

お客さま本位の業務運営を実現するための取組み状況

西村証券は社是のなかに「信用の重要性に徹し」と掲げ、真のお客さま本位の業務運営を実践する金融機関を目指して、お客さま満足度の向上を最優先の経営課題とし、お客さま満足度を最大とするべく日々の業務運営に努めております。

西村証券は、対面営業を基本として地域での営業活動に特化することにより、お客さまが必要なときに気軽に相談できる、そしてお客さまからのご相談に的確にお応えすることができる、金融のホームドクターのような存在でありたいと願っております。

そのためには、まず常にお客さまの視点に立ってものごとを考え、すべてはお客さまのためにという高い意識を持って行動し、お客さまからの信頼を得ることが不可欠であると強く認識し、お客さまが安心してお取引いただける金融のホームドクターを目指して役職員一丸となって取組んでまいります。

西村証券では、その実現のための取組を客観的に検証するために5つの自主的KPIを採択し、定期的にみなさまに公表することとしております。

西村証券の自主的KPI

1. お客さまからの担当者評価カードによるお客さまの満足度
2. お客さまロイヤルティ（CX指標）
3. お客さまの株式投資信託の平均保有期間
4. お客さまからのご紹介による口座開設比率
5. 金融関連資格保有者数と資格保有者比率

1. お客様本位の業務運営に関する方針の策定・公表（※原則1）

西村証券は創業当時より「信用の重要性に徹する」ことにより、お客様満足度の向上と地域社会への貢献を最重要課題として取り組んでまいりました。当社が創業当時より取り組んできたそうした取組は「お客様本位の業務運営」との親和性が極めて高く、定期的にその取組や成果を確認し、真の「お客様本位の業務運営」を実践するべく、継続して自社の取組の見直しを行ってまいります。

- ▶ 弊社ホームページのTOPページに掲載

2. お客様の最善の利益の追及（※原則2及び原則6）

西村証券は、真のお客様本位の業務運営を実現し、金融におけるお客様のホームドクターとなるべく、株式ブローカー業務から脱却し、お客様の資産形成への最大で最良のサポート役となることを目指しています。お客様にふさわしい商品をご提案し、それを長く保有していただくことが、お客様の資産形成にとって最も重要なことであると考えて、お客様本位の業務運営に関する各種の取組を実践するとともに、さらに良い取組みがないか、日次および月次で社内全員でお客様に感謝された当社にとっての成功事例やその反対の不芳事例に関する情報およびその対応をリアルタイムで共有し実務に活かせるようにしています。

- ▶ ホームページに投資信託の「共通KPI」を掲載
- ▶ ホームページに投資信託の平均保有期間を「自主的KPI」に掲載
- ▶ ホームページに金融関連資格保有者数と保有者比率を「自主的KPI」に掲載
- ▶ 高齢なお客様を対象とした「家族安心サポート」を提供

3. 利益相反の適切な管理（※原則3、原則4及び原則5）

西村証券には系列の投資信託運用会社や銀行はございません。

西村証券はその独立系であることの強みを最大限に活かして、数多くの投資信託運用会社の商品の中から、お客様一人ひとりにふさわしい金融商品を選び出し、ご提供させていただくことが我々の務めであると考え、実践をしております。

また当然のことながら当社では「利益相反管理方針」を定め、当社の業務運営によって、お客様の利益が不当に侵害されることのないよう適正な業務の管理をおこなっております。

- ▶ 重要情報シート（個別商品編）に投資信託の運用会社から受領する手数料を明示
- ▶ 新商品導入時の商品選定会議で合理的根拠適合性等を検討

4. 手数料の明確化（※原則3、原則4及び原則5）

西村証券は、商品やサービスの提供にあたり、お客さまから手数料等をいただいております。当社がいただく手数料は、当社が金融商品取引所に支払う取引参加料、お客さま向け各種資料作成・送付等の事務コスト、従業員の教育研修費を含む人件費、お客さまからお預りしている資産の安全な管理や約定・決済処理等を安定的に運営するためのシステム運営に関する費用等を総合的に勘案して決定しております。

こうした手数料に関しては、当該商品を販売する際にお渡しする契約締結前交付書面、上場有価証券等書面、販売用資料や重要情報シート、目論見書等にてご確認いただけます。

さらに、当然のことながら営業員からの商品のご提案や勧誘に際しては、目論見書や販売用資料等の各種資料を基にお客さまにご負担いただく手数料について分かりやすく説明させていただくこととしております。

- ▶ ホームページにリスク・手数料等説明ページを掲載
- ▶ 重要情報シート（個別商品編）に販売手数料を含め手数料全体を明示

5. 重要な情報の分かりやすい提供（※原則3、原則5及び原則6）

西村証券では、金融商品・サービスの基本的なリターン、損失その他のリスク、取引条件等、お客さまが投資判断をされるにあたり、十分ご理解いただけるよう必要な情報を丁寧に、かつ分かりやすく提供致します。

また、お客さまのご年齢、投資経験、金融知識、財産の状況を総合的に勘案し、お客さまのご理解の状況と商品の特性に応じ、誤解を招くことの無いよう、誠実な情報提供に努めてまいります。

お客さまへの情報提供に関しては、毎月開催の「株恋場」「西村の日」のイベントをはじめ、本支店の店頭や府内の会場で随時セミナーを開催するとともに、ホームページやオンラインにより幅広くお客さまへの情報提供を行っております。

チーフストラテジストによるウィークリーレポート、京滋を地盤とする地元有力企業の企業調査レポートの適宜の公開やメールマガジンの配信などにより、企業情報、マーケット情報・商品情報、各種キャンペーン情報等を提供させていただいております。

お客さまにお配りする販売用の資料に関しては「見やすい」「読みやすい」「分かりやすい」に配慮した作成および審査を行っております。

また具体的な事例では、投資信託の購入時の手数料の説明では、商品案内時において「〇〇万円ご購入いただいた場合、購入時手数料は××万円になります」と具体的な概算金額をお伝えし、お客さまがご負担いただく手数料をイメージしやすくなるようなご説明を行っております。

- ▶ 重要情報シートの作成と交付
- ▶ 営業員の外交用PCの利用促進
- ▶ マーケット下落時のお客さまへの情報提供の励行
- ▶ お客様のわかりやすさに配慮したレポート類のご提供

6. お客様にふさわしいサービスの提供（※原則6及び原則7）

西村証券は「当社の勧誘方針」において、お客様の立場に立ったご提案を実践することを定めています。

そして、真にお客様にふさわしい商品やサービスをご提案するためには「お客様カード」に記載されている情報だけではなく、お客様のライフプランやマネープランに関するご自身のお考えや実情をお聞かせいただくことが何よりも大切であると考えています。

そのため、営業担当者と支店長等が同行して行うお客様との「ライフプラン面談」を全営業部支店で実施しております。

このライフプラン面談は、商品関連情報の提供や取引の勧誘を主眼とするものではなく、ライフプラン面談を通してお客様の「ライフプランカルテ」を作成し、お客様の「人生の夢」、お客様の「これからやりたいこと」等を実現するために、非金融面のサポートや精神的な面からのサポートも含め、当社がお客様にご提供できるサービス、サポートを実現していくためのものです。

お客様に充実したライフプランをお送りいただくことの重要性に鑑み、当社では「健康セミナー」「歴史セミナー」「JAZZイベント」「クラシックイベント」などの非金融系セミナーやイベント、寺院において座禅体験や法話を組み合わせたプレミアムセミナーやライフプラン・セミナー、またクラシック音楽鑑賞会や寺院所蔵の絵画鑑賞会等を開催させていただいており、ご参加をいただいたお客様からは、ご好評をいただいております。

また、地域金融機関とも連携し、株主優待制度が充実している会社等をご紹介します「株主優待セミナー」「新NISA」についての説明会を本支店で継続的に開催し、多くのお客様にご参加をいただいております。

加えて、従来は金融商品への投資に関心の薄かった自衛隊員の方を対象に各駐屯地を訪問して、金融商品投資の有用性と重要性をご理解いただくべく「生涯生活設計セミナー」を順次実施させていただく等の試みも行っております。

- ▶ プレミアム・セミナーやライフプラン・セミナーの実施
- ▶ ライフプラン面談の実施
- ▶ 生涯生活設計セミナーの実施
- ▶ 「株主優待セミナー」「NISA説明会」の実施
- ▶ 高齢なお客様を対象とした「家族安心サポート」を提供
- ▶ 自主的KPIとしてのお客様アンケートの通年実施とホームページへの掲載

7. 従業員に対する適切な動機付けの枠組み等（※原則7）

西村証券は、お客さまへより良質な金融サービスを提供するため、また営業員が常にお客さまの最善の利益を意識して行動するため、社内教育・研修の充実を図ると共に、外部の各種専門家との連携を強化してお客さまへのサービスをお届けしております。

またお客さまから求められる金融の専門的な知識をすべての営業員が身に付けることができるよう、金融の専門資格の取得等を奨励、支援する体制としております。

また当社では、自主的KPIにも採用している「担当者評価カード」によるお客さま満足度の調査結果を営業員評価の最重要項目として採用しています。手数料収入や預り資産の増加額についての評価よりも、さらに重要な項目として、このお客さま満足度の調査結果による営業員評価を利用し、まさにお客さま満足度の向上が経営の最重要課題であるとの意識付けを全ての営業員へ徹底して行っております。

- ▶お客さまへの好事例および残念事例の社内での共有
- ▶営業員への動機付けのための研修体制及び評価体系
- ▶金融関連資格取得プログラムの実施
- ▶担当者評価カードによるお客様満足度調査の通年実施

（ご参考）

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」概念図

