



一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする

ちばぎん

「お客さま本位」の業務運営に関する方針 (FD 方針)

にもとづく具体的な取組み

(金融商品業務におけるアクションプラン)

2025年7月1日

株式会社千葉銀行

The ChibaBank, Ltd.
FIDUCIARY DUTY

千葉銀行における金融商品の販売業務、資産運用・資産形成にかかる相談業務、およびこれらに関連する業務においては、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し、お客さまの最善の利益の実現のため、「ちばぎんグループ『お客さま本位』の業務運営に関する方針」(FD方針)にもとづく具体的な取組み(アクションプラン)を次のとおり定め、これらに沿った業務を遂行します。

1. お客さまのお話をよく聴き、お客さまをよく知り、 お客さまに寄り添います。

1 「お客さまの最善の利益」を追求し、「お客さまの人生に寄り添うパートナー」として共に成長し続けるために、ライフプランやゴール(ありたい姿・目標・夢)、ニーズ、課題や不安を共有します。

- ① 私たちは、「お客さまの思いの実現」、「お客さまの課題の解決」、「お客さまの豊かなライフスタイルの実現」が、「お客さまの最善の利益」につながるものと考え、これらを「三つの誓い」と定めて、常に意識し、公正・誠実にお客さまに向き合います。
- ② 店頭ではお客さまの資産の現状やライフプラン等を共有するため、当行独自の提案ツール「おかねのバスケット」を活用しています。また、日々の口座の動きなどをもとに実施するライフプランシミュレーション機能をちばぎんアプリ上に開発予定です。

2 お客さまの思いや課題のほか、「ご投資経験等インタビューシート」等により取引経験や知識、投資目的等、さらには、(必要に応じて他行・他社分を含めた)資産・負債の状況などについて丁寧にお伺いします。また、継続してお客さまのゴールやニーズの変化・到達度を共有し、お客さまと「顔の見える」継続的な関係を築きます。

3 「お客さまの人生に寄り添うパートナー」であると同時に「個人の総合コンサルタント」として、保険や信託商品・サービス等の活用を通じた次世代への資産承継のお手伝い、住宅ローンや教育ローンのご相談など「何でも相談いただける」体制を強化しています。

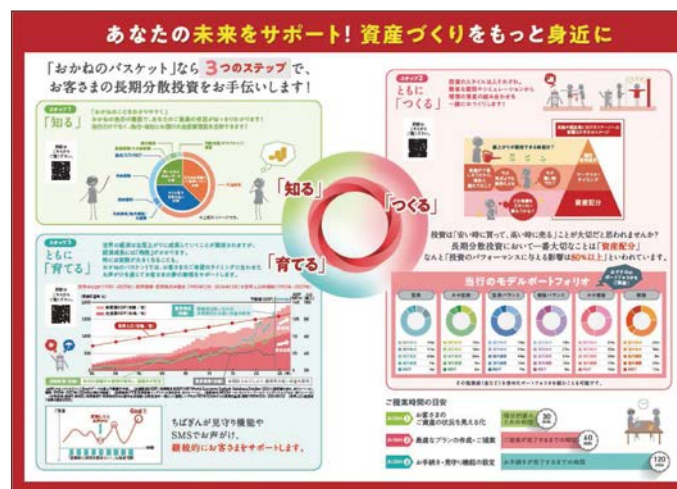
2. お客様の「思いの実現」、「課題の解決」、「豊かなライフスタイルの実現」のため、お客様一人ひとりにふさわしい提案を行います。

1 商品ごとにふさわしいお客様層を意識した上で、「最適なパーソナライズ提案」の考え方に沿って、最適な商品をご提案しています。

① 投資信託については、以下に代表される投資手法のなかから、お客様のライフステージやご意向、リスク許容度などを踏まえたふさわしい手法、ふさわしい商品をご提案しています。

- NISAつみたて投資枠や成長投資枠を活用した長期での資産形成を目指す投資
- 当行独自の提案ツール「おかねのバスケット」(※)を活用した安定的・効率的な資産運用を目指す投資
- 「運用を継続しながら使いたい」というニーズに対応する定期分配型商品を活用した投資
- 「自分でタイミングや相場を見ながら売買したい」、「自分が好きな分野に投資したい」というニーズにも対応する個別の商品への投資

(※)「おかねのバスケット」では、リスク・リターン水準が異なる6つの運用コース(モデル・ポートフォリオ)をご用意し、簡単な質問やシミュレーション結果からお客様に適したコースをご提案しています。



- ② 保険商品については、商品の特徴（保障内容・機能等）やご意向把握の結果を踏まえ、お客様のライフステージに合致する商品選びのお手伝いとして、以下の観点を中心に、ご提案する体制としています。

1 資産形成世代

長期・分散・積立投資など、少額からでも「資産づくり」を始めることをお勧めします。また同時に、ご自身やご家族のために死亡・疾病・ケガへの備えも必要となってまいります。そのようなニーズに合わせ、当行では以下のような保険商品をご提案しています。

- 平準払年金保険や終身保険を活用した「資産形成」
- 定期保険や医療・がん保険を活用した「死亡・疾病・ケガへの備え」

2 退職世代

リタイア期以降の人生が長期化していることに対応し、金融資産の目減りの抑制や計画的な資産の取崩しに向けたご準備が必要となってまいります。そのようなニーズに合わせ、当行では以下のような保険商品をご提案しています。

- 一時払保険や終身保険を活用した「資産運用」
- 一時払保険を活用した「計画的な資産の取り崩し」
- 一時払保険や介護保険を活用した「相続・贈与・介護への備え」

3 シニア世代

資産の計画的な取崩しを行うとともに、体力低下や健康への不安、認知・判断能力の衰えへの備えが必要となってまいります。そのようなニーズに合わせ、当行では以下のような保険商品をご提案しています。

- 一時払保険を活用した「資産寿命の延伸」
- 一時払保険や介護・認知症保険を活用した「相続・贈与・介護・認知症等への備え」

- ③ 元本の安全性を重視するお客様には、定期預金や個人向け国債などの各種公共債も取り揃えて、ご提案しています。

2. お客様の「思いの実現」、「課題の解決」、「豊かなライフスタイルの実現」のため、お客様一人ひとりにふさわしい提案を行います。

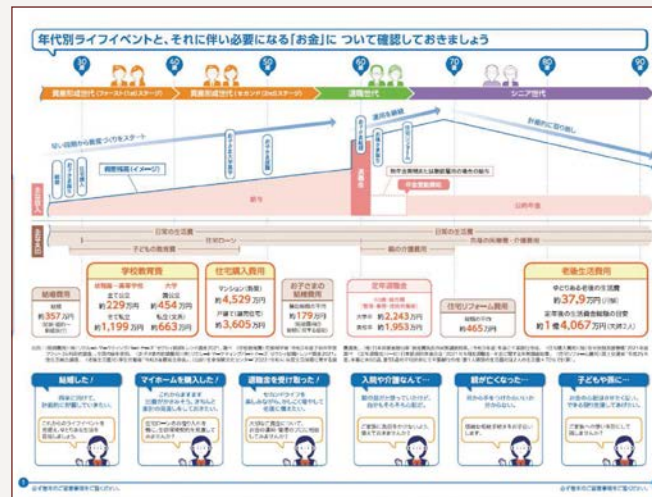
2 投資がはじめてのお客様やご高齢のお客様等については、ご提案する商品やサービスが適切かどうか、より慎重に判断しています。

① 例えば、ご高齢のお客様に販売する場合は、お客様のお考えをより慎重に確認させていただくため、複数の職員によるご意向の確認やご親族の同席をお願いしたりするほか、じっくりお考えいただけるよう、ご契約はご提案の翌日以降にするなどのルールを定め、十分ご理解、ご納得していただいたうえで取引していただくよう努めています。

3 お客様のニーズにお応えするため、必要に応じて専門チーム（保険コンサルタント、ライフパートナー（LP）、プライベートバンキングチーム（PBチーム））の担当者がご相談に応じる体制を整備しています。

4 グループ総合力をもってお客様のニーズにお応えするため、お客様のご希望に応じてちばぎん証券と連携します。

① ちばぎん証券へのご紹介にあたっては、お客様の資産状況、取引経験、株価・為替相場へのご関心の程度、取引目的等をお伺いし、お客様のご意向や適合性を十分に確認させていただいたうえでご紹介します。



3. お客さまの目線に立った透明性のあるわかりやすい的確な説明と 適時適切なアフターフォローを行います。

1 お客さまとの対話を通じて把握したお客さまの取引経験や金融に関する知識、商品の複雑さやリスクの高さ等も考慮したうえで、商品内容や手数料その他の費用の詳細、基本的な利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件等の重要な情報について明確、平易で、誤解を招くことのないように誠実に情報提供を行います。

- ① 取扱投資信託のタイプ別一覧のご提供など、同種の商品内容との比較が容易な資料を用い、お客さまご自身がニーズにあった商品をお選びいただけるような情報提供を行います。
- ② お客さまが金融商品の購入や保有の際にご負担いただく費用については、購入時にお支払いいただく費用、継続的にお支払いいただく費用、売却（解約）時にお支払いいただく費用、運用成果に応じてお支払いいただく費用など、「何に対してどのような」ご負担をいただくのか、重要情報シートや目論見書、商品概要書、タブレット端末等を活用し、わかりやすい情報提供を行います。
- ③ ご提案する商品が複数の商品を組み合わせたものの場合、個々の商品購入と比べてどのようなメリット・デメリットがあるかなど、より詳細な情報について、重要情報シート等にてご提供します。
- ④ ご投資の判断に資すると考えるマーケット情報やその他の参考情報についてもご希望に応じてご提供しています。

2 お客さまへの商品・サービスのご提供に伴い、当行が第三者から手数料（組成会社から受け取る信託報酬等。同じ商品・サービス等でコース等により変動する場合はその関係性も含む）を受け取る場合等、当行とお客さまの利益が反する可能性についても、重要情報シート等を活用し、わかりやすく丁寧にご説明します。

3. お客様の目線に立った透明性のあるわかりやすい的確な説明と適時適切なアフターフォローを行います。

3 お客様への商品の説明にあたっては、お客様のご同意をいただいたうえで、職員の説明やお客様の発言を含め録音し、お客様へのご説明の適格性の担保や品質の向上に役立てています。

- ① 録音のご同意をいただけなかったお客様に対しては、職員の潜脱行為の防止のため、内部管理責任者がお客様のご意向であったことを確認させていただきます。

4 お客様のご希望・運用状況や相場の急変・悪化などの市場動向に応じた適時適切なアフターフォローを実施しています。

- ① 「おかねのバスケット」の「見守りアラート機能」を活用するなどして、お客様へ適時適切な運用状況等のご報告を行うとともに、お客様の投資ご意向やライフプランの変化等の再確認を通じ、必要に応じてポートフォリオの見直しなどをご提案しています。
- ② 市場動向の急変や市場に重大なインパクトを与える事象が発生した場合には、お客様への速やかな情報提供に努め、お客様の投資ご判断をきめ細かくサポートしていきます。
- ③ アフターフォローの実施状況は、本部においてモニタリングを実施し、適時適切かつ十分なアフターフォローが実施できる体制を整備しています。

4. 「お客さまに寄り添うパートナー」としてライフスタイル等の変化に合わせた情報の提供を行います。

1 地域に根差した店舗ネットワークで、お客さまにとって「顔の見える」、「何でも相談いただける」体制を目指しています。

2 お客さまの、変化し、多様化し続けるライフスタイルに合わせた情報提供の高度化や、営業店窓口以外での取引機会、金融情報のご提供に向けて創意工夫を進めています。

- ① ちばぎんアプリ投信取引機能 …… 非対面での窓口となる「ちばぎんアプリ」に投資信託の口座開設・取引の機能を搭載し、いつでもどんな時でもお客さまのお好きな時間・お好きな場所でお取引いただけます。
- ② ちばぎんマネーガイド …… お客さまの「知りたい・分からない」金融の情報を集積し、窓口にご来店されなくても、いつでもどんな時でも、お客さまのお好きな時間・お好きな場所で、金融情報や当行のサービスについてご確認ください、情報メディアをご提供しています。
- ③ ちばぎんアプリの「マネーレポート」では、お客さまの過去の入出金状況等のデータや当行が保有するお客さま情報に基づき、お客さまのお金にまつわる「気づき」や「安心感」につながる情報をご提供し、お客さまとのエンゲージメントの強化に努めています。

3 対面でのご相談を希望されるお客さまにも「いつでも」ご相談いただけるよう、「コンサルティングプラザ(千葉・船橋・市川)」、「ひまわりラウンジ津田沼」、「柏の葉キャンパス支店」にて、平日夕方や土日祝日も資産運用や保険のご相談を承っています。また、各営業店においても、「来店予約」により、お待たせせずに、ごゆっくりとご相談いただけます。

※各拠点の営業時間や取扱い業務の詳細は当行ホームページでご確認ください。

4.「お客さまに寄り添うパートナー」としてライフスタイル等の変化に合わせた情報の提供を行います。

4

お客さまの金融リテラシー（金融知識）の向上に資する取組みとして、金融や投資に関するセミナー等を開催し、お客さまに幅広い情報をタイムリーにご提供します。また、これらのセミナーについては、お取引先事業者様の職場にお伺いして実施する「職域セミナー」としても実施しています。



5. お客様の最善の利益の実現に資する商品・サービスの ラインアップを構築します。

1 お客様の投資目的やリスク許容度等に応じて、適切な商品をお選びいただけるように幅広い商品ラインアップをご用意しています。

- ① 投資信託について、対面では、常に質の高いポートフォリオ提案（資産分散提案）が行えるよう、取扱いファンドについては「シンプルで低コストのインデックスファンド」「運用成績が優秀なアクティブファンド」「NISA 制度を活用できるファンド」等を取り揃え、定期的に入替、見直しを行っています。
- ② ちばぎんアプリでは、資産形成層や現役層のお客様をメインターゲットととらえ、「手軽さ・ノーロード・つみたて投資」をコンセプトに「ノーロードファンド」、「低コストのインデックスファンド」、「非対面チャネル専用ファンド」等を取り揃え、定期的に入替、見直しを行っています。
- ③ 保険商品のラインアップは、多様化するお客様のライフステージに対応した商品を取り揃えています。新商品を採用する場合は、同一カテゴリ内の既存商品と保障内容や機能を比較検討しています。優位性が認められる商品については、リスクや導入効果等を検証したうえで導入しています。

2 個別商品の選定に際しては、その特性や想定する販売対象顧客層、リスク・リターン、中・長期的な資産形成に資するのかが等を、外部評価機関による評価等も活用しながら十分検証・精査したうえで決定します。

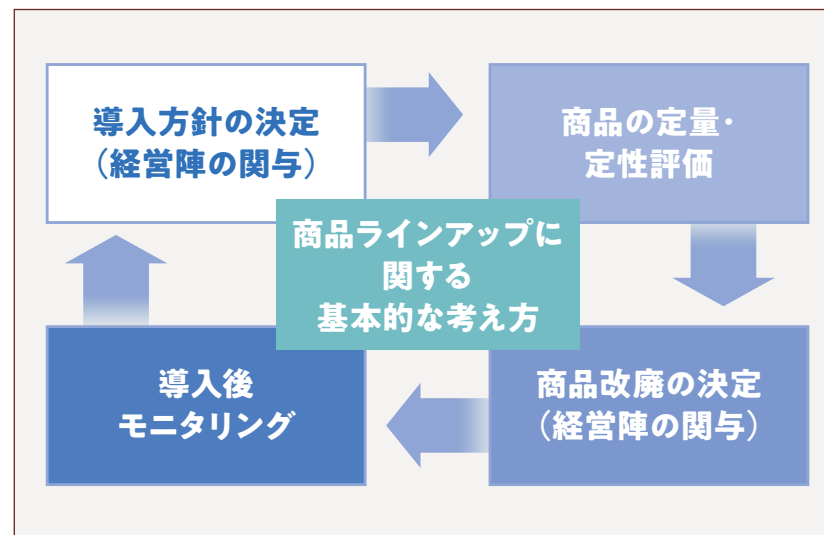
- ① 品揃えに関する方針や具体的な新商品導入は、経営陣が関与する委員会（投資型金融商品選定委員会）での議論を経て、最終的に経営会議で再度協議するなど、プロダクトガバナンス体制を構築しています。特に、グループ会社や特定の運用会社の利益を優先することによりお客様の利益を損なうことのないよう、多様な投資運用会社や保険会社等の商品の中から導入します。

5. お客様の最善の利益の実現に資する商品・サービスのラインアップを構築します。

- ② 複数の外部評価機関より、商品ラインアップ構成や商品導入プロセスの適切性評価を受けるとともに、個々の商品の定量・定性評価データやデューデリジェンス評価の提供を受けて、商品の選定・改廃に活用しています。
- ③ 商品導入時だけではなく、導入後も短期解約の状況や苦情の発生状況、保険会社の健全性などのモニタリングを通じたリスク評価を関連各部で実施しています。なお、顕在化したリスク事象や当初想定外の潜在的リスク事象が判明した場合は、すみやかに販売停止等の対応を実施していきます。

3 投資運用会社や保険会社等の商品の組成会社との間で、想定する販売対象顧客層や実際に購入している顧客データ等の情報交換を行ったり、組成会社におけるガバナンス体制等の情報提供を受けたりするなどの連携を強化しています。

※当行は、投資信託・保険の商品組成や他者への商品提供は行っていないので、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」中の、原則6（注3）前段および「プロダクトガバナンスに関する補充原則」各項目については非該当としております。



6. 上記の実現のための従業員のスキルアップに向けた体制を整備します。

1 「パーパス」を実現するために必要となる人材の考え方を基に「人材育成方針」を制定しており、この方針に従い、役職員一人ひとりの力を高め、お客さまへの新たな価値の創造や地域社会の持続的発展に繋げていく人材を育成する取り組みを実施しています。

2 お客さまのニーズにあった「最適なパーソナライズ提案」をご提供するために、職員向けの研修や勉強会、資格取得の奨励等を通じて、高度な専門知識と公正・誠実に業務を行うための高い職業倫理（意識）の双方を兼ね備えた人材を育成しています。また、理解度確認の実施等により、その定着を図っています。

- ① お客さまの潜在ニーズを引き出し、あらゆる商品・サービスを活用してお応えできる「個人の総合コンサルタント」として職員を計画的に育成するため、「個人営業育成プログラムトレーニー」を実施しています。資産運用や住宅ローン、相続関連の専門部署やグループ会社等を横断的に経験し、幅広い知見及び高いコンサルティング能力を有する職員を育成しています。
- ② 業務知識やスキルを習得するための取り組みとして、オンライン上の企業内大学「ちばぎんアカデミー」を開校しています。7,000本を超えるコンテンツを用意し、職員がいつでも・どこでも学習が出来る環境を整備するとともに、一人ひとりの担当業務やレベルに合わせた育成を行っています。一方、対面での研修ではディスカッションやロールプレイングを通じた実践型研修を強化しています。

3 お客さまの人生に寄り添い、ゴールベースでのご提案等を通じ、豊かなライフスタイル実現を支援していくための知識とノウハウの習得・向上のため、資産運用業務に携わる職員全員に対し、日本証券アナリスト協会の実施する「資産形成コンサルタント」資格の取得を奨励しています。

7. お客様本位の実践に向けた組織文化を醸成し、その状況を検証してまいります。

1 お客様本位の意識を啓発するための施策を継続的に実施し、お客様本位の業務運営の実践を最優先とする組織文化を醸成していきます。

2 お客様本位の業務運営の実践状況を職員の評価項目とするなど職員への適切な動機づけを行い、その運営状況を検証しています。

- ① 業績評価体系について、個人のお客様に関する収益目標を廃止し、お客様の最善の利益(FD)の追求とお客様へのコンタクト(活動量等)を中心とした評価体系としています。
- ② 役職員の行動の判断軸となる「パーパス」「ビジョン」の浸透度合いを職員向けの「エンゲージメントサーベイ」等により測るとともに、お客様本位の行動を評価する人事評価制度の運用を継続的に行っていきます。

3 お客様との接点において「営業活動が『銀行本位』になっていないか」など、プロセス面での検証も実施しています。

- ① 投資がはじめてのお客様やご高齢のお客様への販売など慎重な対応が必要な場合や、短期的投資・乗換投資等お客様のライフプランにおける位置づけを慎重に確認する必要がある場合等において、営業店の内部管理責任者が必要に応じてお客様へ直接お話をうかがったうえでチェックする体制としており、実践研修などを通じ内部管理責任者の指導力強化にも取り組んでいます。

- ② リスク管理部門(二線)であるコンプライアンス・リスク統括部では、勧誘販売時の録音データや説明記録のモニタリング、販売動向のモニタリング、お客さまと直接お話をいただきご提案やご説明の状況を伺うモニタリングなどを実施しており、手数料や信託報酬の高い商品等をお客さまのご意向に反して提案したり、お客さまの利益が損なわれたりすることのないよう、適切な管理を実施しています。
- ③ 内部監査部門では、「パーパス」「ビジョン」等の経営理念が役職員の行動指針として浸透し、「お客さまの最善の利益」の実現に向けてお客さま一人ひとりに最適な資産運用サービスをご提供できているか、職員のお客さまへのご提案やご説明の内容などの適切性確認を通じて、営業現場におけるお客さま本位の営業活動やそのプロセスを検証しています。

4

本方針に基づく取組みの成果や進捗については、定期的な検証を行うとともに、各種KPIの公表やお客さま向けアンケート等を通じて直接・間接にお客さまにもご評価いただき、更なる改善を図っています。

- ① 営業店窓口でのお客さまとの対話やホームページへの投稿、お客さま向けアンケート等により頂戴したご意見・ご要望などを、商品・サービスの改善・ラインアップの充実や適合性判断基準の検証等、「お客さまにふさわしいサービス」がご提供できているかの検証に活かしています。
- ② 「苦情・要望・問い合わせ」を貴重なお客さまの声ととらえ、誠実かつ真摯に向き合い、その真因分析を通じて得られた問題点を踏まえた実効的なモニタリングを企画・実践しています。
- ③ 「カスタマーエンゲージメントの向上」を定量的に把握・検証するため、CX調査(お客さまアンケート)を行っています。この調査を通じて、私たちがお客さまにふさわしいサービスのご提供が出来ているか、定期的に確認し、更なる改善に活かしています。
- ④ また、投資信託・保険を購入いただいた、または解約されたすべてのお客さまへのアンケートも実施しており、お客さまによる直接の評価を営業店や職員の評価に活かしています。