

お客さま本位の業務運営に関する取組方針

当組合は、お客さまの暮らしや事業に寄り添い、地域社会の発展に寄与する業務運営に取り組んでいます。農業や金融、経済を巡る環境が大きく変化するなか、お客さまの安定的な資産形成・資産運用を図るため、以下の取組方針を定め、お客さま本位の満足度の高いサービスを提供していきます。

今後、本方針に基づく取組みの状況を定期的に公表し、これを遵守するとともに、定期的に見直すことで定着を図ってまいります。

なお、本方針は、お客さま本位の業務運営を実現するために、金融庁が公表している「顧客本位の業務運営に関する原則」を基に作成し、原則への対応を【原則および注番号】の表記で示しております。

注）共済事業は当組合と全国共済農業協同組合連合会（以下、JA 共済連）が、共同で事業運営しております。JA 共済連の「組合員・利用者本位の業務運営に関する取組方針等」は JA 共済連のホームページをご参照ください。

【原則 6（注 6、7）】

1. お客さまに最適な商品を提供する取組み

（1）投資信託商品の選定にあたっては、JA バンクの中央機関である農林中央金庫において、販売する商品の基本的な利益、損失その他のリスク、取引条件、選定理由、手数料水準等が適切なものであることを確認しています。そのうえで、当組合ではお客さまの最善な利益を追求する観点から、金融商品を提供する運用会社のプロダクトガバナンスの取組を把握し、JA バンク全体として運用会社と相互に情報連携を行っています。

（2）お客さまの資産形成や、生活・農業を取り巻く様々なリスクに備えて、多様なニーズにお応えできる最良の共済仕組み・サービスを提供します。

なお、当組合は金融商品の組成や市場リスクを有する共済仕組み提供はしていません。

【原則 2 本文および（注）、原則 6 本文および（注 2）（注 3）（注 6）（注 7）
補充原則 1～5 本文および（注）】

2. 利益相反を適切に管理する取組み

（1）お客さまの利益が不当に害されることがないように、「利益相反管理方針」を定め、お客さまの保護と正当な利益確保に努めるための適切な管理を行います。

【原則 3 本文および（注）】

3. 手数料等を明確にご案内する取組み

- (1) お客さまにご負担いただく手数料その他費用について、商品・サービスごとに分かりやすく丁寧な説明を行います。なお、保障加入にあたり、共済掛金の他にご負担いただく手数料等はございません。
- (2) 投資信託に係る手数料については、ホームページにファンド一覧を掲載し、商品間で比較が簡単にできるよう一覧表にするなど、分かりやすい開示を行います。

【原則4】

4. お客さま一人ひとりに合ったサービスのご提案と情報提供の取組み

- (1) 金融商品や共済仕組みのご案内時には、お客さまのニーズに合った適切な商品・仕組みのご案内を行います。
- (2) お客さまの資産状況や金融商品の取引経験、商品知識や取引目的、ニーズ等、お客さまの意向を把握し確認のうえ、お客さまにふさわしい商品・共済仕組みをご提供いたします。また、投資信託の販売にあたっては、お客さまの知識や投資目的、投資経験、資産状況等の属性を確認し、適合性を慎重に判断したうえで、お客さま一人ひとりのライフプランに添った的確なご提案を誠実にいたします。
- (3) 「資産運用ガイダンス」・「資産運用スタイル診断シート」・「セレクトファンドマップ」等によりお客さまと対話する中で、「つかう・ためる・ふやす・のこす・そなえる」等お金の色分けを一緒に考え、投資目的・リスク許容度を確認し、お客さまに寄り添って商品のご提案を行います。
- (4) ご高齢のお客さまに対する投資信託の販売を行う際は、商品の理解度をより十分に確認しながら丁寧に説明し、厳格な適合性判定と意思確認を行うなど慎重な対応を実施します。
- (5) 投資環境の変化、お客さまのライフプランやニーズの変化に応じて、必要な情報提供を行うなど、アフターフォローの充実に努めます。
- (6) お客さま本位を基に、生活様式や契約者個々の契約状況に応じた相談型の「寄り添う・付き添う」3Q活動でライフプランサポートを実践します。また、3Q活動では共済金等の請求勧奨、異動・事故受付等の各種手続き、健康増進情報等の提供などお客さまに有益な情報を提供します。
- (7) 「ひと・いえ・くるま」の総合保障を提案するとともに、総合事業を活かした次世代層との接点づくりに取り組みます。
- (8) ご高齢のお客さまに対しまして共済仕組みの提案、サービスの提供をする際は、「高齢者対応の徹底について」・「契約日時点で70歳以上となる方へのご契約にあたってのお願い」等によりお客さまに寄り添った説明を行い、ご契約時にはご家族様にもご同席等をお願いして十分な信頼関係を築き、ご納得いただけますようきめ細やかな対応を行います。

【原則 2 本文および（注）、原則 5 本文および（注 1 ～ 5）、原則 6 本文および（注 1、2、3、4、5）】

5. 職員への意識定着と実践に向けた人材育成の取組み

- （1）コンプライアンス態勢の確立および徹底を経営の最重要課題と位置づけ、コンプライアンスプログラムを策定し実践しています。また、全職員を対象とした研修会や勉強会を実施し、職員のコンプライアンス意識のさらなる向上に努めています。
- （2）高度な専門性を有し、お客さまへの質の高い課題解決を実践できる職員を育成するべく、研修の充実や資格取得の推進を積極的に行います。

〈内部研修・資格制度〉

- ・資産形成・運用提案知識習得研修（対象：信用担当職員）
- ・預かり資産関連啓発研修（対象：信用担当職員）
- ・ステップアップテーマ別研修会（対象：ライフアドバイザー）
- ・共済税務研修会（対象：ライフアドバイザー、共済担当職員） 等

〈取得を推奨する外部資格〉

- ・金融コンプライアンスオフィサー（対象：全管理職）
- ・FP技能士（対象：信用または共済担当職員） 等

- （3）私ども J A ハイナンではお客さまの声を活かした業務改善に取り組んでまいります。

【原則 2 本文および（注）、原則 6 本文および（注 5）、原則 7 本文および（注）】

以 上

顧客本位の業務運営に関する原則

原則	項 目	内 容	注 記
原則 1	顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等	金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。	(注) 金融事業者は、顧客本位の業務運営に関する方針を策定する際には、取引の直接の相手方としての顧客だけでなく、インベストメント・チェーンにおける最終受益者としての顧客をも念頭に置くべきである。
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。	(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。
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。	(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
原則 4	手数料の明確化	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。	
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。	(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 (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）。 (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

原則	項 目	内 容	注 記
			内容の情報提供を行うべきである。 (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意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。 (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。
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。	(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 (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。 (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。 (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。 (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。 (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。 (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。
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。	(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。

プロダクトガバナンスに関する補充原則

補充原則	項 目	内 容
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。
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。
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。
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。
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。