

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		アイザワ証券株式会社		
■取組方針掲載ページのURL		https://www.aizawa.co.jp/company/fiduciary/		
■取組状況掲載ページのURL		https://www.aizawa.co.jp/company/fiduciary/status/		
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		実施	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 1 お客様の人生に寄り添ったお客様の本位のサービスの提供 1. 相続・経営サポート 2. 地域社会に関する取組み 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 3. ゴールベースアプローチ
	注			取組状況. 1 お客様の人生に寄り添ったお客様の本位のサービスの提供 3. お客様に適した幅広い運用商品の選定 4. コア・サテライト資産の形成 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 3. ゴールベースアプローチ
原則 3		実施	取組方針. 2 お客様との利益相反の適切な管理	取組状況. 2 お客さまとの利益相反の適切な管理 1. 利益相反の適切な管理
	注			取組状況. 2 お客さまとの利益相反の適切な管理 1. 利益相反の適切な管理
原則 4		実施	取組方針. 3 手数料等の明確化 取組方針. 4 お客様への適切な情報提供	取組状況. 3 手数料等の明確化 1. 手数料等の明確な説明 取組方針. 4 お客様の本位の適切な情報提供体制の構築 1.重要情報の提供
原則 5		実施	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 2 お客様との利益相反の適切な管理 取組方針. 3 手数料等の明確化 取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 1 お客様の人生に寄り添ったお客様の本位のサービスの提供 3. お客様に適した幅広い運用商品の選定 4. コア・サテライト資産の形成 取組状況. 2 お客さまとの利益相反の適切な管理 1. 利益相反の適切な管理 取組方針. 3 手数料等の明確化 取組状況. 4 お客様の本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4, SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客様の属性に応じた商品提案
	注 1			取組状況. 2 お客さまとの利益相反の適切な管理 1. 利益相反の適切な管理 取組状況. 4 お客様の本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4, SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客様の属性に応じた商品提案
	注 2	実施	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 4 お客様への適切な情報提供	取組状況. 1 お客様の人生に寄り添ったお客様の本位のサービスの提供 3. お客様に適した幅広い運用商品の選定 4. コア・サテライト資産の形成 取組状況. 4 お客様の本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4, SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況
	注 3	実施	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 1 お客様の人生に寄り添ったお客様の本位のサービスの提供 3. お客様に適した幅広い運用商品の選定 4. コア・サテライト資産の形成 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客様の属性に応じた商品提案

	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	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供	取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況
	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	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供	取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況
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	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供 3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 4. コア・サテライト資産の形成 取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客さまの属性に応じた商品提案 2. アフターフォロー体制 3. ゴールベースアプローチ 4. 各種ツールの導入および改修
	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	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供 3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 4. コア・サテライト資産の形成 取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客さまの属性に応じた商品提案 3. ゴールベースアプローチ 4. 各種ツールの導入および改修
	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。	実施	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 4 お客様への適切な情報提供	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供 3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 4. コア・サテライト資産の形成 取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況
	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。	実施	取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客さまの属性に応じた商品提案
	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	取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客さまの属性に応じた商品提案
	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	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供	取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 2. アフターフォロー体制 3. ゴールベースアプローチ 4. 各種ツールの導入および改修
	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	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客さまの属性に応じた商品提案 2. アフターフォロー体制 3. ゴールベースアプローチ 4. 各種ツールの導入および改修

	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	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 1. お客さまの属性に応じた商品提案 2. アフターフォロー体制 3. ゴールベースアプローチ 4. 各種ツールの導入および改修
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	取組方針. 6 行動規範に基づく企業文化と人材育成	取組状況. 6 「もっとお客さまのために」行動できる企業文化 1. DXの推進 2. 行動規範の策定 3. 評価制度 4. ファイナンシャルアドバイザーの養成体制
	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	取組方針. 6 行動規範に基づく企業文化と人材育成	取組状況. 6 「もっとお客さまのために」行動できる企業文化 1. DXの推進 2. 行動規範の策定 4. ファイナンシャルアドバイザーの養成体制
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。	実施	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 2. 取扱商品等の情報提供 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 3. ゴールベースアプローチ (補足) ラップサービスの商品説明は、パンフレットやホームページに分かり易く明らかにし、顧客へ提示。 https://www.aizawa.co.jp/products/wrap/ 「商品・サービス会議」等を通して適宜関係各部と定期的に情報を共有。
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。	実施	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 (補足) 「経営会議」等を通して運用状況、契約状況の情報共有を適宜実施している。
	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。	実施	取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 (補足) 「経営会議」等を通して運用状況、契約状況の情報共有を適宜実施している。
	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。	実施	取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化 (2025年度より検証開始)	取組状況に該当なし (補足) 金融商品の選定や方針を決める「商品・サービス会議」を開催し、見直しを行っている(2025年度秋を予定)
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。	実施	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 2. 取扱商品等の情報提供 取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 3. ゴールベースアプローチ (補足) 必要に応じてプロジェクトを組成し、情報を連携した上で、「商品・サービス会議」で十分な協議を行う。
	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。	実施	取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 (補足) 必要に応じてプロジェクトを組成し、情報を連携した上で、「商品・サービス会議」で十分な協議を行う。
	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。	実施	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 5 お客様の未来を見据えた金融サービスの提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 5 徹底的なお客さま目線でのサービスの提供 3. ゴールベースアプローチ 4. 各種ツールの導入および改修
	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。	実施	取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況に該当なし (補足) 必要に応じてプロジェクトを組成し、情報を連携した上で、「商品・サービス会議」で十分な協議を行う。
		【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。	実施	取組方針. 1 お客様とご家族の人生の伴走者となる 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供 3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 (補足) 「運用管理会議」等を通して運用状況、契約状況の情報共有を行っている。

補充原則4	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。	実施	取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況に該当なし (補足) 当社ラップサービスの運用パフォーマンスは毎月の「運用管理会議」、及び、運用管理会議資料において関係各部と情報共有。ファンドラップ、GBA型ラップサービスにおいては、「運用管理会議」で運用パフォーマンスを報告、情報共有し、運用のベースとなるアセットアロケーションの見直しを実施。
	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。	実施	取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況に該当なし (補足) 当社運用の国内株式個別銘柄を運用対象とする「ブルーラップ」、「スーパーブルーラップ」は、お客さま向けにフリーダイヤルを設けており、お客さまの声を運用担当部署の役職員が直接受ける体制を整備。
	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	ホームページ内に記載 ファンドラップ ホーム>商品案内>ラップサービス>アイザワSMA スーパーブルーラップ>特徴 特徴3に記載 ブルーラップ ホーム>商品案内>ラップサービス>アイザワ ファンドラップ>サービス概要 図で説明 (補足) 当社にて運用を行う旨を記載または図を掲載	ホームページ内に記載 ファンドラップ ホーム>商品案内>ラップサービス>アイザワSMA スーパーブルーラップ>特徴 特徴3に記載 ブルーラップ ホーム>商品案内>ラップサービス>アイザワ ファンドラップ>サービス概要 図で説明 (補足) 当社にて運用を行う旨を記載または図を掲載
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。	実施	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供 3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況
	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、業績実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業績実績等を情報提供すべきである。	実施	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 1. 重要情報の提供 2. 取扱商品等の情報提供 3. 情報提供サイトの運営 4. SNSによる情報の発信 5. セミナーの開催状況
	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。	実施	取組方針. 4 お客様への適切な情報提供 取組方針. 7 プロダクト・ガバナンスの強化	取組状況. 1 お客さまの人生に寄り添ったお客さま本位のサービスの提供 3. お客さまに適した幅広い運用商品の選定 取組状況. 4 お客さま本位の適切な情報提供体制の構築 3. 情報提供サイトの運営 4. セミナーの開催状況

【照会先】

部署	事業推進部
連絡先	jigyo_suishin@aizawa.co.jp