２０２１年6月３０日

各　位

株式会社 みちのく銀行

「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」に係る成果指標（ＫＰＩ）の公表および「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」の改定について

みちのく銀行（頭取 藤澤 貴之）は、企業理念に基づき策定されている「お客さまに喜ばれる提案とサービスの提供」を実践するため、金融商品の提案にかかる「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」を定めて業務運営に取り組んでまいりました。

今般、２０２０年度の取組状況および成果指標（ＫＰＩ）の結果がまとまりましたのでお知らせいたします。

また、「顧客の最善の利益を図ること」をより具体化できるよう「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」の改定を行いましたので併せてお知らせいたします。

今後も、これまで以上にお客さまに信頼される銀行を目指し、お客さま本位の業務運営を徹底してまいります。

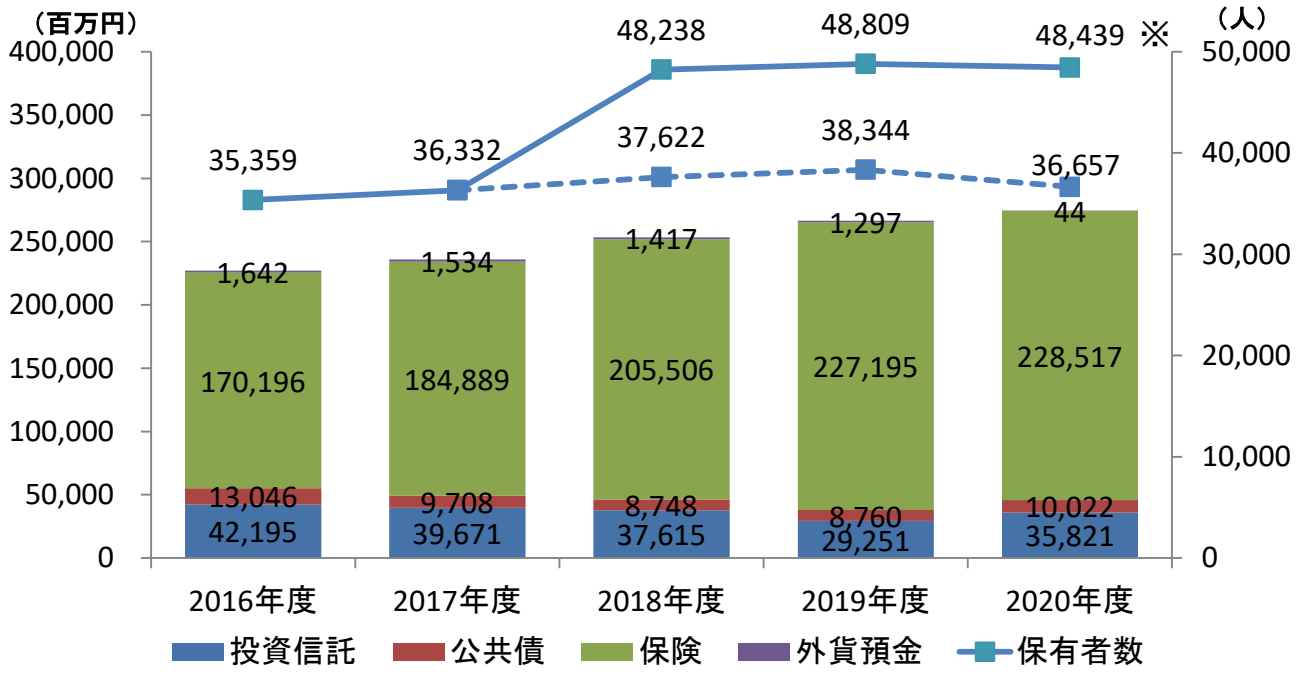
以　上

お客さま本位の提案活動の実施と情報提供の実践

資産形成への支援実績（金融商品の残高および保有者数）

■金融商品の保有者数については横ばい、残高については増加基調にあります。
今後も、お客さまそれぞれのニーズに沿ったコンサルティングを実践してまいります。

金融商品残高および保有者数推移

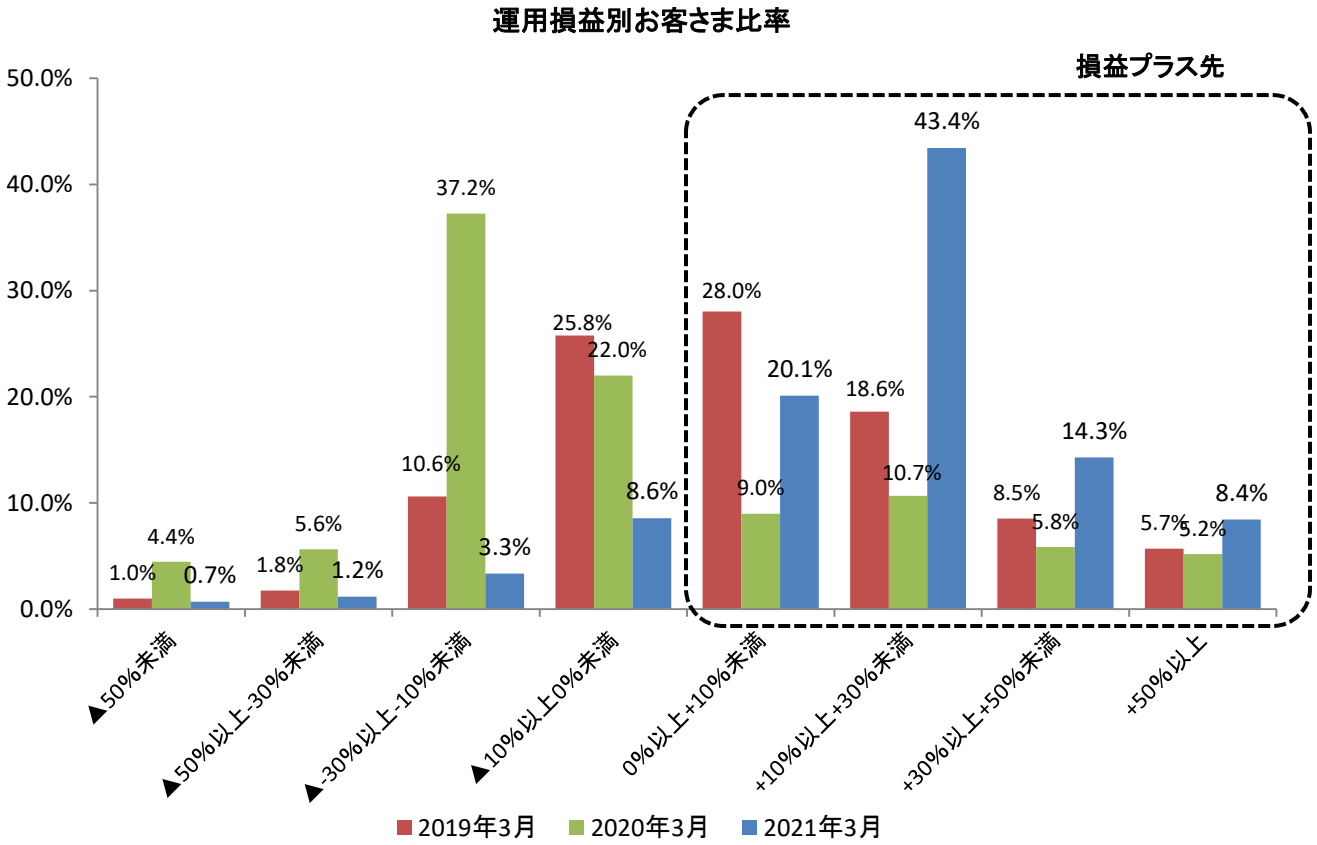


※金融商品の保有者数は、2018年度分より平準払い保険契約者を含めました。
なお、平準払い保険契約者を除いた保有者数の推移は点線で表示しております。

お客さま本位の提案活動の実施と情報提供の実践

投資信託運用損益別お客さま比率（共通ＫＰＩ）

■２０２１年３月末時点で投資信託の運用損益がプラスになっているお客さまの割合は８６．３％となり、前年比で５５ポイント増加しております。
■お客さまに対しては、市場環境の変化等を踏まえつつ、適切な提案およびアフターフォローを行ってまいります。

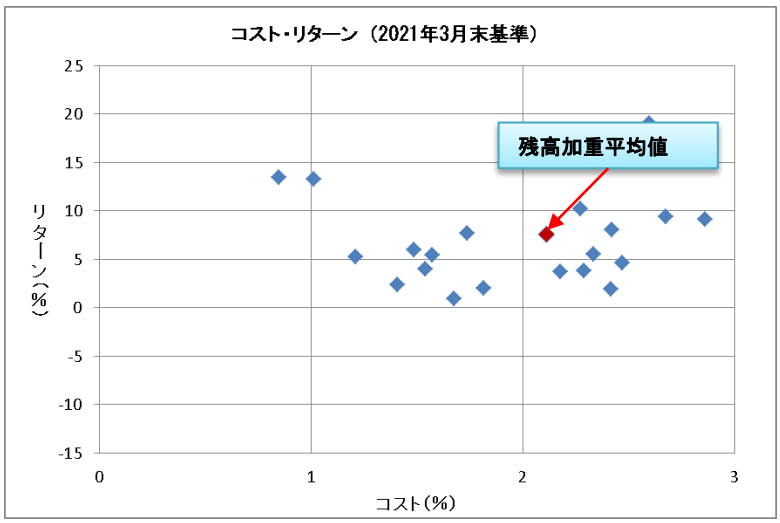


運用損益プラス先比率	
2021年3月	86.3%
2020年3月	30.8%
2019年3月	60.8%

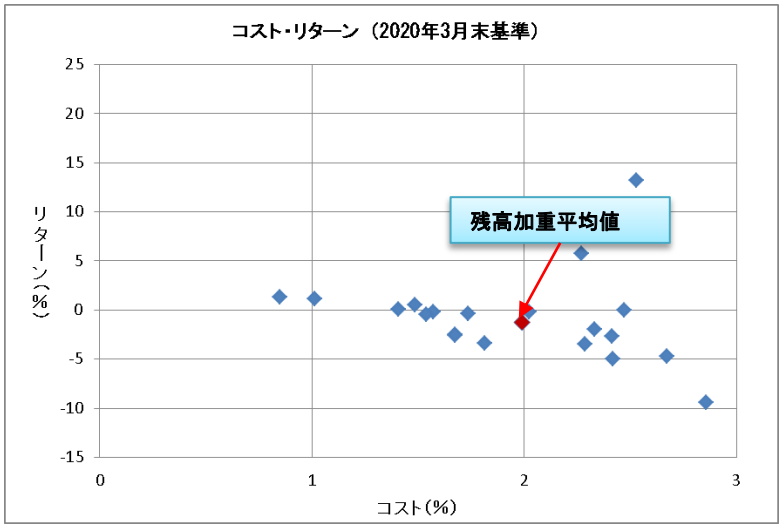
お客さま本位の提案活動の実施と情報提供の実践

投資信託預り残高上位２０銘柄の「コスト・リターン」（共通ＫＰＩ）

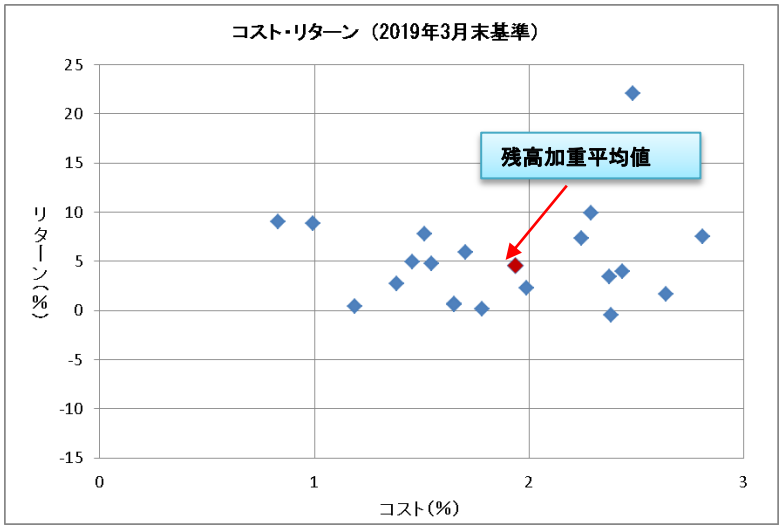
■残高上位２０銘柄の平均コストは２．１１％で前年比で０．１２ポイント上昇いたしました。



残高加重平均値
コスト　：　2.11%
リターン：　7.59%



残高加重平均値
コスト　：　1.99%
リターン：　▲1.25%

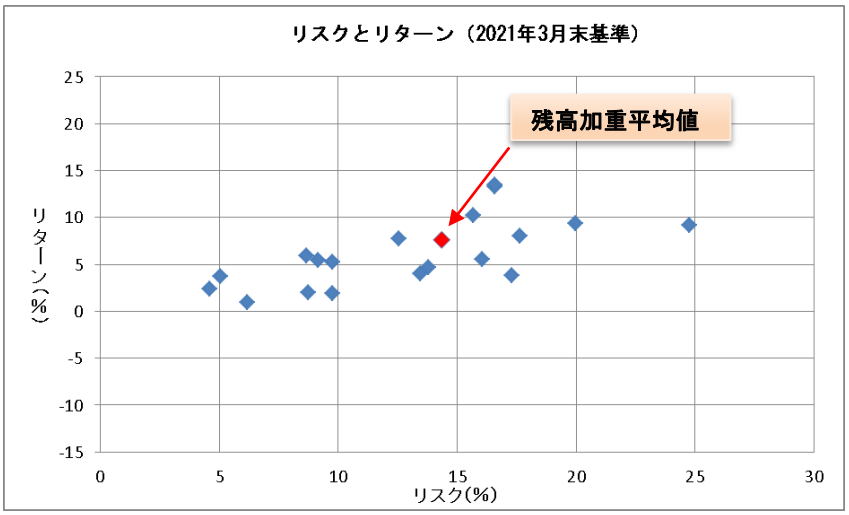


残高加重平均値
コスト　：　1.94%
リターン：　4.58%

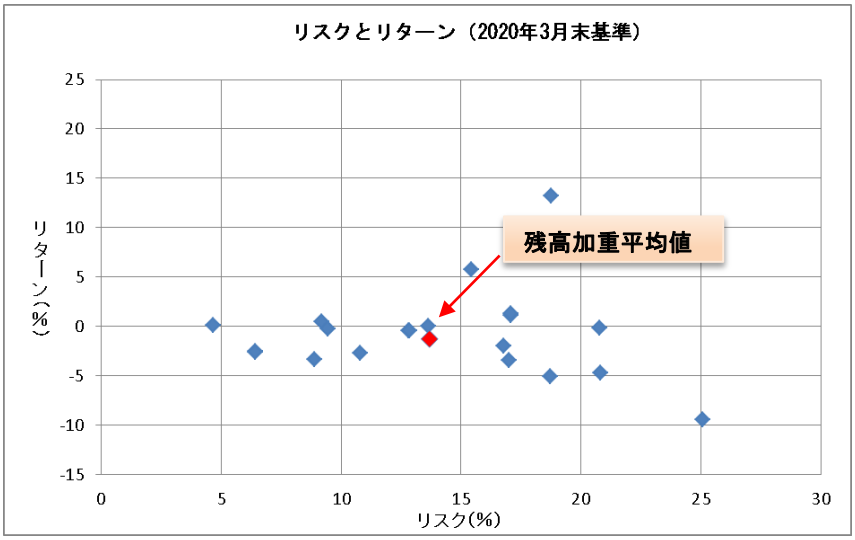
お客さま本位の提案活動の実施と情報提供の実践

投資信託預り残高上位２０銘柄の「リスク・リターン」（共通ＫＰＩ）

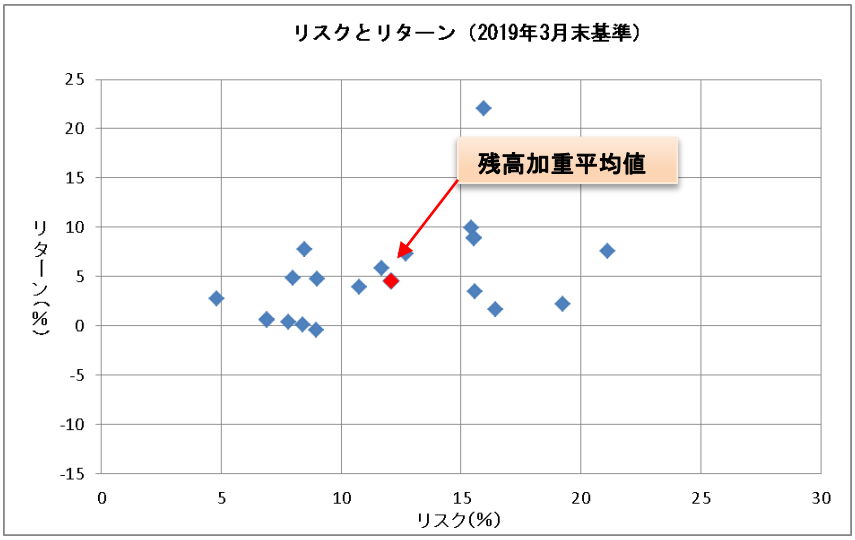
■残高上位２０銘柄の平均リスクは１４．３４％、平均リターンは７．６２％となりました。



残高加重平均値
リスク　：14.34%
リターン：7.62%



残高加重平均値
リスク　：13.68%
リターン：▲1.25%



残高加重平均値
リスク　：12.08%
リターン：4.58%

【参考】投資信託預かり残高上位20銘柄（2021年3月末基準）

（単位：%）

	銘柄名	コスト	リスク	リターン
1	ダイワ・US－REIT・オープン（毎月決算型）Bコース（為替ヘッジなし）	2.33	16.05	5.49
2	高金利先進国債券オープン（毎月分配型）	1.67	6.19	0.92
3	アジア・オセアニア好配当成長株オープン（毎月分配型）	2.42	17.64	8.03
4	グローバル・ロボティクス株式ファンド（年2回決算型）	2.60	18.81	19.06
5	ピクテ・グローバル・インカム株式ファンド（毎月分配型）	2.47	13.78	4.63
6	ニッセイ健康応援ファンド	2.27	15.67	10.19
7	財産3分法ファンド（不動産・債券・株式）毎月分配型	1.49	8.66	5.94
8	インデックスファンド225	1.01	16.58	13.25
9	ピクテ新興国インカム株式ファンド（毎月決算型）	2.68	19.96	9.39
10	DIAM　ワールド・リート・インカム・オープン（毎月決算コース）	2.29	17.30	3.79
11	のむラップ・ファンド（積極型）	1.74	12.56	7.72
12	のむラップ・ファンド（普通型）	1.57	9.17	5.40
13	ニッセイJリートオープン（毎月分配型）	1.54	13.47	4.02
14	HSBC　インド　オープン	2.86	24.76	9.12
15	MHAM豪ドル債券ファンド（毎月決算型）	1.82	8.75	1.99
16	のむラップ・ファンド（保守型）	1.41	4.59	2.33
17	ピクテ資源国ソブリン・ファンド（毎月分配型）	2.42	9.77	1.92
18	三菱UFJ　純金ファンド＜ファインゴールド＞	1.21	9.74	5.21
19	SMT　日経225インデックス・オープン	0.85	16.57	13.43
20	ピクテ・アセット・アロケーション・ファンド（1年決算型）	2.18	5.05	3.74

※2021年3月末時点で設定後5年以上の投資信託のみ表示しています。

〇コスト：当行の投資信託申込手数料率の1/5と信託報酬率の合計

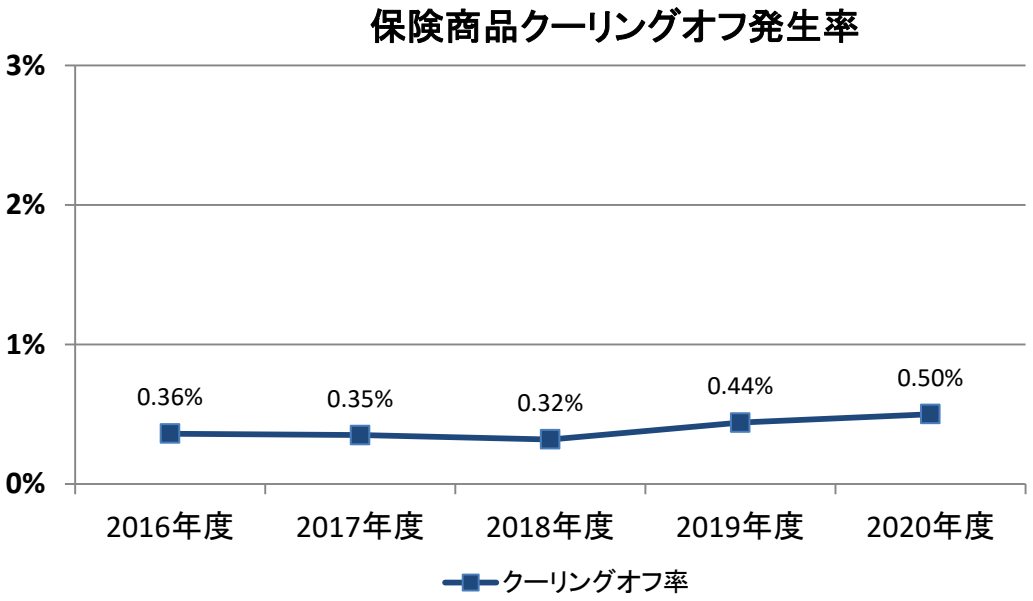
〇リスク：過去5年間の月次リターンの標準偏差（年率換算）

〇リターン・過去5年間のトータルリターン（年率換算）

お客さま本位の提案活動の実施と情報提供の実践

保険商品クーリングオフ発生率

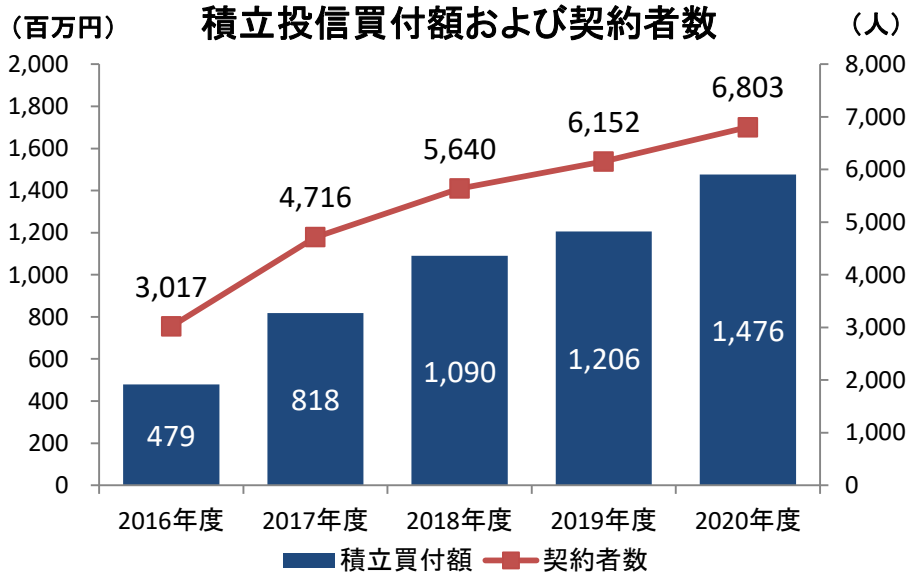
■保険商品のクーリングオフの発生については低水準で推移しております。
■今後も、お客さまそれぞれのニーズに合致した商品の提案および分かりやすい商品説明を実践してまいります。



適切な投資判断をしていただくための体制構築

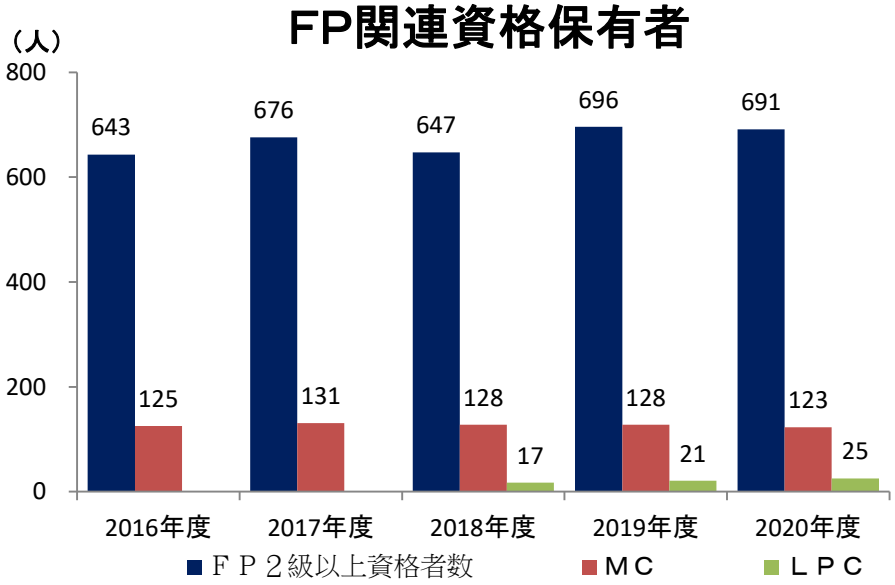
つみたて投信買付額および契約者数推移

■「つみたてＮＩＳＡ」の活用や「長期・積立・分散投資」の投資手法による中長期的な資産形成の提案をした結果、積立投資信託の買付件数・買付額とも増加しております。



お客さまの将来を見据えたコンサルティングスキルの向上

■ＦＰ２級以上の資格保有者および行内資格のマネーコンサルタント（ＭＣ）の数は一定水準を保っております。２０１８年より高度なコンサルティングスキルを有するライフプランニングコンサルタント（ＬＰＣ）の育成を進めております。
■今後もお客さまへ最適なご提案ができるよう人財教育を継続的に行い、コンサルティングスキルの向上に努めます。



※LPCとは相続対策や資産形成に関する専門知識やスキルを兼ね備えた人財です。

お客さまの資産形成に資する金融リテラシーの向上

お客さま向けセミナーの開催状況

■コロナ禍においてお客さまへ情報提供を行うため、ＷＥＢセミナーや職域での小規模セミナーの開催を行いました。
■今後もお客さまのライフプランやライフスタイルに合せて、様々なテーマおよび方法にて情報提供を行ってまいります。

お客さま向けセミナー開催状況

開催時期	セミナーテーマ	会場数	参加人数
2020年8月	SBI金融セミナー	1会場	10名
2021年2月	＜みちのく＞資産運用オンラインセミナー ～今後の市場環境見通しと5Gで実現する未来世界～	オンライン	69名
2021年2月	『人生100年時代の「とっておき」セミナー』	オンライン	20名

※このほか「iDeCo」や「つみたてNISA」などの資産形成に関する、職場単位での小規模説明会を85会場にて開催いたしました。

	セミナー開催回数
2020年度	88回
2019年度	16回
2018年度	17回
2017年度	13回

＜みちのく銀行＞お客さま本位の業務運営に関する取組方針

2021 年 6 月 30 日改定

株式会社みちのく銀行は、企業理念に基づき策定されている「お客さまの満足度向上のために」「信頼される銀行であるために」「一人ひとりの成長と幸福のために」という行動指針を鑑み、お客さまに喜ばれる提案とサービスの提供を実践するため、金融商品の提案にかかる「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」を作成いたしました。
当行は、このような取組みを通じて、「お客さまの最善の利益を図ること」が、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につながるものと信じて継続的に取り組んでまいります。
そのためにも、この方針については業務運営の取組状況を定期的に検証し、見直し改善を図っていくものであり、今後もお客さまに信頼される銀行として「お客さま本位の業務運営」を徹底してまいります。

１.お客さまの最善の利益の追求

当行は、地域経済の発展とお客さまの資産形成のお役に立てるよう、高度な専門性と高い倫理感を持ち、お客さまの立場に立って考え、お客さまの最善の利益を追求します。

＜具体的な取組内容＞

●お客さまの信頼にしっかりと応えられるよう、誠実かつ公正な業務遂行を徹底します。

●お客さまに対する金融商品の提案にあたっては、知識・経験・財産の状況や将来に向けたライフプラン、資金の目的に照らして良質な商品を選定し、お客さま一人ひとりのニーズに沿った商品を提案してまいります。

２.利益相反の適切な管理

当行は、利益相反の弊害を防止する観点から、販売状況を検証することにより適切に管理してまいります。

＜具体的な取組内容＞

●商品選定においては、商品提供会社からの情報提供や外部情報機関等の情報を基に、お客さまの最善の利益に資する商品選定を行ってまいります。

●当行においてはグループ会社による商品の提供はありませんが、当行の株主である商品提供会社およびそのグループ会社から提供をうける商品の取扱いについては、管理部門による選定プロセスの検証および販売動向等のモニタリングを行い当該商品提供会社の商品を優先して販売することのないよう内部管理体制を強化してまいります。

３．手数料等の明確化

お客さまにご負担いただく手数料その他の費用について、お客さまが具体的な負担額を理解できるよう、分かりやすい説明を行ってまいります。

＜具体的な取組内容＞

●お客さまの適切な商品選定（投資判断）のために商品毎の手数料等の透明性を高めるとともに、いかなる目的で、どのようなサービスの対価としていただく手数料なのか等、タブレット端末や各種ツールを用いて丁寧に説明するよう取り組んでまいります。

４．重要な情報の分かりやすい提供

金融商品・サービスの販売・推奨等にかかる重要な事項については、お客さまに正しくご理解いただけるよう、明確、平易かつ誠実な情報提供に努めます。

＜具体的な取組内容＞

●金融商品の提案にあたっては、商品概要・リスク・手数料等の重要な情報を、重要性に応じて強調するなどのうえ、ご理解の状況を確認させていただきながら、十分にご理解いただけるまで分かりやすく説明いたします。
なお、お客さまに提供すべき重要な情報のうち、商品の選定理由や利益相反の可能性のある場合の具体的内容および取引・業務に及ぼす影響等の重要な情報は、お客さまの状況により説明内容が異なりますので、都度、状況に応じて説明する事としています。

●複数の金融商品をパッケージにした商品（外貨建一時払保険等）の勧誘販売を行うに際しては、運用対象となる各金融商品の販売条件等（商品性・リスクとリターン・手数料等）を含めてご提案することで、お客さまにとって最も有効な運用方法をご判断いただけるよう情報提供に努めます。

●投資初心者のお客さまに対しては、商品概要・リスク・手数料等の重要な情報をより一層分か

りやすく丁寧に説明いたします。

●ご高齢のお客さまについては、商品概要・リスク・手数料等の重要な情報をご本人により一層分かりやすく丁寧に説明するとともに、可能な限りご家族の方にも金融商品の内容をご理解いただくように努めます。

●商品概要・リスク・手数料等の重要な情報については、お客さまにとってより分かりやすい情報を提供するために情報提供資料の改善に取り組んでまいります。

【重要情報シートの活用】

●お客さまへの金融商品ご提案の際に、簡潔な情報提供のほか、各業態の枠を超えた多様な商品の比較を容易にする効果が期待される「重要情報シート」の作成・活用を検討しています。

●現時点では作成・活用には至っていませんが、投資信託運用会社・保険会社・証券会社等と、同シートの作成に向けて連携を進めています。

【分かりやすい情報提供のためのツールについて】

●当行では、商品のご提案に際しては、金融商品の販売・サービスの提供等に係る重要な情報をお客さまが分かりやすくご理解いただけるよう、タブレット端末等を使用し、お客さまの投資のご意向に基づいた、より良いご提案を実施してまいります。そのために、タブレット端末の機能向上を図るなど、より分かりやすい説明に努めてまいります。特にタブレット端末では、情報の重要性に応じた見せ方の工夫を行います。

５．お客さまにふさわしいサービスの提供

金融商品の商品選定にあたっては、お客さまの資産状況、投資経験、金融知識およびご意向・ニーズを確認させていただき、お客さまにふさわしい金融商品をご提案、販売してまいります。

＜具体的な取組内容＞

●お客さまのライフプランをもとに、将来に向けて必要な資金額を踏まえ、その必要額を準備するための資産形成のご提案に努めます。

●当行はお客さまへ投資目的やリスク許容度等に応じた適切な商品を選択いただけるよう、幅広くまた良質な商品ラインナップを提供してまいります。

●お客さまのニーズに合致する商品が複数ある場合や、当該商品に類似する商品やサービスがあ

る場合はそれらを横断的に比較しながら金融商品・サービスの提案を行います。

●幅広い層のお客さまのライフステージおよびライフスタイルに応じた相談の受付体制を構築するため、非対面チャネルサービスや休日営業拠点（エブリデイプラザ）の拡充に努めます。

●商品の導入にあたっては、当行が想定するお客さまにとってふさわしい商品であるか、商品特性、リスク、手数料等より投資対象として合理性を有する商品であるか事前検証を行います。

●複雑又はリスクの高い金融商品の販売勧誘にあたっては、お客さまの属性に応じ、当該商品の販売・勧誘が適当であるか行内にて事前に審査を行います。また商品の仕組みおよびリスクに関するより丁寧な情報提供に努めます。

●お客さまが各種投資商品をご購入いただいた後も、運用状況や相場の見通しについてお客さまへタイムリーかつ丁寧に説明を行ってまいります。

●お客さまの資産形成に資する金融リテラシー向上のため、資産運用、相続等に係るセミナーの開催や運用報告会等を継続して行ってまいります。特に、「貯蓄から資産形成」にむけた運用手法（長期・積立・分散投資）等についての情報提供を積極的に行ってまいります。

【ご高齢のお客さまに対する販売体制】

当行における、ご高齢のお客さまに対する販売体制は以下のとおりです。

●高齢のお客さまや投資経験・知識が十分ではないお客さま向けには、投資リスクを抑えた商品を提案することとしています。

●70 歳以上のお客さまへの生命保険募集には以下の対応を行っています。

①原則親族の方の同席を頂いたうえでお申し込みいただきます。

②商品のご提案後に、家族へのご相談などご自宅でゆっくりご検討いただくために日を改めた複数回の面談を必須といたします。

６．従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、継続的に人財育成に努めてまいります。

＜具体的な取組内容＞

●お客さまの利益・ニーズに即した営業活動を評価するための業績評価体系を構築するとともに、

従業員研修その他の適切な動機づけおよび適切なガバナンス体制を構築してまいります。

●当行の「お客さま本位の業務運営」の考え方を業務フローに取り入れることにより、実効性を伴ったお客さま対応を実践してまいります。

●階層別・業務別の研修や行員向けセミナー等の実施のほか、公的資格の取得支援や自主学習のための態勢を整備してまいります。

●金融商品を販売するにあたって「金融商品販売担当者資格（証券外務員・生保専門・変額資格取得者）」を付与された者が幅広い商品群の中から提案活動を行っておりますが、よりお客さまの将来設計のお手伝いを実践するためにコンサルティング技能の習得を目的とした研修等を実施してまいります。

以上