランス型ファンドなどの提案活動を行っています。



「りそなファンドラップ パンフレット」



「複数商品比較提案ツール」



2 お客さまニーズに適した商品ラインアップの整備

(1) 提供する商品の品質の維持と向上

商品ラインアップについては、安定的な資産形成という考えのもと、お客さまのライフステージ毎の様々なニーズにお応えできるよう系列の枠を超えて整備しています。

商品の選定にあたっては、内外環境やお客さまニーズの変化等を踏まえ、お客さまに一層ご満足いただけるラインアップになるよう、類似する複数の商品の運用実績や費用などを外部機関の評価も踏まえ、総合的に検討・判断しています。

ラインアップの見直しについては、中長期的なマーケット動向、商品の運用実績等に対する外部機関による評価、商品組成会社における運用体制や購入されたお客さまへのサポート体制等を定期的に検証・評価することにより実施しています。

ご提供する商品・サービスの品質の維持と向上のため、営業店ではお客さまのライフプラン等を踏まえた最適な商品であったか、お客さまの状況等を踏まえた適切な方法であったか等について取引毎に検証する他、本部においても検証の妥当性等を検証しています。

最適な商品・サービスのご提供は、お客さまにご満足いただくために重要な取り組みであることから、その実践・定着状況について、担当部署とは別の部署が検証・評価し、把握された課題について改善していく態勢を整備しております。



2 お客様ニーズに適した商品ラインアップの整備

(2) 資産形成分野におけるSXへの取組み

社会全体でのESG、SDGsへの取り組みをお客さまの「安定的な資産形成」の一つに位置づけています。

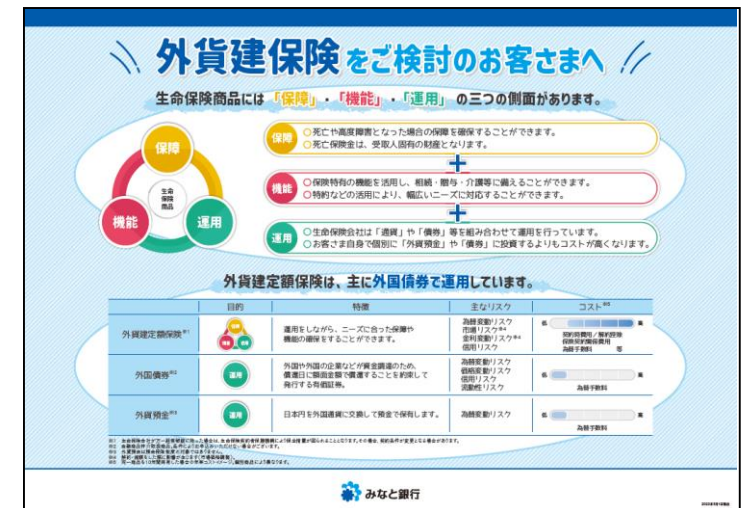
お客様のESG投資を通じて個人分野におけるSXを加速させ、持続可能な社会の実現を目指します。



(3) 保険商品の提供について

保険商品について保障や保険特有の機能を活用した商品に加え、運用ニーズにもお応えできる商品ラインアップを揃えます。

外貨建一時払保険については、類似する運用効果を持つ幅広い商品と比較することができるツールを使用し、お客さまに対して分かりやすい情報の提供に努めています。



「外貨建て保険をご検討のお客さまへ パンフレット」

3 お客さまへの最適なサービス提供とコンサルティング力向上

(1) お客さまの課題解決に向けた取り組み

お客さまのライフプランにおける「こまりごと」を共有し、課題解決に向けて寄り添います。お客さまニーズを正しく理解し、課題解決に向け信託等を活用した『総合的なコンサルティング』の実践を行っています。



「みなとのプライベートバンキング チラシ」



「みなとコンシェルジュサポート パンフレット」

(2) お客さまに応じた重要な情報の提供

お客さまに重要な情報を十分ご理解いただけるよう、ご説明にあたっては、お客さまのご年齢や金融知識、取引のご経験等を踏まえ、ゆっくりと話す、平易な言葉に言い換える、理解状況をこまめに確認する等、お客さまに応じた分かりやすい情報提供を行っています。

(3) お客さまや提案する商品に応じた慎重な対応

複雑又はリスクの高い商品を提案・販売する場合や投資経験・金融知識の浅いお客さま、ご高齢のお客さまに販売する場合には、確認書を用いて重ねて説明する、役職者の承認を得る等、通常の取引に比べてより慎重に対応することとしています。

3 お客さまへの最適なサービス提供とコンサルティング力向上

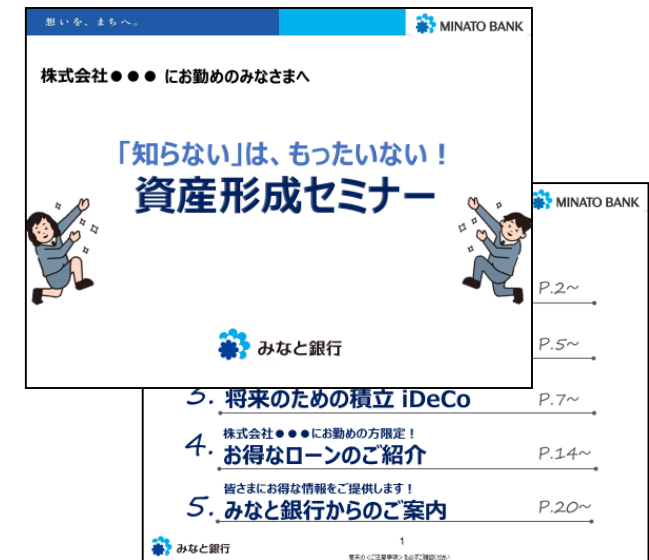
(4) パッケージ商品の適切な提案・販売

パッケージ商品の提案・販売にあたっては、パッケージ化された個別商品の中にお客さまに相応しくない商品が含まれていないか、過度な手数料等をご負担いただくことにならないか等、パッケージ全体がお客さまに相応しいことを確認しています。

(5) お客さまの金融リテラシーの向上

「資産運用立国」へ向けた新NISA等の政府の取組みに呼応し、お客さまに質の高い金融サービスをご提供するため、従業員に対しては内外のマーケット動向や商品等に関する研修等を行っています。

一方、お客さまに対しては資産形成に関する大切な事項について分かりやすく記載した冊子をご用意する他、企業の従業員向けにセミナーを開催するなど、お客さまの金融リテラシー向上に向けた情報提供を行っています。



「企業の従業員向けセミナー 資料」

(6) お客さまの課題を解決するための人材育成

お客さまの様々な「こまりごと」の解決に向けて、社員向けに勉強会や資格取得の推奨、外部講師によるセミナーを行い知識の定着を図っています。

2019年には企業内大学「リそなアカデミー」を開講し、プロフェッショナル人財の育成に継続的に取り組んでいます。

4 利益相反の適切な管理

(1) 利益相反管理態勢の整備

当社グループとお客さまとの間、あるいはお客さまと他のお客さまとの間で発生する利益相反を防止するため「利益相反管理方針」を定めています。

利益相反の可能性については、新規業務や新商品は検討の都度、既存の業務や商品は定期的にその有無や内容を検証・評価することにより、正確に把握することとしています。

利益相反に関しては、情報の遮断、お客さまへの開示もしくは同意の取得、取引条件の変更、その他管理方法あるいはこれらの組合せにより管理方法を定め、これらの方法によってもお客さまの不利益を回避できない場合には取引内容の変更や取引中止をすることとしています。

(2) 利益相反管理方針に基づく管理の実施

利益相反管理については、「利益相反管理方針」に従って抽出した利益相反のおそれがある取引等を特定・類型化し、取引等の類型に応じて、あらかじめ定めた管理方法により、適切に管理しています。

業務や商品の担当部署は利益相反の管理状況を検証・評価し、定期的に利益相反管理の統括部署に報告しています。統括部署は担当部署の管理状況について検証・評価のうえ定期的に経営宛報告しています。

お客さまにご負担いただく手数料その他の費用(以下、手数料等)には、購入時、保有期間中、解約時にかかるものがあります。それらが、どのようなサービスの対価に関するものかを含め、お客さまに十分ご理解いただけるよう、法定交付書面やパンフレット等(以下、法定交付書面等)に記載すること等により、分かりやすい情報提供に努めています。

投資信託の購入手数料は、従業員がお手続するより、インターネットバンキング経由や積立でご購入いただく方が低くなるように設定しており、提案・販売時にご説明する他、ホームページにも公表しています。

「リそなファンドラップ パンフレット」

「くみなと」ダイレクトバンキング パンフレット」

5 手数料等の明確化

(1)お客さまにご負担いただく費用に関する情報の提供

投資信託やファンドラップの手数料等については、購入時、保有期間中、解約時について法定交付書面等に記載しています。また、保険商品については購入時や解約時にかかる手数料等を法定交付書面等に記載しています。

手数料等のご説明は、法定交付書面等を使用して料率で行っていますが、投資信託の購入手数料については、あわせて概算額もご説明しています。

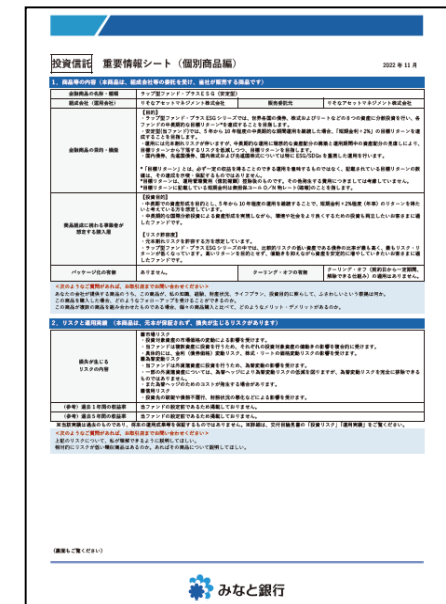
今後は手数料等を含む重要な情報は重要情報シートを使用してご説明することにより、一層分かりやすい情報提供に努めてまいります。



「りそなファンドラップ パンフレット」



「重要情報シート(金融事業者編/個別商品編)」



6 お客様本位の推進管理態勢の整備

(1) お客様の喜びや幸せの実現に向けた取り組み

りそなグループは、「お客様の喜びが、りそなの喜び」を基本姿勢とし、お客様の「こまりごと」・社会課題を起点とした新たな価値をご提供できるよう取り組んでおり、「お客様に喜んでいただくこと」、「幸せを感じていただくこと」をお客様の最善の利益と考えています。

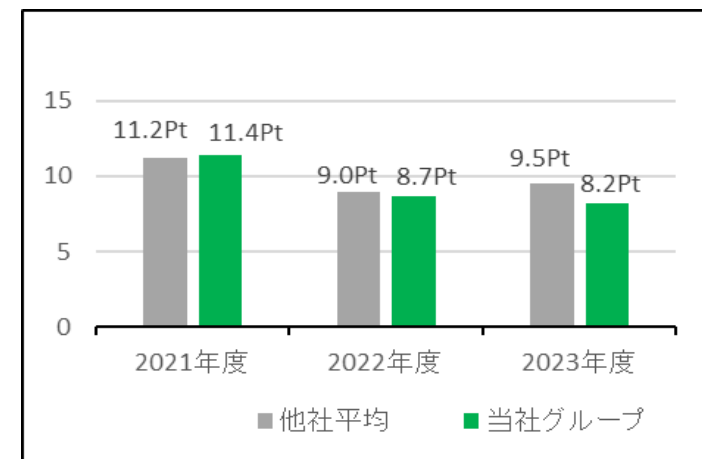
当社においても、上記基本姿勢のもと質の高い金融サービスの提供に必要な専門性を備える従業員を育成するため職務に必要な資格取得の奨励や様々な研修を実施しています。また、従業員一人ひとりが高い倫理観を持ち、常に誠実・公正な行動を取れるようりそなグループ共通の行動指針「りそなSTANDARD」を制定し、繰り返し徹底しています。

このような、お客様の喜びや幸せの実現に向けた取り組みについては、お客様アンケートを含む各種指標に基づき、取組内容の有効性等を定期的に検証・評価し、より良い活動となるよう改善していきます。

◆ お客様アンケートの結果

投資商品を保有いただいている当社グループと他社の個人のお客様を対象とするアンケートにおいて、「担当者家族や知人等に紹介したいと思いませんか」との質問に対する11段階評価の上位2位までの回答率は他社より低くなりました。

2024年度はお客様によりご満足いただき、支持される銀行となるべく、課題改善に取り組んでまいります。



6 お客様本位の推進管理態勢の整備

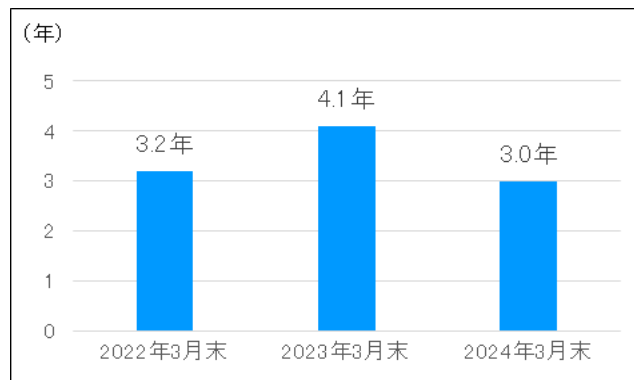
(2) お客様に選ばれ支持されるための取り組み

お客様のライフステージに応じた多様なニーズに対して幅広くお役に立つことにより、末永くお取引していただくこと、お客様に選ばれ支持される銀行になることを目指しています。

お客様への最善の利益の提供のため、運用する資産や通貨、時期の分散と長期運用により、価格変動の幅を抑えることが重要と考えています。

この考えのもと中長期分散投資を柱とした運用提案を行っています。このような長期的な視点での取り組みが、末永くお取引いただけるお客様やお預かりする大切なご資産の増加につながり、ひいては当社の存在価値が高まるものと考えております。

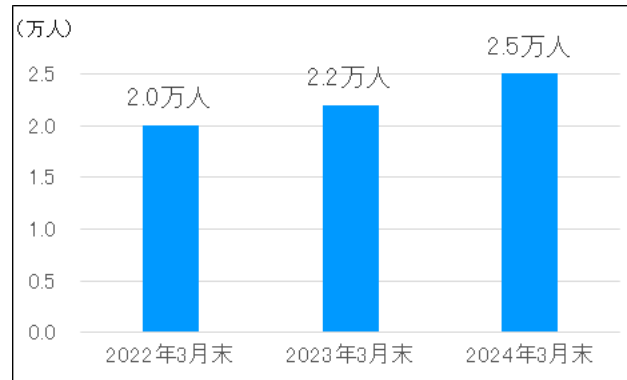
◆平均保有年数※1



株高、円安等を背景とした利益確定売りの動きにより、2024年3月末の投資信託の平均保有年数は前年度比で短期化しました。お客様のご意向を尊重しつつ、引き続き中長期分散投資の有効性のご説明に努めてまいります。

※1 お客様が保有される投資信託の各年度の平均残高を年間の解約額・償還額の合計額で除したもの

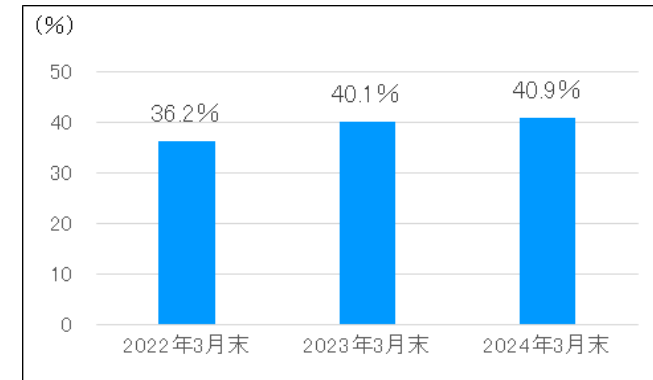
◆積立投資信託利用先数※2



NISAなどを通じて少額から始める積立投資信託を利用するお客様は年々増加しています。とりわけ2023年度は、新NISAへの高い関心を背景に増加しました。

※2 積立投資信託(つみたてNISAを含む)を保有される個人のお客様の人数(iDeCo契約者は含まれておりません)

◆分散投資ファンド比率※3

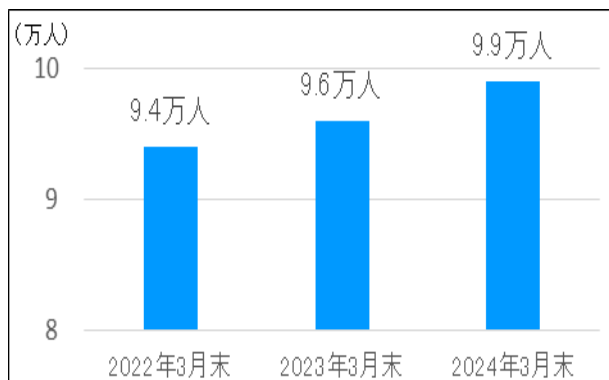


インカムを生む様々な資産へ投資したファンドでの運用を選ばれるお客様の増加等により、2024年3月末は前年度に比べて上昇しました。

※3 個人のお客様が保有される投資信託、リソナファンドラップの残高に占める中長期分散投資に適した国際分散投資型の投資信託およびリソナファンドラップの比率

6 お客様本位の推進管理態勢の整備

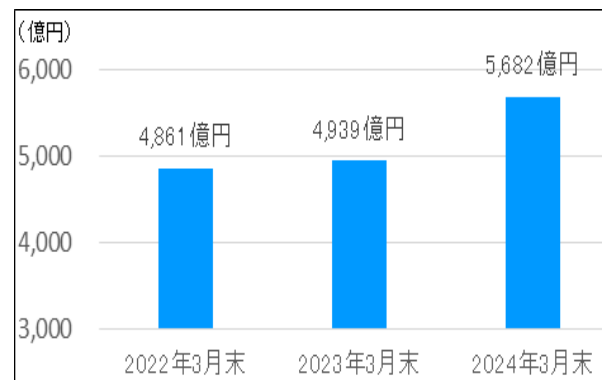
◆投資商品保有者数※4



新NISAへの関心の高まりを背景に投資信託を始められるお客さまが増加しました。また、一時払保険を保有されるお客さまの増加もあり、2024年3月末の投資商品を保有されるお客さまは前年度比で増加しました。

※4 投資信託、リそなファンドラップ、一時払保険を保有されるお客さまの合計人数

◆投資商品残高※5



2023年度は株価の堅調な推移や円安が進行したことにより、2024年3月末の投資商品残高は前年度比で増加しました。

※5 個人のお客さまが保有される投資信託、リそなファンドラップ、一時払保険の合計残高

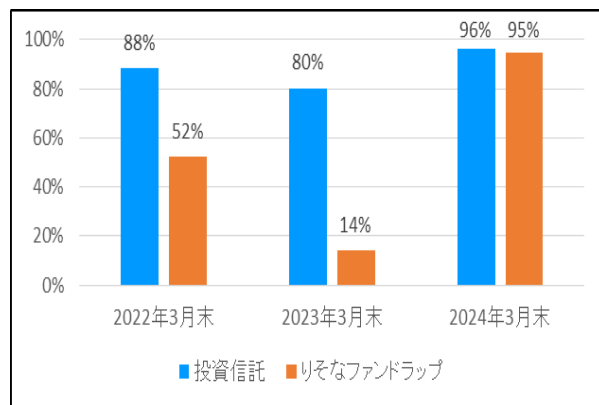
◆運用損益別お客さま比率(投資信託／リそなファンドラップ)＜共通KPI＞※6

2024年3月末の投資信託※7、リそなファンドラップをお持ちのお客さまについて、ご購入時・ご契約時以降の運用損益累計額を算出し、ご投資額に対する損益率別のお客さまの比率をお示ししています。

※6 お客さまが「お客さま本位の良質な金融商品・サービスを提供する銀行等」を比較選択できるよう金融庁が公表を推奨している統一基準の指標(「投資信託の販売会社における比較可能な共通KPI」)

※7 ETF、上場REIT、公社債投資信託、私募投資信託、確定拠出年金で買い付けた投資信託を除く

＜運用損益がプラスのお客さま比率＞



2024年3月末の運用損益がプラスのお客さまの比率は、2023年3月末に比べて投資信託、リそなファンドラップともに上昇しました。

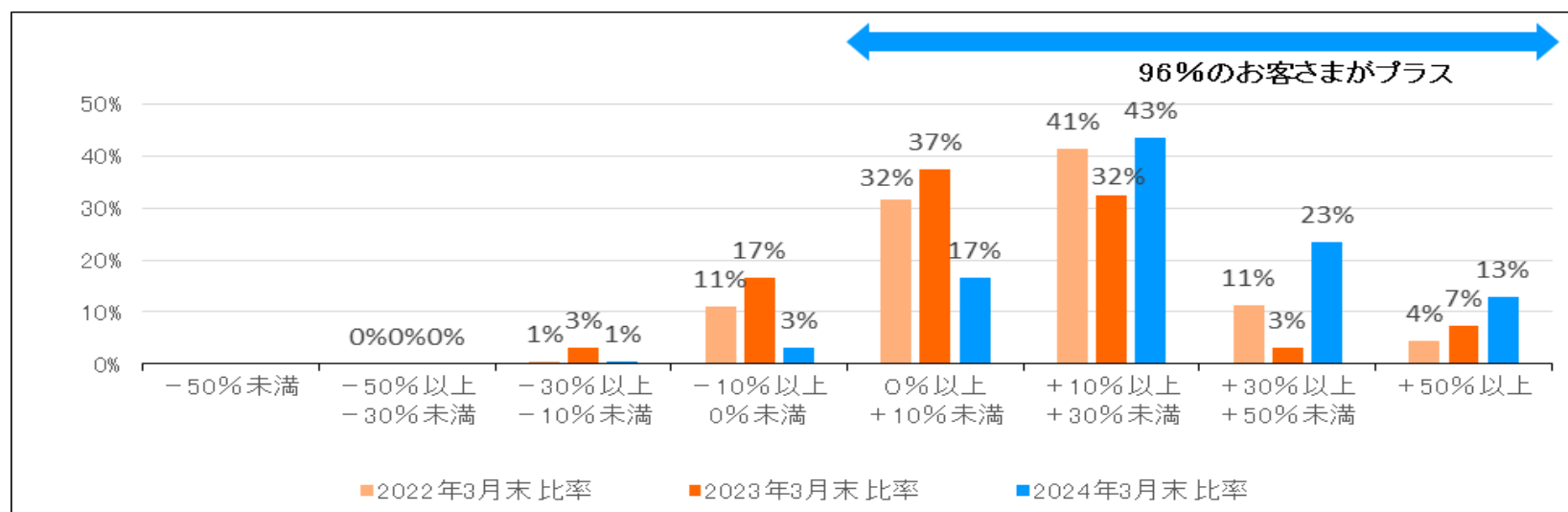
とりわけ、欧米の利上げ等による債券の市場変動を受け、2023年3月末に大幅低下したファンドラップは2024年3月末は95%と、投資信託と同水準にまで上昇しました。

6 お客さま本位の推進管理態勢の整備

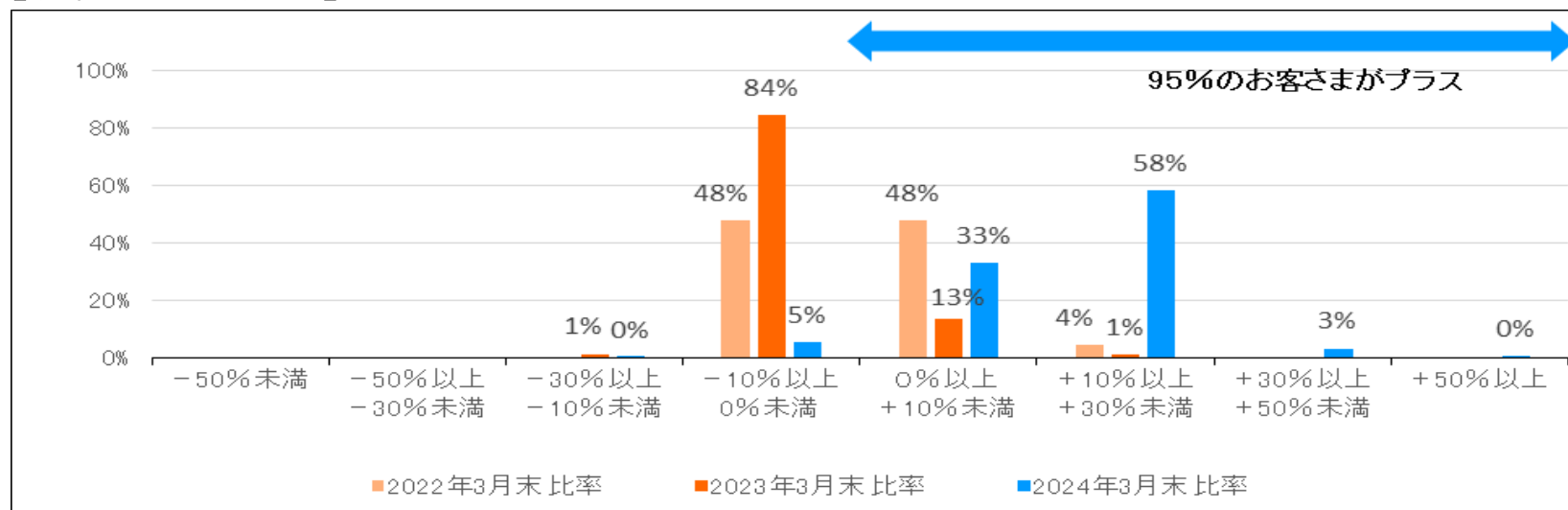
＜運用損益別のお客さま比率＞

最も多いお客さまは、投資信託は「10%以上+30%未満」(43%)、リそなファンドラップは「10%以上30%未満」(58%)でした。

【投資信託】



【リそなファンドラップ】



6 お客様本位の推進管理態勢の整備

◆ 投資信託の預かり残高上位銘柄※8のコスト・リターン／リスク・リターン※9＜共通KPI＞

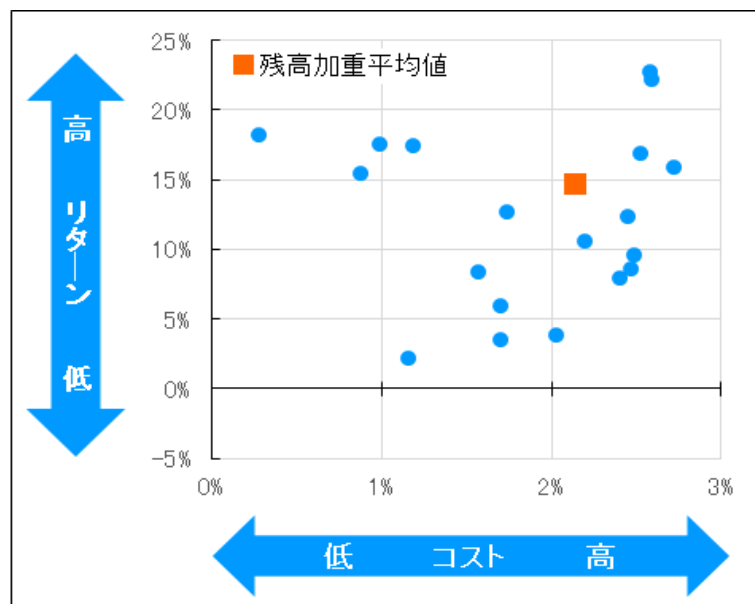
2024年3月末時点で設定から5年以上経過した投資信託のうち、お預かり残高が上位の銘柄について、銘柄別のコストとリターン、リスクとリターン及び残高加重平均値をお示しています。2023年3月末に比べて平均コストはほぼ横ばい、平均リスクはわずかに上昇となりましたが、市況の改善等により平均リターンは大幅上昇となりました。

※8 DC専用、リそなファンドラップ専用投資信託、ETF、上場REIT、公社債投資信託、私募投資信託、外貨建て投資信託を除き、単位型投信信託を含む

※9 コストは購入時手数料率の1/5と信託報酬率の合計値、リスクとリターンは年率換算

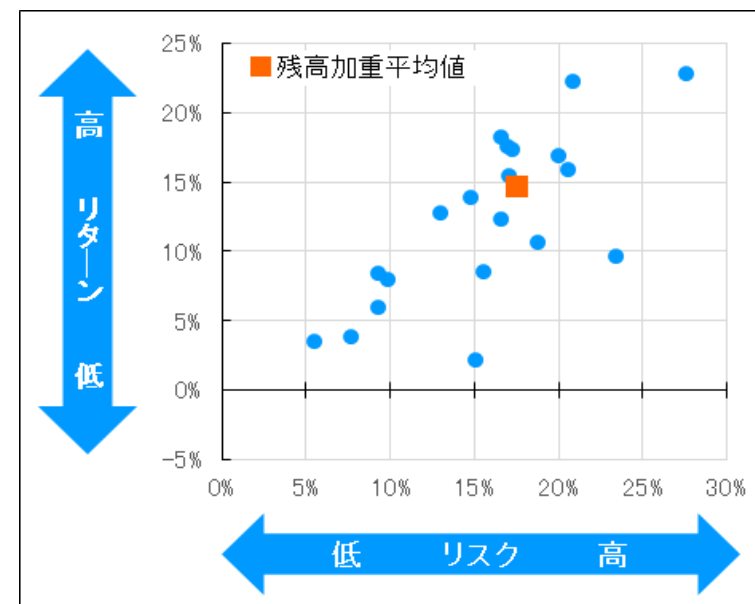
＜2024年3月末＞

コスト・リターン



残高加重平均値	コスト	リターン
	2.14%	14.69%

リスク・リターン



残高加重平均値	リスク	リターン
	17.51%	14.69%

(注) 2023年、2022年の「投資信託の預かり残高上位銘柄のコスト・リターン／リスク・リターン」に関する図表は次ページに記載しています。

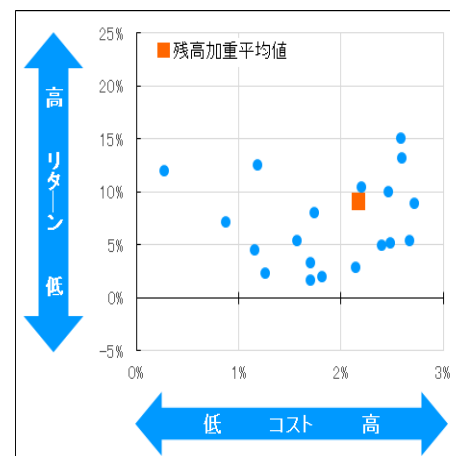
6 お客様本位の推進管理態勢の整備

投資信託残高上位銘柄(※10)

銘柄名	コスト	リスク	リターン
1. グローバル・ロボティクス株式ファンド（年2回決算型）	2.60%	20.90%	22.18%
2. グローバルAIファンド	2.59%	27.67%	22.74%
3. フィデリティ・USリート・ファンドB（為替ヘッジなし）	2.20%	18.82%	10.56%
4. 米国株式配当貴族（年4回決算型）	0.99%	16.97%	17.54%
5. ピクテ・グローバル・インカム株式ファンド（毎月分配型）	2.47%	15.57%	8.52%
6. 財産3分法ファンド（不動産・債券・株式）毎月分配型	1.71%	9.28%	5.94%
7. アムンディ・次世代医療テクノロジー・ファンド（年2回決算型）	2.45%	16.64%	12.29%
8. 新光ピュア・インド株式ファンド	2.72%	20.64%	15.87%
9. 野村インド債券ファンド（毎月分配型）	2.40%	9.94%	7.87%
10. のむらっぴ・ファンド（普通型）	1.57%	9.29%	8.36%
11. グローバル・ソブリン・オープン（毎月決算型）	1.71%	5.52%	3.47%
12. 人生100年時代・世界分散ファンド（3%目標受取型）	2.03%	7.71%	3.84%
13. のむらっぴ・ファンド（積極型）	1.74%	12.98%	12.68%
14. ニッセイ豪州ハイ・インカム株式ファンド（毎月決算型）	2.49%	23.50%	9.54%
15. 三井住友・DCつみたてNISA・全海外株インデックスファンド	0.28%	16.63%	18.21%
16. MHAM J-REITインデックスファンド（毎月決算型）	1.16%	15.12%	2.16%
17. グローバル・ヘルスケア&バイオ・ファンド	3.08%	14.82%	13.85%
18. 三井住友・NYダウ・ジョーンズ・インデックスファンド（為替ノーヘッジ型）	1.19%	17.31%	17.35%
19. 三井住友・225オープン	0.88%	17.08%	15.45%
20. パインブリッジ・ワールド株式・オープン	2.53%	20.07%	16.89%
残高加重平均値	2.14%	17.51%	14.69%

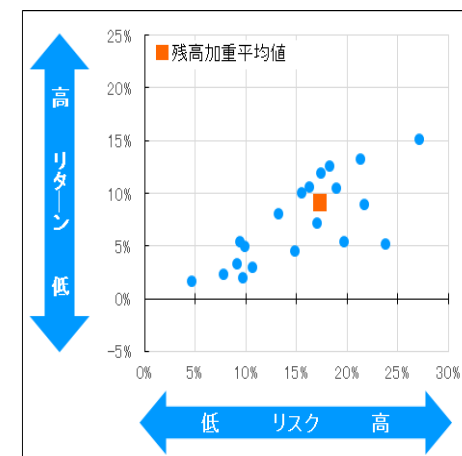
※10 コスト・リスク・リターンは時価残高による加重平均

<2023年3月末> コスト・リターン



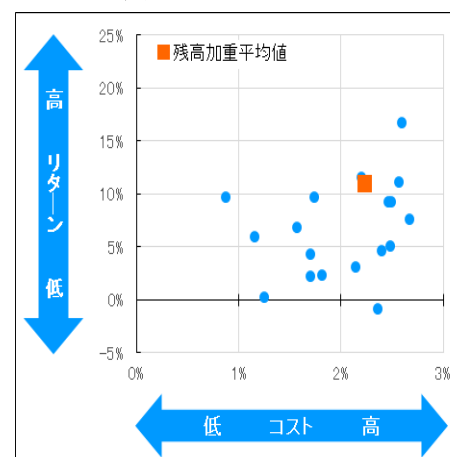
残高加重平均値	コスト	リターン
	2.17%	9.12%

リスク・リターン



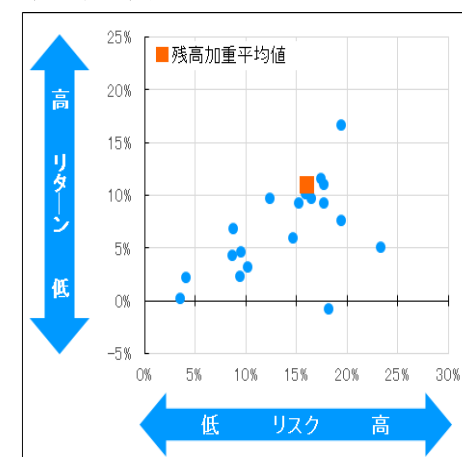
残高加重平均値	リスク	リターン
	17.30%	9.12%

<2022年3月末> コスト・リターン



残高加重平均値	コスト	リターン
	2.23%	10.98%

リスク・リターン



残高加重平均値	リスク	リターン
	16.02%	10.98%

6 お客様本位の推進管理態勢の整備

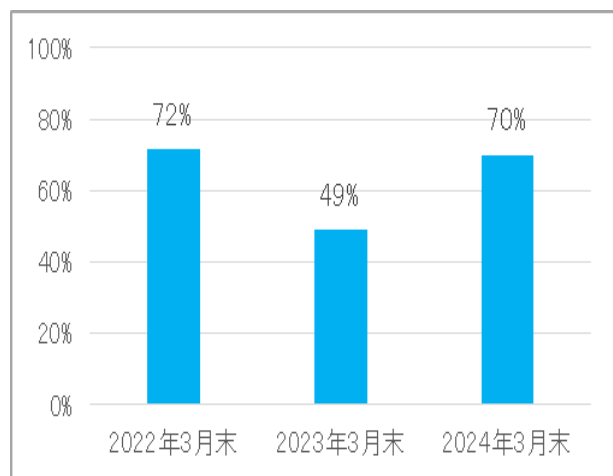
◆ 運用損益別お客さま比率(外貨建保険)※11<共通KPI>

2024年3月末の外貨建保険をお持ちのお客さまについて、ご契約時以降の運用評価累計額を算出し、ご契約時にお支払いいただいた一時払保険料に対する評価率別のお客さまの比率をお示ししています。

※11 お客さまが「お客さま本位の良質な金融商品・サービスを提供する銀行等」を比較選択できるよう金融庁が公表を促している統一基準の指標(「外貨建保険の販売会社における比較可能な共通KPI」)

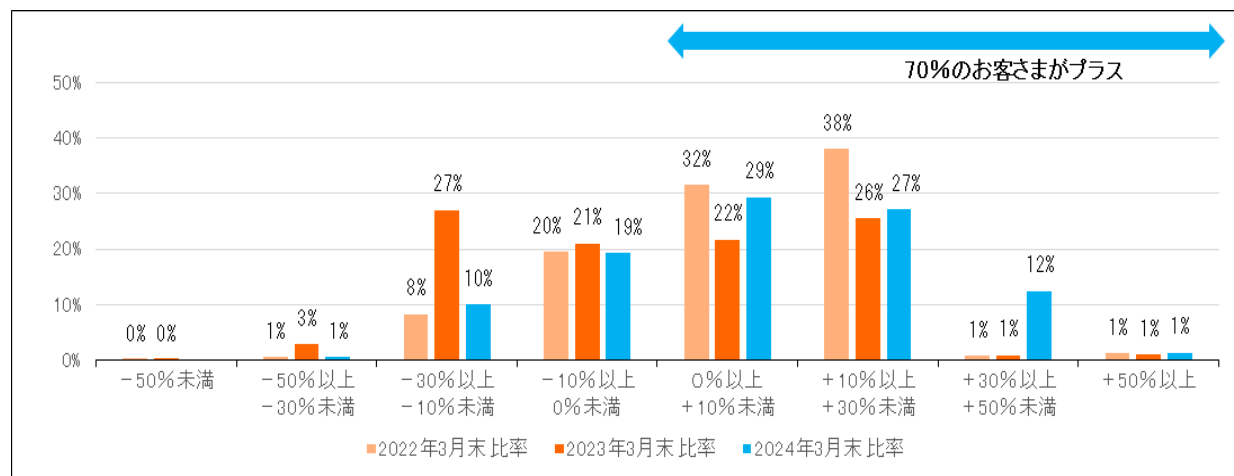
<運用損益がプラスのお客さま比率>

2024年3月末の運用損益がプラスのお客さまは2023年3月末に比べて上昇し、70%となりました。



<運用損益別のお客さま比率>

外貨建保険は「0%以上+10%未満」(29%)のお客さまが最も多くなりました。



6 お客様本位の推進管理態勢の整備

◆ 外貨建保険の銘柄別※12のコスト・リターン※13＜共通KPI＞

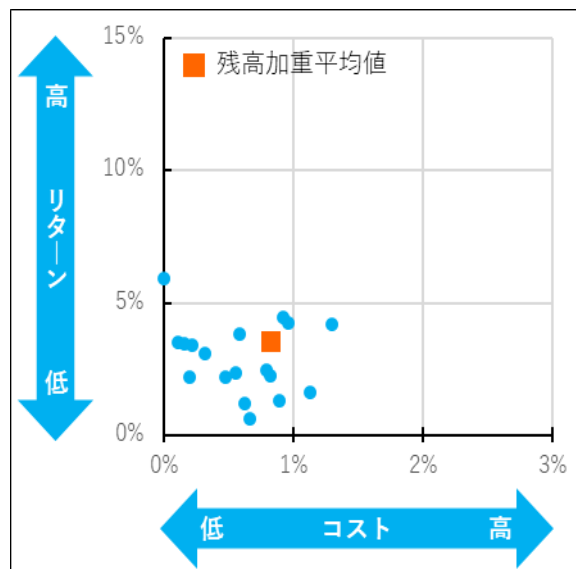
2024年3月末時点で保険契約開始から60カ月以上経過した契約が存在する生命保険商品のうち、基準日時点の解約返還金額+基準日時点の既支払金額の合計が上位の銘柄について、残高加重平均および銘柄別のコストとリターンをお示ししています。

※12 基準日時点で解約済契約、年金支払開始契約(据置期間含む)は除外
介護保障や特定疾病保障等の生前給付保障が組み込まれている銘柄は除外

※13 コストは、保険会社が支払う代理店手数料のうち、新契約手数料率を基準日までの契約期間で除したものと年間の継続手数料を使用することで算出。リターンは「(基準日時点の解約返還金額+基準日時点の既支払金額-契約時点の一時払保険料)÷(契約時点の一時払保険料)」を年率換算したもの

＜2024年3月末＞

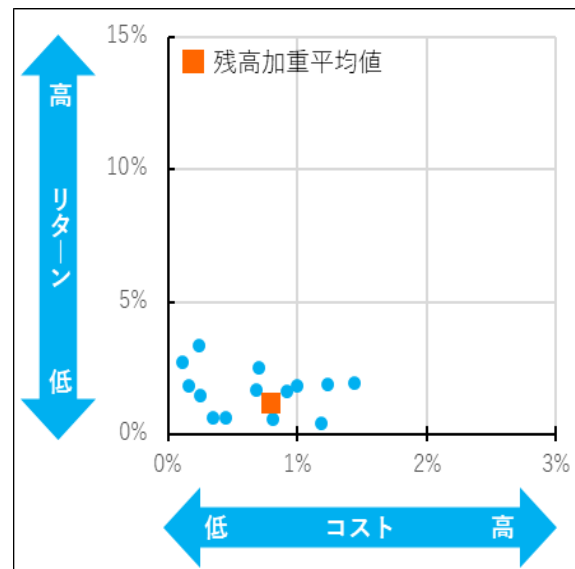
コスト・リターン



残高加重平均値	コスト	リターン
	0.82%	3.51%

＜2023年3月末＞

コスト・リターン



残高加重平均値	コスト	リターン
	0.83%	1.07%

外貨建保険残高上位銘柄※14

銘柄名	コスト	リターン
1. サニーガーデンE X	0.96%	4.27%
2. やさしさ、つなぐ	0.66%	0.64%
3. サニーガーデン	0.56%	2.36%
4. ビーウィズユープラス	1.13%	1.64%
5. プレミアレシーブ (外貨建)	0.00%	5.94%
6. しあわせ、ずっと	0.81%	2.23%
7. 三大陸	0.31%	3.11%
8. プレミアプレゼント	0.92%	4.44%
9. えがお、ひろがる	0.89%	1.31%
10. ビーウィズユー (USドル建)	0.58%	3.81%
11. やさしさ、つなぐ	0.79%	2.48%
12. みらい、そだてる	0.47%	2.21%
13. シリウスハーモニー	0.15%	3.45%
14. ビーウィズユー (豪ドル建)	0.62%	1.21%
15. シリウスデュアル	0.10%	3.52%
16. アテナ	0.22%	3.40%
17. あしたの、よろこび	1.29%	4.21%
18. アテナ2	0.19%	2.18%
残高加重平均値	0.82%	3.51%

※14 コストは、保険会社が支払う代理店手数料のうち、新契約手数料率を基準日までの契約期間で除したものと年間の継続手数料を使用することで算出。リターンは「(基準日時点の解約返還金額+基準日時点の既支払金額-契約時点の一時払保険料)÷(契約時点の一時払保険料)」を年率換算したもの。

6 お客様本位の推進管理態勢の整備

(3) 多様化するライフスタイルにお応えする取組み

お客様の多様化するライフスタイルにお応えするため17時まで営業している店舗や土日もお相談のできる店舗を設置し、お客様の利便性向上に取り組んでいます。

(4) 営業店評価や従業員の人事評価への取組み

お客様のライフステージに応じた多様なニーズにお応えしながら末永いお取引をいただくため、営業店評価は「短期的な成果」のみにとらわれず「中長期的な視点での取組み」を促すようプロセスを重視する内容・体系としています。

また、従業員評価は成果に偏った評価とならないよう、基本的な取組姿勢や成果を導いたプロセスを考慮した評価を実施するため、評価者向け・全従業員向けの研修を行っています。報酬体系もお客さまとの利益相反が生じるものではなく、お客さま本位の業務運営の実践が処遇向上につながっていく制度としています。

(5) 従業員への周知・徹底と推進体制の整備

お客さま本位の業務運営に関する取組方針については、研修等を繰り返し行うことで浸透・定着化に努めています。

また、従業員がこのような取組方針に基づき業務を行えるよう、その趣旨を業務に取込むとともに営業店評価や人事評価にも組入れています。

営業店評価等については、運用状況等を検証・評価するとともに、従業員向けの意識調査結果等も踏まえ、一層適切な動機付けとなるよう改善しています。

以上