「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」にかかる2025年度取組状況

2026年6月

農林中金全共連アセットマネジメント株式会社

【方針1の取り組み】お客さま本位の業務運営に関する取組方針の策定・公表

原則1・(注)

- **農林中金全共連アセットマネジメント株式会社は、「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」を定め、お客さま本位の業務運営に取り組んでおります。**
- **その中で、お客さまの最善の利益に適った商品提供を行うために「プロダクトガバナンス方針」を定め、商品の組成・提供・管理のサイクルを通じて、お客さまにとってふさわしい商品の提供と品質向上に努めております。**
- **本レポートでは、2025年度の主な取り組みについて、ご報告いたします。**

取組内容

方針１	お客さま本位の業務運営に関する取組方針の策定・公表	・・・	P1
方針２	お客さまの最善の利益の追求	・・・	P2
方針３	利益相反の適切な管理	・・・	P5
方針４	手数料等の明確化	・・・	P6
方針５	重要な情報の分かりやすい提供	・・・	P7
方針６	お客さまにふさわしいサービスの提供	・・・	P8
方針７	役職員に対する適切な動機づけの枠組み等	・・・	P9
-	プロダクトガバナンスにかかる取り組み	・・・	P10
（参考）	お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針	・・・	P12

■当社「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」 -抜粋-

1.お客さま本位の業務運営に関する取組方針の策定・公表

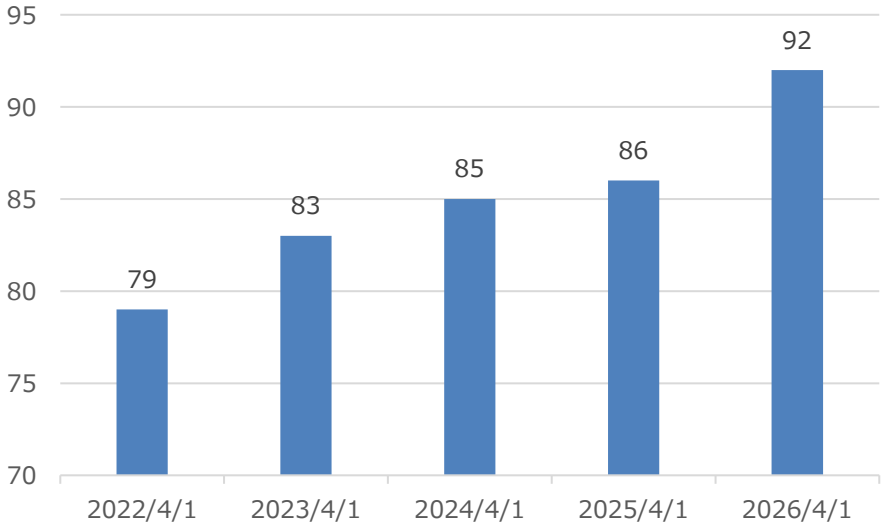
農林中金全共連アセットマネジメント株式会社は、受託者責任を全うすることを第一に掲げた「経営理念」の実現に向けて、金融庁より公表された「顧客本位の業務運営に関する原則」をすべて採択するとともに、本方針を定め、引き続きお客さま本位の業務運営に努めます。また本方針は定期的に見直しを行いながら、取組状況を定期的に公表し、より良い業務運営の実現に努めます。

【方針2の取り組み】お客さまの最善の利益の追求

- **お客さまのニーズが多様化・複雑化する中、グループ一丸となって資産運用ビジネス強化の取り組みを進め、運用力・商品力の強化に取り組んでおります。**
- **運用力・商品力の強化に取り組む中、「LSEG・リッパー・ファンド・アワード・ジャパン 2026」におきまして、最優秀ファンド賞を受賞しました。**

投資プロフェッショナル人数

資産運用ビジネス強化の取り組みを含めた体制強化により、投資プロフェッショナルは**92名**へ増加



(注)投資プロフェッショナルとは、ファンドマネージャー等運用業務に従事する職員

ファンドアワード受賞

LSEG Lipper Fund Awards Winner 2026 Japan

<受賞内容>

最優秀ファンド賞/投資信託部門

カテゴリー	受賞ファンド
分類：株式型　日本　インカム 評価期間：3年・5年・10年	ＮＺＡＭ 日本好配当株オープン（３ヵ月決算型） 【愛称：四季の便り】

詳しくは LSEG リッパー・ファンド・アワード 2026 ジャパンをご覧ください。

<当ファンドの主な受賞歴>

2023年：評価期間 5年
2024年：評価期間 5年
2026年：評価期間 3年・5年・10年

当社は継続的に、プロフェッショナル人材による運用体制の維持・強化に努めております。

運用力・商品力の強化に取り組む中、「LSEG・リッパー・ファンド・アワード・ジャパン 2026」におきまして、最優秀ファンド賞を受賞しました。

【方針2の取り組み】お客さまの最善の利益の追求

- ◆ 幅広いお客さまの多様なニーズにお応えすべく、JAでお取り扱いしている投資信託の商品ラインナップを拡大し、更なる投資機会の提供に取り組みました。
- ◆ 証券取引所に上場している投資信託（ETF）については、商品ラインナップを拡大するとともに信託報酬の引き下げおよび投資単位の引き下げ（小口化）を行い投資機会の提供に取り組みました。

JA窓販

JAバンク向けとなるJAバンクよりそいノーロードシリーズ5商品を設定しました
（2025/8より、全国のJAで順次取り扱い開始中）

ETF

ETFを軸とした投資機会拡大・コスト低減・アクセス向上による顧客価値の向上

■ ETF上場

ETFの新規上場10本により投資対象・手法の選択肢を拡充し、市場取引を通じた投資機会の提供体制を整備。上場本数や流動性を指標として適切な商品設計・モニタリングを行い、多様なニーズへの対応による顧客の最善の利益の実現に向けた取組を実施。（2026/3/19上場）

■ 信託報酬の引き下げ

一部ファンドにおいて信託報酬の引き下げを実施し、費用構造の見直しを通じて長期投資におけるコスト負担の軽減・適正化を図るとともに、報酬率水準等を指標として継続的な検証を行い、顧客利益に資するコスト提供に向けた取組を実施。

■ 投資単位の引き下げ（小口化）

投資単位の引き下げにより少額投資に対応した投資環境を整備し、投資アクセスの向上を通じた顧客の最善の利益の実現に向けた取組を実施。

【方針2の取り組み】お客さまの最善の利益の追求

原則2
(注)

◆ **企業における知的財産・無形資産の戦略的活用を促進する活動を通じて、投資先企業の中長期的な企業価値の向上に取り組み、お客さまの最善の利益の追求に努めております。**

企業に知財・無形資産の戦略的な活用を促す取組み

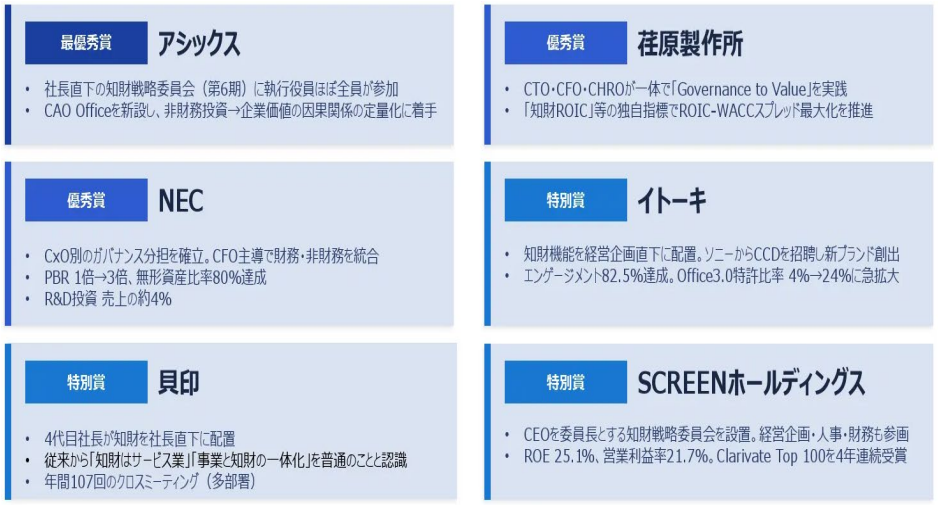
- 「知財・無形資産ガバナンス表彰」の審査委員として、企業に知財・無形資産の戦略的な活用の促進に取り組んでいます。(2026年2月)

知財・無形資産ガバナンス推進協会

2025年度知財・無形資産ガバナンス表彰
【最優秀賞】株式会社アシックス
【優秀賞】株式会社荏原製作所、
日本電気株式会社
【特別賞】株式会社イトーキ
貝印株式会社
株式会社SCREENホールディングス

2025年度「知財・無形資産ガバナンス表彰」の審査委員として、 知的財産や無形資産を生かし企業価値を高めた上場会社の表彰を通じて、知財・無形資産の活用促進に取り組んでいます。

2025年度 受賞企業のポイント



出所：知財・無形資産ガバナンス推進協会

【方針3の取り組み】利益相反の適切な管理

原則3・(注)

- ◆ お客さまと当社、お客さまとグループ会社、お客さま同士、それぞれに利益相反が生じるおそれがあるものを類型化し、適切な管理を実施しております。
- ◆ 「議決権行使モニタリング委員会」において、投資先企業の議決権行使における利益相反のモニタリングに取り組みました。

利益相反管理の概要

●「利益相反管理のための基本方針」等に基づき利益相反を管理

お客さまと当社、お客さまとグループ会社、お客さま同士、それぞれに利益相反が生じるおそれがあるため、以下の項目を定めています。

①利益相反の可能性がある行為の類型
②利益相反の可能性がある行為の特定および管理の体制
③利益相反の可能性がある行為の管理方法

●利益相反の管理方法

利益相反のおそれがある場合の管理方法としては、下記の方法のいずれかに基づいて行います。

①利益相反が生じる可能性のある複数の取引について、情報を遮断
②利益相反が生じないように取引の内容・方法を変更
③利益相反が生じる可能性のある取引を行わない
④利益相反の可能性があることを顧客等の関係者に適切に開示

2025年度における利益相反管理の主な取り組み

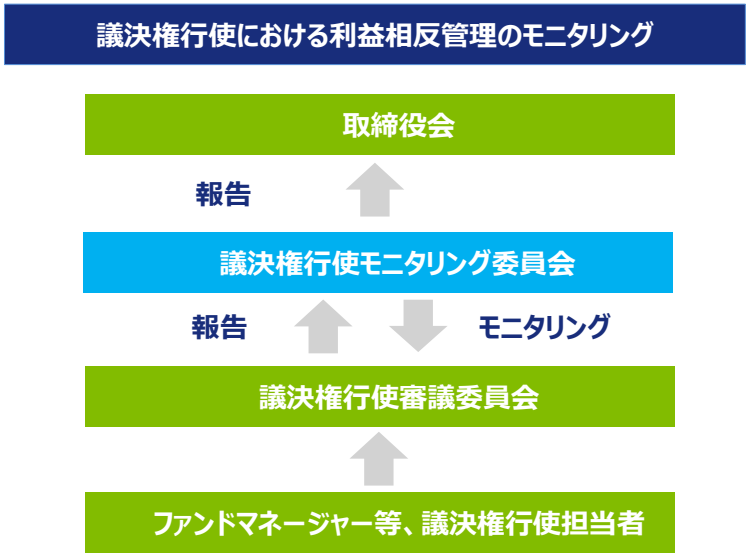
- ●「コンプライアンス委員会」における2024年度の利益相反の管理状況の検証
- ●新規ファンド組成時における利益相反の可能性の確認と適切な管理の実施
- ●議決権行使における利益相反のモニタリング（右の内容参照）
- ●新規業務における利益相反の可能性等の確認

■「利益相反管理のための基本方針」の詳細は、以下URLをご覧ください。
https://www.ja-asset.co.jp/others/interestpolicy/index.html

議決権行使における利益相反管理

当社の議決権行使は、運用部門が所管する「議決権行使審議委員会」を軸に実施しています。運用部門・営業部門とは独立したコンプライアンス部門が所管する「議決権行使モニタリング委員会」を設置し、個別の議決権に対する利益相反の有無、議決権行使の判断の基となる議決権行使ガイドラインの内容に利益相反のおそれがあるものはないかのモニタリングを行い、その結果を取締役会に報告しています。

2025年度は、「議決権行使モニタリング委員会」を5回開催し問題となる利益相反取引はありませんでした。

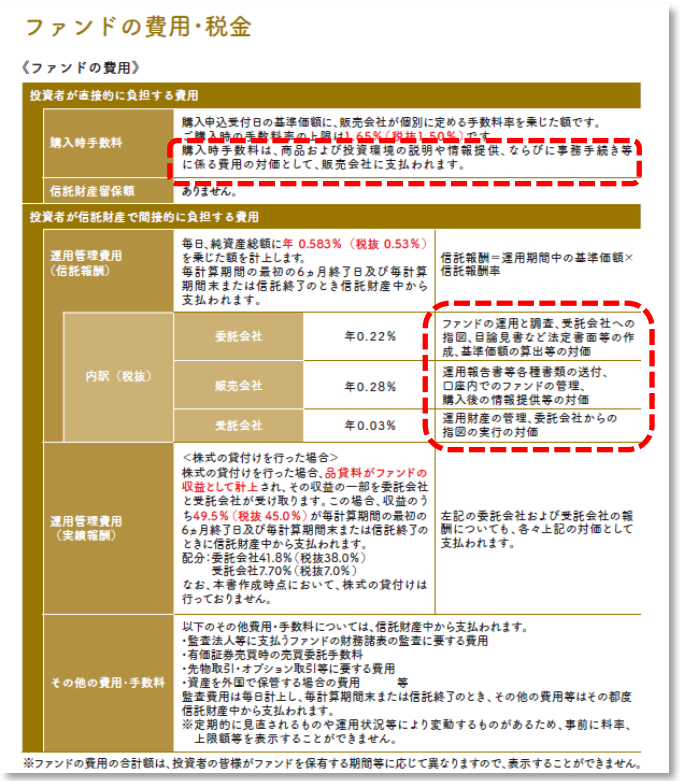


【方針4の取り組み】手数料等の明確化

- ◆ 投資に際しお客さまにご負担いただく費用については、投資信託説明書（交付目論見書）や交付運用報告書において、各種費用の内容やどのようなサービスの対価であるかなど、表を用いて分かりやすい情報提供に取り組みました。
- ◆ 当社商品の販売窓口である販売員が、各種費用の内容や重要性、具体的な金額などをお客さまに分かりやすく説明できるよう、研修等によるサポートを行いました。

投資信託説明書（交付目論見書）

●記載例



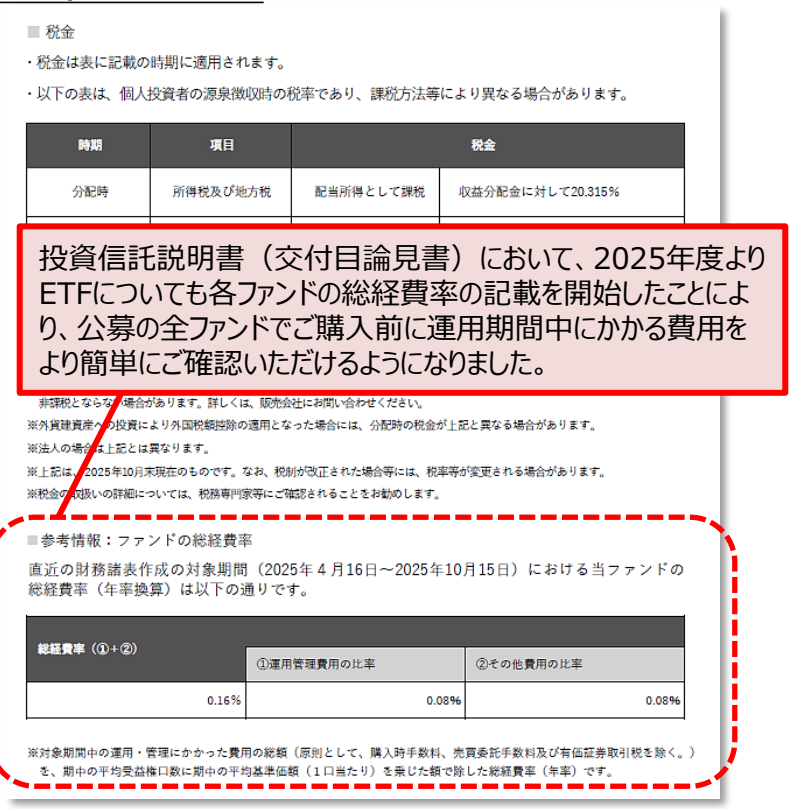
ファンドの費用・税金

《ファンドの費用》

投資者が直接的に負担する費用			
購入時手数料	購入申込受付日の基準価額に、販売会社が個別に定める手数料率を乗じた額です。 購入時の手数料率の上限は、3.85%（税抜 3.50%）です。 購入時手数料は、商品および投資環境の説明や情報提供、ならびに事務手続き等に係る費用の対価として、販売会社に支払われます。		
信託財産留保額	ありません。		
投資者が信託財産で間接的に負担する費用			
運用管理費用（信託報酬）	毎日、純資産総額に年 0.583%（税抜 0.53%）を乗じた額を計上します。 毎計算期間の最初の6ヵ月終了日及び毎計算期間末または信託終了のとき信託財産中から支払われます。		信託報酬＝運用期間中の基準価額×信託報酬率
内訳（税抜）	委託会社	年0.22%	ファンドの運用と調査、受託会社への指図、目論見書など法定書面等の作成、基準価額の算出等の対価
	販売会社	年0.28%	運用報告書等各種書類の送付、口座内でのファンドの管理、購入後の情報提供等の対価
	受託会社	年0.03%	運用財産の管理、委託会社からの指図の実行の対価
運用管理費用（実績報酬）	＜株式の貸付けを行った場合＞ 株式の貸付けを行った場合、品貸料がファンドの収益として計上され、その収益の一部を委託会社と受託会社が受け取ります。この場合、収益のうち49.5%（税抜 45.0%）が毎計算期間の最初の6ヵ月終了日及び毎計算期間末または信託終了のときに信託財産中から支払われます。 配分：委託会社41.8%（税抜38.0%） 受託会社7.70%（税抜7.0%） なお、本書作成時点において、株式の貸付けは行っておりません。		左記の委託会社および受託会社の報酬についても、各々上記の対価として支払われます。
その他の費用・手数料	以下のその他費用・手数料については、信託財産中から支払われます。 ・監査法人等に支払うファンドの財務諸表の監査に要する費用 ・有価証券売買時の売買委託手数料 ・先物取引・オプション取引等に要する費用 ・資産を外国で保管する場合の費用　　等 監査費用は毎日計上し、毎計算期間末または信託終了のとき、その他の費用等はその都度信託財産中から支払われます。 ※定期的に見直されるものや運用状況等により変動するものがあるため、事前に料率、上限額等を表示することができません。		

※ファンドの費用の合計額は、投資者の皆様がファンドを保有する期間等に応じて異なりますので、表示することができません。

●その他取組事項について



■税金

・税金は表に記載の時期に適用されます。

・以下の表は、個人投資者の源泉徴収時の税率であり、課税方法等により異なる場合があります。

時期	項目	税金	
分配時	所得税及び地方税	配当所得として課税	収益分配金に対して20.315%

非課税とならない場合があります。詳しくは、販売会社にお問い合わせください。

※外貨建資産への投資により外国税額控除の適用となった場合には、分配時の税金が上記と異なる場合があります。

※法人の場合は上記とは異なります。

※上記は、2025年10月末現在のものです。なお、税制が改正された場合等には、税率等が変更される場合があります。

※税金の取扱いの詳細については、税務専門家等にご確認されることをお勧めします。

■参考情報：ファンドの総経費率

直近の財務諸表作成の対象期間（2025年４月16日～2025年10月15日）における当ファンドの総経費率（年率換算）は以下の通りです。

総経費率（①+②）	①運用管理費用の比率	②その他費用の比率
0.16%	0.08%	0.08%

※対象期間中の運用・管理にかかった費用の総額（原則として、購入時手数料、売買委託手数料及び有価証券取引税を除く。）を、期中の平均受益権口数に期中の平均基準価額（１口当たり）を乗じた額で除した総経費率（年率）です。

投資信託説明書（交付目論見書）において、2025年度よりETFについても各ファンドの総経費率の記載を開始したことにより、公募の全ファンドでご購入前に運用期間中にかかる費用をより簡単にご確認いただけるようになりました。

お客さまへの分かりやすい情報提供に資する研修等の開催

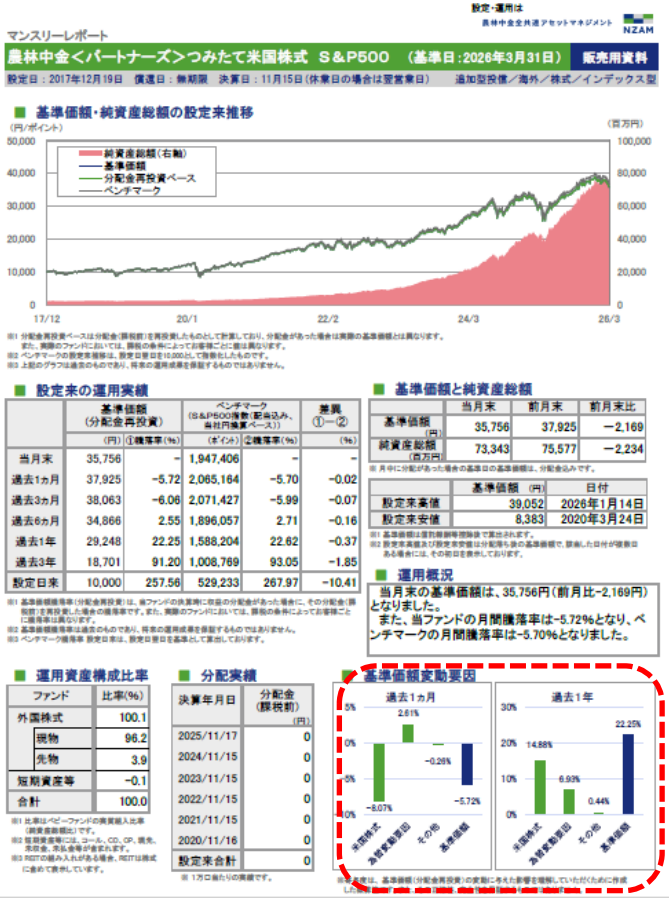
お客さまの直接の窓口となる販売員向けの研修会等を実施（2025年度：281件）し、各種費用の内容や重要性、具体的な金額などを含む各種の重要な情報が、お客さまに分かりやすく説明されるよう、図やグラフを用いた理解しやすい研修資料の作成と、研修内での丁寧な解説に努めました。

【方針5の取り組み】重要な情報の分かりやすい提供

- ◆ 販売用資料や投資信託説明書においては、投資信託協会の定める諸規則等に基づき、商品の仕組み、投資対象や投資方針、リスク、運用体制等のお客さまにとって重要な情報をもれなく記載するとともに、より重要な情報についてはグラフやイメージイラスト等も活用しながら表示に強弱を加え、明確かつ平易で誤解を招くことのない、より分かりやすい情報提供に取り組みました。
- ◆ 商品に関するお問合せに対しては誠実かつ丁寧な回答に努めるとともに、複雑又はリスクの高い商品については、基本的な構造の詳しいご説明や、ご理解いただきたい箇所を強調するなど、より丁寧な情報提供に努めました。

販売用資料（月次運用報告）

●当社ご提供資料の一例（一部抜粋）


マンスリーレポート
農林中金<パートナーズ>つみたて米国株式 S&P500 （基準日：2026年3月31日） 販売用資料
基準価額・純資産総額の設定来推移
設定来の運用実績
基準価額と純資産総額
運用概況
当月末の基準価額は、35,756円（前月比−2,169円）となりました。
また、当ファンドの月間騰落率は−5.72%となり、ベンチマークの月間騰落率は−5.70%となりました。
運用資産構成比率
分配実績
基準価額変動要因
過去1カ月
過去1年

基準価額要因分解を複数期間表示

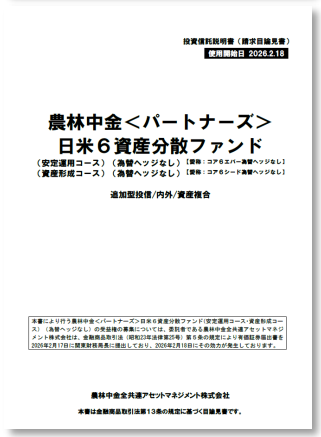
販売用資料に複数期間での要因分解を記載し、月次だけでなく、長期的な目線で丁寧な情報提供に努めました。

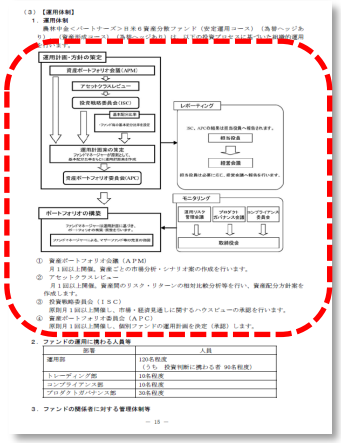
投資信託説明書

●当社ご提供資料の一例（一部抜粋）

投資信託説明書（交付目論見書）
農林中金〈パートナーズ〉
日米６資産分散ファンド

ファンドの目的・特色
ファンドの目的
ファンドの特色
ファンドの仕組み


農林中金＜パートナーズ＞
日米６資産分散ファンド
追加型投信／内外／資産複合


運用体制
運用計画・方針の策定
モニタリング

商品の仕組み、投資対象、運用体制等の重要な情報を分かりやすく提供することに努めました。

【方針6の取り組み】お客さまにふさわしいサービスの提供

- **販売会社等との連携やお客さまとの面談を通じ、投資ニーズ、運用状況、お客さまの知識や経験、属性等の把握に努めるとともに、お客さまや販売員向けの勉強会・セミナー・面談等を通じた情報発信等により、お客さまにふさわしい商品・サービスの提供、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップに取り組みました。**
- **お客さまに提供される重要情報シートについて、販売会社に対して、販売対象として想定するお客さまの属性を含む、当社商品に関する重要な情報の適切な提供に取り組み、お客さまによりふさわしい商品・サービスが提供されるよう努めました。**

2025年度の各種勉強会・セミナーの開催件数

●よりふさわしい商品・サービス提供に向けた各種勉強会・セミナー

直接お客さまに商品の内容をご説明いただく販売会社の販売員向けに、当社の提供する商品の内容や特性に関する情報がお客さまにより分かりやすく提供されるよう、研修を実施しております。
また、投資家の皆さまに向けても、市場動向や投資環境、当社の商品性などに関する勉強会・セミナーを開催しております。

対象	開催件数	主な内容
販売会社向け	281	販売員向け研修等
投資家向け	530	市場見通し、商品性等
合計	**811**	

(注)開催件数は、2025/4～2026/3の1年間に開催した勉強会・セミナー件数

販売会社に対する商品の重要な情報の提供

●重要情報シートに関する2025年度の主な取り組み

販売会社に対して、当社が提供する商品の重要な情報（ファンド特性・想定するお客さま属性等）を、適切かつ分かりやすい内容で提供し、お客さまによりふさわしい商品・サービスが提供されるよう努めました。

●販売会社との情報連携強化に向けた取り組み

運用会社や販売会社等から構成されるプロダクトガバナンスの実効性確保に向けた検討部会で議論した製販間の情報共有がスタートし、販売会社と連携して対応しました。

販売会社に提供している情報	主な内容
商品等の内容	ファンドの特性や想定するお客さま属性等
リスクと運用実績	ファンドのリスクや収益率等
費用	手数料等
換金・解約の条件	償還期限や解約時手数料等
租税の概要	税率やNISA対象の有無等
その他参考情報	指数の利用にかかる説明等

【方針7の取り組み】役職員に対する適切な動機づけの枠組み等

- ◆ 「顧客本位の業務運営に関する原則」および当社の取組方針については、業務計画と関連づけながら、各種社内会議、人事面談などを通じて、「経営理念」「共有する価値観」とともに役職員の職業倫理・専門性向上等にかかる意識の醸成および企業文化の定着を図り、業績評価とも連動させることで、自発的にお客さま本位の業務遂行に取り組む体制の維持・強化に努めております。
- ◆ 「人材育成研修プログラム」に基づく社内外研修の実施等により、当社役職員一人ひとりの専門知識やスキルの習得・研鑽に取り組むとともに、プロフェッショナル人材による運用体制の維持・強化を目指し、総合職の新卒採用を開始しました。

2025年度研修実績

高度な専門性を有し誠実・公正な業務を行うことができる人材の育成に向けて「人材育成研修プログラム」を策定し、社内外研修を実施しました。
また、各種外部資格取得に応じた助成制度を設けて、職員の資格取得を奨励しています。
Web学習ツールを継続し、ビジネス関連・IT関連の講座を自由に選択受講できる環境としています。

●内部研修

開催件数	主な内容
57	人権、情報セキュリティ、マネーロンダリング、業績評価制度、コンプライアンス、IT、サステナビリティ

●外部研修

参加人数(延べ人数)	主な内容
182	ファンドマネジメント（投資、リスク管理、開示等）、IT、金融規制

(注)開催件数、参加人数は、2025/4～2026/3の1年間に開催したもの

投資プロフェッショナルの育成

当社は、プロフェッショナル人材による運用体制の維持・強化を継続的に目指しています。2026年度に採用した新卒総合職については、将来の投資プロフェッショナルとして育成を進めています。今後も総合職の新卒採用を継続することで、体制の一層の強化を図ってまいります。

ＷＥＢ会社説明会動画と説明会資料

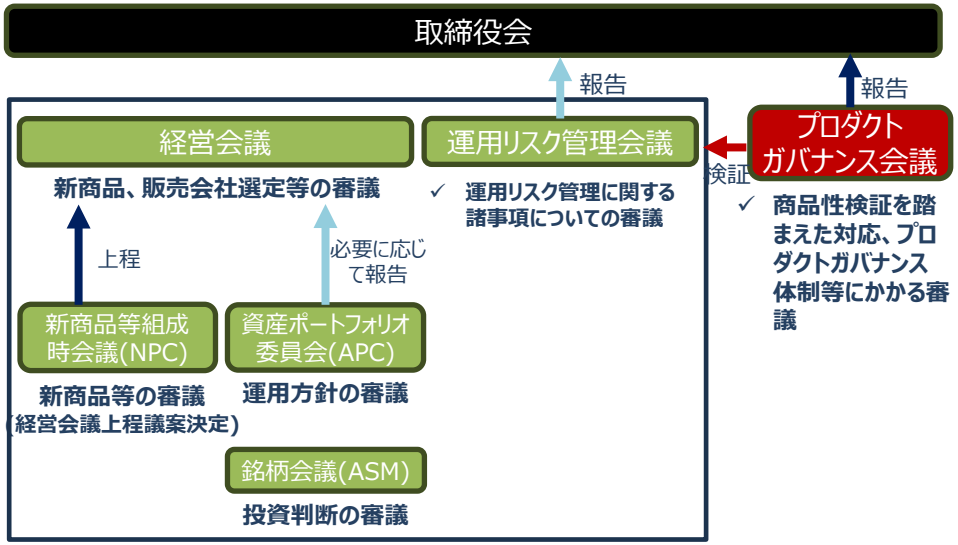
【プロダクトガバナンスにかかる取り組み】

- お客さまの最善の利益に適ったより良い金融商品を提供するために「プロダクトガバナンス方針」を**2025年4月**に設定しました。
- 当方針のもと、お客さまにご提供する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、「プロダクトガバナンス会議」を**設置し、商品性の検証および課題への対応方針の審議・対応状況の確認を行いました。**
- プロダクトガバナンスの方針や体制図は、当社ホームページに掲載しているほか、運用体制等についても投資信託説明書（請求目論見書）内に記載する等、分かりやすい情報提供に努めております。

プロダクトガバナンス方針

方針1	**基本理念** 農林中金全共連アセットマネジメント株式会社は、受託者責任を全うすることを第一に掲げた「経営理念」の実現に向けて、お客さま本位の業務運営に関する取組方針を定め、取り組んでおります。 その中で、お客さまの最善の利益に適った商品提供を行うために本プロダクトガバナンス方針を定め、商品の組成・提供・管理のサイクルを通じて、お客さまにとってふさわしい商品の提供と品質向上に努めます。
方針2	**体制** プロダクトガバナンスの実効性を確保することを目的に、組成、販売、管理にかかる取組みの経営会議や運用リスク管理会議等での審議に加え、プロダクトガバナンス会議を設置し、商品性の検証を踏まえた対応等を審議し、商品や商品ラインナップの品質向上、プロダクトガバナンス体制の強化に取り組みます。 プロダクトガバナンス会議の結果については、取締役会へ報告するガバナンス体制を構築します。
方針3	**商品組成時の取組み** 商品の組成時において、お客さまとの対話や販売会社との情報連携を通じてお客さまの真のニーズの把握に努め、お客さまにとってふさわしい商品となっているか、運用手法、商品スキーム、リスク管理、運用体制等について、十分な検証を行うこととします。 複雑又はリスクの高い金融商品については、販売対象として想定するお客さまの属性を特定し、販売会社への情報提供に努めます。
方針4	**商品組成後の取組み** 商品の組成後において、組成時に想定した商品性が確保されているか、検証を行い、その結果を商品や商品ラインナップの品質向上等につなげてまいります。 また、お客さまにとってふさわしい商品を提供し続けるためにお客さまとの対話や販売会社との情報連携に努めます。
方針5	**情報提供** お客さまがより良い金融商品を選択できるよう、商品の運用体制やプロダクトガバナンス全般の体制等について、分かりやすい情報提供に努めます。

プロダクトガバナンス体制図



当方針のもと、商品提供にかかるPDCAを一気通貫で取り組むことで商品性改善・強化につなげてまいります。

商品性検証等を踏まえた対応やプロダクトガバナンス体制にかかるものを取締役会を含め確認・審議するガバナンスを構築しました。

【プロダクトガバナンスにかかる取り組み】

◆ **販売会社等との連携やお客さまとの面談を通じて把握した投資ニーズをもとに、お客さまにふさわしい商品とするための開発、運用・管理に取り組みました。**

お客さまにふさわしい商品の開発

●当社の商品開発プロセス

新規商品の開発にあたっては、様々な情報チャネルから、お客さまの投資ニーズを広く把握するよう努めながら、運用・営業・企画・リスク管理等の関係部署による、運用手法・スキーム・リスク管理等についての協議を経て意思決定を行っており、それぞれのお客さまにふさわしい、適切な商品・サービスの提供に取り組んでおります。

設定件数	2025年度の主な取り組み
66	機関投資家のお客さま向けに国内外の債券やクレジット等のファンドを設定したほか、公募投信（窓販向け）のラインナップを拡大しました。

(注)設定件数は、2025/4～2026/3の1年間に設定したファンド件数

ファンド運用

●資産ポートフォリオ委員会

ファンドの運用状況の定期的なモニタリングおよび運用方針に関する意思決定を行う目的で、原則として月1回以上の定期開催としているほか、ファンド組成時や市場環境の変化等に応じて随時開催しており、機動的な運営を行っております。

●銘柄会議

あらかじめ定められた運用方針の範囲内において、相対的な優位性分析や市場見通し等に基づき、銘柄選択、売買タイミング、ならびにファンド保有資産に係る条件変更等について審議を行い、ファンド運用における投資判断を決定することを目的として、随時開催しております。

ファンド運用管理

●運用リスク管理会議

ファンドのパフォーマンス・運用リスクのモニタリング結果や運用計画と実績の検証結果を月次で確認しており、取締役会に報告しております。
（2025年度：12回開催）

●プロダクトガバナンス会議

「運用リスク管理会議」におけるファンドパフォーマンスモニタリングにプロダクトガバナンスの視点を加える趣旨で、既往ファンドにおけるリスク・リターン特性の評価、他社ファンドとの比較、商品性の検証 <ファンドレビュー> を実施し、それに基づく対応策の検討を行い、取締役会に報告しております。
（2025年度：4回開催）

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社取組方針	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」
1. お客さま本位の業務運営に関する取組方針の策定・公表	**原則1【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等】**
農林中金全共連アセットマネジメント株式会社は、受託者責任を全うすることを第一に掲げた「経営理念」の実現に向けて、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」をすべて採択するとともに、本方針を定め、引き続きお客さま本位の業務運営に努めます。また本方針は定期的に見直しを行いながら、取組状況を定期的に公表し、より良い業務運営の実現に努めます。	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。
2. お客さまの最善の利益の追求	**原則2【顧客の最善の利益の追求】**
私たちは、高い倫理観の下で受託者責任を全うする資産運用会社として、不断に専門性の向上に努め、ニーズに適った投資手段を提供することを通じてお客さまの利益に貢献していきます。 またこうした経営理念が、企業文化としてより一層定着するよう努めます。 私たちは、誠実公正に業務を行い、お客さまとのお取引に際し、お客さま本位の良質なサービスを提供し、お客さまの最善の利益を図ることにより、みなさまから信頼される企業として、安定した事業運営の維持を目指します。	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。

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社取組方針	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」
3. 利益相反の適切な管理 私たちは、お客さまとの間で利益相反の可能性がある行為について、その行為類型や特定方法、管理に関する事項等をあらかじめ「利益相反管理のための基本方針」等に定め、お客さま本位の業務運営が確保されるよう、利益相反管理の態勢を確保するとともに、その高度化に取り組んでいきます。 ▶「利益相反管理のための基本方針」	**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。 • 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 • 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 • 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
4. 手数料等の明確化 お客さまにご負担いただく販売手数料、運用管理費用（信託報酬）およびその他の費用について、当該費用がどのようなサービスの対価であるかの説明も含め、わかりやすい情報提供に努めます。	**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。

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社取組方針

5. 重要な情報の分かりやすい提供

お客さまとの情報の非対称性があることを踏まえ、ファンドの仕組み、投資対象や投資方針およびリスクとリターン、取引条件、販売対象として想定するお客さまの属性や、ご提案にあたって当該商品を選定した理由、お客さまとの間で利益相反の可能性がある場合にはその内容及びこれが取引又は業務に及ぼす影響など、投資に際して重要な情報について、より重要な情報についてはグラフなどの活用により特に強調するなどして注意を促し、お客さまの取引経験や金融知識を考慮の上、明確かつ平易で誤解を招くことのない、誠実な内容のわかりやすい情報提供に努めます。

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、お客さま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、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努めます。また、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等を行う場合には、お客さまの属性やご意向を踏まえ、パッケージ化する場合としない場合での比較が可能となるような重要な情報等の提供に努めます。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」

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。

(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。

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社取組方針

6. お客さまにふさわしいサービスの提供

お客さまの投資目的や投資ニーズ、取引経験、知識及び資産状況等を踏まえ、お客さまの属性や資産運用にかかるご意向等を確認し、安全資産と投資性資産の適切な割合を検討した上で、必要に応じて類似商品・代替商品等との比較提案を行いながら、商品・サービスの提供に努めます。

また、お客さまにふさわしい商品・サービスの提供が行われるよう、従業員の専門性向上に努めるとともに、お客さま向けの各種資料や勉強会・セミナーを通じて情報発信を行い、商品の特性を踏まえた、販売対象として想定するお客さま属性の特定・公表を含めて、販売会社への適切かつわかりやすい情報提供を行います。

商品販売後も、お客さまのご意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行います。

特に、複雑又はリスクの高い金融商品等の販売・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・推奨等が適当かをより慎重に審査するよう努めます。なお、金融取引被害を受けやすい高齢のお客さまへの商品販売の推奨等は行っておりません。

金融庁「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。

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社取組方針	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」
7. 役職員に対する適切な動機づけの枠組み等	**原則7【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】**
「経営理念」および「共有する価値観（経営姿勢・行動指針）」をあらゆる場面で業務のよりどころにしており、人事制度の設計・運営にも反映させています。また、社内外の研修や勉強会等を通じて、高度な専門性を有し誠実・公正な業務を行うことができる人材の育成に努めます。 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は、経営計画・業務計画とあわせて、定期的なミーティングや各種社内会議などを通じて、これらに携わる従業員に周知するとともに、業務計画は各従業員の業績評価にも反映されており、自発的にお客さま本位の業務遂行に取り組む体制の維持・強化に努めております。	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。

■お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針は、以下URLでご確認いただけます。
https://www.ja-asset.co.jp/company/fiduciary/index.html

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社プロダクトガバナンス方針	金融庁「プロダクトガバナンスに関する補充原則」
1. 基本理念 農林中金全共連アセットマネジメント株式会社は、受託者責任を全うすることを第一に掲げた「経営理念」の実現に向けて、お客さま本位の業務運営に関する取組方針を定め、取り組んでおります。 その中で、お客さまの最善の利益に適った商品提供を行うために本プロダクトガバナンス方針を定め、商品の組成・提供・管理のサイクルを通じて、お客さまにとってふさわしい商品の提供と品質向上に努めます。	**補充原則1【基本理念】** 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。
2. 体制 プロダクトガバナンスの実効性を確保することを目的に、組成、販売、管理にかかる取組みの経営会議や運用リスク管理会議等での審議に加え、プロダクトガバナンス会議を設置し、商品性の検証を踏まえた対応等を審議し、商品や商品ラインナップの品質向上、プロダクトガバナンス体制の強化に取り組みます。 プロダクトガバナンス会議の結果については、取締役会へ報告するガバナンス体制を構築します。	**補充原則2【体制整備】** 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。 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枠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。

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社プロダクトガバナンス方針

3．商品組成時の取組み

商品の組成時において、お客さまとの対話や販売会社との情報連携を通じてお客さまの真のニーズの把握に努め、お客さまにとってふさわしい商品となっているか、運用手法、商品スキーム、リスク管理、運用体制等について、十分な検証を行うこととします。

複雑又はリスクの高い金融商品については、販売対象として想定するお客さまの属性を特定し、販売会社への情報提供に努めます。

金融庁「プロダクトガバナンスに関する補充原則」

補充原則3【金融商品の組成時の対応】

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。

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。

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社プロダクトガバナンス方針

４．商品組成後の取組み

商品の組成後において、組成時に想定した商品性が確保されているか、検証を行い、その結果を商品や商品ラインナップの品質向上等につなげてまいります。

また、お客さまにとってふさわしい商品を提供し続けるためにお客さまとの対話や販売会社との情報連携に努めます。

金融庁「プロダクトガバナンスに関する補充原則」

補充原則４【金融商品の組成後の対応】

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。

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。

【参考】お客さま本位の業務運営に関する当社取組方針

当社プロダクトガバナンス方針	金融庁「プロダクトガバナンスに関する補充原則」
5．情報提供	**補充原則5【顧客に対する分かりやすい情報提供】**
お客さまがより良い金融商品を選択できるよう、商品の運用体制やプロダクトガバナンス全般の体制等について、分かりやすい情報提供に努めます。	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。