

## （補足）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表

- 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 5（注 2）および原則 6（注 2）について、当社は複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等していないため、「金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表」の該当項目は『非該当』としています。
- 同原則の原則 6（注 3）について、当社は金融商品の組成に携わっていないため、同様に『非該当』としています。
- 同原則の原則 6（注 1）について、当社は各行法の枠を超えて横断的に類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容と比較しながら提案を行っていないため、『一部実施』としています。

（参考：金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」抜粋）

原則 5（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）。
原則 6（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"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
原則 6（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。
原則 6（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。