掲載・更新年月日：　2023年6月29日

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表

金融事業者の名称	三菱UFJモルガン・スタンレー証券(株)
■取組方針掲載ページのURL　：	https://www.sc.mufg.jp/company/sustainability/governance_fd.html
■取組状況掲載ページのURL　：	https://www.sc.mufg.jp/company/sustainability/000021442.pdf

原　則			実施・不実施　※6	取組方針の該当箇所　※6	取組状況の該当箇所　※6
原則2	**【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。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。		実施	1.お客さま本位の徹底(1) 7.グループ総合力を活用した金融サービスの提供(1) 9.プロフェッショナリズムの発揮(1)	(P3-5)：1．お客さま本位の徹底(1) (P22)：7.グループ総合力を活用した金融サービスの提供(1) (P24)：9.プロフェッショナリズムの発揮(1)
	（注）	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.お客さま本位の徹底(1) 7.グループ総合力を活用した金融サービスの提供(1) 9.プロフェッショナリズムの発揮(1)	(P3-5)：1．お客さま本位の徹底(1) (P22)：7.グループ総合力を活用した金融サービスの提供(1) (P24)：9.プロフェッショナリズムの発揮(1)
原則3	**【利益相反の適切な管理】** 金融事業者は、取引における顧客との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には、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.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(2)	(P18)：4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(2)
	（注）	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。 ・　販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・　販売会社が、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有しており、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.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(2)	(P18)：4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(2)
原則4	**【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を含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。		実施	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(3)	(P12)：3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(3)
原則5	**【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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)	(P11)：3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)
	（注1）	重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・　顧客に対して販売・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)、損失その他のリスク、取引条件 ・　顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・　顧客に対して販売・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踏まえたものであると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には、その具体的内容(第三者から受け取る手数料等を含む)及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	実施	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)	(P11)：3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)
	（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可能であ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を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれ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)。	実施	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)	(P11)：3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)
	（注3）	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うべきである。	実施	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)	(P11)：3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)
	（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意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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)	(P11)：3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)
	（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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)	(P11)：3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(2)

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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1)、(5) 4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1) 8.快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備(1)	(P7-10、14):3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1)、(5) (P15-17):4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1) (P23):8.快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備(1)
	(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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1) 4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1) 8.快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備(1)	(P7-10):3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1) (P15-17):4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1) (P23):8.快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備(1)
	(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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1) 4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1) 8.快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備(1)	(P7-10):3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1) (P15-17):4.多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備(1) (P23):8.快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備(1)
	(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それに沿った販売がなされるよう留意すべきである。	非該当	(グループで組成機能を主に担う三菱UFJ信託銀行/2.(1)、4.(1)、5.(1)を参照)	(グループで組成機能を主に担う三菱UFJ信託銀行を参照／P6、15-17、19)
	(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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1)	(P7-10):3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(1)
	(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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(5)	(P14):3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(5)
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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(4)	(P13):3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(4)
	(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	3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(4)	(P13):3.お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践(4)

【照会先】	
部署	経営企画部
連絡先	yamaguchi-you@sc.mufg.jp