

## フィデューシャリー・デューティー宣言

UBPインベストメンツ株式会社

代表取締役社長 吉原 和仁

### <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「お客様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としてのお客様（以下、「最終受益者」）をも念頭に置きます。）に提供することを宣言します（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定期的に公表し、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ます。

なお、<原則とフィデューシャリー・デューティー宣言の対応関係>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、原則に対応させて、当社が実施する方針及び当社の業務の特性により実施しない方針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. 経営陣は、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、定期的に株主と役職員に対して周知します。代表取締役社長は、お客様本位の業務運営を企業文化として定着させるため、役職員に対して年次研修を行い、お客様本位の企業文化の定着について定期的に取締役会に報告します。
2. 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います。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います。また、フィデューシャリー・デューティー・アクションプラン実践の成果(KPI)を定期的に公表します。
3. 当社の経営計画における予算（営業収益）は、過去の実績を基に策定した経営管理上の指標であり、売上目標ではありません。お客様の満足度が営業収益に反映されると認識しています。
4. 当社の経費支出の合理性については、担当取締役が継続的にモニタリングを行ないま

す。

5. お客様の業務運営の執行状況については、当社の内部監査において業務執行状況や内部管理・内部統制の適切性、有効性、合理性等を検証・評価し、これに基づいて経営陣に対して継続的に助言・勧告等が行なわれます。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ます。

#### <利益相反の適切な管理>

1. 当社は、お客様資産の運用において利害関係者からの不当な影響を排除し、専ら高度な専門性と倫理基準を基に業務を遂行します。当社は、お客様資産の管理において、当社と利害関係者との取引を一切行わないことにより、利益相反の恐れのある立場に自らを置きません。詳細につきましては、当社の「利益相反管理方針」をご覧ください。
2. 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取締役営業本部長）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します。
3. 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のモニタリングを行います。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」に従って実施します。
4. コンプライアンス部門は、役職員に対して「利益相反管理」について定期的に研修を行います。

#### <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、決定します。
2. 投資一任契約に係る報酬及びその他の費用等
  - ① 投資一任契約に係る報酬  
投資一任契約に係る報酬は、当社がお客様のために行う投資判断及び投資の実行の対価としてお支払いいただくもので、契約資産額に年間報酬料率を乗じた額と

します。当社の標準年間報酬料率は下記のとおりですが、個別の受託報酬につきましては、標準報酬料率を基準として、運用スタイルやポートフォリオ組入れ資産の種類等により決定しますので、必ず契約締結時交付書面等で確認をしていただきます。

契約資産額	標準年間報酬料率
25億円までの部分	0.77%（税抜0.70%）
25億円超50億円までの部分	0.66%（税抜0.60%）
50億円超100億円までの部分	0.55%（税抜0.50%）
100億円超の部分	0.44%（税抜0.40%）

## ② その他の費用等

投資一任契約に係る報酬以外に組入れ有価証券等の売買委託手数料、信託事務の諸費用、投資対象資産が外国で保管される場合はその費用、その他の投資一任契約に伴う投資の実行・ポートフォリオ維持のために発生する費用はお客様の負担となりますが、これらはお客様が資産の保管をご契約されている機関（信託銀行等）を通じてご負担頂くことになり、弊社にお支払い頂くものではありません。これらの手数料等の種類ごとの金額もしくはその上限額又はこれらの計算方法の概要及び当該金額の合計額もしくはその上限額又はこれらの計算方法の概要については、お客様が資産の保管をご契約されている機関（信託銀行等）が決定するものであり、また契約資産額・保有期間・運用状況等により異なるため表示することはできませんので、運用報告書等で確認をしていただきます。

## < 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及び情報の提供に努めます。
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説明し、特に一般投資家に該当するお客様には、必ず契約締結前交付書面等で確認をしていただきます。
5. 勧誘・推奨等について各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。）及びこれらが取引または業務に及ぼす影響を説明します。
6. 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・推奨等を行いません。
2. 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。
3. 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PPCJにおいて、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、承認を行います。
4. 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提案します。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、お客様の投資家属性について確認します。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ます。
5. 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合する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・評価を行います。
6. 取り扱う投資戦略の選定及び改廃を行った場合は、公表します。

7. 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います。
8. 営業部門は、勧誘・推奨等に係る理解を深めるよう努めるとともに、お客様に対して、各お客様属性に応じ、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ます。
9. 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ます。

#### < 役職員に対する適切な動機づけの枠組み等 >

1. 経営陣は、役職員のお客様本位の業務運営の理解度とその遂行度合を業績評価における一つの重要な項目と位置付け、役職員に周知を行います。これに基づき、毎年役職員の業績評価を行ないます。
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定期的に取締役会に報告します。

#### < 原則とフィデューシャリー・デューティー宣言の対応関係 >

原則	フィデューシャリー・デューティー宣言
原則1. 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。	<お客様本位の業務運営に関する方針の策定・公表等> 本文
(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。	<お客様本位の業務運営に関する方針の策定・公表等> 本文
原則2. 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。	<お客様の最善の利益の追求> 1～5
(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。	<お客様の最善の利益の追求> 1～5

<p>原則3. 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。</p>	<p>&lt;利益相反の適切な管理&gt; 1～4</p>
<p>(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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul>	<p>&lt;利益相反の適切な管理&gt; 1～4</p>
<p>原則4. 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。</p>	<p>&lt;運用報酬等の明確化&gt; 1～2</p>
<p>原則5. 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>	<p>&lt;重要な情報の分かりやすい提供&gt; 1～6</p>
<p>(注1) 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"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> <li>・ 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）</li> </ul>	<p>&lt;重要な情報の分かりやすい提供&gt;</p> <p>2、5</p> <p>2②</p> <p>2③</p>

<p>・ 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</p>	<p>2④</p>
<p>（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）。</p>	<p>3「該当なし」 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。</p>
<p>（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。</p>	<p>&lt;重要な情報の分かりやすい提供&gt; 1</p>
<p>（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>	<p>&lt;重要な情報の分かりやすい提供&gt; 4</p>
<p>（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。</p>	<p>&lt;重要な情報の分かりやすい提供&gt; 4</p>
<p>原則 6. 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。</p>	<p>&lt;お客様にふさわしいサービスの提供&gt; 1～9</p>
<p>（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</p>	<p>&lt;お客様にふさわしいサービスの提供&gt; 3、7</p>

<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <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>	
<p>（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。</p>	<p>2「該当なし」 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。</p>
<p>（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。</p>	<p>&lt;お客様にふさわしいサービスの提供&gt; 1</p>
<p>（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。</p>	<p>&lt;お客様にふさわしいサービスの提供&gt; 3、5</p>
<p>（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。</p>	<p>&lt;お客様にふさわしいサービスの提供&gt; 4、9</p>
<p>原則 7. 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。</p>	<p>&lt;役職員に対する適切な動機づけの枠組み等&gt; 1～2</p>
<p>（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</p>	<p>&lt;役職員に対する適切な動機づけの枠組み等&gt;</p>



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。	1～2
---	-----

以 上

附則

平成 29 年 9 月 8 日 制定

令和 3 年 1 月 15 日 一部改正

令和 3 年 6 月 7 日 一部改正