金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」について

2025 年 6 月 30 日

野村アセットマネジメント（以下「当社」）は、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下「FD 原則」）を採択し、当該原則の趣旨・精神を踏まえて、その中の原則 1 に基づき「お客様本位の業務運営を実現するための方針」（以下「FD 方針」）を策定しています。また、「プロダクトガバナンスに関する補充原則」（以下「PG 補充原則」）に基づき、FD 方針のもと、「プロダクトガバナンスに関する方針」（以下「PG 方針」）を定め、お客様の最善の利益に適う商品提供を確保するための取り組み（プロダクトガバナンス）を徹底します。

FD 原則 2 から 7 と FD 方針の各項目、PG 補充原則 1 から 5 と PG 方針の各項目のそれぞれの対応関係は、下表の通りです。当社は、FD 方針及び PG 方針に基づく様々な取組みを通じて、お客様本位の業務運営を実現してまいります。

■FD 原則と FD 方針の対応関係表

※以下の対応関係表の「方針に基づく主な取組み」の詳細については、「お客様本位の業務運営の取組み状況のご報告」をご覧ください。

金融庁の原則	説明	対応する当社の方針	方針に基づく主な取組み（※）
原則 2 顧客の最善の利益の追求	方針 1 において、お客様の最善の利益に向けた業務運営を行う旨を定めるとともに、その趣旨を商品の開発や提供、投資信託の運営の観点から徹底すべく、方針 2 及び方針 3 を設けています。	方針 1 お客様の最善の利益に向けた業務運営	**«責任投資の推進»** ➢ 2001 年に議決権行使委員会を設置し、以降体制の強化や様々な取組みを実施。各種委員会に加えて、2021 年にはエンゲージメント推進室（2025 年 4 月にサステナブル投資戦略室に改称）を設置し、責任投資に対する体制整備を推進 ➢ 日本の株式市場における「投資機会」に関する認識ギャップと、日本企業の「市場価格と潜在的な企業価値」に関するギャップを埋めるための情報発信ならびにエンゲージメント活動（Project BRIDGE）を実施 **«重要課題（マテリアリティ）»** ➢ 投資の好循環（インベストメント・チェーン）を通じて持続可能な豊かな社会の実現を目指し、その実現に向けた重要課題（マテリアリティ）を掲げ、責任ある投資家として、また事業会社として、様々な取組みを推進 **«人材育成・強化»** ➢ 人材本位である当社の事業を考慮し、様々な人材育成・強化プログラムを採用するとともに女性活躍の推進に注力 **«サステナビリティ・アドバイザリー・ボード»** ➢ フィデューシャリーとしての取組みやサステナビリティに係る取組みに関し、助言、講評を得ることを

			目的としてサステナビリティ・アドバイザリー・ボード（SAB）を設置し、年 2 回開催。SAB からの助言、講評を活かし、お客様本位の業務運営の推進及びサステナビリティ推進を実施
		方針 2 運用力強化と商品開発・提供	**運用の高度化に向けて：** **«インハウスの運用力向上に向けた取組み»** ➢ インハウスの運用力の一層の向上に向けて、採用・育成・評価の各段階において様々な取組みを推進 ➢ グローバルな運用体制を構築して、グローバル基準で求められる運用付加価値の創造を追求 ➢ パイロットファンドの活用や、資産運用先端技術研究部を通じた定量分析・先端技術を用いた R&D による運用の高度化・高付加価値化の実現、DX 推進部を通じた高度 IT/データエンジニアリングを駆使した運用領域のデジタル化を推進 **運用領域の拡大に向けて：** **«オルタナティブ分野における運用力の強化»** ➢ 個人を含む幅広い投資家にオルタナティブ投資の機会を提供する取組みを推進し、人員増強・体制強化を継続しています ➢ 株式や債券などのパブリック領域に加えて、プライベート領域への投資機会を提供する商品・サービスを拡大 ➢ 公募ファンド「野村日本新鋭成長株ファンド」や、私募ファンド「UntroD 野村クロスオーバーインパクトファンド」など、上場・未上場の垣根を越えた新領域での運用を開始 ➢ 外部委託のみならず、インハウス運用でも、プライベート領域での運用を拡大 ➢ 世界の有力なオルタナティブ運用会社が提供するファンドを組み合わせ、様々な運用課題を持つお客様に最適なソリューションをワンストップで提供するプラットフォーム「野村オルタナティブコネクト」を展開 **«運用業者発掘に関する取組み»** ➢ 新興運用業者促進プログラムの取組みとして、2024 年 12 月に当社 HP に新興運用業者向け特設サイトおよび問い合わせ窓口を設置 ➢ 2025 年 2 月に外国運用会社の日本市場への参入を促進すべく、ニューヨークでセミナーを開

			催 **<u>投資家の資産形成を支えるソリューション提供：</u>** **«お客様の資産形成ニーズに適う商品の提供»** ➢ お客様のご事情や思いに真摯に耳を傾け、より良い商品提供を行うために、2005 年より 20 年にわたり各種意識調査（アンケート）を継続的に実施し、調査結果から得られた情報をお客様のニーズに合った商品の開発に活用 ➢ 公募投信や ETF に加えて、確定拠出年金（DC）ファンドの商品ラインナップ拡充や地方創生応援税制の仕組みを活用した寄附スキームを活用したファンドなど、お客様の資産形成ニーズに適う商品の提供を推進
		方針 3 投資信託の運営・管理	**«基本方針の策定と体制整備»** ➢ FD 方針のもと、PG 方針を策定 ➢ プロダクトガバナンス体制を整備し、プロダクトの品質の維持・向上を企図 **«商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンス»** ➢ 商品の組成時から組成後まで、商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンスの取組みを実施 ➢ 商品組成時：お客様の真のニーズに応えられるように、お客様のニーズと想定顧客に基づいて、商品性を評価、検証 ➢ 商品組成後：お客様の最善の利益に資するように、当社が提供する商品サービスを評価、検証、改善 **«ファンド・レビューの実施と開示»** ➢ ファンド・レビューを通じて「お客様の利益に資する商品提供」、そのための「プロダクトの育成、競争力強化」を目指して、ファンドの評価を実施（2024 年度の対象ファンド数：600 本＊外部委託ファンドも含む） ➢ ファンド・レビューの評価は、「ファンド・レビュー・レポート」としてとりまとめて公表することにより、透明性を向上
原則 3 利益相反の適切な管理	方針 6 において、利益相反管理方針に基づき、利益相反のおそれのある取引等を適切に管理する旨を定めています。加えて、方針 3 に基づく投資信託の運営・管理や方針 7 に基づく経営のガバナンスに係る体制により、利益相反を適切に管理してまいります。		

			«商品改善への取組み» ➢ ファンド・レビューで赤評価（改善すべき点が認められる）となったファンドについては、改善策を講じて一定期間経過したものから進捗状況をレポートとして開示 ➢ 具体的な取組み事例として、「ノムラ日本株戦略ファンド」（運用実績、商品性が２年連続赤評価）については、検討を重ねた結果、重大な約款手続きを経て商品性を変更 **«プロダクトガバナンス有識者会議»** ➢ 社外の視点を採り入れ、プロダクトガバナンスに係る取組みの公正性をより高めることを目的として、外部有識者を招いて講評・助言を頂き、プロダクトガバナンス活動に活用 **«利益相反管理体制»** ➢ 投資信託の運営・管理状況を検証する機関として、独立社外取締役を含む当社等と独立の立場にある者がメンバーの過半数を占めるファンド業務運営諮問会議を設置
		方針６ 利益相反管理	**«方針に基づく厳格な利益相反管理»** ➢ 利益相反によってお客様の利益が不当に損なわれる事態を防止するため、管理対象とする取引等や利益相反の管理体制・管理方法について定めた利益相反管理方針を策定・公表し、それに基づいて厳格な管理を実施 **«利益相反管理体制»** ➢ スチュワードシップ活動において発生する可能性のある利益相反を適切に管理するため、独立性の高い運用・調査関係者で構成される責任投資委員会を設置し、スチュワードシップ活動における方針の策定等を実施 ➢ 投資信託の運営・管理状況を検証する機関として、独立社外取締役を含む当社等と独立の立場にある者がメンバーの過半数を占めるファンド業務運営諮問会議を設置
		方針７ 経営のガバナンス	**«会社のガバナンスの高度化»** ➢ お客様の利益を最優先とする業務運営に向けて、経営の独立性・透明性を一層高めるべく、監査等委員会設置会社として、独立社外取締役を選任するなど、ガバナンスの高度化に向けた取組みを実施

<table>
<tr><td>原則４
手数料等の明確化</td><td>方針４の前段において、お客様に提供する投資信託等の金融商品・サービスについて、お客様にご負担いただくことになる手数料がいかなるサービスの対価であるかを明確化する旨を定めています。</td><td rowspan="2">方針４
分かりやすい情報提供</td><td rowspan="2">«ファンドの新たな分類の提案»
➢ 投資家の皆さまお一人おひとりにあった商品やその組み合わせを選択していただけるように、多種多様な商品を「コア」と「コアプラス」の大きく２つに分けて考えることを提案
«ESG 投資を行うファンドに係る情報提供の強化»
➢ サステナブル投資を普及するための国際団体である GSIA が定義する ESG 投資の手法（サステナブル戦略）を用いて、ESG 投資を行うファンドの明確化を図るとともに、ESG 投資に関する情報発信を実施
«情報発信、投資教育・金融経済教育»
➢ 資産形成を通じた社会課題の解決を目指し、ホームページやソーシャルメディア（SNS）、出張授業、冊子など多様な媒体・ツールを通じた情報発信や投資教育・金融経済教育にかかる取組みを推進
➢ 当社の資産形成アンバサダーを務める伊沢拓司さん率いる知的メディア集団 QuizKnock との協働による金融経済教育への取組みを継続
«重要な情報の提供とお客様にふさわしい商品・サービスの提供»
➢ 公募投資信託では、お客様にとって重要な情報を分かりやすくお伝えするために、重要情報シートによる情報提供を実施
➢ お客様にふさわしい商品・サービスをお届けできるよう勧誘方針の策定・公表や販売会社に対する各種取組みを実施
«運用担当者の開示»
➢ 主要プロダクトを担当する運用者の①投資対象の地域、②運用拠点、③運用者の顔写真、④肩書、⑤投資哲学、⑥主な運用ファンドに関する情報開示を推進
«投資信託に係る開示文書の改善»
➢ お客様に分かりやすい情報を提供すべく、継続的に目論見書等の開示文書の改善を推進
➢ 投資信託の目論見書において、購入時手数料や信託報酬がいかなる役務の対価であるのかを明示</td></tr>
<tr><td>原則５
重要な情報の分かりやすい提供</td><td>方針４の後段において、専門的かつ複雑な情報についても、平易な表現を用いて記述したり、重要な項目を強調したりするなど、創意工夫を凝らすことで、分かりやすく丁寧な情報提供に努める旨を定めています。また、方針 ５ の後段において、お客様にご理解いただけるよう、商品内容やリスク内容等の適切な説明に努める旨、また、販売会社を通じて商品やサービスを提供する場合、それらのリターンやリスク、当社が想定するお客様の属性等の重要な情報を販売会社と共有することで、お客様にふさわしい商品の販売・勧誘が行われるよう努める旨を定めています。なお、当社では、投資信託の直接募集は行っていないため、お客様に対して複数の金融商品・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。</td></tr>
</table>

		方針 5 勧誘における適合性	**«重要な情報の提供とお客様にふさわしい商品・サービスの提供»** ➢ 公募投資信託では、お客様にとって重要な情報を分かりやすくお伝えするために、重要情報シートによる情報提供を実施 ➢ お客様にふさわしい商品・サービスをお届けできるよう勧誘方針の策定・公表や販売会社に対する各種取組みを実施 **«想定顧客にかかる販売会社との連携»** ➢ ニーズにあったファンドを保有することが投資家の利益に資するものであり、長期投資を促すとの観点から、ファンドの商品性に応じた想定顧客の分類を整理。一部ファンドについては採用する販売会社にも専用の交付書面を用いて、想定する顧客属性を伝達 ➢ ブラックストーン・プライベート・エクイティ・ストラテジーズ投信のように、一般的な公募投信とは異なるオルタナティブファンドについては、特定の顧客向けのファンドとして解約制限があることを許容できる投資家を想定している旨を明確化するとともに、販売会社から一定の顧客情報を受領して当該ファンドを保有する投資家属性と想定顧客とのギャップを検証
原則 6 顧客にふさわしいサービスの提供	方針 5 の前段において、お客様の知識、経験、財産の状況及び投資目的に照らして適当と考えられる金融商品・サービスをお勧めする旨を定めています。なお、当社では、投資信託の直接募集は行っていないため、お客様に対して複数の金融商品・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。		
原則 7 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	方針 8 において、役職員に対して方針やそれに基づく取組みを周知するとともに、お客様本位の業務運営を行うことを徹底する旨を定めています。	方針 8 周知徹底	**«フィデューシャリー推進態勢の強化»** ➢ お客様本位の業務運営の重要性やそのために当社が行う各種施策などを周知徹底するために、全役職員向けの研修を継続的に実施

■PG 補充原則と PG 方針の対応関係表

※以下の対応関係表の「方針に基づく主な取組み」の詳細については、「お客様本位の業務運営の取組み状況のご報告」をご覧ください。

金融庁の原則	説明	対応する当社の方針	方針に基づく主な取組み（※）
補充原則 1 基本理念	方針 1 において、企業理念を明らかにし、かかる理念に則り、お客様の最善の利益を実現するため、プロダクトガバナンスを徹底する旨を定めております。	方針 1 基本理念	**«基本方針の策定と体制整備»** ➢ FD 方針のもと、PG 方針を策定 ➢ プロダクトガバナンス体制を整備し、プロダクトの品質の維持・向上を企図 **«商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンス»** ➢ 商品の組成時から組成後まで、商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンスの取組みを実施 ➢ 商品組成時：お客様の真のニーズに応えられるように、お客様のニーズと想定顧客に基づいて、商品性を評価、検証 ➢ 商品組成後：お客様の最善の利益に資するように、当社が提供する商品サービスを評価、検証、改善
補充原則 2 体制整備	方針 2 において、プロダクトガバナンスの実効性を確保するための体制整備について定めております。	方針 2 プロダクトガバナンス体制	**«基本方針の策定と体制整備»** ➢ FD 方針のもと、PG 方針を策定 ➢ プロダクトガバナンス体制を整備し、プロダクトの品質の維持・向上を企図 **«プロダクトガバナンス有識者会議»** ➢ 社外の視点を採り入れ、プロダクトガバナンスに係る取組みの公正性をより高めることを目的として、外部有識者を招いて講評・助言を頂き、プロダクトガバナンス活動に活用 ➢ 開催内容は経営会議に報告されるだけではなく、まとめを開示しており、透明性を高めて、プロダクトガバナンスの実効性を向上
補充原則 3 金融商品組成時の対応	方針 3 において、金融商品の組成にあたり、その商品性が想定するお客様の真のニーズに合致することを、商品の持続可能性や合理性などと併せて確認することを定めております。また、方針 5 において、組成する	方針 3 金融商品の組成	**«商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンス»** ➢ 商品の組成時から組成後まで、商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンスの取組みを実施 ➢ 商品組成時：お客様の真のニーズに応えられるように、お客様のニーズと想定顧客に基づいて、商品性を評価、検証

<table>
<tr><td></td><td>商品ごとに想定するお客様の属性を販売会社に伝達することに加えて、特定のニーズに向けた商品については理解を促進する施策を講じる旨を定めております。</td><td rowspan="2">方針５
想定するお客様の属性に関する販売会社との連携</td><td rowspan="2">«重要な情報の提供とお客様にふさわしい商品・サービスの提供»
➢ 公募投資信託では、お客様にとって重要な情報を分かりやすくお伝えするために、重要情報シートによる情報提供を実施
➢ お客様にふさわしい商品・サービスをお届けできるよう勧誘方針の策定・公表や販売会社に対する各種取組みを実施
«想定顧客にかかる販売会社との連携»
➢ ニーズにあったファンドを保有することが投資家の利益に資するものであり、長期投資を促すとの観点から、ファンドの商品性に応じた想定顧客の分類を整理し、一部ファンドについては採用する販売会社にも専用の交付書面を用いて、想定する顧客属性を伝達
➢ ブラックストーン・プライベート・エクイティ・ストラテジーズ投信のように、一般的な公募投信とは異なるオルタナティブファンドについては、特定の顧客向けのファンドとして解約制限があることを許容できる投資家を想定している旨を明確化するとともに、販売会社から一定の顧客情報を受領して当該ファンドを保有する投資家属性と想定顧客とのギャップを検証</td></tr>
<tr><td>補充原則４
金融商品の組成後の対応</td><td>方針 4 において、組成後の商品についてお客様目線を採り入れた検証、評価を行い、その評価結果に基づき、改善等を促進していく旨を定めております。また、方針 5 において、販売会社との間で情報連携に努め、より良い金融商品の提供に向けて活用する旨を定めております。</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>方針４
金融商品の評価・改善等</td><td>«商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンス»
➢ 商品の組成時から組成後まで、商品のライフサイクルを通じたプロダクトガバナンスの取組みを実施
➢ 商品組成後：お客様の最善の利益に資するように、当社が提供する商品サービスを評価、検証、改善
«ファンド・レビューの実施と開示»
➢ ファンド・レビューを通じて「お客様の利益に資する商品提供」、そのための「プロダクトの育成、競争力強化」を目指して、ファンドの評価を実施（2024 年度の対象ファンド数：600 本＊外部委託ファンドも含む）
➢ ファンド・レビューの評価は、「ファンド・レビュー・レポート」としてとりまとめて公表することにより、透明性を向上
«商品改善への取組み»
➢ ファンド・レビューで赤評価（改善すべき点が認められる）となったファンドについては、改善策を</td></tr>
</table>

			講じて一定期間経過したものから進捗状況をレポートとして開示 ➢ 具体的な取組み事例として、「ノムラ日本株戦略ファンド」（運用実績、商品性が２年連続赤評価）については、検討を重ねた結果、重大な約款手続きを経て商品性を変更
補充原則５ 顧客に対する分かりやすい情報提供	方針 6 において、お客様に十分な情報をもとにより良い金融商品を選択できるようにするために、グローバルな運用体制やプロダクトガバナンス体制等についてホームページにおいて公表すること、加えてプロダクトガバナンスに係る取組みの透明性向上を図る旨を定めております。	方針６ 分かりやすい情報提供	**«ファンド・レビューの実施と開示»** ➢ ファンド・レビューの評価は、「ファンド・レビュー・レポート」としてとりまとめて公表することにより、透明性を向上 **«商品改善への取組み»** ➢ ファンド・レビューで赤評価（改善すべき点が認められる）となったファンドについては、改善策を講じて一定期間経過したものから進捗状況をレポートとして開示 **«重要な情報の提供とお客様にふさわしい商品・サービスの提供»** ➢ 公募投資信託では、お客様にとって重要な情報を分かりやすくお伝えするために、重要情報シートやホームページを通じた情報提供を実施 ➢ お客様にふさわしい商品・サービスをお届けできるよう勧誘方針の策定・公表や販売会社に対する各種取組みを実施 **«運用担当者の開示»** ➢ 主要プロダクトを担当する運用者の①投資対象の地域、②運用拠点、③運用者の顔写真、④肩書、⑤投資哲学、⑥主な運用ファンドに関する情報開示を推進 **«投資信託に係る開示文書の改善»** ➢ お客様に分かりやすい情報を提供すべく、継続的に目論見書等の開示文書の改善を推進 ➢ 投資信託の目論見書において、購入時手数料や信託報酬がいかなる役務の対価であるのかを明示 **«プロダクトガバナンス有識者会議»** ➢ 開催内容は経営会議に報告されるだけではなく、まとめを開示しており、透明性を高めて、プロダクトガバナンスの実効性を向上