

「お客さま本位の業務運営方針」 に基づく取組結果

(2024 年 4 月～2025 年 3 月)

CONTENTS

方針 1

重要な情報の分かりやすい提供

P.1～P.6

方針 2

お客さまにふさわしいサービスの提供

P.7～P.10

方針 3

お客さまにふさわしい運用商品の選定・提示

P.11

方針 4

方針の定着に向けた取組み

P.12

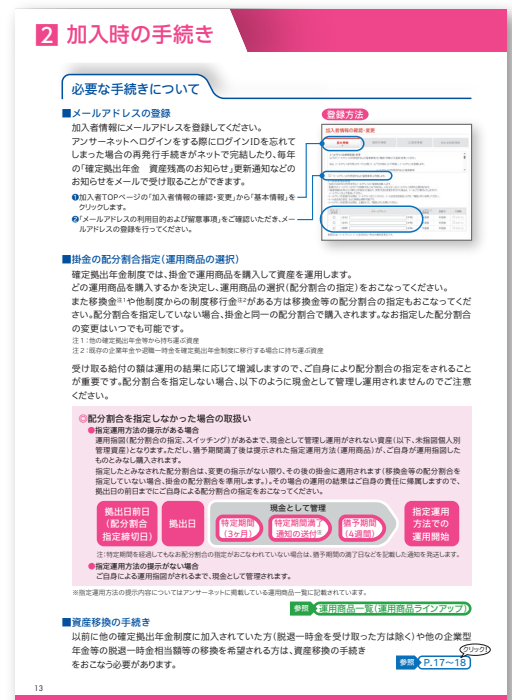
重要な情報の分かりやすい提供

1 加入者さま向けの分かりやすいご案内

加入者さまが手続きに迷わないよう、ガイドブックや通知はがき、アンサーネット（加入者さま専用ページ）などを通じて、必要な情報を分かりやすく提供しています。

「確定拠出年金（企業型）手続きガイドブック」の改訂（2024年5月）

新規加入者さま向けの企業型DCスターターキット冊子「確定拠出年金（企業型）手続きガイドブック」に、口座開設時の対応事項（配分割合指定、メールアドレス登録等）の記載を分かりやすく追加しました。



▲「確定拠出年金（企業型）手続きガイドブック」の改訂

アンサーネット「ご利用方法」の改善（2024年6月）

「つみたてナビ+（プラス）」※の内容に対応し、加入者さまの利用シーンに合わせた項目整理やアイコン表示により、視覚的に分かりやすい構成へと改修しました。

※つみたてナビ+とは

加入者さまにあった資産配分や商品を診断・提案するアンサーネット内のロボアドバイザー（診断ツール）サービスです。

特定期間満了通知はがきの改定（2024年8月）

初回拠出から3ヵ月経過しても配分割合指定が未実施の加入者さまに「特定期間満了通知はがき」をお送りしています。

このはがきに、配分割合指定のサポートを目的に、新たに「つみたてナビ+」に関する記載を追加するなどの改定を実施しました。

重要な情報の分かりやすい提供

2 運営管理手数料や信託報酬等の表示

手数料や信託報酬の透明性を高めるため、詳細なご説明資料を提供するとともに、事業主さまおよび加入者さま（以下、お客さま）がご理解しやすい形で情報を開示しています。

運営管理手数料等の丁寧なご説明

契約締結時や規約申請時に、事業主さまに運営管理手数料の内容を正確にご理解いただくため、ご説明資料や見積書、規約案を提示しています。また、サービス内容と手数料の関係、サービス範囲や費用等についてもご説明しています。

運用商品の手数料については、運用商品ラインアップの検討時に事業主さまに提案書を提示しています。運用商品の内容や特徴とあわせて、購入または保有、売却した場合にかかる費用について丁寧に説明するように努めています。

信託報酬等の掲載

お客さま向け情報提供資料「運用商品案内」に信託報酬率を掲載しています。また、当社ホームページには、選定・提示しているすべての運用商品について、中途解約利率・解約控除の有無や、年率・税込の信託報酬率、詳細な商品情報等を掲載しています。

【取扱運用商品】

- ◆企業型DC <https://www.sjdc.co.jp/examination/service/products/>
- ◆個人型DC (iDeCo) <https://www.sjdc.co.jp/individual/products/>

重要な情報の分かりやすい提供

3 情報提供の拡充

事業主さまのニーズに応じて、法改正などのDCに関する情報提供の内容を充実させています。

事業主さま向け「DC運営ポータルサイト」のアンケート調査

2024年3月に新設した「DC運営ポータルサイト」に関するアンケートを実施しました。

事業主さまからは、「カレンダー機能が役立っている」「欲しい情報が入手しやすくなった」といった声が寄せられています。

2024年12月施行の法改正対応

2024年12月の法改正に伴う確定拠出年金の拠出限度額見直しの概要と必要な手続きについて、事業主さま向けに法改正説明会を開催しました。ご要望のあった事業主さまには個別説明も実施しました。事業主さまからは、「よくまとまっていて分かりやすかった」「動画でも振り返りができるので安心」といった声が寄せられました。



▲ 事業主さま向け「DC運営ポータルサイト」

4 24時間365日いつでもどこでも情報を入手できる仕組み

加入者さまが必要な情報をいつでもどこでも入手できるよう、以下のとおり情報提供手段を多様化するとともに内容の見直しを行いました。

老齢給付金の請求手続きご案内動画の新設(2024年4月)

手続き時の不安や不明点の解消を目的に、老齢給付金の請求手続きについて加入者さまが正しくご理解いただけるよう、当社ホームページ上に『老齢給付金の請求方法』に関する動画を新設しました。



▲老齢給付金の手続きご案内動画の新設

重要な情報の分かりやすい提供

4

24時間365日いつでもどこでも情報を入手できる仕組み

「個人型年金の記録について」のご案内(2024年9月)

国民年金基金連合会から「個人型年金の記録について」という文書で通知される、iDeCoの登録情報と日本年金機構や企業年金プラットフォームの登録情報の相違についてその原因や必要な手続きを分かりやすくご案内するため、当社ホームページ上に『個人型年金の記録について』ページを新たに設置しました。

iDeCo各種変更手続き書類ダウンロードページの改修(2024年12月)

加入者さまが、ご状況(被保険者種別)に応じて必要な書類を迷わず検索・取得できるよう、当社ホームページ上の『各種書類ダウンロード』ページの構成を見直しました。

「加入者資格不該当通知書※」のご案内(2025年3月)

国民年金基金連合会から送付される「加入者資格不該当通知書」に関し、加入者資格に該当することが確認できない原因や、加入者さまに必要な対応を分かりやすくご案内するため、当社ホームページ上に『「加入者資格不該当通知書」とは』ページを新たに設置しました。

※加入者資格不該当通知書とは

国民年金基金連合会では、iDeCoの加入者資格などを確認しており、加入者資格に該当することが確認できなかった場合にはその旨を「加入者資格不該当通知書」で通知しています。

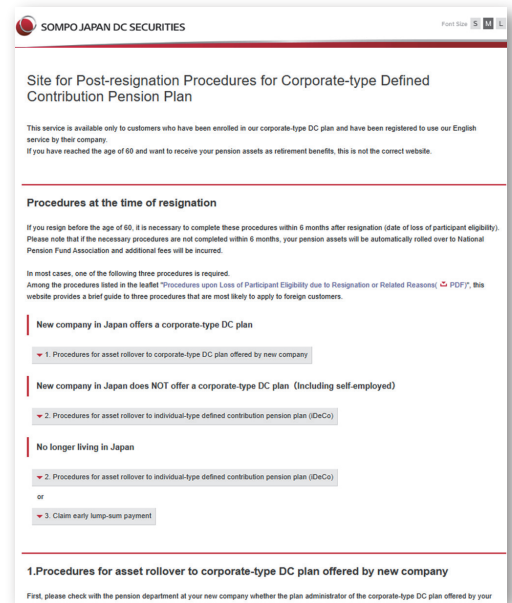
重要な情報の分かりやすい提供

5 英語サービスの充実化

外国籍の加入者さまなどの利便性向上を目的に以下の専用サイトを新設しました。

企業型DC資格喪失者向けサイト(英語)(2024年12月)

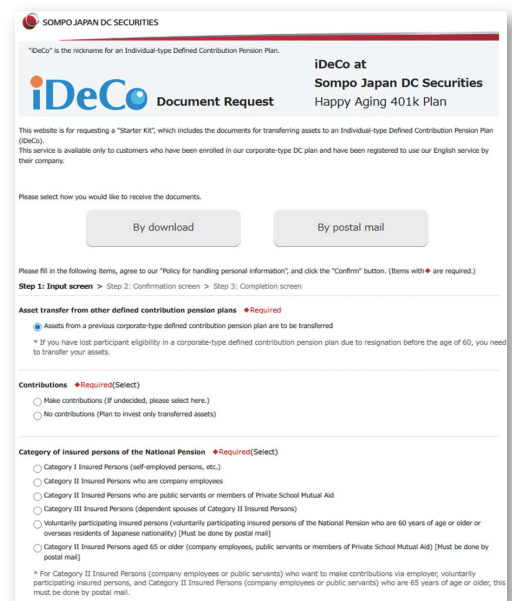
企業型DC資格喪失後に海外転居された場合に、iDeCo口座の開設をスムーズに行うことができるように英語サイトを開設しました。退職後の選択肢を明確に掲載し、郵便や国際電話ではなく24時間365日ご確認可能な仕組みを構築しています。



▲ 企業型DC資格喪失者向けサイト(英語)の新設

iDeCo資料請求サイト(英語)(2024年12月)

海外在住の加入者さまにも迅速に対応することを目的にiDeCo関連手続き書類をダウンロード形式でも取得できるようにしました。また、メールアドレスの登録により、書類の不備等に関するご連絡もメールで対応可能とし、海外在住の加入者さまにも対応しやすい仕組みを整えました。



▲ iDeCo資料請求サイト(英語)の新設

重要な情報の分かりやすい提供

6 加入者さま向けカスタマーセンター（アンサーセンター）の品質向上

- アンサーセンターでは、資産運用のご経験が少ない加入者さまもご理解いただけるよう、専門用語の使用を控えながら具体例をお示しする等、分かりやすく丁寧なご説明を行っています。
- 加入者さまの立場に立ったご案内を行うことを目的に、オペレーターによる加入者さまへのご説明内容について、外部機関によるモニタリングを定期的を実施しています。また、加入者さまへお届けしたレターやメールと同じものをオペレーターが見ながら電話対応できるよう社内のデータベースを整備しました。（2024年12月）

お客さまにふさわしいサービスの提供

1 お客さまニーズの把握とサービス改善

- お客さまニーズを適切に把握するために、お客さまから寄せられる様々なご意見を一元的に管理し、サービス改善に活用しています。この「お客さまの声」の内容やサービス改善の状況については、コンプライアンス委員会や取締役会に定期的に報告しています。
- さらに、2025年度には、より広範囲にお客さまのニーズを把握するため、ご意見を収集するプロセスを拡充し、ご意見を記録するためのシステムを改修しました。
- 営業部門やアンサーセンターなどを通じて寄せられるお客さまからのご意見・ご要望等は、毎月内容を集約し、関連部門に定期的にフィードバックし、サービス改善に活用しています。

改善事項 ▶ 「アンサーネット ご利用方法」のリニューアル・アクセス改善

「アンサーネットのどこに何があるか分からない」「スイッチングの方法が分からない」といった加入者さまの声を受け、以下のとおり操作性や情報の見つけやすさを改善しました。

- 各ページ掲載の「このページの見方」を統合し、「目的別ナビゲーション」に再構成(2024年6月)
- スイッチングに関する詳細なご説明を補足(2025年1月)
- ログイン画面から「ご利用方法」ページへの導線を改善(2025年3月)

お客さまにふさわしいサービスの提供

2 加入者さま向けサービスの充実

加入者さまの利便性向上を目指し、オンライン手続きの機能改善や満足度調査を通じてサービスの質を向上させています。

「ビジュアルIVR※(英語)」の導入(2024年12月)

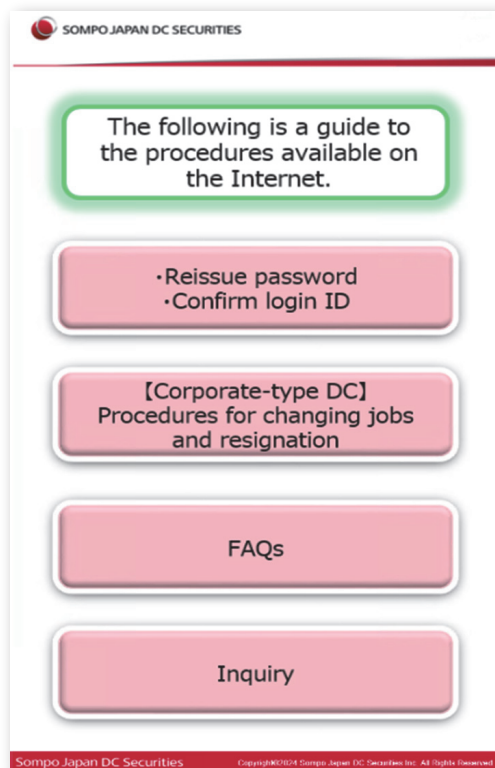
営業時間中、営業時間外を問わず、アンサーセンターにお電話をいただいた加入者さまがインターネットによるお手続きを希望された場合に、インターネットによるお手続きをご案内しています。

ログインIDの確認、パスワード再発行、企業型DC資格喪失者向けサイト、FAQ、お問い合わせフォームへ24時間365日アクセス可能とし、スムーズな自己解決を支援しています。

なお、日本語ダイヤルへのお問い合わせ対応においては、2023年10月に導入しています。

※ビジュアルIVRとは

当社からお電話いただいた携帯電話番号にSMS(ショートメッセージサービス)で送信するサイトにアクセスし、加入者さまがスマートフォン上のメニューからご希望の手続きを選択することで、インターネット上でDCの各種手続きを行うことができるサービスです。



▲「ビジュアルIVR(英語)」の導入

お客さまにふさわしいサービスの提供

2 加入者さま向けサービスの充実

iDeCoオンライン申込システムの機能改善(2024年12月)

加入者さまの声を反映し、「企業年金制度等の加入状況コードの診断フローチャートの設置(第2号被保険者向け)」
「本人確認書類のアップロード容量の上限引き上げ」等の機能改善を実施しました。これらの改善により、2024年度の
オンライン申込利用件数は8,463件、利用率は59.2%(前年度比+11.4pt)となり、利便性向上に寄与しています。

プッシュ通知によるメールアドレス登録勧奨メッセージ(2025年1月~3月)

2025年1月~3月にかけて、プッシュ通知によるメールアドレス登録勧奨メッセージをメールアドレスの登録がない
加入者さまへお送りしました。

併せて、アンサーネットで「資産残高のお知らせ」を確認する方法や「資産残高のお知らせ」の更新通知を受信する
方法等をご案内しました。

メールアドレスを登録いただくことで、タイムリーに「資産残高のお知らせ」更新情報の受信が可能となります。

当社では「資産残高のお知らせ」を、加入者さまの利便性向上と環境負荷低減を目的にアンサーネット上で提供して
います。

iDeCo加入者さま満足度調査実施(2025年2月~3月)

- iDeCoサービスに対する加入者さまの満足度およびニーズの把握を目的に調査を実施しました。4,199名の
加入者さまからご回答をいただき、当社サービスに対する顧客満足度は60.8%(前年度比+1.4pt)と改善が見られ、
利便性向上への取組みが一定の成果をあげていることが確認できました。
- 加入者さまからは「コールセンターの対応が丁寧で分かりやすい」「Webページや加入者専用ページが見やすく便利」
といった声をいただきました。
- 加入者さまからいただいた声は、当社サービスの改善やサイトの見直しに活用しています。

3 アンサーセンターのサービス改善

- アンサーセンターの応答率※は94.4%(前年度+15.5%)と大幅に改善しました。

電話以外のWebページや加入者さま専用サイトで24時間365日アクセス可能な情報提供を拡充し、加入者さまが
ご自身で解決できる環境を整備したことで着信件数が減少し、電話の繋がりがやすさが改善しました。

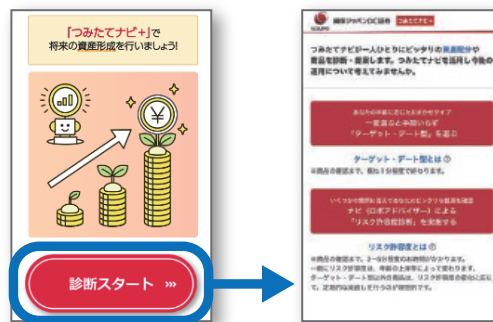
※応答率とは

着信件数に対してオペレーターが応答できた割合です。

お客さまにふさわしいサービスの提供

4 ロボアドバイザーによる資産形成サポートサービス

- 2024年4月から、「つみたてナビ+」をすべての加入者さまに標準サービスとして、アンサーネットでご提供しています。ロボアドバイザーを通じて簡単に配分割合指定ができる点が高く評価されています。



▲ロボアドバイザー（診断ツール）による配分割合指定①



▲ロボアドバイザー（診断ツール）による配分割合指定②

5 投資教育セミナーによる資産形成サポートサービス

- 加入者さまに質の高いサービスを提供するため、専属講師を増員し、対面型やオンライン等による多様な投資教育セミナーを展開しています。
- さらに、グループ会社と連携して「金融リテラシー講座」や「金融経済教育セミナー」といったDCの枠を超えたセミナーへのニーズにも応えられる体制を整えました。
- 環境変化や働き方の多様化をふまえた加入者さまのニーズに応えるため、いつでもご覧いただける動画コンテンツを拡充しています。具体的には、「相場下落時に知っておきたい投資の極意」や「ロボアドバイザー診断_運用タイプ別動画（6種類）」など、運用会社が提供するタイムリーな情報を含む動画を無料でご視聴いただけます。

お客さまにふさわしい運用商品の選定・提示

1 加入者さまへの忠実義務に則った運用商品の選定・提示、情報提供

- 当社では、運用商品の選定に係る基本方針を策定しています。また、外部評価機関から一定以上の評価を得るなど、所定の基準を満たす運用商品による商品ユニバース（お客さまに選定・提示可能な商品群）を構築しています。
- お客さまへの運用商品の選定・提示にあたっては、グループ会社系列の資産運用会社の投資信託中心の商品ラインアップに偏ることのないようにし、お客さまにふさわしい運用商品を適切・公正に選定・提示しています。
- 長期投資と分散投資が基本という考えのもと、リスク・リターン特性の異なる幅広い運用商品をご用意する観点等から、ラインアップの見直しを行っています。
- 当社では、加入者さまが適切な運用判断ができるよう、運用商品やマーケット環境等に関する情報提供を行っています。

2 事業主さま向け年次モニタリング報告書の継続実施

- 選定・提示している運用商品について、第三者評価機関の評価結果や運用会社の報告内容をもとに、定期的にモニタリングを行っています。
- モニタリング結果や商品ラインアップのカテゴリーの充足度などは、定期的に事業主さまに報告しています。

3 運用会社との連携

- 当社では運用商品の開発に携わる運用会社の取組みについて、第三者評価機関が発行するレポート等を活用し、体制やガバナンスなどに関する情報収集に努めています。
- 一方で、確定拠出年金の加入者さま属性や運用傾向等について運用会社へ情報提供し、商品開発に活かすよう連携を図っています。

方針の定着に向けた取組み

1 企業風土の醸成

- 「お客さまにとってどんな会社でありたいか」「自分たちがどのような会社で働きたいか」という想いを、当社のパーパス（存在意義）として「DCで豊かな未来をともに」と表現しています。
- 全社員がお客さま視点での価値判断により行動するよう、価値基準・行動指針（Value）を以下のとおり再言語化しました。

【当社のValue】

チャレンジ：スピード感をもって自律的に考え挑戦する。

プロフェッショナル：高い専門性をもって誠実に行動し、お客さまの期待を超える価値を提供する。

チームワーク：多様な考えを尊重し、全社員・全組織が一丸となってお客さまをサポートする。



▲ 会社案内のリニューアル

2 社員教育

- 当社の経営計画では、重点取組領域として「お客さま評価向上」を掲げています。また、社員の評価目線となる役割基準書に「お客さまサービス向上」の観点を取り入れています。また、Value（価値基準・行動指針）にも「お客さまの期待を超える価値を提供する」という指針を定めました。こうした一貫した仕組みで、従業員一人ひとりに顧客視点での行動を促し、組織全体のサービスレベル向上を目指しております。
- お客さま対応力向上に向けて、運用会社を活用したファンド・マーケット情報の知識習得を目的とした商品勉強会を定期的を実施しています。

3 利益相反の適切な管理態勢の構築

- 当社は、利益相反取引管理の報告および措置に関する基本事項を社内規則に定めるとともに、利益相反管理の統括部署を設置し、定期的に管理状況を確認しています。
- 具体的には、毎年2回グループ内取引に係る適正審査の実施によるモニタリングを行っています。

【SOMPOグループ 利益相反取引管理基本方針(概要)】

<https://www.sompo-hd.com/company/compliance/policy/>

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表

金融事業者の名称	損保ジャパンDC証券株式会社
■ 取組方針掲載ページのURL:	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/
■ 取組状況掲載ページのURL:	https://www.sjdc.co.jp/-/media/sjnkdc/files/fiduciaryduty/20250704_01.pdf?la=ja-JP

原 則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 2	【顧客の最善の利益の追求】 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。	実施	方針4. 方針の定着に向けた取組み	4-1. 企業風土の醸成 4-2. 社員教育
	(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。	実施	方針4. 方針の定着に向けた取組み	4-1. 企業風土の醸成 4-2. 社員教育
原則 3	【利益相反の適切な管理】 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。	実施	方針4. 方針の定着に向けた取組み	4-3. 利益相反の適切な管理態勢の構築
	(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。 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、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 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、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	実施	方針3. お客さまにふさわしい運用商品の選定・提示 方針4. 方針の定着に向けた取組み	3-1. 加入者さまへの忠実義務に則った運用商品の選定・提示、情報提供 4-3. 利益相反の適切な管理態勢の構築
原則 4	【手数料等の明確化】 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情報提供すべきである。	実施	方針1. 重要な情報の分かりやすい提供	1-2. 運営管理手数料や信託報酬等の表示

原 則		実施・ 不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 5	【重要な情報の分かりやすい提供】 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。	実施	方針1. 重要な情報の 分かりやすい提供	1-1. 加入者さま向けの 分かりやすいご案内 1-3. 情報提供の拡充 1-5. 英語サービスの充実化
	(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	実施	方針3. お客さまにふさわしい 運用商品の選定・提示	3-1. 加入者さまへの忠実義務に 則った運用商品の選定・ 提示、情報提供
	(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、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)。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(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。	実施	方針1. 重要な情報の 分かりやすい提供	1-6. 加入者さま向けカスタマー センター(アンサーセンター) の品質向上
	(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。	実施	方針1. 重要な情報の 分かりやすい提供	1-3. 情報提供の拡充
	(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。	実施	方針1. 重要な情報の 分かりやすい提供	1-1. 加入者さま向けの 分かりやすいご案内

原 則		実施・ 不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 6	【顧客にふさわしいサービスの提供】 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。	実施	方針1. 重要な情報の 分かりやすい提供 方針2. お客さまにふさわしい サービスの提供	1-4.24時間365日いつでもどこ でも情報を入手できる仕組み 2-1.お客さまニーズの 把握サービス改善 2-2.加入者さま向けサービス充実 2-3.アンサーセンターの サービス改善
	(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。 ・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	実施	方針1. 重要な情報の 分かりやすい提供 方針3. お客さまにふさわしい 運用商品の選定・提示	1-2.運営管理手数料や信託報酬 等の表示 3-2.事業主さま向け年次モニタ リング報告書の継続実施
	(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。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/ fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、 顧客本位の業務運営に関する 実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/ fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、 顧客本位の業務運営に関する 実施状況」(対照表)図下※部分
	(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、商品の特性等を踏まえて、 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 においては、それを十分に理解した上で、自らの 責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の 販売を行うべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/ fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、 顧客本位の業務運営に関する 実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/ fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、 顧客本位の業務運営に関する 実施状況」(対照表)図下※部分
	(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。	実施	方針3. お客さまにふさわしい 運用商品の選定・提示	3-1.加入者さまへの忠実義務に 則った運用商品の選定・提示、 情報提供 3-2.事業主さま向け年次モニタ リング報告書の継続実施
	(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。	実施	方針1. 重要な情報の 分かりやすい提供 方針2. お客さまにふさわしい サービスの提供	1-5.英語サービスの充実化 2-4.ロボアドバイザーによる資産 形成サポートサービス 2-5.投資教育セミナーによる資産 形成サポートサービス

原 則			実施・ 不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則 6	(注6)	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報や、金融商品に係る顧客の反応や販売状況に関する情報を提供するなど、金融商品の組成に携わる金融事業者との連携を図るべきである。	実施	方針3. お客さまにふさわしい 運用商品の選定・提示	3-3.運用会社との連携
	(注7)	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために金融商品の組成に携わる金融事業者においてどのような取組みが行われているかの把握に努め、必要に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者や商品の選定等に活用すべきである。	実施	方針3. お客さまにふさわしい 運用商品の選定・提示	3-3.運用会社との連携
原則 7	【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】 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枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。		実施	方針4. 方針の定着に向けた 取組み	4-1.企業風土の醸成 4-2.社員教育
	(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。	実施	方針4. 方針の定着に向けた 取組み	4-2.社員教育
補充 原則 1	【基本理念】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。		非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分

原 則		実施・ 不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補 充 原 則 2	【体制整備】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。 その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注1) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクトガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために、管理部門等による検証の枠組みを整備すべきである。その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注2) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなどPDCA サイクルを確立すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分

原 則		実施・ 不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充 原則 3	【金融商品の組成時の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注1) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注2) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客(例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等)も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているか検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注3) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分

原 則		実施・ 不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充 原則 4	【金融商品の組成後の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注1) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注2) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実効性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注3) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分

原 則		実施・ 不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充 原則 5	【顧客に対する分かりやすい情報提供】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注1) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供するべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分
	(注2) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。	非該当	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分	https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/ 方針4の下部、「本方針における、顧客本位の業務運営に関する実施状況」(対照表)図下※部分

【照会先】

部 署	総合企画部 経営戦略グループ
連絡先	〒163-0650 新宿区西新宿1-25-1 新宿センタービル50F Tel. 03-5326-1412