

掲載・更新年月日：
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

2025年7月10日

金融事業者の名称	株式会社 コメリキャピタル
■取組方針掲載ページのURL	https://www.komeri-card.com/insurance/houshin.html
■取組状況掲載ページのURL	https://www.komeri-card.com/insurance/img/24_activityreport.pdf

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 注	【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。	実施	(1)お客様の最善の利益の追求	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数 (3)研修実施状況
	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。	実施	(1)お客様の最善の利益の追求	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数 (3)研修実施状況
原則3 注	【利益相反の適切な管理】 金融事業者は、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。	実施	(4)利益相反の適切な管理	(1)保険契約継続率 (3)研修実施状況
	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、当該顧客が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設けており、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	実施	(4)利益相反の適切な管理	(1)保険契約継続率 (3)研修実施状況
原則4 注	【手数料等の明確化】 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含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。	非該当	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)
原則5 注1	【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。	実施	(2)分かりやすい情報提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
	重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・顧客に対する販売・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)、 ・顧客に対する販売・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想定する顧客属性) ・顧客に対する販売・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(あるとあらかじめ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(あるとあらかじめ判断する第三者から受け取る手数料等を含む)及びこれに取引又は業務に及ぼす影響	実施	(2)分かりやすい情報提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数 (3)研修実施状況
原則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、個別に購入することができ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で顧客が比較することが可能となるよう、それら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)。	非該当	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)
	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すべきである。	実施	(2)分かりやすい情報提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
原則5 注4	金融事業者は、顧客に対する販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに合わせた情報提供を、分かれりやすく述べべきである。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単な情報提供とする一方、複雑な商品はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同様の商品の内容と比較することなど異なるように配意した資料を用いつつ、リスクリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく述べるべき重要な情報提供がなされるよう工夫すべきである。	実施	(2)分かりやすい情報提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
	金融事業者は、顧客に対する情報を提供する際には、情報的重要性に応じて区別し、より重要な情報については強調するなどして顧客の注意を促すべきである。	実施	(2)分かりやすい情報提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
原則6 注1	【顧客にふさわしいサービスの提供】 金融事業者は、顧客の資本状況、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	(3)お客様にふさわしいサービスの提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に際し、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、顧客のリファラル等を踏まえた目標貢献額や安全貢献と投資資本の貢献の切合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの選定を行ってこと ・具体的な金融商品・サービスの選定は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を越えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容(手数料等を含む)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	(3)お客様にふさわしいサービスの提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
原則6 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ものについて留意すべきである。	非該当	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)
	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設定・公表するなどに、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すべきである。	非該当	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)	(金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対応関係)
原則6 注4	金融事業者は、複数又はリスクの高い商品の販売・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て、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	(3)お客様にふさわしいサービスの提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
	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なるべきである。	実施	(3)お客様にふさわしいサービスの提供	(1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
原則6 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、製品全体として顧客の収益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、金融商品によ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	(3)お客様にふさわしいサービスの提供	(3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
	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	(3)お客様にふさわしいサービスの提供	(3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
原則7 注	【従業員に対する適切な動機づけの維持等】 金融事業者は、顧客の収益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達成するうえで設計された報酬・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	(5)従業員への適切な教育と体制整備	(3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
	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	(5)従業員への適切な教育と体制整備	(3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況

補充原則 1	【本筋】 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共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質見をする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るべきである。	実施	(1)お客様の最善の利益の追求 (3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
	【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通じて、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	(1)お客様の最善の利益の追求 (3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
補充原則 2 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質見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仕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徴に応じて、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	(5)従業員への適切な教育と体制整備 (3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
	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PDAサイクルを確立すべきである。	実施	(1)お客様の最善の利益の追求 (3)研修実施状況
補充原則 3 注 1	【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も合致するかを検証するための実効性や組成・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顧客から、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	(1)お客様の最善の利益の追求 (3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
	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にともない、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	(5)従業員への適切な教育と体制整備 (3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
補充原則 3 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、取引歴、知識及び取引目的、ニーズ等を基本として具体的に認めるべきであり、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、商品を購入すべき顧客(例えば、元本利回りの高い商品について、商品の本利回りと運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのように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検証に特定すべきである。	実施	(1)お客様の最善の利益の追求 (3)研修実施状況
	金融商品の組成に携わる金融事業者は、製版全体として最も適切な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズに沿った想定顧客属性の検証に当たり、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の情報連携等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連携すべきである。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を事前に取決めを行うべきである。	実施	(5)従業員への適切な教育と体制整備 (3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
補充原則 4 注 1	【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へつなげるとともに、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・具体的見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製版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	(3)お客様にふさわしいサービスの提供 (3)研修実施状況
	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、金融商品の改善、他の金融商品との併用、線上償還等の検討を行うとともに、その後の組成・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活用すべきである。	実施	(5)従業員への適切な教育と体制整備 (3)研修実施状況
補充原則 4 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、販売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顧客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と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	(1)お客様の最善の利益の追求 (1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
	金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の部委託を行なう場合、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	(5)従業員への適切な教育と体制整備 (3)研修実施状況 (4)自己点検実施状況
補充原則 5 注 1	【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届ける金融商品の商品性に応じた情報提供を行なうべきである。所持する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について負うべきについて、本人の同意の下、庄名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供するべきである。	実施	(3)お客様にふさわしいサービスの提供 (1)保険契約継続率 (2)お客様の声・アンケート件数
	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なうべきである。	実施	(5)従業員への適切な教育と体制整備 (3)研修実施状況

【照会先】

部署	営業部 保険グループ
連絡先	025-333-4118