

継続的顧客管理方針

継続的顧客管理とは、取引先となる顧客に対して本人確認等を実施することで、顧客に関する情報を定期的に最新化し、なりすましや銀行口座等の不正利用を防止する取り組みを指す

1. 調査の対象・・・原則全顧客の調査を行うが、「顧客登録のみ」「1年以上不稼働先」については、対象外として取組み、なお、低リスク顧客のうち、一定要件を満たし、一般的になりすましや不正利用リスクが低いと考えられる顧客や口座は、SDD(簡素な顧客管理)対象とすることができ、積極的な再確認を留保できる。
2. 調査の頻度・・・顧客リスク格付けに応じて既存顧客の顧客情報を再確認する。「定期的な更新」として低リスク顧客は3年毎、中リスク顧客は2年毎、高リスク顧客は1年毎に顧客情報の再確認を行う。また、「随時の更新」として必要に応じた追加調査を適宜行うこととする。
3. 調査の内容・・・取引顧客の住所・氏名・生年月日・取引目的・職業について最新の情報を収集する。
4. 調査の手法・・・基本的な手法は「SDD 先設定で要再確認顧客を絞込み、営業店(窓口または渉外係)による再確認を行い、営業店で確認できない先に対しDM発送する」として、再確認を実施する。
5. 調査手法更新・・・定期的な顧客情報の更新に関して設定した調査項目・調査手法・調査頻度等については、実施状況を踏まえて実効的なものになっているか検証し、必要に応じて適宜見直しを行う。
6. 調査結果の共有・・・継続的顧客管理調査の過程で確認した内容は、関係部門・関係役職員で共有し、マネロン取組の改善に役立てる。
7. その他・・・ 継続的顧客管理は「基本規定」「顧客管理要領」に準じて取扱う。

以上

附 則

この方針は、令和 5年 11月 1日から実施する。