

「R&I 顧客本位の金融販売会社評価」を取得

京都銀行（頭取 安井 幹也）は、株式会社 格付投資情報センター（以下、R&I[※]）による「R&I 顧客本位の金融販売会社評価」において、初めて「SS」評価を取得しましたのでお知らせいたします。なお、「SS」評価を取得している地域金融機関は、関西では当行のみです。

本評価は、投資信託等を販売する銀行・証券会社などの金融事業者がいかに「お客さま本位の業務運営」を行っているか、その取り組み方針や取り組み状況をR&Iが中立的な立場で評価するものです。評価符号「SS」は、「顧客の最善の利益を図るための取り組みが十分に行われており、非常に多くの優れた要素がある」と定義されております。

当行では、今後もお客さまのニーズに応える良質な金融サービスの提供を通じ、資産形成・運用分野において、より一層お客さまに信頼され、信認を得られる銀行を目指してまいります。

※R&I…日本を代表する格付会社。信用格付をはじめ年金運用コンサルティング・投信評価など、さまざまな金融情報サービスの提供を行っている。

以 上


<ご参考> R&Iの評価レポートより（本リリースに評価書添付）

評価のポイント

- ・経営陣の積極的な関与のもと、顧客本位の業務運営（FD）に関する方針・アクションプランを策定し、FDを推進している点
- ・行員の専門性強化に継続的に取り組み、高度な行内資格の保有者割合が着実に上昇している点 など



評価公表日：2026年5月27日

評価対象	評価符号
<p>京都銀行</p> <p>【会社概要】 京都府内の融資シェアはトップ。豊富な株式含み益を有し財務体質は良好。近畿圏広域に店舗を積極展開している。</p>	

【評価維持】

経営陣の積極的な関与のもと、顧客本位の業務運営（Fiduciary Duty：FD）に関する方針・アクションプランを策定し、推進している。行員の専門性強化に継続的に取り組み、高度な行内資格の保有者割合が着実に上昇している。投資信託の提案ではポートフォリオ作成ツールの活用が浸透し、長期分散投資を実践する顧客が着実に拡大している。保険商品については新たに業務基準書を策定し、商品管理のプロセスを明確化した。預かり資産の収益評価を撤廃し、残高拡大を重視する業績評価体系を継続していることなども評価し、「S+」から「SS」に引き上げた。

評価のポイント

1. 顧客本位の業務運営に係る方針等の策定・公表等

経営陣の積極的な関与のもと、顧客本位の業務運営（Fiduciary Duty：FD）の基本方針および取組方針（アクションプラン）を策定し、適宜見直している。独自に重要業績評価指標（KPI）を設定し、自行の取組みを顧客に分かりやすく伝えることに配慮している。加えて、FDに精通した外部有識者を招聘し、本部および営業店に対する指導の機会を継続して提供することでFDの推進体制の実効性を高めている。

2. 顧客の最善の利益の追求

行員のスキルに応じた研修体系や自己研鑽システム、資格取得支援制度を整備することで、高度な行内資格の保有者割合が着実に上昇している。FD定着に向けては、経営陣が行員に重要性を伝えるほか、定期的に好事例・事故事例を配信している。また販売状況を継続的に分析し、必要に応じて個別指導をすることで、顧客本位の提案を促している。加えてNPSを含む顧客アンケートを実施し、結果を営業店に還元するなど改善に向けた取組みに活用している。

3. 金融商品の販売方針策定及び販売

投資信託については、ポートフォリオ提案先および複数ファンド保有先の割合が着実に上昇するとともに、平均保有期間が長期化している。またファンドラップの解約率は低位で推移するなど、長期分散提案が浸透していることが確認できる。一時払い保険の販売については、特定通貨へ偏重しない販売を継続している。富裕層向けの提案ではグループの京銀証券と連携し、証券口座で投資信託、株式、債券などの資産を一元管理することで専門性の高いサービスを提供している。

4. プロダクトガバナンスの確保

投資信託の選定やラインアップ分析、モニタリングに際しては、プロセスや基準を基準書に明記している。ラインアップ分析については外部評価会社の定性・定量評価情報を活用している。保険商品については、2025年度より新たに基準書を策定し、商品管理のプロセスを明確化した。新商品のモニタリングについては、採用後の販売状況を検証し、想定顧客への販売ができていないかを確認。結果を踏まえ営業店を適宜指導するなど、プロダクトガバナンスを強化している。

5. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

2023年度下期より営業店および従業員の業績評価において、預かり資産の収益評価を撤廃。残高拡大や顧客のフォロー状況などを重視する評価体系を継続している。営業店の業績評価では自主性を尊重し、自ら定めた目標を所属ブロック内で調整して最終決定している。また絶対評価を採用し、評価上限を引き下げることで過度な営業活動を抑制する仕組みを構築している。従業員の業績評価では行動評価のウェイトを高く設定し、プロセスを重視する体系としている。これら一連の評価体系は、FDを適切に遂行する枠組みとして評価できる。



「R&I 顧客本位の金融販売会社評価」について

銀行、証券会社など投資信託等を販売する会社が「いかに顧客本位の金融商品販売を行っているか」、その取組方針や取組状況を依頼に基づき、中立的な第三者の立場から評価します。資産形成のコアとなる投信・ファンドラップ販売に関する評価を主軸としますが、他のリスク性金融商品も含め顧客のライフプランに相応しい金融商品を適切に提案・販売をしているかを評価します。資産形成に取組む個人の方が販売会社を選ぶ際に、この評価を参考指標として利用することを想定しています。

評価符号とその定義は以下の通りです。

符号	定義
SSS	顧客の最善の利益を図るための取組みが十二分に行われている。
SS	顧客の最善の利益を図るための取組みが十分に行われており、非常に多くの優れた要素がある。
S	顧客の最善の利益を図るための取組みが行われており、多くの優れた要素がある。
A	顧客の最善の利益を図るための取組みが行われており、優れた要素がある。
B	顧客の最善の利益を図るための取組みが行われているが、改善すべき要素がある。
C	顧客の最善の利益を図るための取組みが不十分であり、改善すべき要素が多い。

(注) 評価符号が「SS」以上の場合には、販売実績や顧客損益など客観的な指標を重視します。「SS」、「S」、「A」については、上位評価に近いものにプラスの表示をし、それぞれ「SS+」、「S+」、「A+」と表示することがあります。プラスも符号の一部です。

R&I 顧客本位の金融販売会社評価は、投信販売業務を行う金融事業者の「顧客本位の業務運営」に関する R&I の意見であり、事実の表明ではありません。十分信頼できると判断される情報源からの情報に基づき評価を実施していますが、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。この評価情報の利用によって何らかの損害が発生した場合、その原因がいかなるものであれ、R&I は一切の責任を負わないものとします。R&I 顧客本位の金融販売会社評価は R&I 投信定性評価・定量評価レーティングとはそれぞれ独立のものであり、互いの評価に影響を与えるものではありません。R&I 顧客本位の金融販売会社評価の業務は、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第 299 条第 1 項第 28 号に規定されるその他業務（信用格付業以外の業務であり、かつ、関連業務以外の業務）です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置が法令上要請されています。

