

お客様本位の業務運営への取組方針（2023年度）

丸三証券株式会社（以下「当社」といいます。）は、1978年に制定した「経営理念」において掲げる、「いついかなる場合にもお客様に対して奉仕する心を失うことのないよう誓う」に従い、お客様本位の業務運営に努めてまいります。

1. お客様本位の業務運営に関する方針の策定・公表等

（1）取組方針の策定等

当社は、2017年6月、金融庁の顧客本位の業務運営に関する原則に賛同し、「お客様本位の業務運営への取組方針」を新たに定め、その後も定期的に取り組方針を公表してきました。

また、お客様の投資家としての立場に配慮し、取組方針を策定します。

（2）結果の検証等

取組状況の公表による自己評価や第三者による評価を踏まえ、**お客様本位の業務運営の見直し・改善**に努めてまいります。

成果を検証・公表するために、下記3種類の成果指標（KPI）を含む**取組状況について、定期的に公表**します。

自主的な定量的成果指標（KPI）

- ①お客様の株式投資信託の平均保有期間
- ②信託報酬の販売費・一般管理費カバー率
- ③資格保有者数

なお、当社のお客様本位の業務運営への取組み等の成果や進捗について、検証・評価し、見直し・改善するため、2018年から**第三者による客観的な評価**を受けております。

2. お客様の最善の利益の追求

当社は、お客様のライフプランや投資目的、知識、経験、リスクに対する考え方等を十分に把握した上で、中長期的、かつグローバルな資産運用をご提案し、お客様の資産形成に貢献することが、当社の社会的使命であると考えており、売買手数料を目的とした安易な乗り換え提案は、お客様の利益を害すると思います。

また、**長期間にわたるお客様のパートナー**となるべく「売買手数料依存の収益構造から脱し、残高連動報酬をベースにした収益構造を確立すること」が必要であると考えております。

当社は、適切なタイミング・内容で、情報をご提供することでも、お客様の資産形成に貢献してまいります。

このために、高度な専門性を確保するための資格取得や職業倫理を保持するための研修・勉強会の実施、管理体勢の構築等、様々な仕組みを構築します。

これにより、お客様から当社の従業員が誠実・公正であり信頼に値するとの評価をいただき**家族も含めた資産形成のパートナー**となることを目指し、またこれを実践するための企業文化の定着に努力してまいります。

なお、これらの「お客様の最善の利益」の実現状況を確認するための手段のひとつがKPIであり、執行役員会、及び経営会議で報告・審議されます。

「お客様の最善の利益の追求」への取組例

- ①「お客様の株式投資信託の平均保有期間」の長期化を通してお客様のパフォーマンスの向上に貢献します。⇒KPI
- ②「信託報酬の販売費・一般管理費カバー率」の上昇による安定的な収益基盤の構築に努めます。⇒KPI
- ③良質なサービスを提供する為の知識の習得に努め、「資格保有者数」の増加を図ります。⇒KPI
- ④長期・分散・積立投資を通してお客様の最善の利益を追求します。
- ⑤お客様の声を積極的に収集しサービスの改善に活かす仕組みを強化します。
- ⑥お客様本位の業務運営の定着を図るための仕組みを強化します。

3. 利益相反の適切な管理

当社は、利益相反の可能性の把握、利益相反の管理のため、「利益相反管理方針」を定め、当社またはグループ会社が行う取引に伴い、お客様の利益が不当に害されるおそれがある取引を防止しています。

株式における引受部門の持つ情報の他部門での利用や投資信託における商品選定等、利益相反が発生する可能性のある取引等においては、「①情報隔壁の設置による部門間の情報遮断」や「②新商品取扱い規程に基づく新商品検討会議における審査」等による管理を通じて、利益相反を防止します。

なお、当社は、「投信運用会社の販売代理店」ではなく、「お客様の購買代理店」としての在り方を追求しており、従って、**自社系列の投信運用会社を持たず、内外の運用会社が運用する幅広い投資信託の中から質の高い投資信託を選び**、お客様にご提案することに努めます。

「利益相反の適切な管理」への取組例

- ①法人営業部門が投資信託の運用会社から受け取る株式委託手数料額の管理を行います。

4. 手数料等の明確化

当社がお客様から頂戴する手数料は、お客様へのコンサルティング、及び種々の事務コストなどの対価であり、**手数料を上回ると実感していただける商品・サービスの提供**に努めます。

商品をご提案する際は、お客様にご負担いただく手数料の詳細を、契約締結前交付書面、目論見書、販売用資料、重要情報シート、手数料の比較が可能な国内投資信託の手数料・リスク一覧表等を通じて、分かりやすくお伝えいたします。

なお、当社は、お客様がご負担いただくコストが不明瞭であり、かつ複雑な仕組みの商品である仕組債は取扱っておりません。

「手数料等の明確化」への取組例

- ①（昨年度に実施した）投資信託の手数料に関する分析を受け、購入時手数料に関する見直し、およびお客様向けのご説明書面を作成し活用します。

5. 重要な情報の分かりやすい提供

リターン、リスク、取引条件、販売対象として想定するお客様属性、お客様に対して販売・推奨等を行う商品・サービスの選定理由、利益相反の可能性とその具体的な内容・影響等の重要な情報を、目論見書、販売用資料、重要情報シート、国内投資信託の手数料・リスク一覧表、各商品部門が提供する各種レポート等を通じて、**分かり易く提供**することに努めます。

この際には、お客様の取引経験や金融知識を踏まえ、明確、平易で誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供に努め、重要な情報は、強調してお伝えします。
また、商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を分かり易く行います。

なお、当社は、上場国内株式、投資信託を中心に取り扱いしており、仕組債等の複雑な金融商品を取り扱っていません。

「重要な情報の分かりやすい提供」への取組例

- ① 株式営業において、当社は、丸三レポートやビジュアル資料等を活用する「レポート営業」を実践します。
- ② 「投信NAVI」を積極的に活用し、ポートフォリオ全体についてアドバイスするよう努めます。
- ③ 分配型投資信託については、お客様へご提案するときには、分配金の支払いがない、又は少額の同じ投資信託も併せてご紹介し、分配型投資信託のメリット・デメリットをご説明したうえでご選択いただきます。また、定額分配額は、「インカムゲインからコスト」を控除した額が適切であると考えており、適切な分配となるよう運用会社に働きかけます。
- ④ 重要情報シートを改訂し、当社のお客様本位の業務運営への取組について、一層ご理解いただけるよう努めます。

6. お客様にふさわしいサービスの提供

当社は、お客様のご意向を確認した上で、ライフプランを踏まえた目標資産額、資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズなどをお聞かせいただき、資産運用シミュレーションツール等を利用し、安全資産と投資性資産の適切な割合等を含む**お客様のライフステージやニーズに沿った商品のご提案**に努めます。

その際には、重要情報シートや国内投資信託の手数料・リスク一覧表等を利用し、類似・代替商品がある場合には、商品・サービスを比較し、ご提案します。

当社が十分に理解できる商品をご提案するという観点から、上場国内株式、投資信託中心に金融商品を取扱っています。商品ラインナップの整備、商品の選定・モニタリングに関しては、「新商品取扱い規程」に加え、マニュアルを定め、投資信託会議を通じた市場環境等の分析等に基づき、お客様に良質な金融商品・サービスを提供できるよう取組みます。

なお、対面の投資信託部門においては、中長期でみて真に質の高い投資信託を選別した結果、2022年度は1種類の投資信託（コース合算ベース）の選定のみに留まりました。

対面証券ビジネスでは、お客様の商品購入後のフォローアップはなによりも重要と考えており、個々のお客様の意向を把握し、意向、及びパフォーマンス等を踏まえ、長期的な視点にも配慮したフォローアップを実施します。

また、「新商品取扱い規程」や「高齢顧客に対する勧誘による販売に係るガイドライン」に基づき、商品やお客様の属性に応じた商品の取扱いやご提案の適切性を確認します。

様々な属性のお客様に対応可能と考える定期的な動画セミナーや、お客様の属性に応じた適切な情報提供をするための当社従業員に対する各種の勉強会を実施してまいります。

「お客様にふさわしいサービスの提供」への取組例

- ① 資産運用シミュレーションツールの利用状況を分析し、更なる活用に努めます。
- ② 投資信託モニタリング体制を強化し、商品ラインナップの整備に活用します。
- ③ フォローアップの仕組み、体制を強化します。
- ④ 定期的に行っている動画セミナーに加え、対面でのセミナー開催を再開し、より多くのお客様への情報提供に努めます。

7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

当社は、お客様本位の業務運営を実践するための**評価制度や研修制度等を構築**するとともに、内部監査では経営理念の観点から営業姿勢の監査を行っています。

お客様の最善の利益を追求する観点から、従業員の業績評価においては、「投資信託の純増」と「預かり資産の純増」を重要な指標とし、**フロー収入よりもストックを重視する評価体系**としています。

当社は、お客様へ商品を分かりやすくご説明できるように、「株式カレッジ」、「投信カレッジ」をはじめ、多くの研修・教育プログラムを組み、実践していきます。なお、「株式カレッジ」、「投信カレッジ」については、卒業の要件を定めております。

また、ファイナンシャルプランナー（AFP・CFP®）、テクニカルアナリスト、証券アナリストなどの資格取得を積極的に支援・サポートしています。特にCFP®の資格取得に関連し、相続事業承継設計に関する知識の習得に注力することで、より高度なコンサルティングを通じて、良質なサービスをご提供できるように取り組んでいます。資格取得については、自主的なK P Iとして取組状況を公表するとともに、昇格の要件としております。

当社は、「お客様本位の業務運営」を推進する仕組みの整備とともに、全従業員が「お客様本位の業務運営への取組方針」を理解し、行動するために、様々な研修を通じて、「お客様本位の業務運営」を実践する企業文化の定着に取り組めます。

「従業員に対する適切な動機づけの枠組み等」への取組例

- ①お客様本位を実践する従業員を表彰します。
- ②従業員へのヒアリング等による現状把握と現状を踏まえた改善策を立案し、お客様本位の業務運営への従業員への動機づけの為の取組を継続します。

以上

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応表

原則	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	当社取組方針
顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等		
原則 1	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。	1. お客様本位の業務運営に関する方針の策定・公表等【P 1】
(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。	1. お客様本位の業務運営に関する方針の策定・公表等（1）「また、…」【P 1】
お客様の最善の利益の追求		
原則 2	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。	2. お客様の最善の利益の追求【P 2】
(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。	2. お客様の最善の利益の追求「また、…」【P 2】
利益相反の適切な管理		
原則 3	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。	3. 利益相反の適切な管理【P 3】
(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。 <ul style="list-style-type: none"> ・販売会社が、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 ・販売会社が、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 	3. 利益相反の適切な管理「株式における…」【P 3】
手数料等の明確化		
原則 4	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。	4. 手数料等の明確化【P 3】

原則	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	当社取組方針
重要な情報の分かりやすい提供		
原則 5	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。	5. 重要な情報の分かりやすい提供【 P 4】
(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 	5. 重要な情報の分かりやすい提供【 P 4】
(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）。	5. 重要な情報の分かりやすい提供【 P 4】
(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。	5. 重要な情報の分かりやすい提供【 P 4】
(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。	5. 重要な情報の分かりやすい提供【 P 4】
(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。	5. 重要な情報の分かりやすい提供【 P 4】

原則	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	当社取組方針
顧客にふさわしいサービスの提供		
原則 6	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。	6. お客様にふさわしいサービスの提供【P 5】
(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	6. お客様にふさわしいサービスの提供【P 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、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。	5. 重要な情報の分かりやすい提供「なお、…」【P 4】
(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。	3. 利益相反の適切な管理「なお、…」【P 3】
(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。	6. お客様にふさわしいサービスの提供「また、…」【P 5】
(注 5)	金融事業者は、従業員がその取り扱い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。	6. お客様にふさわしいサービスの提供「様々な…」【P 5】
従業員に対する適切な動機づけの枠組み等		
原則 7	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。	7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等【P 6】
(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。	7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等「当社は、「お客様本位の業務運営」を…」【P 6】