

令和5年5月29日

フィデューシャリー・デューティー宣言の遵守状況

UBP インベストメンツ株式会社

〈お客様本位の業務運営に関する方針の策定・公表等〉

UBP インベストメンツ株式会社（以下、「当社」）は、金融庁が提唱する「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下、「原則」）を全て採択し、高度な専門性を持った運用サービスを適正で公正な価格と十分な情報をもってお客様（当社の取引の直接の相手方としてのお客様だけでなく、インベストメント・チェーンにおける最終受益者（以下、「最終受益者」）としてのお客様をも念頭に置きます。）に提供することを宣言しました（以下、「フィデューシャリー・デューティー宣言」）。また、「フィデューシャリー・デューティー宣言に係る取組状況」を毎年公表し、より良い業務運営を実現するために、当該宣言を定期的に見直し、公表しています。

なお、〈原則とフィデューシャリー・デューティー宣言に係る取組状況との対応関係〉には、原則 1～7 の全文（これらに付されている（注）を含みます。）と、原則に対照させて、当社が実施する取組状況及び当社の業務の特性により実施しない取組状況を表示していますので、ご覧ください。

〈お客様の最善の利益の追求〉

1. 平成 29 年 9 月 11 日、代表取締役社長は、役職員に対して、自己及び第三者の利益を優先させることなく、お客様に良質なサービスを提供してお客様の資産形成をサポートし、お客様の最善の利益を図ることが自らの安定したお客様基盤と収益の確保につながることを周知しました。また、同年 10 月 30 日の取締役会において、フィデューシャリー・デューティー宣言の内容及びその主旨を説明し、全取締役の賛同を得ました。
2. 平成 30 年以降、代表取締役社長は、毎年、役職員に対して、「お客様本位の業務運営に関する研修」を行い、お客様本位の企業文化の定着について毎年取締役会に報告しています。
3. 当社は、資産運用のアドバイザーとして、当社が考える「お客様にとっての最善」が必ずしもお客様が望まれる優先事項と一致しない場合があることを認識し、お客様の意向をよく聴き、お客様の優先事項が何なのかを常に考え明確にし、そのうえでお客様ご自身が「お客様にとっての最善」を選択するサポートを行っています。また、営業部門は、お客様と定期的に「お客様にとっての最善」の実現状況について確認を行っています。

4. フィデューシャリー・デューティ・アクションプラン実践の成果(KPI) (令和4年12月末基準) は、次のとおりです。

設定来年率リターン (対象口座:1年超)	口座数						構成比(%)					
	10%超	10%未満 5%以上	5%未満 0%以上	0%未満 ▲5%以上	▲5%超	合計	10%超	10%未満 5%以上	5%未満 0%以上	0%未満 ▲5%以上	▲5%超	合計
Total	2	5	11	8	3	29	7%	17%	38%	28%	10%	100%
<< Equity >>	1	4	2	0	0	7	14%	57%	29%	0%	0%	100%
<< Fixed Income >>	1	1	4	6	3	15	7%	7%	27%	40%	20%	100%
<< REIT >>	0	0	1	0	0	1	0%	0%	100%	0%	0%	100%
<< Others >>	0	0	1	2	0	3	0%	0%	33%	67%	0%	100%
<< Balanced >>	0	0	3	0	0	3	0%	0%	100%	0%	0%	100%
1. 全体では62%の口座でプラスのリターンを達成。												
2. 株式ファンド、バランスでは全ての口座でプラスのリターン。												
3. 債券は、2022年の金利の大幅上昇を受け、プラスのリターンの口座は40%にとどまる。												

当社は、社会の持続可能な発展が、お客様の中長期的な投資収益の拡大のために不可欠であると考えています。社会が持続可能な形で継続的に発展するためには、社会の主要構成要素である企業が、中長期的な視点で環境問題や社会問題へ積極的に取組むことが必要であり、またそれを実現するためには各企業は強固なコーポレートガバナンス体制を構築することが前提になります。

当社が2018年5月から主として欧州投資家向けに運用を行っているルクセンブルグ籍の日本小型株ファンドは、2022年9月に、欧州においてサステナブル・ファイナンス促進の一環として適用されているSFDR規制（サステナブル・ファイナンス開示規制）において、「環境」または「社会」（あるいは双方）の改善を促進するArticle 8 準拠ファンドに分類されました。当該ファンドは、投資先企業の経営者との対話等を通じて気候変動問題への取組みを促し、ポートフォリオレベルにおいて、ベンチマークを下回る炭素強度を実現することを目標とし、財務情報のみならず、ESG（環境・社会・ガバナンス）要因等の非財務情報も考慮し、企業との「建設的な目的を持った対話」（エンゲージメント）を行い、企業分析や投資判断を行うことで、最終受益者の中長期的な投資収益の拡大を目指しています。

当社の親会社であるユニオン・バンケール・プリヴェ・ユービーピー・エス・エーにつきましても、全ての投資判断において持続可能性の側面を考慮するとともに、2025年までにはUBPグループ全体が排出する二酸化炭素量を25%削減するという目標を掲げています。このように、親会社の経営陣は、投資判断だけではなく、UBPグループ全体として積極的にESGに取り組む意思を明らかにし、業務運営を行っています。

5. 当社の経営指標は四半期毎に取締役会に報告され、監査役及び親会社により、継続的にモニタリングが行われています。
6. 当社の業務運営の執行状況については、内部監査において内部管理・内部統制の適切性、有効性、合理性等を検証・評価しています。内部監査担当者は、内部監査報告書について毎年取締役会に報告しています。令和4年度の内部監査における改善指摘事

項はありませんでした。改善推奨項が1項目ありましたが、速やかに改善を行っています。

〈利益相反の適切な管理〉

1. 当社は、利益相反管理に適切に対応するため、運用部門及び営業部門に「利益相反管理者」（運用本部各部の責任者及び営業本部長）を設置し、チーフ コンプライアンス オフィサーを利益相反管理統括責任者としています。利益相反管理者は、各部門における利益相反取引の管理状況について継続的にモニタリングを行い、必要に応じて利益相反管理統括責任者へ報告することとしています。令和4年度において報告された案件はありませんでした。
2. 利益相反管理統括責任者は、利益相反管理者が役割を遂行し、各部門における利益相反管理が適切かつ十分に行われているかどうか継続的にモニタリングを行っています。情報管理に関するモニタリングは、「文書管理規程」等の社内規程に沿ってなされていることを、発注、売買に係るモニタリングは「売買の適切性のモニタリングに関する規程」に従って実施しています。令和4年度において利益相反となる案件はありませんでした。
3. コンプライアンス部門は、役職員に対して「利益相反管理」について毎年研修を行っています。令和4年度につきましても、より効率的な研修実施を行うため、部署別に研修を実施しました。
4. 当社の業務の特性上、下記に記載する利益相反は発生しません。
 - ① 販売会社が、金融商品のお客様への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料の支払いを受けること。
 - ② 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・推奨等すること。
 - ③ 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こと。

〈運用報酬等の明確化〉

1. 経営陣と営業部門は、お客様のコスト控除後の投資収益率と運用リスク並びに投資戦略の特性を考慮して、適切な運用報酬水準を協議し、取締役会から委任されたプロダクト・プラットフォーム・コミッティー・ジャパン（以下、「PPCJ」）において承認を行っています。そのうえで営業部門は、運用報酬水準の設定方法等を各お客様に十分に説明し、運用報酬等のお客様間の公平性に留意しながらお客様と運用報酬等を協議し、決定しています。
2. 前回のフィデューシャリー・デューティー宣言の遵守状況報告（令和4年5月30日付）後に、PPCJは、下記戦略について、想定されるお客様、想定契約形態、想定投資

収益率、取引条件、運用リスク等の観点から、設定された運用報酬等は適切であると判断し、新戦略として承認を行いました。

- ① Climate Growth 戦略
- ② BW Government international Feeder Fund, LP
- ③ Cambell Absolute Return UCITS (CTA 戦略)
- ④ Private Debt 戦略
- ⑤ Global Consumer Loans 戦略

〈重要な情報の分かりやすい提供〉

1. 営業部門は、最終受益者をも念頭に置いた明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実なマーケティング資料の作成および及び情報の提供に努めています。
2. 営業部門は、お客様との情報の非対称性があることを踏まえ、運用報酬等のほか、投資戦略・サービスの勧誘・推奨等（以下、「勧誘・推奨等」）に係る下記の重要な情報をお客様が理解できるよう分かりやすく提供し、お客様との建設的な対話を通して、お客様との共通の利益を創出するように努めています。
 - ① 勧誘・推奨等に係る基本的な利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件
 - ② 勧誘・推奨等が想定されるお客様属性
 - ③ 勧誘・推奨等の選定理由（お客様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みます。）
 - ④ 勧誘・推奨等についてお客様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みます。）及びこれが取引又は業務に及ぼす影響
3. 当社の業務の特性上、お客様に複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等することはありません。
4. 投資一任契約のリスクにつきましては、営業部門は各お客様に十分に、他戦略と比較する等してわかりやすく説明し、特に一般投資家に該当するお客様には、リスクとリターンの関係等基本的な構造を含め、必ず契約締結前交付書面等で確認をしていただいています。
5. コンプライアンス部門は、営業部門が上記を念頭に置いてマーケティング資料等の作成及び提供をしていることを継続的に確認しています。

〈お客様にふさわしいサービスの提供〉

1. 当社は、適格機関投資家、特定投資家及び企業年金基金のお客様を対象として、勧誘・推奨等を行っています。個人のお客様を対象とした勧誘・推奨は行なっていないので、ご了承ください。
当社の業務の特性上、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

融商品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
こともありません。

2. 営業部門は各お客様の意向を確認し、PPCJは、それに基づき各お客様の知識、経験、
資産状況、投資目的及びリスク許容度・リスク管理判断能力等に応じた取引内容や取
引条件に留意し、お客様属性等に則した適正な投資勧誘を行うため、お客様に勧誘・
推奨等を行う前に、取り扱う投資戦略、想定されるお客様、想定契約形態、基本的な
利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件、コスト等を協議・確認し、承認
を行っています。
3. 営業部門は、上記 PPCJ で承認された事項を、想定されるお客様に想定される契約形
態で、十分な情報をもって、お取引に関する基本的な情報をお客様が理解できるよう
分かりやすく提供しています。お客様属性につきましては、法令により「特定投資
家」と「一般投資家」に区分され、「特定投資家」と「一般投資家」間の移行は、「契
約の種類」毎に行うこととなっています（以下、「特定投資家制度」）。各お客様には、
契約を締結する前に特定投資家制度について説明し、お客様属性について確認してい
ます。当該お客様が一般投資家と確認された場合には、マーケティング資料、契約締
結前交付書面及び契約締結時交付書面等で重要な情報について確認しています。当該
お客様が特定投資家と確認された場合には、マーケティング資料等で重要な情報につ
いて確認しています。
4. 投資委員会は、勧誘・推奨等を行うにあたり、勧誘・推奨等の対象となる個別の投資
戦略や各お客様との一連の取引の頻度・金額が、把握したお客様属性や投資目的に適
うものであることの合理的な理由の有無について、継続的に検討・評価を行っていま
す。
5. 営業部門は、お客様の意向に基づき、各お客様属性及び取引実態（売買損益、評価損
益、取引回数、手数料の状況等）を適切に管理し、定期的にお客様に報告し、長期的
な視点にも配慮したフォローアップを適切に行っています。
6. 投資ファンド、運用の再委託先等に対する Due Diligence は、PPCJ 又は投資委員会に
定期的に報告されています。
7. 当社の業務の特性上、お客様に複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・
推奨等することはありません。
8. コンプライアンス部門は、上記取組み等について継続的に確認しています。

〈従業員に対する適切な動機づけの枠組み等〉

1. 平成 29 年 12 月、代表取締役社長は、役職員に対して、お客様本位の業務運営の理解
度とその遂行度合を役職員の業績評価の対象としたことを周知し、これに基づき、毎
年役職員の業績評価を行っています。
2. 経営陣及びコンプライアンス部門は、上記をふまえ、役職員に対して、年次コンプラ

イアンス研修を行い、「お客様本位の業務運営」に関する取組み状況やガバナンス体制の整備状況等について毎年取締役会に報告しています。

以 上

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表

金融事業者の名称	UBPインベストメンツ株式会社
■取組方針掲載ページのURL :	https://www.ubp.com/en/our-offices/ubp-japan
■取組状況掲載ページのURL :	https://www.ubp.com/en/our-offices/ubp-japan

原則		実施・不実施 ※6	取組方針の該当箇所 ※6	取組状況の該当箇所 ※6
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。	実施	<お客様の最善の利益の追求>1~4	<お客様の最善の利益の追求>1~6
	(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。	実施	<お客様の最善の利益の追求>1~4	<お客様の最善の利益の追求>1~6

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。	実施	<利益相反の適切な管理>1	<利益相反の適切な管理>1~4
	(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。 <ul style="list-style-type: none"> 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 	非該当	<利益相反の適切な管理>2	<利益相反の適切な管理>4

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な情報提供すべきである。	実施	<運用報酬等の明確化>1~2	<運用報酬等の明確化>1~2
-----	--	----	----------------	----------------

原則 5	<p>【重要な情報の分かりやすい提供】</p> <p>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。</p>	実施	＜重要な情報の分かりやすい提供＞1～4	＜重要な情報の分かりやすい提供＞1～5
	<p>(注1)</p> <p>重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	実施	＜重要な情報の分かりやすい提供＞2	＜重要な情報の分かりやすい提供＞2
	<p>(注2)</p> <p>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)。</p>	非該当	＜重要な情報の分かりやすい提供＞3	＜重要な情報の分かりやすい提供＞3
	<p>(注3)</p> <p>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。</p>	実施	＜重要な情報の分かりやすい提供＞1	＜重要な情報の分かりやすい提供＞1
	<p>(注4)</p> <p>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、顧客において同様の商品の内容と比較することが容易となるように配意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。</p>	実施	＜重要な情報の分かりやすい提供＞4	＜重要な情報の分かりやすい提供＞4
	<p>(注5)</p> <p>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。</p>	実施	＜重要な情報の分かりやすい提供＞4	＜重要な情報の分かりやすい提供＞4

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。		実施	<お客様にふさわしいサービスの提供> 1~4	<お客様にふさわしいサービスの提供> 1~8
	(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	実施	<お客様にふさわしいサービスの提供> 2	<お客様にふさわしいサービスの提供> 1~8
	(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。	非該当	<お客様にふさわしいサービスの提供> 2	<お客様にふさわしいサービスの提供> 7
	(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。	実施	<お客様にふさわしいサービスの提供> 1	<お客様にふさわしいサービスの提供> 1
	(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。	非該当	<お客様にふさわしいサービスの提供> 1	<お客様にふさわしいサービスの提供> 1
	(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。	実施	<お客様にふさわしいサービスの提供> 4	<お客様にふさわしいサービスの提供> 3

原則 7	【従業員に対する適切な動機づけの仕組み等】 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仕組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。		実施	<役員に対する適切な動機づけの仕組み等>1	<従業員に対する適切な動機づけの仕組み等>1~2
	(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。	実施	<役員に対する適切な動機づけの仕組み等>1	<従業員に対する適切な動機づけの仕組み等>1~2

【照会先】	
部署	コンプライアンス部
連絡先	TOK-Compliance@ubpinvestments.com

※6 「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2~7(これらに付されている(注)を含む)毎に、「実施」、「一部実施」、「不実施」、「非該当」を選択し、取組方針・取組状況の該当箇所(項目名、見出し、ページ等)を記載。