

1. お客さま本位の徹底

- ◇ 研修等を通じ、役職員に対して「行動規範」および「MUFG フィデューシャリー・デューティー基本方針」に基づく判断・行動の徹底を図っています。また、お客さまの最善の利益を図るため、お客さまのお声をアンケート形式で直接頂戴し、ご意見を踏まえた各種施策を実施することで、お客さまの満足度向上に取り組んでまいります。

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) 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

- ◇ 商品のご提案にあたっては、知識・経験・財産の状況や目的に照らして商品を選定しています。特に高齢のお客さまや投資の知識・経験が十分では無いお客さまへはリスクを抑えた商品をご提案する等、お客さまのライフステージや属性を踏まえ、ニーズに沿った商品をご提案してまいります。
- ◇ 市場動向が大きく変化した場合等、相場見通しや商品の運用状況をはじめ、お客さまの投資判断に必要な情報をご提供するなど、タイムリーかつ丁寧なアフターフォローを行ってまいります。

(2) お客さまの理解度に応じたきめ細かい情報提供

- ◇ 商品のご提案にあたっては、より分かりやすい表現で商品の特色・リスク・手数料ならびに市場動向等のご説明を行い、重要な情報は文字の大きさ、色等で特に目立つように表示する等の取組みを通じて、必要な情報を十分にご提供してまいります。また、お客さまに分かりやすい情報をご提供するためにタブレット端末等を活用し、シミュレーションや図表等を用いて利益(リターン)、損失その他のリスク、取引条件を分かりやすくご説明するよう取り組んでいます。
- ◇ 商品のご提案に際しては、タブレット端末等を用い、投資意向に関する質問に基づいたモデルポートフォリオや運用シミュレーションのご提示等を通じて、お客さまと対話をしながら、より良いご提案につなげていく取組みを行っています。
- ◇ 複雑又はリスクの高い商品については、スキルの高い担当者のみがご説明できる等の体制を構築し、より丁寧にご説明するようにしています。一方、リスクが限定的な個人向け国債については簡潔な情報提供とする等の販売手続きの簡素化を行っています。

(3) お客さまの投資判断に資する手数料等の透明性向上

- ◇ お客さまの投資判断に資するよう、商品毎の手数料等の透明性を高めるとともに、丁寧にご説明するよう取り組んでまいります。尚、保険販売時の手数料については、28年10月より、特定保険から新たに開示を行っています。

(4) お客さま本位の取組みに適合した業績評価体系の整備

- ◇ お客さまの利益・ニーズに資する総合的な営業活動を評価するために、特定の運用商品の販売に偏らない業績評価体系を導入しています。また、着実な顧客基盤の拡大や、個人のお客さまの預かり残高等の継続的な積上げをバランス良く評価する業績評価体系を導入するとともに、より長期的な視野にたつたうえで、業績評価期間を長期化する等、お客さまの最善の利益を追求する体制を構築してまいります。

(5) 投資教育への取組み

- ◇ 投資啓蒙パンフレットなどを活用したお客さまへのご案内やお客さま向けセミナーの定期開催などによる情報提供を随時行っています。

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) 多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備

- ◇ お客さまの投資目的やリスク許容度等に応じ、お客さまに適切な商品を選択いただけるよう、幅広くかつ高品質な商品ラインアップを整備してまいります。
- ◇ リスクを抑えた商品や手数料の低い商品等も多く取り揃え、投資のご経験の少ないお客さまを含めたより多くのお客さまに利用いただきやすい商品ラインアップをご提供してまいります。また、インターネット取引や積立取引の利便性の向上を図り、幅広い年齢層のお客さまに利用いただきやすい環境づくりにも取り組んでいます。

(2) お客さまの資産形成に資する商品選定および販売手続き等の整備

- ◇ 多様な投資運用会社や保険会社等から多くの商品アイデアを募り、必要に応じて外部評価機関等の評価を活用しながら、お客さまの利益に資する商品・サービスを選定してまいります。また、個人のお客さま向けの「商品選定時」および「販売時」に系列運用会社の商品を優先することや、販売手数料の高い商品のみ推奨することのないよう、下記の取組みを実施しています。

- 商品選定時

取扱商品は下記「選定のポイント」を考慮のうえ、同種の商品群の中から選定しています。

<選定のポイント>

- ① 商品のリスク
- ② 費用
- ③ 運用実績
- ④ 販売想定顧客のニーズおよび適合性、投資環境との整合性
- ⑤ 仕組みの複雑さ、商品説明の難易度、販売のチャネル
- ⑥ 運用会社による販売会社役職員向け教育支援体制
- ⑦ 関係法令等への適法性

検討の結果、系列運用会社の商品を選定することもあります。

- 販売時

お客さまのニーズにお応えした最適な商品をご案内するため、系列運用会社の商品取扱いに過度なインセンティブを付与する事は行っておりません。また、役職員の評価において系列運用会社の商品販売を非系列運用会社の同種商品と比して有利とする事は行っておりません。併せて、手数料の高い商品の販売に傾注することのないよう、リスク所管部が定期的にモニタリングを実施し、お客さまに対する適切な提案活動を維持しています。

7. グループ総合力を活用した金融サービスの提供

- ◇ お客さまの多様なニーズにお応えするため、三菱 UFJ 信託銀行、三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券等のグループ会社の総合力を活かしたご提案を行えるように取り組んでいます。また、お客さまのご意向を反映した提案活動を継続的に行うことで、変化するお客さまのニーズにお応えしてまいります。
- ◇ 運用商品にとどまらず、お客さまのライフサイクルやニーズに応じて貸出や相続・資産承継等のサポートも含めた総合的なご提案を行っています。

8. 快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備

- ◇ 外部企業や研究機関等と連携し、国内外の優れた技術やアイデアを積極的に活用する「オープン・イノベーション」の考え方を取り入れることで、デジタルチャネルにおける新たなサービスや機能を追加するなど、お客さまの利便性向上を図っています。
- ◇ タブレット端末等を活用し、手続きの簡素化や対応の迅速化によるお客さまの利便性向上を図るとともに、ご提案をより良いものにしていくよう取り組んでまいります。
- ◇ インターネットバンキングのセキュリティを日々向上させ、お客さまが安心してインターネットでお取引いただける態勢を整備しています。

9. プロフェッショナリズムの発揮

- ◇ 研修や外部専門資格の取得奨励等を通じ、商品や投資環境に関する知識・スキルの強化を図り、プロフェッショナルとしての専門性を高めています。また、個人のお客さまを訪問する担当者には FP 等外部資格の取得を奨励し、役職員の質的向上を図るとともに、経験・職層に応じて様々な研修を実施し、商品や投資環境に関する知識・スキルの強化を図っています。

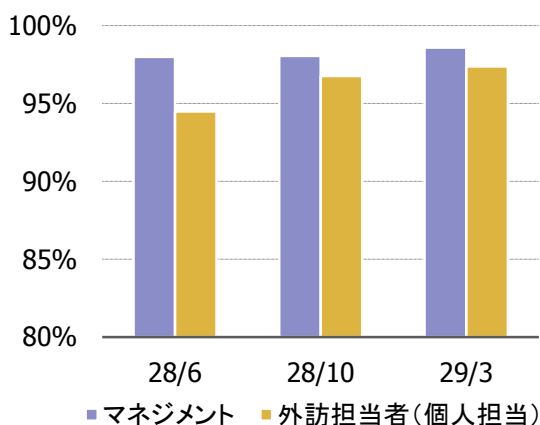
【取組状況】

商品・サービスの更なる向上に向けた取組みをはじめ、お客さま本位の姿勢の定着度合いを定期的に公表していくとともに、随時見直してまいります。

役職員の質的向上および投資教育への取組み

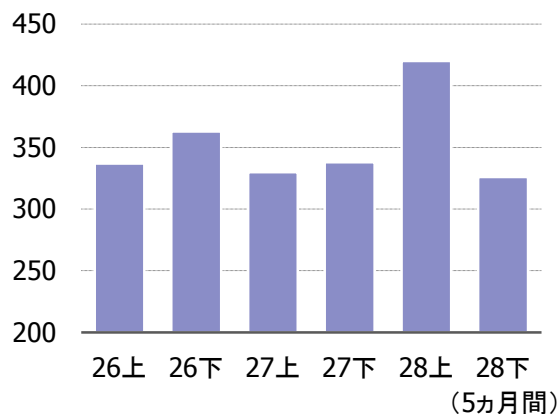
- FP 資格の取得状況は高水準を維持しており、プロフェッショナルとしての専門性を高めています。
- お客さま向けセミナーを年間 600 回超の水準で実施し、各種情報提供に努めています。

【図 1】FP2 級資格¹の取得率



(注)1. FP2 級資格:2 級 FP 技能士・AFP 取得

【図 2】お客さま向けセミナー開催回数(回)²



(注)2. お客さま向けのセミナー回数の集計

商品ラインアップの整備

- 多様なニーズにお応えする商品ラインアップの整備に努めており、足元(29 年 3 月現在)、投資信託は 235 ファンド、うちノーロードファンド 37 本を取り扱っています。
- また、生命保険は、低金利の継続により、円建商品中心に販売停止が発生していますが、お客さまの多様なニーズにお応えできるよう、商品ラインアップの維持・充実に努めてまいります。

【図 3】投資信託ラインアップ(29 年 3 月末)³

カテゴリ	取扱商品数	取扱商品比率
国内債券	4	2%
国内株式	30	13%
海外債券	85	36%
先進国	55	23%
ハイイールド	13	6%
エマージング	17	7%
海外株式	50	21%
先進国	38	16%
エマージング	12	5%
REIT	31	13%
バランス型	33	14%
その他	2	1%
合計	235	100%
ノーロード商品	37	16%

(注)3.

- 窓販投信(インターネットバンキング専用ファンド含む)、金融商品仲介口座での取扱投信の合算
- 追加型投信のみ(外国籍投信、単位型投信は含まず)
- 通貨選択型ファンドは各コースをまとめて 1 ファンドとしてカウント

【図 4】生命保険ラインアップ(29 年 3 月末)

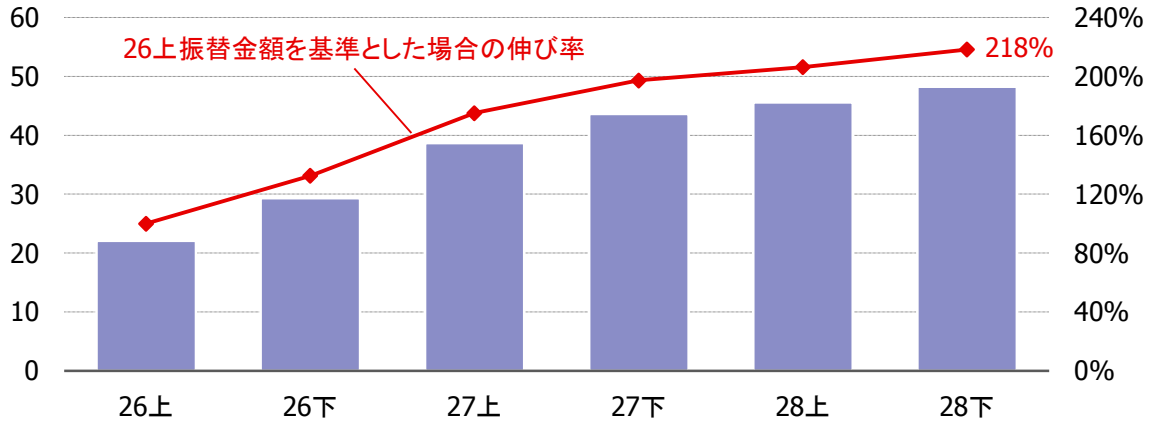
	商品種類	取扱商品数	取扱商品比率
一時払	円建	4	21%
	投資型年金	1	5%
	定額年金	0	0%
	終身	3	16%
	介護・医療	0	0%
	外貨建	15	79%
	投資型年金	3	16%
定額年金	4	21%	
終身	8	42%	
	合計	19	100%
平準払	商品種類		
	終身保険	7	28%
	定期保険	2	8%
	医療・がん保険	11	44%
	学資保険	0	0%
	年金・養老保険	3	12%
	介護保険	2	8%
	合計	25	100%
	手数料開示商品⁴	20	45%

(注)4. 特定保険は 28 年 10 月より手数料開示を開始

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

- 投信つみたての振替金額は每期拡大傾向にあり、28年度下期実績では26年度上期対比218%の伸び率です。引き続き、お客さまの着実な資産形成に貢献してまいります。

【図5】投信つみたて振替金額(億円)⁵

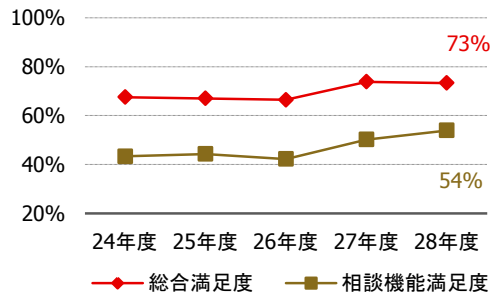


(注)5. 定時定額引落しの投信買付金額の合計

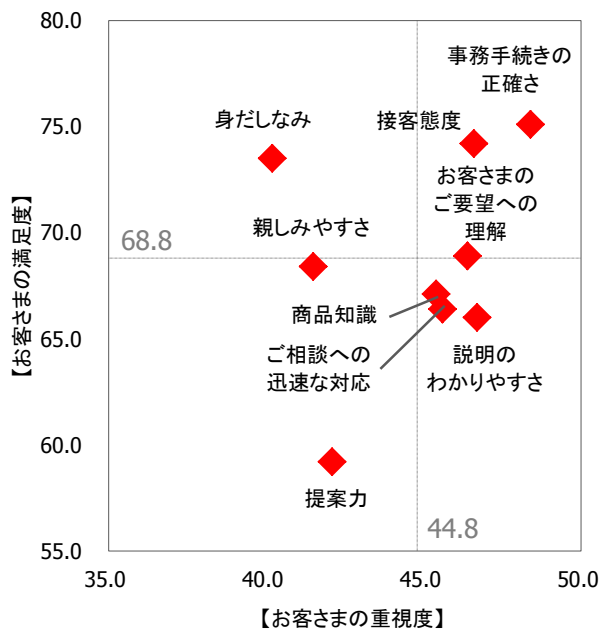
お客さまからの評価・お客さまの声への対応

- お客さまの声を起点としたサービス向上を目的にお客さまの声を直接頂く満足度調査を定期的に行っています。総合満足度は高い水準を維持し、また、相談機能(資産運用、ライフプランやローンのご相談)に対する満足度も改善していますが、対応内容ごとの満足度には差があり、今後、ご期待に応えられるよう、改善を目指してまいります。
- お客さまの声にお応えした改善件数は毎年、着実に積み上がっています。

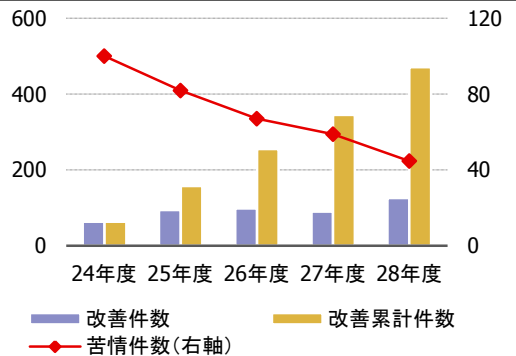
【図6】満足度調査⁶



【図7】外訪担当者の対応に関する重視度と満足度⁶



【図8】お客さまの声に基づく改善件数(件)⁷

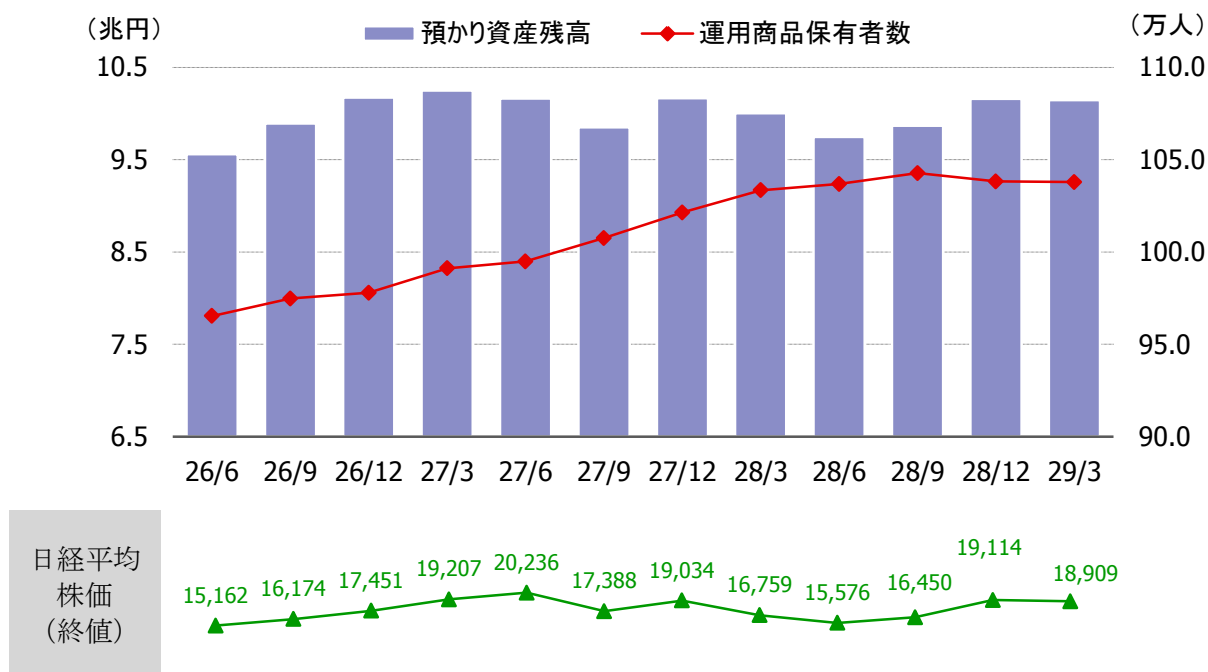


(注) 6. 【図6・7】調査概要/対象者:無作為に抽出した個人のお客さま(郵送方式 送付数:約8,000名/回答数:約2,000名)
 総合満足度:当行との様々な取引を総合的に見て「満足」「どちらかといえば満足」と答えたお客さまの割合
 相談機能満足度:資産運用、ライフプラン、ローンの相談・取引について「満足」「どちらかといえば満足」と答えたお客さまの割合
 7. 【図8】苦情件数:24年度を100とした指数

お客さま本位の徹底(実績)

- 預かり資産残高は、市況の改善による時価要因の影響や、新たに運用商品を保有されるお客さまの預かり資産が積み上がり、拡大基調です。また、運用商品保有者は緩やかながら上昇トレンドを継続しています。

【図9】預かり資産残高および運用商品保有者数の推移⁸



(注)8. 個人のお客さまの取引実績、管理会計ベース