

■ 基準価額・純資産総額の設定来推移



※1 分配金再投資ベースは分配金(課税前)を再投資したものと計算しており、分配金があった場合は実際の基準価額とは異なります。

また、実際のファンドにおいては、課税の条件によってお客様ごとに値は異なります。

※2 上記のグラフは過去のものであり、将来の運用成果を保証するものではありません。

■ 設定来の運用実績

	基準価額 (分配金再投資)	
	(円)	騰落率(%)
当月末	14,824	-
過去1ヵ月	13,792	7.49
過去3ヵ月	13,267	11.74
過去6ヵ月	12,703	16.70
過去1年	12,176	21.75
過去3年	9,658	53.49
設定日来	10,000	48.24

※1 基準価額騰落率(分配金再投資)は、当ファンドの決算時に収益の分配金があった場合に、その分配金(課税前)を再投資した場合の騰落率です。また、実際のファンドにおいては、課税の条件によってお客様ごとに騰落率は異なります。

※2 基準価額騰落率は過去のものであり、将来の運用成果を保証するものではありません。

■ 運用資産構成比率

ファンド	比率(%)
外国株式	92.2
現物	87.2
先物	5.0
短期資産等	7.8
合計	100.0

※1 比率はベビーファンドの実質組入比率(純資産総額比)です。

※2 短期資産等には、コール、CD、CP、現先、未収金、未払金等が含まれます。

■ 分配実績

決算年月日	分配金 (課税前) (円)
2020/06/22	90
2019/06/20	70
2018/06/20	50
-	-
-	-
-	-
設定来合計	210

※ 1万口当たりの実績です。

■ 基準価額と純資産総額

	当月末	前月末	前月末比
基準価額 (円)	14,570	13,555	+1,015
純資産総額 (百万円)	5,164	4,491	+673

※ 月中に分配があった場合の基準日の基準価額は、分配金込みです。

	基準価額 (円)	日付
設定来高値	14,654	2020年8月28日
設定来安値	9,504	2017年8月21日

※1 基準価額は信託報酬等控除後で算出されます。

※2 設定来高値及び設定来安値は分配落ち後の基準価額で、該当した日付が複数日ある場合には、その初日を表示しております。

■ 運用概況

当月末の基準価額は、14,570円(前月比+1,015円)となりました。
また、税引き前分配金を再投資した場合の月間騰落率は+7.49%となりました。

■ 8月の市場動向と運用状況

当月のパフォーマンス



※ 上記のグラフは過去のものであり、将来の運用成果を保証するものではありません。

<マザーファンドの運用状況>

■ 組入上位10銘柄

順位	銘柄名	業種	組入比率(%)
1	THE WALT DISNEY CO.	コミュニケーション・サービス	8.0
2	COLGATE-PALMOLIVE CO	生活必需品	7.3
3	VISA INC-CLASS A SHARES	情報技術	6.4
4	TEXAS INSTRUMENTS INC	情報技術	6.2
5	3M CO	資本財・サービス	6.0
6	BECTON DICKINSON & CO	ヘルスケア	5.4
7	NIKE INC -CL B	一般消費財・サービス	4.6
8	SHERWIN-WILLIAMS CO/THE	素材	4.5
9	COSTCO WHOLESALE CORP	生活必需品	4.4
10	MCCORMICK & COMPANY	生活必需品	4.3

※ 比率は外国株式現物対比です。

組入銘柄総数: 27銘柄

■ 業種別組入比率

業種	ファンド(%)
資本財・サービス	24.2
生活必需品	22.2
情報技術	16.5
ヘルスケア	16.0
素材	8.4
コミュニケーション・サービス	8.0
一般消費財・サービス	4.6
合計	100.0

※ 比率は外国株式現物対比です。

※当ファンドの過去のマンスリーレポート・運用コメントについては、委託会社ホームページにてご確認いただけます。

(<https://www.ja-asset.co.jp/fund/140829/index>)

■ 運用コメント

レポート対象期間（7/30-8/28）の米国株式指数（米ドル建）は上昇しました。上旬は、ISM非製造業景況指数が堅調に推移したこと、非農業部門民間雇用者数の前月分が大幅に上方修正されたこと、トランプ大統領が失業給付延長・給付税減税を含む大統領令を発出するとの見方が広まり、上昇しました。中旬は、ワクチン普及による早期経済正常化への期待が後押ししたことで上昇しました。下旬は、COVID-19患者の回復期血しょうを利用した治療法に対して緊急使用許可を与えたとの発表を受け、経済活動正常化への期待が広がったことにより上昇しました。かかる環境下、当ファンドの円換算後リターンは+7.49%（為替要因+0.63%、株価要因+6.86%）となりました。

農林中金バリューインベストメンツ（NVIC）では、事業に関する深い理解に根差した投資の実践を目的に、海外企業の現地訪問を定期的に行っています（通常年6回、年間約70社程度を訪問）。その中から今回は、**長年顧客に需要され続ける商品を提供する『ブランド企業』**に対するNVICの見方をご紹介します。過去の数々の景気後退局面でも安定的な成長を遂げ、人々の心を惹きつけてやまないブランド企業の強さとは何か？そこには**ブランド企業が独自に練り上げたユニークなビジネスモデル**が存在していると考えています。

【ブランド企業への投資は簡単か？】

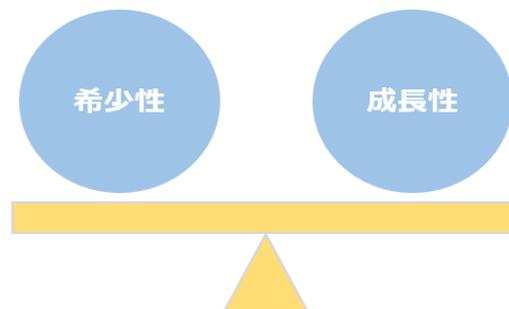
日々のニュース記事などで、『ブランド力のあるA社は業績が好調に推移』『B社の商品はブランド力がある』などと言った表現をよく目にします。近年では企業価値創出において無形資産(ブランド、知的財産、人材など)の重要性も指摘されていますが、**NVICではブランド企業を分析する際に、単純に『ブランド力が強み』のみで評価を定めるのではなく、いつも以上に慎重に分析を行います。**

なぜなら、まず第一に、ブランドの形成には相当期間の歳月(時には100年単位)と広告費等の莫大なコストを要し、その**膨大な投資に見合った価値を生むブランドの確立そのものが実は極めて難しい**からです。

そして、仮にブランド構築コストに見合う形で社会に自社ブランドを訴求することに成功したとしても、決して安穩とした道が用意されているわけではなく、その次にはブランド企業の宿命としての本質的なハードル、すなわち、『**成長には商品の普及が不可欠である一方で、商品が普及し過ぎると顧客の心が離れブランド価値が棄損してしまう**』というハードルを乗り越える必要があるとNVICでは考えています。折角お金を貯めて念願の商品を購入したにも関わらず、街行く人みんなが同じ商品を身に着けていたら、少しがっかりしませんか？

このことをNVICの投資先選定基準である①産業付加価値、②競争優位性、③長期潮流、の3つの視点で換言すると、①産業付加価値(希少性)と③長期潮流(成長性)の条件を同時に満たすことが難しい業界であり、成長性(③長期潮流)を追求しすぎると、希少性(①産業付加価値)を失ってしまうということになります。このようにあちらを立てればこちらが立たずという『**ブランド企業が直面する希少性と成長性のジレンマ**』の存在が、ブランド企業への投資が決して簡単ではないと考える理由です。

ブランド企業が直面する希少性と成長性のジレンマ



【ブランド企業が直面するジレンマを克服する会社】

先述のとおり、一筋縄ではいかないブランド企業の分析ですが、粘り強くみていくと『希少性と成長性のジレンマ』を克服する強靱なビジネスモデルを有している企業を見つけることが出来ます。以下では、今まで蓄積してきた知見をもとに、ブランド企業3社についてNVICの見方をご

※当ファンドの過去のマンスリーレポート・運用コメントについては、委託会社ホームページにてご確認ください。

(<https://www.ja-asset.co.jp/fund/140829/index>)

紹介できればと思います。

百万USD	Hermes International	Tiffany & Co	Ferrari NV
決算期	Dec-19	Jan-20	Dec-19
時価総額	78,973	16,243	32,102
売上高	7,706	4,424	4,217
粗利益	5,327	2,762	2,196
%	69%	62%	52%
営業利益	2,650	754	1,024
%	34%	17%	24%

(出所)公開情報に基づき NVIC 作成

〈Hermes International〉

1社目は、1837年にフランスで生まれた高級ブランド企業Hermesです。まずは、NVICの投資方針である3つの視点から投資根拠についてご説明します。

- ① **産業付加価値**: 当社の主力製品である革製品は、ファッション領域の財でありながら流行り廃りに左右されず、『ケリー』『バーキン』などのように数十年に亘り同じ製品が定番として存在しつづけられる『時間経過とともに価値が毀損しない』希少性の高い財を提供しています。
- ② **競争優位性**: 当社は長年の歴史によって培われた職人文化(当社製品の80%は手製)と原材料網の確保(質の高い牛皮を優先的に調達するサプライチェーンを構築)などにより他社の追随を許さない生産エコシステムを構築しています。世界の王族や貴族を長年顧客としてきたHermesの革の品質に対するこだわりは並大抵ではなく、最上級にして最高級の革しか使用していないと言われています。その高い品質と耐久性への顧客評価は高く、当社の粗利率は約70%、営業利益率は30%超と競合と比較して高い収益性を誇っています。
- ③ **長期潮流**: 当社は世界経済の発展に伴う所得向上や富裕層・中産階級の増加による成長を享受できるポジションにあります。この不可逆的な潮流によって潜在的顧客が広がっていく一方、当社はブランド価値を毀損しないように供給者が優位な状態を維持しながら成長を志向していけると考えています。

〈ジレンマを克服するためのユニークなビジネスモデル〉

CEOであるAxel Dumas氏が自社を『The smallest of the luxury companies and the biggest craft shop』と語るように、Hermesは徹底して高品質なモノづくりにこだわった戦略を展開しています。当社はこのブランド価値を維持しながら、これまで持続的な成長を遂げてきましたが、上記のように、脈々と受け継がれてきた職人文化と最高級の牛皮を調達・製造する生産エコシステムといった他社には決して真似できない事業基盤を背景に、独自のビジネスモデルを構築しています。デザイナーの才覚に依存した流行に左右されやすいファッションと一線を画すために、当社は**自社内でのモノづくりにこだわり、商品のほとんどを自社製造すると同時に、店舗の約2/3を直営店方式により展開**しています。この川上から川下のバリューチェーンを自社でおさえ、**商品の価格・供給量・ブランドイメージを自社でコントロール**できていることが、ブランドの希少性と成長性の舵取りを戦略的且つ主体的にマネージすることを可能とし、ケリーやバーキンのように息の長い定番商品を産み出すことができるのです。

〈Tiffany & Co〉

Hermesのように本来持つ財の強さと成長性を両立しているブランド企業として、過去に当ファンドでも投資していたTiffany & Co(以下、「Tiffany」)が挙げられます(2019年11月にLVMH Moët Hennessy Louis Vuitton社(以下、「LVMH」)により買収提案を受け非上場化する見通しであることを踏まえ全売却を実施)。Tiffanyは1837年に米国のニューヨークで産声を上げましたが、期せずして

※当ファンドの過去のマンスリーレポート・運用コメントについては、委託会社ホームページにてご確認ください。

(<https://www.ja-asset.co.jp/fund/140829/index>)

Hermesと同じ年での創業となります。

- ① **産業付加価値**:カンパニーカラーのティファニーブルーやエンゲージメントリングに使用される6本爪のティファニーセッティングなど、100年以上世界中で愛され続ける商品を提供しており、“こうなりたい”“こう見られたい”というあこがれにも似た人間の普遍的欲求を満たす付加価値の高い財を提供しています。
- ② **競争優位性**:普遍的な価値を代替する他社模倣が困難なモノとしての高い参入障壁に加え、当社はシルバー製品を起点としたビジネスモデル（後述）の構築を通じ、独自の競争優位性を構築しています。当社のシルバー製品は、当社の類稀なブランド力を背景として若年層を囲い込む機能を果たすと同時に、素材特性としての原価がダイヤモンドや金に比して安価であることから、製品価格全体に占める当社ブランド価値の割合を高めることが可能となる結果、当社に高い収益性をもたらしています（シルバー製品：粗利率約70%、ダイヤモンド：粗利率30～50%）。これは歴史に裏打ちされたブランド力のあるTiffanyだからこそ可能なことであり、価格帯の高い金やダイヤモンド商品に注力する他社とは一線を画した強みと言えます。
- ③ **長期潮流**:人間の“こうなりたい”という欲望が尽きることなく、その欲望を充足させることが出来る稀有な財へのニーズは根強く、世界の所得水準の向上とともに安定的な成長が見込めます。

（ジレンマを克服するためのユニークなビジネスモデル）

上述の通り、時として流行り廃りの激しいブランド品市場において、驚くべきことに100年以上基本となるデザインを変えることなく、世界の人々の普遍的欲求を満たすブランドであり続けたTiffanyには、やはり希少性と成長性を長期に亘って両立させるためのビジネスモデルが存在します。まず第一には、**誰もがあこがれを抱くあの青い小箱のブランドイメージを背景として、顧客が若いときでも購入するシルバー製品でロイヤリティーを形成**することで、その後の婚約指輪、そして後年の記念日でのハイエンド宝飾品というように、当社製品は顧客の人生のライフサイクルの節目節目において訴求されるため、自ずと収益機会を確保できるというビジネスモデルが構築されているのです。また、皆さんの中にも人生の一大イベントのために貯金をし、素敵なプレゼントを購入した方がいらっしゃるかもしれません。Tiffanyは、**人生の非日常的なイベントにおいて消費者は惜しみなくプレミアムな値段を支払う**、という人間の性に訴求するビジネスモデルという側面も有しています。

二つ目の特徴としては、**ブランド維持にトッププライオリティを置いた長期目線での慎重な出店戦略**が挙げられます。例えば、アジア市場の拡大といった目先の収益機会に目を奪われ、一度に店舗出店を加速させるといった典型的な事象は、ブランド価値の毀損に細心の注意を払う当社には無縁で、当社との過去の面談では『**出店は長期的な視点で決定する。好不況などの短期的な現象に囚われず、毎年コンスタントに適切な場所に出店することが重要（IR担当者）**』と説明してくれました。これもブランドの希少性と成長性の両立への対応こそが、ブランド企業にとって最も重要な経営課題であることを深く認識しているが故のことと考えています。このように、自社のブランド企業としての強みや対処しなければならぬ課題を深く認識し、長期持続的な企業価値向上に向けて、いわば長期投資家のように事業マネジメントを行う当社の事業経営こそが、実はTiffanyブランドが長年愛され続けている背景にはあり、NVICの長期投資目線にも合っていたといえます。このような構造的に強靱で100年以上も世界の人々のあこがれの欲求を満たし続けてきた企業をゼロから新しく立ち上げることはほぼ不可能で、買収でしか手に入らないことが多いため、2019年にLVMH がTiffany買収を発表したことは私共にとっては驚くにあたりません。

＜Ferrari NV＞

最後に、Ferrari NV(以下、「Ferrari」)です。Ferrariと言えば、言わずと知れたスポーツカーの代名詞で、車好きなら誰もがあこがれるブランドの1つです。NVICでは、ブランド企業への理解を深めていく一環として2020年6月に当社と面談を実施しており、現在も分析を進めています。以下では、面談内容も踏まえて、当社のビジネスモデルに関する考察をご紹介します。

（ジレンマを克服するためのユニークなビジネスモデル）

世界で自動車約1億台売られる中で、Ferrariの販売台数はわずか1万台程度であり、その希少性は疑いの余地がないでしょう。当社は、乗用車の機能としての価値以上の付加価値を顧客に認めさせることに成功しており、**大衆車メーカーと比べて非常に高い収益性（営業利益率24%、2019年12月期）**を享受していることは、これまで当社が築き上げたブランドの証左と言えます。また、スポーツ車メーカーにとって最高峰のレーシングイベントであるFormula 1(略称、F1)での圧倒的プレゼンス確保に向けて長年に亘り研究開発投資を投じた結

※当ファンドの過去のマンスリーレポート・運用コメントについては、委託会社ホームページにてご確認ください。

(<https://www.ja-asset.co.jp/fund/140829/index>)

果、高級スポーツカーの代名詞として不動の地位を獲得しており、当社を脅かす競合他社が現れる可能性は低いと考えられます。

そんな圧倒的なブランドロイヤリティを得ている当社においても、他のブランド企業同様、希少性と成長性を両立させるためのビジネスモデル構築に向け慎重に取り組んでいます。例えば、当社であれば、長期的な潮流としていわゆるHigh Net Worth(富裕者層)の増加とともに販売台数を今後とも大きく伸ばしていくことはそう難しくないであろうところを、単純に同じモデルを複製し続けるのではなく、**あえてモデル当たりの台数を絞ったうえで新モデルを次々と投入**しています。このような工夫を凝らしたモデル展開などを採用することで、**自社ブランドの希少性の維持にトッププライオリティを置いた販売戦略を志向**しています。

但し、当社のブランド力が今後も維持されるかという点、気掛かりな点もあります。例えば、当社では着実な成長のための取組みとして、従来の事業ドメインであったラグジュアリーセグメントよりも市場構成比が高く、対象顧客の多いSUV*セグメントへの商品投入が予定されていますが、他のラグジュアリーカーブランド（マセラッティ、ランボルギーニ等）において既にSUVセグメントへの進出が行われているとはいえ、これまで高級スポーツカー業界で君臨していたFerrariによるSUVモデルの投入が、当社へのこれまでのブランド認知に対しどのような影響を与えることになるかを注視していく必要があると考えています。また、内燃機関から電動への転換や、自動運転の進歩、カーシェアリングの発達等、自動車をめぐる技術や人々の価値観が少しずつ変容していくことが見込まれている中、人々が今後も同じように高級スポーツカーにあこがれを抱き続けるかどうかという点についても同様に不透明要因になり得ると考えられます。

NVICとしては、現段階では当社は非常に強いブランド力を備えた企業でありそうだとの見立てをもってはいますが、上述の様な様々な環境変化の中で、当社がブランド価値と成長性を両立したビジネスモデルを最終的に持続出来るのかどうかに着目し、当社に対する理解を深めていきたいと考えています。

*SUV：Sport Utility Vehicle の略。スポーツやレジャーに適した利便性の高い多目的スポーツ車。

【最後に】

以上、3社のブランド企業について触れてきましたが、NVICの投資目線に合ったブランド企業では、高い参入障壁をベースとしながら、更に一段高いハードルである『希少性と成長性のジレンマ』を克服するためのユニークな事業運営モデルが構築されていることをお分かりいただけたかと思います。ブランドは、決してふわっとした感覚や雰囲気によってではなく、持続的にキャッシュフローを生み出すための触媒としての機能を明確に果たしているか否かによって評価されるべきものです。持続的なキャッシュフローを生まないブランドは、ブランド価値を備えているとは言えず、**広告宣伝費等が無駄にかかるコストでしかありません**。今回はブランド企業をテーマに取り上げましたが、ビジネスモデルの重要性は当然他の業界にも当てはまります。NVICとしては、これからも冷静目つ深い洞察力を持って構造的に強靱な企業を見極めていきたいと思っています。

※上記のコメントは8月末時点のものです。また、将来の市況環境の変動、正確性等を保証するものではありません。

商品の特色

- 圧倒的な競争力を有する企業への長期厳選投資により投資信託財産の中長期的成長を目指すアクティブファンドです。
- 米国の上場株式を主要投資対象とします。
- 徹底した深い海外企業調査を通じて、①付加価値の高い産業、②圧倒的な競争優位性、③長期的な潮流の3つの基準を満たす「構造的に強靱な企業®」に長期厳選投資を行います。
- 組入外貨建資産については、原則として為替変動リスクを回避するための為替ヘッジは行いません。
- 農林中金パリュールインベストメンツ株式会社(NVIC)より投資助言を受け、ポートフォリオを構築します。
- 当ファンドは、ファミリーファンド方式で運用を行います。

お申込みメモ

購入単位	<通常の申込> 販売会社が定める単位 <確定拠出年金制度に基づく申込> 1円以上1円単位
購入価額	購入申込受付日の翌営業日の基準価額とします。
購入代金	販売会社の指定する日までにお支払いください。
換金単位	1口単位
換金価額	換金申込受付日の翌営業日の基準価額とします。
換金代金	原則として換金申込受付日から起算して5営業日目から支払いを行います。
申込締切時間	原則として午後3時までとなります。(ただし、受付時間は販売会社により異なる場合がありますので、詳細につきましては販売会社までお問い合わせください。)
申込受付不可日	ニューヨーク証券取引所の休場日またはニューヨークの銀行の休業日には、購入・換金の申込受付を行いません。(詳しくは、販売会社または委託会社にお問い合わせください。)
換金制限	信託財産の資産管理を円滑に行うために大口の換金には制限を設ける場合があります。
購入・換金申込受付の中止及び取消し	金融商品取引所等における取引の停止等により購入・換金の申込受付が中止または取消しとなることがあります。
信託期間	無期限(設定日:2017年7月5日)
繰上償還	受益権の総口数が5億口を下回った場合などには、繰上償還となる場合があります。
決算日	毎年6月20日(休業日の場合は翌営業日)
収益分配	毎年6月の決算時に分配を行います。販売会社との契約によっては、税引き後、無手数料で再投資が可能です。
信託金の限度額	1兆円を限度とします。
公告	委託会社が投資者(受益者)に対してする公告は、日本経済新聞に掲載します。
運用報告書	毎年6月の決算時及び償還後に交付運用報告書を作成し、販売会社より知っている投資者(受益者)に対して交付します。
課税関係	課税上は株式投資信託として取り扱われます。 公募株式投資信託は税法上、少額投資非課税制度の適用対象です。 配当控除、益金不算入制度の適用はありません。なお、税制が改正された場合等には変更される場合があります。

※ご購入の際は、必ず「投資信託説明書(交付目論見書)」をご覧ください。

金融商品取引所や外国金融商品市場における取引の停止、その他やむを得ない事情があるときには、ご購入申込みもしくはご換金申込みの受け付けを中止すること、およびすでに受け付けたご購入申込みもしくはご換金申込みを取り消す場合があります。

委託会社、その他の関係法人

- 委託会社 : 農林中金全共連アセットマネジメント株式会社(金融商品取引業者 関東財務局長(金商)第372号 一般社団法人 投資信託協会会員/一般社団法人 日本投資顧問業協会会員)
信託財産の運用指図、目論見書および運用報告書の作成等を行います。
- 受託会社 : 農中信託銀行株式会社
追加信託に係る振替機関への通知等、信託財産の保管・管理・計算等を行います。
- 販売会社 : 以下をご覧ください。
ファンドの募集の取扱い・販売、目論見書・運用報告書の交付、一部解約の請求の受付、収益分配金、償還金および一部解約金の支払い等を行います。

販売会社等につきましては、以下の照会先までお問い合わせください。

■ 農林中金全共連アセットマネジメント株式会社

ホームページ : <https://www.ja-asset.co.jp/>

フリーダイヤル : 0120-439-244(受付時間:営業日の午前9時~午後5時)

お申込、投資信託説明書(交付目論見書)のご提供は

■ 最終ページの「主なリスクと費用」および「留意事項」を必ずお読み下さい。

主なリスクと費用

下記の事項は、この投資信託(以下、「当ファンド」という。)をお申込みされる投資家の皆様にあらかじめ、ご確認いただきたい重要な事項としてお知らせするものです。

お申し込みの際には、下記の事項および投資信託説明書(交付目論見書)の内容をよくお読みください。

■ 当ファンドに係るリスクについて

当ファンドは、マザーファンドへの投資を通じて実質的に株式など値動きのある証券(外貨建証券は為替変動リスクもあります。)を投資対象としているため、基準価額は変動します。したがって、投資者(受益者)の皆様は投資元金は保証されているものではなく、基準価額の下落により、損失を被り、投資元金を割り込むことがあります。

ファンドの運用による損益は、すべて投資者(受益者)の皆様には帰属します。

投資信託は、預貯金と異なります。

当ファンドの基準価額の変動要因としては、主に「株価変動リスク」「為替変動リスク」などがあります。

※詳しくは投資信託説明書(交付目論見書)の「投資リスク」をご覧ください。

■ 当ファンドの費用

投資者が直接的に負担する費用	
購入時手数料	<p><通常の申込> 購入申込受付日の翌営業日の基準価額に、販売会社が個別に定める手数料率を乗じた額です。 ご購入時の手数料率の上限は2.2%(税抜2.0%)です。</p> <p><確定拠出年金制度に基づく申込> 無手数料</p>
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0.99%(税抜0.9%)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。
その他の費用・手数料	<p>監査費用は、毎日、純資産総額に年0.0033%(税抜0.003%)を乗じた額を計上します。 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。</p> <p>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は、その都度信託財産中から支払われます。</p> <p>※運用状況により変動するため、事前に料率、上限額等を表示することができません。</p>

※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。

※ご購入の際は、必ず「投資信託説明書(交付目論見書)」をご覧ください。

留意事項

- 当資料は、農林中金全共連アセットマネジメント株式会社(以下、「当社」といいます。)が作成した販売用資料であり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。
- 当資料は当社が信頼できると判断したデータ等により作成しましたが、その正確性、完全性等を保証するものではなく、また事前の通知なしに内容を変更する場合があります。市場環境等の見直しにつきましても、その確実性を保証するものではありません。また、将来の運用成果を保証するものでもありません。
- 当ファンドは、株式などの値動きの生じる証券(外貨建資産には為替リスクもあります。)に投資しますので、基準価額は日々変動します。したがって、元金および収益分配が保証されるものではなく、投資元本を割り込むことがあります。また、運用の成果は運用の実績により変動します。投資した資産の価値の減少を含むリスクは、投資信託をご購入のお客様に負っていただくこととなります。
- 投資信託は預貯金や保険商品とは異なり、預金(貯金)保険機構、保険契約者保護機構の保護対象ではありません。投資信託のお申込みに関しては、クーリングオフの適用はありません。
- ご購入の際は、販売会社より投資信託説明書(交付目論見書)をお渡しますので、必ずお受取りいただき、詳細をご確認のうえ、ご自身でご判断いただきますようお願いいたします。