

ガバナンスに関する取り組み

当社は、お客さま第一の実践のため、社外の目を経営に取り入れ、お客さま第一の視点からのガバナンス体制強化に取り組んでいます。また、効果的・効率的なリスク管理態勢を目指すとともに、実効性のあるコンプライアンスを推進します。

■ お客さま第一委員会（取締役会の諮問機関）

当社は、「お客さま第一委員会」を設置し、社外有識者の意見を業務運営に反映する仕組みを導入しています。

同委員会は、当社における、お客さま第一に関する業務運営に資することを目的に、四半期ごとに開催しています。

委員会メンバー（敬称略）	
永沢 裕美子（委員長）	日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 代表理事・副会長
竹川 美奈子	LIFE MAP 合同会社 代表
安田 和弘	堀総合法律事務所 弁護士
平木 秀樹	元三井住友トラスト・アセットマネジメント代表取締役社長・同会長
小嶋 信弘	当社代表取締役社長



永沢 裕美子（委員長）
日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント・
相談員協会代表理事・副会長
（敬称略）

■ 委員長からのメッセージ

私はお客さま第一委員会の設立当初からのメンバーであり、約7年にわたり、主に個人のお客さまを対象とした投資信託商品の組成・運用に関し、消費者目線での意見を述べてまいりました。本委員会は、メディアや法曹関係、資産運用の分野などで活躍する多彩なメンバーで構成されており、毎回、S O M P Oアセットマネジメントがお客さまに提供する価値について、さまざまな視点から活発に議論を行っているほか、ガバナンスや経営体制についても積極的に意見具申しています。

S O M P Oアセットマネジメントは、私ども委員の声を真摯に受け止め、運用商品のご提供に関する基本方針の策定や、アクションプランの見直しなど、業務改善に取り組んでおられます。

2021年度からスタートした中期経営計画では、「お客さまとパートナーとの関係」「お客さまに提供する価値」を明確化するとともに、「お客さまを起点とした2事業体制」を導入するなど、お客さま第一の取り組みがさらに深化・加速されています。

今後もお客さま第一宣言が着実に実践され、こうした取り組みがお客さまの価値となって結実することを期待しています。



竹川 美奈子
LIFE MAP 合同会社 代表



安田 和弘
弁護士／堀総合法律事務所
（パートナー）



平木 秀樹
元三井住友トラスト・
アセットマネジメント
代表取締役社長・同会長
（敬称略）

主な議論内容

- ・お客さま第一の実践に向けたアクションプランおよび、その取り組み状況
- ・利益相反の管理に関する取り組み状況
- ・投資家・販売会社へのサポートに関する取り組み状況
- ・お客さま第一の実践に関わる、各種方針など重要事項

■ 利益相反管理に関する取り組み

当社は、当社業務において利益相反のおそれのある取引・行為について、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、「利益相反管理方針」を定めています。同方針では、当社業務におけるすべての取引・行為につ

いて、お客さまの利益が不当に害されるおそれが認められるケースを管理対象として指定し、大きく以下の4種類に類型化したうえで管理を行っています。

- (1) 親会社、グループ会社の発行する有価証券への投資に関する利益相反
- (2) 取引先企業の発行する有価証券への投資に関する利益相反
- (3) 議決権行使に関する利益相反
- (4) その他の利益相反(当社取引先とお客さまの資産との間の利益相反など)

類型化した各管理対象に対して、次のような管理態勢を構築しています。

- ① 利益相反統括管理部署(コンプライアンス・リスク管理部)は、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、有価証券取引・議決権行使等の利益相反に関する各種モニタリングを行う。
- ② お客さま第一委員会は、利益相反統括管理部署からの報告内容に対して、必要に応じて助言または提言を行う。
- ③ 利益相反統括管理部署は、モニタリング結果を取締役会へ報告する。また、お客さま第一委員会からの助言または提言を受けた場合は、その対応状況を含め取締役会に報告する。

なお当社では、利益相反の可能性を排除するため、原則として、親会社およびグループ会社の発行する有価証券への投資を行わないことになっています。

■ 社外取締役

当社は、「受託者責任(フィデューシャリー・デューティ)の忠実な履行」の徹底と「持続的な企業価値の向上」を目的として、有働 忠明氏を(独立)社外取締役に選任しています。

有働氏がこれまでに培われた知見をもとに経営全般についての助言を受けることで、より一層、コーポレート・ガバナンスの向上に努めるとともに、資産運用会社として持続的成長を目指します。



社外取締役

有働 忠明

1982年4月 大蔵省入省(現財務省)
2012年7月 沖縄振興開発金融公庫 理事
2021年1月 三菱重工業株式会社グローバル財務部 顧問
2022年4月 株式会社BRICK's 顧問
2023年6月 株式会社BRICK's 常勤監査役

「お客さま第一の実践に向けたアクションプラン」の取り組み状況

当社は、2017年3月に金融庁より公表された「顧客本位の業務運営に関する原則」について、その趣旨に全面的に賛同し、採択しています。

また当社は、「お客さま第一宣言」(4ページ参照)を策定、公表していますが、同宣言で掲げる「3つの実現」に取り組むことを通じて、顧客本位の業務運営を実現してまいります。

2017年5月、「顧客本位の業務運営に関する原則」の採択にあわせて策定した「お客さま第一の実践に向けたアクションプラン」の一部を2023年3月に見直しました。

アクションプランの取り組み状況は、下表のとおりです。

顧客本位の業務運営に関する原則

原則1	【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等】 金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。	
	(注)	金融事業者は、顧客本位の業務運営に関する方針を策定する際には、取引の直接の相手方としての顧客だけでなく、インベストメント・チェーンにおける最終受益者としての顧客をも念頭に置くべきである。
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。	
	(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。
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。	
	(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
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。	
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。	
	(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
	(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)。
	(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。
	(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慮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。
	(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。

顧客本位の業務運営に関する原則

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。	
	(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
	(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。
	(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。
	(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。
	(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。
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。	
	(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。

日本ホッケー協会へのスポンサー協賛

当社は2019年10月に公益社団法人日本ホッケー協会オフィシャルスポンサーとなりました。

当社が属するSOMPOグループは「お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービスを提供し、社会に貢献する」という経営理念の実現に向けて、日本の将来を担う子供たちへのスポーツ普及を推進する『SOMPOボールゲームフェスタ』を支援しています。

当社は、ホッケーの強化および普及の支援をすることにより、さらに幅広い世代に夢と希望を与えていきたいと考えています。



1. お客様の資産形成に一層貢献できる運用力の実現

アクションプラン	取り組み状況(参照ページ)	対応する原則
(1)優れた運用人材の継続的な育成に努め、最高水準のチーム運用力を目指します。		
①(運用成果の追求) 短期的な投資テーマや相場変動に振り回されず、中長期の運用目的に適した良質なアクティブ運用を提供する社会的使命を果たすため、中長期のファンダメンタルズに基づく本源的投資価値を判断基準とするアクティブ・バリューの運用スタイルを貫きます。独自の運用モデルや運用プロセスにさらに磨きをかけ、付加価値の高い運用成果を追求します。	▶ 14～17ページ(運用力強化の取り組み)	原則2(注)
②(定性評価の向上) 運用品質を不断に改善していくため、お客さまや資産運用に対する高い知見を有す外部機関(年金コンサルタントなど)からの評価を積極的に受けとめ、その評価向上に努めます。	▶ 14～17ページ(運用力強化の取り組み)	原則2(注)
③(運用体制の強化) 資産形成のパートナーとしてお客さまに安心してお取引いただくため、長期的ビジョンのもとで運用体制の強化に取り組みます。 当社の運用手法に熟練した人材を十分に確保するとともに、若手人材を積極的に採用し、次世代を担う運用人材の育成に努めます。	▶ 14～17ページ(運用力強化の取り組み)	原則2(注)
(2)お客さまの運用ニーズに対し、最善のソリューションを提供します。		
①(外部委託運用商品の拡充) さまざまな資産・商品を発掘・モニターしてきた豊富な投資経験を活かして、お客さまの資産形成に資する優良な運用商品の発掘に努めます。また、市場の変動と相関が低く長期運用に適する、プライベート資産、ヘッジファンド等のオルタナティブ商品のラインアップを強化し、年金中心に当該分野へのアクセスを提供します。	▶ 14～17ページ(運用力強化の取り組み) ▶ 25ページ(運用商品のラインアップ)	原則2(注)
②(長期資産形成に資するプロダクトの提供) 安定的な絶対利回りを求める投資ニーズに応えるため、定量型マルチアセット商品の開発を進めます。アセットアロケーションのリサーチ体制を整備・増強し、定量型マルチアセット戦略の運用力向上を図ります。	▶ 14～17ページ(運用力強化の取り組み)	原則2(注)
③(多様な資産運用ニーズに対する解の提供) 資産運用に関する多様なニーズを持つ地域金融機関をはじめとした機関投資家や事業法人等のお客さまに対し、リターン源泉の多様化・分散化に資する商品の提供やパートナーとの連携による機能提供などを通じて、個々のニーズに対する最適なソリューションを提供します。	▶ 14～17ページ(運用力強化の取り組み)	原則2(注)
(3)エコファンドのパイオニアとして、社会・経済の好循環を促進する責任投資に取り組みます。		
①(ESG/スチュワードシップ活動の充実化と情報発信) 社会・経済の好循環を生み出すインベストメントチェーンの一端を担う機関投資家としての社会的責務を全うするため、ESG/スチュワードシップ活動のさらなる充実化に取り組み、その内容をお客さまに分かりやすくお伝えします。	▶ 18～20ページ(責任投資の取り組み)	原則2(注)
②(エンゲージメントを通じたミクロ、マクロの課題解決への貢献) 投資先企業や投資候補先企業との間で、中長期的な企業価値向上に繋がる建設的な対話(エンゲージメント)を行います。また、責任投資に関する国内外のイニシアティブへの積極的な参画を通じて、気候変動などの社会課題の対応に世界の投資家と協働して取り組みます。	▶ 18～20ページ(責任投資の取り組み)	原則2(注)

2. 真にお客さまの視点にたった商品・サービスの実現

アクションプラン	取り組み状況(参照ページ)	対応する原則
(1) お客さまの中長期的な資産形成に貢献する商品の提案・提供に取り組みます。		
①(商品の開発・提供に関するポリシーの堅持) 「運用商品のご提供に関する基本方針」に沿い、お客さまの中長期的な資産形成に貢献する商品の開発・提供を行います。	▶ 21ページ(運用商品の提供に関する基本方針)	原則 5 原則 6
②(お客さま視点での商品開発) お客さまの声・ご意見を商品開発に反映するための取り組みをすすめます。	▶ 21ページ(運用商品の提供に関する基本方針)	原則 5 原則 6
③(当該商品に関する顧客属性の明確化) お客さまが自分にふさわしい商品を選択しやすくするため、お客さまの知識や経験など商品ごとに想定するお客さまを明確にします。	▶ 22～23ページ(投資目的に応じた投資信託のご案内)	原則 5 (注1) 原則 6
(2) お客さまに安心してファンドを保有していただくための有益な情報提供・資料作成を行います。		
①(お客さまにとって有益な情報提供・資料作成) 運用商品の手数料、商品の特性や仕組み、分配方針など、重要な情報を分かりやすくお伝えするため、お客さま視点にたった目論見書・販売用資料等の作成・提供を行います。また、金融リテラシー教育など、お客さまの資産形成推進に資する取り組みを進めます。	▶ 22～23ページ(投資目的に応じた投資信託のご案内) ▶ 24ページ(金融リテラシー教育の取り組み)	原則 4 原則 5
②(販売会社への情報提供と対話の強化) 販売会社への情報提供と対話の強化を通じ、お客さまの知識や経験などにふさわしい商品提供を行います。	▶ 22～23ページ(投資目的に応じた投資信託のご案内)	原則 5 原則 6 (注3)
③(情報発信手段の充実) お客さまに情報を届ける手段の充実を図ります。	▶ 21ページ(運用商品の提供に関する基本方針)	原則 5 原則 6 (注5)
(3) お客さまへのサービスを拡充しつつ、適切かつ妥当な運用報酬を設定します。		
①(適切な報酬水準の設定) お客さまへのサービスに見合った合理的な運用報酬を設定するとともに、既存商品については、適宜見直しを行います。	▶ 21ページ(運用商品の提供に関する基本方針)	原則 4

3. 上記1.と2.を実現するガバナンス体制・業務基盤の実現

アクションプラン	取り組み状況(参照ページ)	対応する原則
(1) 社外の目を経営に取り入れ、お客さま第一の視点からのガバナンス体制を強化します。		
①(ガバナンス体制の強化) お客さま第一の実践のため、『お客さま第一委員会』の外部有識者のご意見・ご助言をいただきながら、お客さま第一の取り組みの改善・定着を目指します。	▶ 29ページ(お客さま第一委員会(取締役会の諮問機関))	原則 2
(2) 効果的・効率的な最高水準のリスク管理態勢・事務対応力を目指します。		
①(利益相反の管理) お客さまの利益が不当に害されることを防ぐため、「利益相反管理方針」にしたがい、各種取引の管理および報告の継続により、適切な管理態勢を維持します。	▶ 30ページ(利益相反管理に関する取り組み)	原則 3
②(BCP体制の整備) 災害等に強い運用体制構築のために、BCP態勢の整備をすすめます。	▶ 28ページ(働き方改革に向けた環境整備)	原則 7
③(業務品質の向上) お客さまへの価値提供のベースとなる事務対応力の更なる品質向上に取り組みます。	▶ 26ページ(具体的な人材育成の施策)	原則 7
④(安定的な業務基盤を支える人材の採用・育成、お客さま第一の実践に向けた従業員に対する適切な動機付け) 運用体制を支える優れた専門人材の確保と育成に取り組み、安定的・効率的な業務基盤の強化を目指します。 あわせて、お客さま第一の行動や取り組みが各役職員の評価に適切に反映するように、人事制度を運営します。	▶ 26～27ページ(人材育成)	原則 7

(注1) 当社は、金融商品の販売会社ではないため、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 5 (注2)、原則 6 (注1)、(注2)、(注4)には該当しません。