

2026年7月6日
損保ジャパンD C証券株式会社

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく2025年度の実績結果

損保ジャパンD C証券株式会社（社長：能勢 修）は、2017年9月に「お客さま本位の業務運営方針」を定め、お客さま本位の業務運営に取り組んでおります。

今般、「お客さま本位の業務運営方針」に基づく2025年度の実績結果を、別紙のとおり公表するとともに、以下の当社公式ホームページに掲載しています。

なお、公表にあたっては、初めてホームページを訪れたお客さまの視点に立ち、以下の3つの整理方針に基づいて記載しています。

1. ストーリー性のある構成

「お客さまの課題に対し、どのような価値を提供し、その結果お客さまの体験がどう変わったのか」というストーリーが伝わる構成としています。

2. 実績数値の「お客さま体験価値」としての表現

「アクセス数」や「応答率」などの実績数値をそのまま掲載するのではなく、お客さまが実感できる具体的な価値・メリットに置き換えて表現しています。

3. 専門用語の平易化

専門用語について、初めてのお客さまでも直感的にご理解いただけるように、平易な表現への言い換えや、用語解説（注記）を付記しています。

https://www.sjdc.co.jp/-/media/sjnkdc/files/fiduciaryduty/20260706_01.pdf?la=ja-JP

以上

「お客さま本位の業務運営方針」 に基づく取組結果

(2025年4月～2026年3月)

CONTENTS

方針 1

重要な情報の分かりやすい提供

P.1～P.4

方針 2

お客さまにふさわしいサービスの提供

P.5～P.9

方針 3

お客さまにふさわしい運用商品の選定・提示

P.10

方針 4

方針の定着に向けた取組み

P.11～P.12

重要な情報の分かりやすい提供

当社は中期経営計画において、「お客さま評価向上」を重点課題の1つとし、その実現を通じてパーパスである「DCで豊かな未来をともに」の実現を目指しています。そのため、お客さまが確定拠出年金制度やその手続きについて、必要なときに必要な情報にスムーズにアクセスできることを重視し、以下の取組みを進めました。

1 加入者さま向けの分かりやすいご案内

「60歳以降もDCで豊かな未来をともに」サイトの開設(2025年10月一般公開)

企業型確定拠出年金(以下、「企業型DC」)については、掛金拠出終了後の制度の活用方法に迷われているお客さまが多くいらっしゃるとの課題認識があります。そのため、企業型DCの掛金拠出終了後の選択肢を分かりやすくお伝えすることを目的として、「60歳以降もDCで豊かな未来をともに」サイトを開設しました。マンガや簡易診断、事例紹介を用いて、退職後の資産の受取り方や継続運用の考え方を、専門用語をできるだけ使わずにご案内しています。

2024年度のテスト公開時には、サイト利用者のうち90.8%の方から「満足」との評価をいただきました。その後、加入者さまのお声を踏まえて内容や導線を更に改善し、2025年10月に一般公開しました。現在は毎月1,500件以上のアクセスがあり、多くのお客さまにご覧いただいています。



▲60歳以降もDCで豊かな未来をともに

確定拠出年金法(DC法)改正に関する情報の発信(2026年2月)

2026年4月施行および12月施行予定のDC法改正について、「制度変更の内容が正確に理解できるか心配である」「いつから何が変わるのかを知りたい」というお声が想定されたため、事前に以下のとおり情報を発信しました。

- ホームページおよび加入者さま専用サイト(アンサーネット)上に、改正の概要と加入者さまに影響のあるポイントを整理したお知らせを掲載
- 事業主さま向けの説明資料を提供
- 新規加入者さまへ提供するスターターキットに法改正の概要を同封(2026年4月)

これにより、制度変更前から一人おひとりが必要な情報を確認でき、安心して資産形成を続けていただける環境づくりを進めています。

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

企業型DC加入者さま向けコンテンツの改訂(2026年3月)

企業型DCに初めて加入される方からは、「どこからログインして、何をすればよいか分からない」「専門用語が多く不安」というお声をいただいていた。

このような状況を改善するため、加入時にお届けする「口座開設のお知らせ」を以下のとおり改訂しました。

- アンサーネットへの初回ログインからご自身の掛金をどの商品で運用するか、の配分を決める配分割合指定までの流れを、イラストや画面イメージを用いたチラシで3ステップに整理して同封

- 「DCの基本的な仕組み」や「よくいただく質問」を平易な言葉でまとめたチラシを同封

加えて、アンサーネットのトップページを、初めての方でも迷わずにログインし、必要な情報や手続き画面に到達しやすい構成に見直しました。

2 事業主さま向けの分かりやすいご案内

DC運営ポータルサイト(事業主さま向け専用サイト)の改修(2026年1月)

DC運営ポータルサイトの画面構成を見直し、制度改正や運営上の重要なお知らせを画面上部の目立つ位置に配置するとともに、トップページのメニューを整理しました。これにより、事業主さまがログイン後すぐに最新情報を確認できるようになる等、利便性向上を図りました。



▲DC運営ポータルサイト

選択制DC制度内容概要書の新設(2026年1月)

選択制確定拠出年金規程の要点を分かりやすくまとめた「選択制DC制度内容概要書」をDC運営ポータルサイト上に掲載しました。事業主さまはいつでも、ご自身の会社の制度内容や事務手続き上の留意点を確認できるようになり、従業員の皆さまからの問い合わせにも落ち着いて対応していただけるようになっています。

重要な情報の分かりやすい提供

3 帳票・お問い合わせに関する分かりやすいご案内

給付請求書類の改定(2026年1月)

給付金請求時には、「記入項目が多く負担に感じる」「書類の種類が多く、どれを書けばよいか分かりにくい」といったお声がありました。このため、老齢給付金(居住者向け)のみ実施していた、お一人おひとりの情報をあらかじめ印字した請求書類のご提供を、以下の手続きにも拡大しました。

- 老齢給付金(非居住者向け)
- 死亡一時金
- 障害給付金
- 脱退一時金

また、記入が必要な箇所を最小限とすることで、お手続きにかかるご負担を軽減するとともに、「記入ミスが減り、スムーズに請求できる」といった、お客さまの安心感と利便性の向上につながっています。

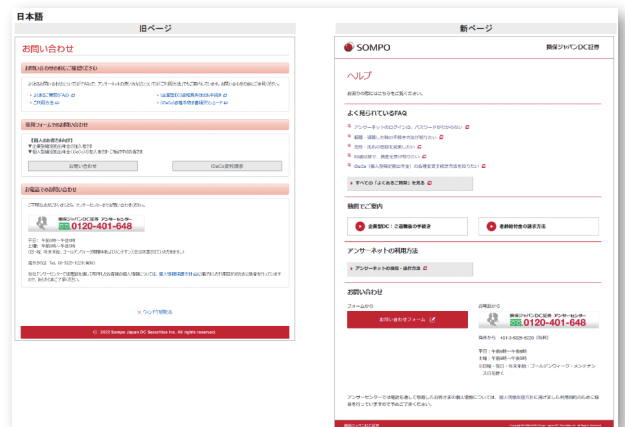
英語版iDeCo申込帳票の改訂(2025年12月)

英語サービス導入企業を退職されたお客さまにご提供している英語版iDeCo申請書類の「提出書類チェックリスト」の内容を見直し、必要書類と注意点をより明確に記載しました。また、不備があった場合にお送りするレターについても、どの項目をどのように修正いただきたいかを具体的に追記しました。

これにより、外国籍のお客さまにも、ご自身で必要書類を確認しやすくなり、再提出の手間や不安の軽減につながっています。

お問い合わせページの改修(2026年3月)

当社ホームページの「お問い合わせ」ページを改修しました。具体的には、閲覧数の多い「よくあるご質問」へのリンクを分かりやすく配置するとともに、各種手続きの説明動画への導線をまとめて掲載しました。これにより、お客さまはご自身のご都合のよい時間に、疑問点の解消に役立つ情報へすぐにアクセスできるようになり、利便性向上につながっています。



▲新旧お問い合わせページ

重要な情報の分かりやすい提供

4 運営管理手数料や信託報酬等の明確化

運営管理手数料等の丁寧なご説明

当社では、お客さまに安心して制度をご利用いただくため、運営管理手数料やサービス内容の透明性向上に取り組んでいます。

具体的には、契約締結時や規約申請時に、事業主さまへ運営管理手数料の内訳や対象範囲を整理したご説明資料・見積書・規約案を提示し、どのサービスに対してどのような費用が発生するのかを丁寧に説明しています。

また、運用商品のご提案時には、商品ごとの特徴やリスク・リターンイメージとあわせて、保有中にかかる費用（信託報酬等）を明示し、長期の資産形成において費用がどのような意味を持つのかをご理解いただきやすいよう努めています。

信託報酬等の掲載

お客さまが商品を比較・検討しやすいよう、「運用商品案内」に各商品の信託報酬率を掲載しています。

また、当社ホームページ上には、当社が選定・提示しているすべての運用商品について、中途解約利率や解約控除の有無、年率・税込での信託報酬率、その他の詳細な商品情報を掲載しています。これにより、お客さまは、ご自身で費用水準を確認しながら商品を選択することができ、納得感を持って長期の資産形成に取り組んでいただけるようになっています。

【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/>

お客さまにふさわしいサービスの提供

当社は中期経営計画において、「お客さま評価向上」を掲げています。その実現に向けて、お客さまのお声を起点としたサービス改善と、オンライン・電話等の各チャネルにおける利便性向上に取り組んでいます。

1 お客さまニーズの把握とサービス改善

「お客さまの声DB」による一元管理と情報発信の強化(2025年6月)

営業部門やアンサーセンター等を通じていただいたお客さまから寄せられるご意見・ご要望など様々なお声を「お客さまの声DB」で一元管理しています。内容や対応状況を整理したうえで、取締役会等を通じて各部門長・役員へ定期的に報告しています。

あわせて、2025年6月からは、全職員向け(月次)およびマネジメント職向け(四半期ごと)の情報発信を開始しました。これにより、全社的に「お客さまの声」に対する関心が高まり、日々の業務の中で「お客さまにとって分かりやすいか」「手続きしやすいか」を意識した改善提案が増えています。

当社では、サービス改善事案を優先度や実現可能性を踏まえて選定し、責任部署のマネジメント層と進捗を確認することで、改善を着実に実行しています。これらの取組みにより、お客さまのお声が、一時的な対応にとどまらず、中長期的なサービス向上につながる仕組みを整えました。

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(2025年9月)

iDeCoのお申込みにかかるお客さまの不安解消のため、オンライン申込システムにおいて、以下の機能改善を実施しました。

- お申込み後の進捗状況をお知らせするメール配信を開始し、手続きの段階が変わるタイミングで、その旨を通知
- 手続きが途中で中断しているお客さまには、一定期間後にリマインドメールを送信する仕組みを導入
- 加入診断画面や申込画面のレイアウト・表現を見直し、「次に何を入力すればよいか」「どの選択肢を選ぶとどのような違いがあるか」を分かりやすく表示

これにより、「今どこまで手続きが進んでいるのかが分かる」「途中で不安になっても、案内に沿って完了まで進める」といった安心感を高めています。

e-iDeCoサービス(オンライン諸変更手続き)の提供開始(2025年11月)

iDeCo加入後の掛金変更や住所変更などの諸手続きに関して、国民年金基金連合会が提供する、マイナポータルを活用したオンライン諸変更手続きサービス「e-iDeCo」の提供を開始しました。あわせて、当社のiDeCo諸変更手続きサイトの内容や画面構成を見直し、オンラインと書面、それぞれの手続きの流れを分かりやすく整理してご案内しています。これにより、多くの加入者さまがご自宅等から24時間いつでも手続きを行えるようになり、「書類の記入・郵送の負担が減った」「手続き状況をオンラインで確認できて安心」といった利便性の向上につながっています。

「画面共有機能」の導入(2025年6月)

加入者さまの利便性向上を目的に、当社ホームページおよび加入者さま専用サイトの画面を、加入者さまと当社アンサーセンターのオペレーターがリアルタイムで共有できる「画面共有機能」を導入しました。加入者さまのご了承をいただいたうえで同じ画面を見ながら、ボタンの位置や入力箇所をスムーズにご案内できるようになったことで、加入者さまの利便性や安心感向上につながっています。

お客さまにふさわしいサービスの提供

3 加入時・運用開始時のご案内改善

口座開設のお知らせ等の改訂(2026年4月)

従来は、アンサーネットの初期パスワードを紙面(「口座開設のお知らせ」)に印字してお送りしていたため、「万一、封筒が第三者の手に渡った場合のリスクが心配」といったご懸念がありました。また、「封筒に書かれている案内では、何をすればよいのかが分かりづらい」というお声もありました。

そこで、初期パスワードについては、加入者さまご自身がアンサーネット上でパスワード発行手続きを行っていただく方式に変更し、安全性の向上と誤送付等のリスク低減を図りました。あわせて、DCをより身近に感じていただけるよう、封筒にお笑い芸人とコラボレーションした説明動画への二次元コードを掲載し、動画内および紙面上で「ログイン」「配分割合の指定」「内容の確認」といった手続きの流れを3ステップで明記しました。

記載する個人情報についても、必要最低限の内容に見直しており、加入者さまの安心感や分かりやすさ向上に努めています。



▲口座開設封筒

特定期間満了通知はがきの改訂(2026年3月)

指定運用方法が導入されている企業にお勤めの加入者さまのうち、初回拠出から3か月経過しても配分割合の指定がお済みでない加入者さまには、「特定期間満了通知はがき」をお送りしていますが、「アンサーネットへのログインIDが分からず、手続きに進めない」というお声がありました。このため、通知はがきにログインIDを追記し、はがき記載の情報だけでアンサーネットにログインし、配分割合の指定まで進めていただけるようにしました。これにより、「通知を受け取ってすぐにログインできる」「そのまま配分割合の指定まで完了できる」といった、運用開始までのスムーズな体験につながっています。

お客さまにふさわしいサービスの提供

4 お客さまニーズの把握とサービス改善（事業主さま関連）

事業主さまアンケートの実施（2025年11月）

DC制度運営における事業主さまの課題を把握し、制度全体のサービス向上につなげるため、2025年10月31日から11月30日まで、全事業主さまを対象としたアンケートを実施しました。1,375社中323社（回答率23.5%）からご回答をいただき、当社に対する満足度は93.0%、担当者に対する満足度は91.9%となりました。

一方で、「加入者さまへの情報提供が十分とは言えない」とお考えの事業主さまが4割強に上り、「継続的な情報提供」を求めのお声も多くいただきました。これらの結果を踏まえ、加入者さま向けセミナーや資料提供、DC運営ポータルサイト上での継続的な情報発信の強化など、事業主さまと連携した情報提供の充実に取り組んでいます。

DC運営ポータルサイト・お問い合わせを通じたニーズ把握と改善

DC運営ポータルサイトの「お知らせ」配信やお問い合わせフォームを通じて、制度運営や事務手続き、他制度からの移換対応などに関する具体的な課題やご要望を収集しています。

収集した情報は社内で共有し、関連するマニュアルやFAQの更新、画面改修等に反映しています。これにより、改善サイクル（PDCA）に基づく継続的なサービス改善を進めています。

新サイト（ファイルチェックサイト）の一部事業主さま向け先行提供（2025年9月）

従来、事業主さまが加入者さまの情報を登録する際にはExcelマクロを利用していただく必要がありましたが、セキュリティ上の制約によりExcelマクロの利用が困難な事業主さまも一定数いらっしゃいました。そのため、Excelマクロを使用せずにデータチェックができる新サイト「ファイルチェックサイト」を構築し、一部の事業主さま向けに先行提供しました。事業主さまはブラウザ上でファイルをアップロードするだけで、データの形式や整合性のチェックを行えるようになり、「作業時間の短縮につながり大変助かっている」「自社内で対応できる範囲が広がり、利便性が向上した」といった評価をいただいています。

お客さまにふさわしいサービスの提供

5 アンサーセンターの対応品質・利便性向上

アンサーセンターでは、投資経験が少ない加入者さまにもご理解いただけるよう、できるだけ専門用語を避け、やむを得ず使用する場合にも、具体例を交えながら丁寧に説明しています。対応品質向上のため、オペレーターによるご案内内容については、外部機関による品質チェック(モニタリング)を定期的を実施し、説明の分かりやすさをはじめとした対応品質の改善に取り組んでいます。

また、利便性向上のため、営業部門やアンサーセンターに寄せられるお客さまのご意見・ご要望は、毎月内容を集約し、関連部門へフィードバックすることで、手続きや画面の改善に活用しています。さらに、当社ホームページの情報を充実させたことで、電話が混み合う時間帯でも、お客さまご自身で24時間いつでも疑問を解決できるようになり、「すぐに知りたい」というご要望にお応えできるようになりました。

その結果、電話いただいた際、ほとんどお待たせすることなく、専門のオペレーターにつながる体制を維持しています(2025年度の応答率は94.6%)。お客さまには、「困ったときにすぐ相談できる」「夜間や休日でも、自分で調べて解決できる」という安心感をお届けできるよう、今後も改善を続けてまいります。

※応答率: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運用商品の選定・提示

当社は「DCで豊かな未来をともに」というパーパスのもと、資産運用のご経験や知識の多寡にかかわらず、お客さまお一人おひとりが安心して長期の資産形成に取り組んでいただけるよう、運用商品の選定・提示の在り方を継続的に見直しています。

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、第三者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選定基準に基づき、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。
- また、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、継続的にラインアップの見直しを行っています。
- 加えて、当社では、加入者さまが適切な運用判断を行えるよう、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

当社は、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。

また、モニタリング結果（年次）や資産運営レポート（月次）でリターン・リスク等の運用実績を報告しています。

3 運用会社との連携

- 当社では商品の開発・運用に携わる運用会社の状況について、第三者評価機関が発行するレポート等を活用し、運用管理体制やリスク管理等、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統計的・匿名化された情報を運用会社へ提供し、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

当社は、「顧客本位の業務運営に関する原則」に沿った4つの方針が一過性の取組みで終わらず、日々の業務判断やお客さま対応として浸透するよう、社内体制の整備や人財育成、評価制度の見直しを進めています。特に、「DCで豊かな未来をともに」というパーパスと各方針のつながりを意識し、全役職員が共有できるようにすることを重視しています。

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）を以下のとおり言語化しています。

【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

2 社員教育

当社では、中期経営計画・評価制度・Valueを通じて「お客さま視点」を促しています。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、社員の人事評価の基準に「お客さまサービス向上」の観点を取り入れています。さらに、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」という指針を定めています。こうした一貫した枠組みで、従業員一人ひとりにお客さま視点での行動を促し、組織全体のサービスレベル向上に取り組んでいます。また、社員の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および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。

方針の定着に向けた取組み

3 利益相反の適切な管理態勢の構築

- 当社は、お客さまの利益を損なわないため、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/20260706_01.pdf?la=ja-JP

原則	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	<p>【顧客の最善の利益の追求】</p> <p>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。</p>	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
	<p>(注)</p> <p>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。</p>	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	<p>【利益相反の適切な管理】</p> <p>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。</p>	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
	<p>(注)</p> <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<p>【手数料等の明確化】</p> <p>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。</p>	実施	方針1. 重要な情報の分かりやすい提供	1-4. 運営管理手数料や信託報酬等の明確化

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
	<p>【重要な情報の分かりやすい提供】</p> <p>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。</p>	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 1-2. 事業主さま向けの分かりやすいご案内 1-3. 給付・帳票・お問い合わせに関する分かりやすいご案内 1-4. 運営管理手数料や信託報酬等の明確化
(注1)	<p>重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	1-4. 運営管理手数料や信託報酬等の明確化 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
原則5 (注2)	<p>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)。</p>	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)	<p>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。</p>	実施	方針2. お客さまにふさわしいサービスの提供	2-5. アンサーセンターの対応品質・利便性向上
(注4)	<p>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。</p>	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 方針3. お客さまにふさわしい運用商品の選定・提示	1-4. 運営管理手数料や信託報酬等の明確化 2-4. お客さまニーズの把握とサービス改善(事業主さま関連) 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5)	<p>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。</p>	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	1-1. 加入者さま向けの分かりやすいご案内 1-4. 運営管理手数料や信託報酬等の明確化

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2. お客さまにふさわしいサービスの提供 方針3. お客さまにふさわしい運用商品の選定・提示	2-1.お客さまニーズの把握とサービス改善 2-4.お客さまニーズの把握とサービス改善(事業主さま関連) 2-5.アンサーセンターの対応品質・利便性向上 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 3-3.運用会社との連携
	(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2. お客さまにふさわしいサービスの提供 方針3. お客さまにふさわしい運用商品の選定・提示	1-4.運営管理手数料や信託報酬等の明確化 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2. お客さまにふさわしいサービスの提供 方針4. 方針の定着に向けた取組み	2-4.お客さまニーズの把握とサービス改善(事業主さま関連) 4-2.社員教育

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	3-2.事業主さま向け年次モニタリング報告書の継続実施 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	<p>【金融商品の組成時の対応】</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	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)	<p>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。</p>	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)	<p>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。</p>	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)	<p>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。</p>	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
<p>【金融商品の組成後の対応】</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	非該当	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>
<p>(注1)</p> <p>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。</p>	非該当	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>
<p>(注2)</p> <p>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。</p>	非該当	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>
<p>(注3)</p> <p>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。</p>	非該当	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>	<p>https://www.sjdc.co.jp/fiduciaryduty/</p> <p>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</p>

補充原則4

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