

お客様本位の業務運営をより一層推進するための方針

いちよし証券株式会社（以下「当社」といいます。）は、「今までの日本にない証券会社をつくろう」を合言葉に、お客様本位の資産運用を実現すべく時代の変化に対応しながら、創立以来、揺るがぬ軸を受け継ぎながら歩んで参りました。品揃えではなく質にこだわり、「一人一人のお客様のお役に立つ」という想いを込めて対面営業にこだわった「金融・証券界のブランド・ブティックハウス」を目指すことを経営目標に掲げ、その実現に向けて「お客様本位の業務運営をより一層推進するための方針」を定めております。

なお、本方針中の金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応箇所には、原則番号を標記しております。

方針 1 方針の策定と公表について

当社は、お客様本位の業務運営をより一層推進するための方針を公表し、定期的に見直しを行うことで、より良い業務運営を実現して参ります。

当社は、創業以来「お客様第一」を理念として業務を行って参りました。1990 年代後半の「日本版金融ビッグバン」を契機に、「貯蓄から投資へ」の推進に向け、お客様の資産を安全・着実にじっくりと増やすために、お役に立てる証券会社を目指し、資産管理型アドバイスへの転換を図りました。

お客様本位の企業文化の公表・定着に向けて

当社は、目指してきた資産管理型アドバイスの基本であるお客様本位の姿勢をより徹底するため、2006 年に「いちよしのクレド」を制定し、①当社ホームページへの掲載、②個人投資家、機関投資家向け説明会資料への掲載、③株主総会の招集ご通知や株主へのビジネスレポートへの掲載をしています。

これは、全役職員の共通の価値観の源です。「経営理念」をはじめ、「経営目標」、それを実現するための「行動指針」であり、全役職員の拠りどころとなるバイブルです。全役職員が「いちよしのクレド」カードを常に携帯し確認しています。

また、月に一度、全店放送にて「いちよしのクレド」の行動指針（感謝・誠実・勇気・迅速・継続）を実践し、お客様満足度の高い実績のあった資産アドバイザーを選び、全役職員の模範（ベストプラクティス）となる発表を行う「クレドアワー」を開催し、企業文化の定着に努めています。

「いちよしのクレド」

「いちよしの存在価値」

一人一人のお客様のお役に立つことにより、地域社会と証券市場の発展に貢献する

「社員のために」

社員の個性を尊重し人材の育成に努めます

「お客様のために」

お客様の話を良くお聞きし、お客様の立場に立ち、
真心を込めてアドバイスをします

「株主のために」

持続的な業績拡大を目指し企業価値の向上
に努めます

「社会のために」

金融・証券市場の担い手として社会の発展に貢献
します

経営理念

「お客様に信頼され、選ばれる企業であり続ける」

当社は、常にお客様の立場に立ち、お客様のニーズに合った質の良いサービス、情報や商品を誠実に提供し
当社を信頼して資産運用のアドバイザーとして選んでいただけるよう尽力していきます。そして、「安心」して末
永く、何世代にもわたってお付き合いいただける会社を目指して参ります。

経営目標

「金融・証券界のブランド・ブティックハウス」

当社は、20年来、単に会社の規模の拡大を目指すのではなく、当社ならではの特色を深めお客様のお役に
立てる金融・証券界のブランド・ブティックハウスを目指しています。

行動指針

「感謝・誠実・勇気・迅速・継続」

当社の役職員は、常にお客様の立場に立ち、お客様のニーズに応えるために、「感謝・誠実・勇気・迅速・継
続」を念頭において行動することを目指しています。

方針 2 「お客様の最善の利益」を図るべく、誠実・公正に業務を行います

原則 2

当社は、お客様の最善の利益を図るべく誠実・公正に業務を行うために、「お客様のためにやらないこと」「お客様の
ために為すべきこと」を、当社の企業文化として定着するように努めています。

「お客様のためにやらないこと」 原則 2(注) 原則 6(注 3)

お客様にとって安心してお取引いただける証券会社であるために、当社が過去に取り扱った商品等の経験から、
「複雑でお客様に説明することが困難であり、お客様も理解できないような商品」や「あきらかに中長期の資産形成
にはそぐわないような商品」等のお客様のためにならない商品を取り扱わないなど 7 つの原則を「いちよし基準」として
「売れる商品でも、売らない信念。」を定め実践して参りました。

「お客様のために為すべきこと」 原則 2(注) 原則 6(注 3)

2020 年から「お客様のために為すべきこと」を「お客様独自のオーダーを仕立てる信念。」として宣言し、当社の主軸となるお客様本位のポリシーとしています。

いちよし基準の公表

いちよし基準の「売れる商品でも、売らない信念。」と「お客様独自のオーダーを仕立てる信念。」を当社ホームページや各支店の店頭に掲示することで、お客様に公表し、公表することにより、社員が一層の自覚を持つように努めています。

「お客様のためにやらないこと」



売れる商品でも、
売らない信念。

私たちは、お断りする事があります。
「いちよし基準」＝「個人のお客様向け商品についての原理原則」

- 公募仕組み債は取り扱いません。
- 債券は高格付けのみとし、不適格債は取り扱いません。
- 私募ファンドを取り扱いません。
- 個別外国株は、勧誘しません。
- 投信運用会社は、信頼性と継続性で選びます。
- 先物・オプションは勧誘しません。
- FX(外為証拠金取引)は取り扱いません。

私たちは、この「いちよし基準」を20年来守り続けています。

選ばれ続ける証券会社へ。

 いちよし証券

「お客様のために為すべきこと」



お客様独自のオーダーを
仕立てる信念。

私たちは、為すべき事があります。

- お客様ひとりひとりに最もふさわしい一着を仕立てあげる「テーラー」のように、いちよし証券は、お客様のオンリーワンのパートナーとして長くお取引いただける会社を目指しています。
- お客様のニーズを十分にお聞きし、お客様のご意向に沿ったポートフォリオをご提案いたします。
- 市場変動やお客様のニーズの変化に応じて、ポートフォリオのアフターフォローに努めます。

選ばれ続ける証券会社へ。

 いちよし証券

「売れる商品でも売らない信念」

「個人のお客様にお勧めしない商品」「お客様のご要望であってもお断りする商品」

- 〔1〕公募仕組債は取り扱いません。
- 〔2〕債券は高格付けのみとし、不適格債は取り扱いません。
- 〔3〕私募ファンドを取り扱いません。
- 〔4〕個別外国株は、勧誘しません。
- 〔5〕投信運用会社は、信頼性と継続性で選びます。
- 〔6〕先物・オプションは勧誘しません。
- 〔7〕FX（外為証拠金取引）は取り扱いません。

当社では、過去の経験をもとに、「複雑でお客様に説明することが困難であり、お客様も理解できないような商品」や「あきらかに中長期の資産形成にはそぐわないような商品」は、どんな売れ筋商品であっても販売・推奨しないという方針を決定し、取り扱わないことにしています。

「お客様独自のオーダーを仕立てる信念」

- 〔1〕お客様ひとりひとりに最もふさわしい一着を仕立てあげる「テーラー」のように、いちよし証券は、お客様のオンリーワンのパートナーとして長くお取引いただける会社を目指しています。
- 〔2〕お客様のニーズを十分にお聞きし、お客様のご意向に沿ったポートフォリオをご提案いたします。
- 〔3〕市場変動やお客様のニーズの変化に応じて、ポートフォリオのアフターフォローに努めます。

お客様のためにならないことはやらない「売れる商品でも、売らない信念」を守り続けた上で、為すべきこと「お客様独自のオーダーを仕立てる信念」をやっていくというお客様本位の営業姿勢の改革に取り組んでいます。

方針 3 「お客様の利益を損なわないため」に利益相反を適切に管理します

原則 3 原則 3(注)

当社は、お客様の利益を損なわないために、利益相反行為を排除いたします。利益相反を管理する部署は、各部署との情報交換を定期的に行い、お客様との利益相反の可能性を把握し適切に管理します。

お客様との取引にあたっては、法令のみならず「いちよし基準」を実践することにより、お客様本位の営業姿勢を貫き利益相反とならない管理を行っています。

当社は、お客様の利益を第一に考え、グループにとらわれず、金融商品をお客様にご提供して参ります。自社グループの商品を優先的に選別するのではなく、様々な商品からお客様の利益を第一に考え選定しており、自社グループ商品の場合は、他社商品などと十分な比較を行い、利益相反行為が行われていないかを厳密に管理します。当社グループ会社である「いちよし経済研究所」「いちよしアセットマネジメント」「いちよしビジネスサービス」「いちよしIFA」との取引において、管理部門はコンプライアンスの観点から、財務部門は財務や会計の観点から、内部監査部門は監査の観点から常に牽制機能を働かせ十分な管理を行っております。又、関係会社社長が定期的に集まり、幅広い情報収集を行うなど細心の注意を払い、適切な管理を行う体制としております。

方針 4 「お客様にご負担いただく手数料」を明確化します 原則 4

当社では、お客様にご負担いただく手数料について、透明化を図り、わかりやすく丁寧な情報提供に努めています。手数料については、「注文執行コスト」「運用期待値」「アフターフォロー」「サービス」の内容と比較して、合理的なものであることが重要と考えています。その上で、実質的なコストを総合的に勘案し、合理的な水準を決定し手数料をいただいております。さらにこれをお客様にわかりやすくご説明しています。当社が商品提供会社から手数料を受け取る商品の場合には、その手数料についてもご説明いたします。

お客様にご負担いただく手数料は、商品の販売や契約を締結する際に、交付する契約締結前交付書面や目論見書、当該商品の説明用資料、提案書、設計書等に記載し、交付の際にご説明させていただきます。

方針 5 「重要な情報」をわかりやすくご説明します

原則 5 原則 5(注 1) 原則 5(注 4) 原則 5(注 5)

当社は、お客様に対して販売・推奨する商品やサービスについて、適切な投資判断をしていただく為に「リスク度」「運用期待値」「手数料」等、重要な情報について商品毎に説明いたします。その際には、お客様の「取引経験」「知識」「ご資産の状況」「ニーズやご意向」といった適合性を十分に考慮し、わかりやすくご説明します。お客様により分かりやすく丁寧な情報提供を行うために重要情報シートを導入し、重要な情報を多様な類似商品と比較可能な形にしてご説明しています。

「リスク・リターン」を考えた分散投資をご提案します 原則 5(注 1)

当社では、お客様に対して販売・推奨する際、お客様の属性、ご意向、ライフプランを踏まえ、お客様の資産全体を考えた商品をご提案します。単に売れ筋の商品をお勧めするのではなく、お客様の属性も十分考慮し、元本の安定運用を目指す商品（ベース資産＝ローリスク・ローリターン）の運用と積極的に運用益を目指す商品（アクティブ資産＝ハイリスク・ハイリターン）の運用をお客様のご要望を踏まえて組み合わせ、分散投資によるリスクの軽減をお勧めしています。

「安心」してご投資いただく為のアフターフォロー 原則 5(注 3) 補充原則 5 補充原則 5（注 1）

当社では、お客様に安心してご投資いただく為に、推奨・販売の際だけでなくご購入後についても、アフターフォローとして重要な情報をわかりやすくご説明しています。経済の状況、投資環境の動向、保有商品の投資スタンスの変化等、「運用レポート」のご提供や「各種セミナー」の開催、「資産アドバイザーからの継続的な情報提供」により、丁寧にわかりやすくお伝えしています。また、ホームページ等を通じた資料等の整備も行っています。

パッケージ商品について 原則 5(注 2) 原則 6(注 2) 補充原則 3

現在、当社で取り扱うパッケージ商品には、「ファンドラップ」があります。「ファンドラップ」はパッケージ化することにより、多種多様な投資主体に対して柔軟かつ機動的な運用ができるように設計し、中長期・分散投資のメリットを十分にご享受いただくことのできる商品としてご提供しています。ご契約にあたっては、お客様のご意向について「ヒアリングシート」を使用し、十分にお聞きした上で「運用モデルのご提案書」を作成・提示いたします。「運用モデルのご提案書」により、わかりやすく説明しご納得いただいた上で、ご契約していただく仕組みにしています。

方針 6 「お客様にふさわしい」商品やサービスをご提供します

原則 6 原則 6(注 1) 原則 6(注 4) 原則 6(注 6) 原則 6(注 7)

当社は、「お客様に信頼され選ばれる企業であり続ける」という経営理念を掲げています。そのために、常にお客様の立場に立ち、投資方針、投資目的、投資経験等やライフプランを踏まえてお客様にふさわしい商品やサービスの提供に努めて参ります。

「お客様を知る」ために必要な事項をお伺いします

お客様には、資産アドバイザーから、まず 11 項目の重要な項目を含むご質問をさせていただきます。基本的な属性項目に加え、お客様のご意向、投資の目的、ライフプランをお伺いするものです。資産アドバイザーが深く「お客様を知る」ことにより、お客様にとってふさわしい商品やサービスを提供できるよう取り組んでいます。11 項目全てについてお聞きできていない場合は、システム上受注できない仕組みになっています。

「お客様にふさわしい」商品やサービスをご提供します

当社では、投資のご提案前に必ずお客様のご意向などの情報を再確認し、商品やサービスがお客様にふさわしいものであるかを精査することとしています。また、商品ごとに「リスクレベル」を設定しており、勧誘の際の客観的な判断に役立てています。

さらに、「いちよし基準」を遵守した上で、ご高齢のお客様や投資経験の浅いお客様については、「リスクレベル」によって、お客様からのご要望があった場合でも勧誘を禁止としている商品や、勧誘にあたり留意すべき商品を設けています。勧誘にあたり留意すべき商品をご紹介する場合には、事前に社内において、個別のお客様属性の確認等を慎重に行い部支店長の承認を経た後にご提案させていただきます。

また、商品の選定については運用会社の考え方や取組状況を把握した上で選定し、運用開始後も情報交換を図り商品やサービスの向上に努めています。

「お客様相談室」でお問い合わせをお受けします

当社では、「お客様相談室」を設置しています。定期的にお客様へお送りする預り資産や取引の状況等の報告書類には必ずお問い合わせ窓口として、「お客様相談室」の電話番号を掲載し、お客様からの問い合わせや苦情等をお伺いできる体制をとっています。また、お客様相談室にお寄せいただいたご意見等はすべて業務執行の責任者から経営陣にまで伝達されています。

「お客様信頼向上委員会」により更なる信頼の向上を目指します

当社では、お客様の目線から業務の見直しに取り組み、商品やサービス等について改善を検討する「お客様信頼向上委員会（月 1 回）」を設置し、更なる信頼の向上を目指しています。

従来からの窓口である「お客様相談室」「いちよしダイレクト（フリーダイヤル）」に加え、各部支店には「お客様信頼向上担当者」を配置し、日々直接お客様と接する支店の資産アドバイザーや本社職員からお客様の声を吸い上げるにより、商品やサービスについての改善や方策を検討・実行して参ります。

お客様への「満足度調査」の実施や Web 等を活用し、お客様の声を更なる信頼向上につなげて参ります。

方針 7 「お客様本位の業務運営」の職員に対する適切な動機付け 原則 7

当社は、お客様本位の取組みを継続的に実施し、その実効性を確保するため、職員に対し動機付けをするための取組みを行っています。

コンプライアンスは、競争力の源泉 原則 7(注)

当社では、1990 年代後半から「コンプライアンスは、競争力の源泉」とあるという考えのもと、コンプライアンス態勢の強化に向けて取り組みを進めています。

第一線である部支店には「コンプライアンスオフィサー」の役割を担う人員を配置し、「お客様にふさわしい商品やサービスが提供できているか」「お客様に重要な事項を適切にお伝えできているか」「適切なアドバイス活動が行われているか」等を精査・検証しています。検証結果は、「支店コンプライアンス会議（1996 年から月 1 回程度実施）」内で情報を共有し、コンプライアンス力向上や業務改善に向け体制を整えています。第二線である本社の管理部門においても、部支店の取引動向やアドバイザーの営業姿勢についてモニタリングを実施します。現状を把握して問題を明確化し、要因解析に基づいた根本からの業務改善を図ります。また、役職員一人一人のコンプライアンス力強化に繋がるよう社内研修や指導を行い、お客様に信頼される人材の育成に努めています。

業績評価体系について

1996 年の中期経営計画以降、お客様本位の資産管理型アドバイスを実践するために、「営業マン」の名称を「資産アドバイザー」と変更するとともに、評価項目を従来の「手数料中心」から「預り資産重視」に見直しを行いました。2019 年 10 月から評価項目の「手数料」の割合を無くし、お客様の信頼のバロメーターと考えている「預り資産の純増」を評価項目の中心としています。

更に、この評価項目に、コンプライアンスに関する事項も加味し、総合業績評価を行っています。特に「預り資産の純増」で優秀な成果のあった資産アドバイザーについては、毎月表彰を行っています。このように、業績評価体系からも、信頼の向上を企業文化として定着させるよう取り組んでいます。

研修について 原則 6(注 5)

当社では、常にお客様の立場に立ち、まごころを込めてアドバイスを行うための社内研修、および商品知識向上のオンライン研修等の充実に努めています。また、コンプライアンスに関する会議や研修については、特に力を入れ毎月行っています。

経験・スキルに応じた定期的な研修、自己研鑽のための「自己成長プログラム」制度を定めるとともに、通信教育の講座数拡充を行い、積極的に取り組むことを促しています。

また、お客様とのコミュニケーション力の向上のため「エチケットマナー向上推進会議」を毎月開催しエチケットマナーの向上も図っております。

クレドアワーについて

月に一度、全店放送にて「いちよしのクレド」の行動指針（感謝・誠実・勇気・迅速・継続）を実践し、お客様満足度の高い実績のあった資産アドバイザーを選び、全職員の模範（ベストプラクティス）となる発表を行う「クレドアワー」を開催し、企業文化の定着に努めています。

「働きやすい・やりがいがある職場」作りについて

当社では、現在「働きやすい・やりがいがある職場」作りを経営の課題として取り組んでいます。これは、お客様と接する職員が、会社に満足していなければ、お客様に真の満足をご提供することは出来ないと考え、仕事に意欲的に取り組むために、環境を整備するとともに仕事そのもののやり方や人事制度を見直し、職員満足度を高めることが必要と考えています。「有給休暇取得の促進」や、「勤続年数による特別休暇（賞休暇）日数等の拡大」「傷病時のサポートとして、特別休暇積立制度の導入」等、約 50 項目の課題を抽出し順次、改善し実行しています。

プロダクトガバナンスへの取組み

当社が取り扱う「ファンドラップ」につきましては、商品の組成から販売まで一体となったサービス提供となっておりますので「プロダクトガバナンスに関する補充原則」について方針を定め取り組んでいます。

基本理念 補充原則 1

当社では、「お客様にふさわしい」商品やサービスを提供する理念に基づき、いちよしファンドラップ「ドリーム・コレクション」を取り扱っています。これは、お客様の様々なリスクからの「資産保全」を実現するための資産運用サービスとしてガバナンスの構築と実践を行っています。

体制整備 補充原則 2 補充原則 2(注 1) 補充原則 2(注 2)

いちよしファンドラップ「ドリーム・コレクション」は、当社の「投資政策委員会」でモデルポートフォリオを策定し、「運用会議」にて資産配分を決定しております。当社関係会社のいちよしアセットマネジメントが運用を行い、お客様の取引状況やお客様からの苦情については、当社といちよしアセットマネジメントが情報共有することで商品・サービスの品質管理ができるよう体制を整備しています。

金融商品の組成時の対応

補充原則 3 補充原則 3(注 1) 補充原則 3(注 2) 補充原則 3(注 3)

いちよしファンドラップ「ドリーム・コレクション」は、お客様の真のニーズに合致することができるよう、お客様のご意向に応じて最多で 5 つの運用モデルからご選択していただくことが可能です。商品の複雑さやリスク等に応じて、対象として適切な想定顧客属性を特定しています。

金融商品の組成後の対応

補充原則 4 補充原則 4(注 1) 補充原則 4(注 2) 補充原則 4(注 3)

当社では、組成時に想定していた商品性が確保されているか関連部署による「運用報告会」を実施し金融商品の見直しを行っています。また製販全体としてお客様の最善の利益を実現するために、想定する顧客属性と購入した顧客属性が合致しているか管理部門によりモニタリングし、必要に応じて情報共有し金融商品の改善に活かしています。

顧客に対するわかりやすい情報提供 補充原則 5 補充原則 5(注 1) 補充原則 5(注 2)

お客様がより良い商品を選択できるよう、支店セミナーの開催やホームページを通じて運用体制やプロダクトガバナンス体制について情報提供を行っています。