

# 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。



執行役員  
コンプライアンス・リスク管理部長

佐藤 吉寿

## ■ 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 理事 |
| 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 パートナー弁護士             |
| 平木 秀樹        | 三菱UFJアセットマネジメント株式会社 社外取締役     |
| 山口 カ         | 当社代表取締役社長                     |

## ■ 委員長からのメッセージ

私は、2016年にお客さま第一委員会が設立されて以来のメンバーであり、2022年から委員長を務めています。

本委員会は、消費者分野で活動している私のほか、メディアや法曹関係、資産運用の分野で活躍する多彩なメンバーで構成されており、毎回の委員会では、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ます。ガバナンスや経営体制についても積極的に意見具申を行い、取締役会にも共有をいただいております。S O M P Oアセットマネジメントには、私ども委員の声を真摯に受け止めていただいております。2025年度は、投資教育や公募投信における業務改善、品質向上へのアプローチがさらに深化していることを、強く実感しております。

2026年度を最終年度とする3カ年の中期経営計画においては、「お客さまを起点とした2事業体制」を継続したうえで、「お客さまの数を増やす」「お客さまとの関係を強化する」「パートナー（販売金融機関や運用委託先）との信頼関係を高める」という3つの目標を掲げておられます。本委員会としても、S O M P Oアセットマネジメントがお客さまから選ばれる資産運用会社としてさらなる発展を遂げられますよう、多様な角度から意見提言をしてまいります。



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 理事

（敬称略）



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  
パートナー弁護士



平木 秀樹

三菱UFJアセットマネジメント  
株式会社 社外取締役

(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

## 社外取締役

当社は、「受託者責任(フィデューシャリー・デューティー)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  
 (現株式会社BRIDGE MULTILINGUAL SOLUTIONS)顧問  
 2023年6月 同社 常勤監査役  
 2023年6月 当社 社外取締役

## 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)

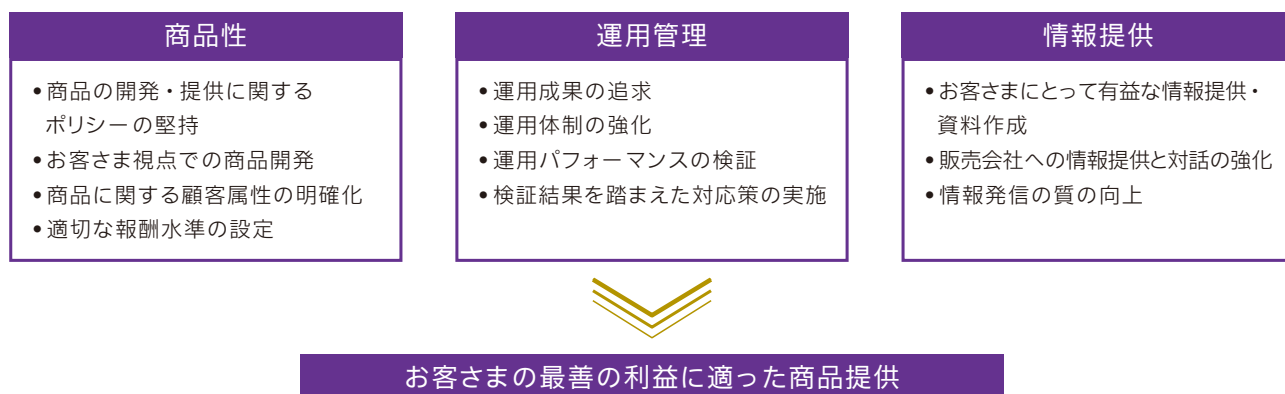
類型化した各管理対象に対して、次のような管理態勢を構築しています。

- 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。

## ■ プロダクト・ガバナンスの実践

「日本一お客さまのことを考える資産運用会社」実現のため、プロダクト・ガバナンス体制を構築し、お客さまに提供する商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理・向上に取り組んでいます。

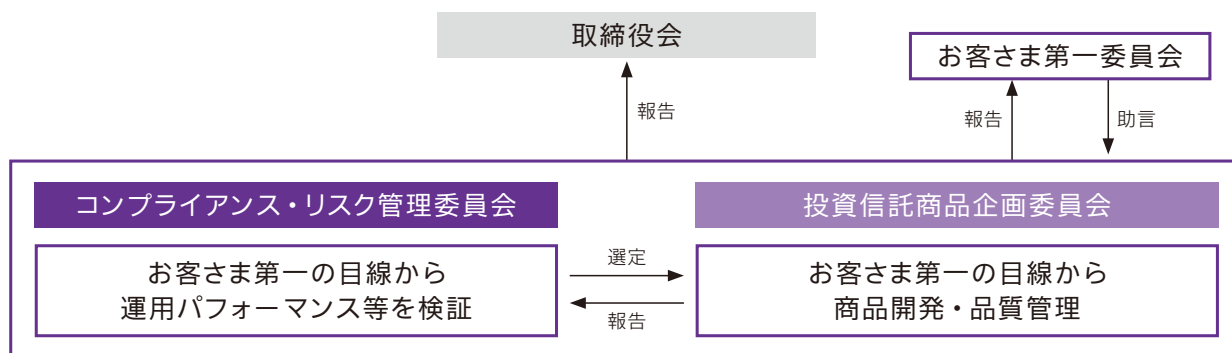


## ■ プロダクト・ガバナンス体制

お客さまの最善の利益を確保するため、コンプライアンス・リスク管理委員会と投資信託商品企画委員会が連携して実効性のあるプロダクト・ガバナンスを実践する体制を構築しています。

プロダクト・ガバナンスの運営状況については、定期的にと取締役会に報告されます。

また、社外の有識者で構成されるお客さま第一委員会にも運営状況は報告され、ご意見・ご助言をいただきながら、プロダクト・ガバナンスの一層の強化に取り組んでいます。



## 商品性

### ●お客さまの視点にたった商品開発

当社は、提供する運用商品に関する基本的な考え方「運用商品のご提供に関する基本方針」を公表しています。

同方針では「高い品質」「有益な情報」「適切な運用報酬」「明確な分配方針」を柱とし、真にお客さまの視点にたった商品・サービスの実現に取り組んでいます。

## 運用管理

### ●運用パフォーマンスの検証と品質管理

公募投資信託（インハウス運用・外部委託運用）について、コンプライアンス・リスク管理部が運用パフォーマンス（過去1年間、3年間、5年間、10年間、設定来）、信託報酬の水準等の検証のうえ、対応策が必要なファンドを選定し、コンプライアンス・リスク管理委員会に報告しています。

投資信託商品企画委員会においては、選定されたファンドについて具体的な対応策（運用内容の見直し、信託報酬見直し、中途償還など）の検討・協議が行われ、品質管理・改善に取り組んでいます。

## 商品性

## 情報提供

### ●販売会社への情報提供と対話の強化

お客さまの最善の利益に適う商品の提供が確保されるためには、商品の組成時に想定していたお客さまの属性と実際に購入いただいたお客さまのギャップを把握し、商品の提供方法の改善やその後の商品組成に活かしていく取り組みが重要と考えています。公募の投資信託に関して

は、2025年3月より、商品スキームの複雑さやリスクの高さなどを踏まえ、想定顧客層を明確に設定し情報連携を行うべき投資信託の類型（通貨選択型、毎月分配型、非上場資産組入など）に該当するファンドを特定し、販売会社と情報連携・対話を行う取り組みを開始しています。



## 情報提供

### ●お客さまにとって分かりやすい情報提供

当社では、日常的に広く利用されている指数が「配当除く指数」であったことや、ファンド設定時には「配当込み指数」が公表されていないケースがあったことなどを背景に、株式およびリートを投資対象とする一部のファンドのベンチマークに「配当除く指数」を使用してまいりました。

一方で、ファンドの運用では保有する資産からの配当を受け取ることから、「配当除く指数」をベンチマークに使用

しているファンドにおいては、運用報告書や月次運用レポートで運用パフォーマンスと比較して表示するベンチマークとファンドの運用結果に配当相当分の差が生じていました。

これらのファンドのベンチマークを「配当込み指数」に変更することが、より分かりやすい情報開示につながり、お客さま本位であると考え、順次変更の対応を進めています。



# 「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2025年4月に見直しました。

アクションプランの取り組み状況は、38～42ページをご参照ください。

## 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】<br>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】<br>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】<br>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。<br>・金融商品の販売に携わる金融事業者が、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<br>・金融商品の販売に携わる金融事業者が、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<br>・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】<br>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】<br>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。<br>・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<br>・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<br>・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)<br>・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、その具体的な内容(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)。                                                                                                                                  |

## 顧客本位の業務運営に関する原則

|      |                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 原則 5 | (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。                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 原則 6 | <b>【顧客にふさわしいサービスの提供】</b><br>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。 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul> |
|      | (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、商品の特性等を踏まえて、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は、それを十分に理解した上で、自らの責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の販売を行うべきである。                                                                                                                                                                                                                    |
|      | (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。                                                                                                                                                                                                                                                         |
|      | (注6)                                                                                                                                            | 金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報や、金融商品に係る顧客の反応や販売状況に関する情報を提供するなど、金融商品の組成に携わる金融事業者との連携を図るべきである。                                                                                                                                                                                  |
|      | (注7)                                                                                                                                            | 金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために金融商品の組成に携わる金融事業者においてどのような取り組みが行われているかの把握に努め、必要に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者や商品の選定等に活用すべきである。                                                                                                                                                                                                       |
| 原則 7 | <b>【従業員に対する適切な動機づけの仕組み等】</b><br>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仕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。                                                                                                                                                                                                                                            |

## プロダクトガバナンスに関する補充原則

|        |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                      |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 補充原則 1 | <b>【基本理念】</b><br>金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。                  |                                                                                                                                                                                                                      |
| 補充原則 2 | <b>【体制整備】</b><br>金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。<br>その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。 |                                                                                                                                                                                                                      |
|        | (注1)                                                                                                                                                                                                          | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクトガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために、管理部門等による検証の仕組みを整備すべきである。その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。 |
|        | (注2)                                                                                                                                                                                                          | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなどPDCAサイクルを確立すべきである。                                                                                                                           |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 補充原則3 | 【金融商品の組成時の対応】<br>金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。<br>また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|       | (注1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。                                                                                                                                                                                                                                   |
|       | (注2)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客（例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等）も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているか検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。            |
|       | (注3)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。                                                                                                           |
| 補充原則4 | 【金融商品の組成後の対応】<br>金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。<br>また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|       | (注1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。                                                                                                           |
|       | (注2)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実効性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。 |
|       | (注3)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである。                                                                                                                                                                   |
| 補充原則5 | 【顧客に対する分かりやすい情報提供】<br>金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|       | (注1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供するべきである。                                                                                                     |
|       | (注2)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。                                                                                                                                                                                                                                                     |

## 1. お客さま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)<br>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undamentalsに基づく本源的投資価値を判断基準とするアクティブ・パリュウ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。 | ▶ 11～15ページ(当社のインハウス株式運用について)<br>▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み) | 原則2(注)<br>補充原則5<br>(注1) |

|                                                                                                                                                                                                |                                                                             |                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| ②(定性評価の向上)<br>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。                                                                                                | ▶ 16～23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)<br>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。<br>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。                                                        | ▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み)                                                      | 原則2(注)              |
| <b>(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。</b>                                                                                                                                                      |                                                                             |                     |
| ①(外部委託運用商品の発掘と提供)<br>お客さまの資産形成に資する優良な運用商品の発掘とタイムリーな提供を行うため、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ます。運用対象としては、株式や債券などの伝統的な資産に加え、市場との相関の低いオルタナティブ商品への対応力を強化します。また、お客さま起点での判断・行動を重視し、各商品の説明力の向上にも努めます。 | ▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み)<br>▶ 29ページ(運用商品のラインアップ)<br>▶ 36～37ページ(プロダクト・ガバナンス体制) | 原則2(注)<br>補充原則4(注3) |
| ②(長期資産形成に資する商品の提供)<br>お客さまの長期的な資産形成を支援するため、国内外の株式や債券等へ分散投資を行うマルチアセット商品の運用力強化に努めます。長期的なリスク・リターン分析に基づくアセットアロケーションのリサーチ体制のさらなる拡充と、丁寧で分かり易い情報発信に努め、お客さまが安心して長期投資できる商品を提供します。                       | ▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み)                                                      | 原則2(注)              |
| ③(安定的な収益獲得に資する債券運用商品の提供)<br>国内金利の正常化に向けた動き等を踏まえ、安定的な収益獲得を求めるお客さまのニーズに応えるため、インハウス債券運用の向上に取り組みます。当社独自の金利モデルの有効性向上やクレジットリサーチ体制の増強等を通じて、魅力ある利回りを実現する債券運用商品を提供します。                                  | ▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み)                                                      | 原則2(注)              |
| ④(多様な資産運用ニーズに対する解の提供)<br>地域金融機関をはじめとした機関投資家や事業法人等、資産運用に関する多様なニーズを持つお客さまに対し、最適なソリューションを提供するため、リターン源泉の多様化・分散化に資する商品の開発やパートナーとの連携による機能の強化に取り組みます。                                                 | ▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み)                                                      | 原則2(注)              |
| <b>(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。</b>                                                                                                                                           |                                                                             |                     |
| ①(ESG/スチュワードシップ活動の充実化と情報発信)<br>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。                                                      | ▶ 11～15ページ(当社のインハウス株式運用について)                                                | 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)<br>中長期的な企業価値向上に繋げるため、投資先企業や投資候補先企業との間で建設的な対話(エンゲージメント)を行います。また、気候変動などの社会課題に対応するため、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、世界の投資家と協働して取り組みます。                           | ▶ 11～15ページ(当社のインハウス株式運用について)                                                | 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                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>(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。</b>                                                                  |                                                           |                                      |
| ①(商品の開発・提供に関するポリシーの堅持)<br>お客さまの中長期的な資産形成に貢献するため、『運用商品のご提供に関する基本方針』に沿った商品の開発・提供に取り組みます。                         | ▶ 24ページ(運用商品の提供に関する基本方針)<br>▶ 36～37ページ(プロダクト・ガバナンス体制)     | 原則5<br>原則6<br>補充原則3                  |
| ②(お客さま視点での商品開発)<br>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。                                                          | ▶ 24ページ(運用商品の提供に関する基本方針)<br>▶ 36～37ページ(プロダクト・ガバナンス体制)     | 原則5<br>原則6<br>補充原則3                  |
| ③(当該商品に関する顧客属性の明確化)<br>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。あわせて、その際に購入に適さない顧客属性も特定します。 | ▶ 25～26ページ(投資目的に応じた投資信託のご案内)<br>▶ 36～37ページ(プロダクト・ガバナンス体制) | 原則5(注1)<br>原則6<br>補充原則3<br>補充原則4(注2) |

「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

| (2)お客さまに安心して投資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)<br>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。 | ▶ 11～15ページ(当社のインハウス株式運用について)<br>▶ 25～26ページ(投資目的に応じた投資信託のご案内)<br>▶ 27ページ(金融リテラシー教育、職場における金融リテラシー教育セミナー、資産形成サポート) | 原則4<br>原則5<br>補充原則5<br>(注1)                                 |
| ②(販売会社への情報提供と対話の強化)<br>お客さまの知識や経験などに合致した商品提供を行うため、販売会社への情報提供と対話の強化に取り組みます。                                                                         | ▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み)<br>▶ 25～26ページ(投資目的に応じた投資信託のご案内)<br>▶ 36～37ページ(プロダクト・ガバナンス体制)                             | 原則5<br>原則6(注3)<br>補充原則3<br>(注3)<br>補充原則4<br>補充原則5<br>(注1、2) |
| ③(情報発信の質の向上)<br>＜投資信託＞<br>お客さまにより良い投資判断をしていただくため、提供する情報の品質向上に取り組みます。<br>＜投資顧問＞<br>お客さまに有益な情報を届けるため、情報提供の充実に取り組みます。                                 | ▶ 16～23ページ(運用力強化の取り組み)<br>▶ 24ページ(運用商品の提供に関する基本方針)<br>▶ 27ページ(金融リテラシー教育、職場における金融リテラシー教育セミナー、資産形成サポート)           | 原則5<br>原則6(注5)<br>補充原則5<br>(注1)                             |
| (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)<br>お客さまに提供する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、既存商品についても適宜見直しなどを検討します。                                                                       | ▶ 24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)<br>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。                                                                   | ▶ 34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(プロダクトガバナンスの強化)<br>お客さまの最善の利益に適った商品提供を確保するため、プロダクトガバナンス体制を構築するとともに、商品組成から運用実績の検証に至るPDCAサイクルを実践し、プロダクトガバナンスの実効性向上に取り組みます。                                  | ▶ 36～37ページ(プロダクト・ガバナンスの実践、プロダクト・ガバナンス体制) | 原則2<br>補充原則2<br>補充原則3<br>補充原則4<br>補充原則5 |
| (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)<br>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。                                                                     | ▶ 35～36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)<br>災害等に強い運用体制構築のため、BCP態勢の整備をすすめます。                                                                                                             | ▶ 33ページ(環境整備)                            | 原則7                                     |
| ③(業務品質の向上)<br>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。                                                                                                       | ▶ 31ページ(人的資本経営の推進)                       | 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)<br>安定的・効率的な業務基盤の構築に向けて、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ます。あわせて、お客さま第一の行動や取り組みを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。 | ▶ 31～33ページ(人材と組織力の向上に向けた取り組み)            | 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。