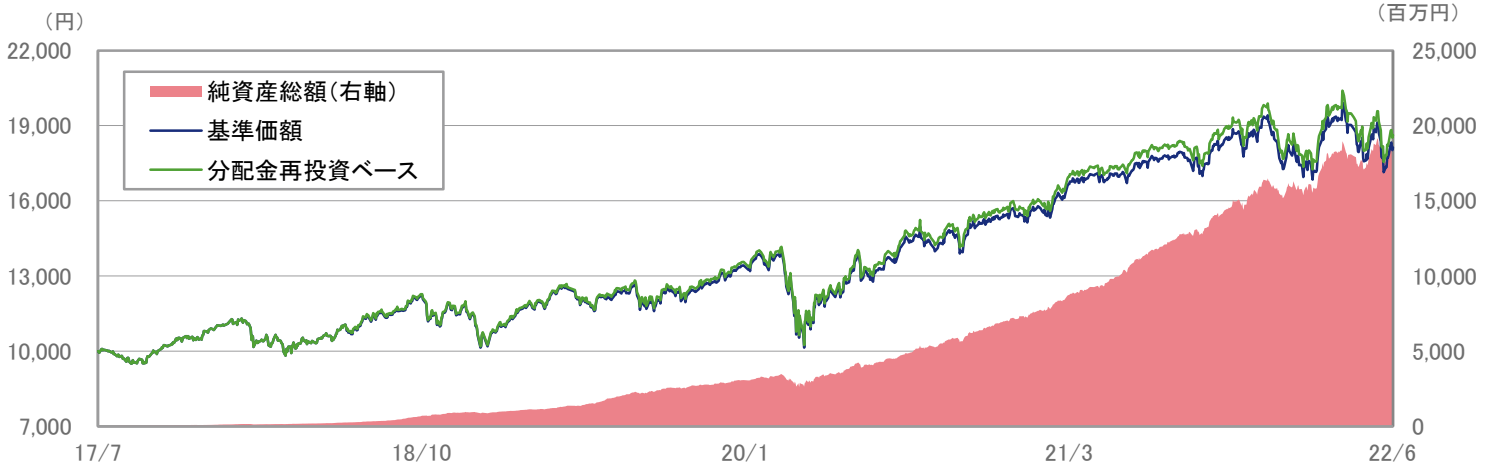


投資信託部門／北米株式コア 優秀ファンド賞 ※後掲「R&Iファンド大賞について」を参照ください。

農林中金<パートナーズ>長期厳選投資 おおぶね (基準日:2022年6月30日) 販売用資料

設定日:2017年7月5日 償還日:無期限 決算日:6月20日(休業日の場合は翌営業日) 追加型投信/海外/株式

■ 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	18,625	-
過去1ヵ月	19,102	-2.50
過去3ヵ月	19,677	-5.35
過去6ヵ月	19,825	-6.05
過去1年	17,657	5.48
過去3年	12,219	52.42
設定日来	10,000	86.25

※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。

■ 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)	18,183	18,652	-469
純資産総額 (百万円)	18,807	18,435	+371

※ 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	19,922	2022年4月20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。

■ 運用資産構成比率

ファンド	比率(%)
外国株式	95.8
現物	92.9
先物	2.9
短期資産等	4.2
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)
2022/06/20	60
2021/06/21	110
2020/06/22	90
2019/06/20	70
2018/06/20	50
-	-
設定来合計	380

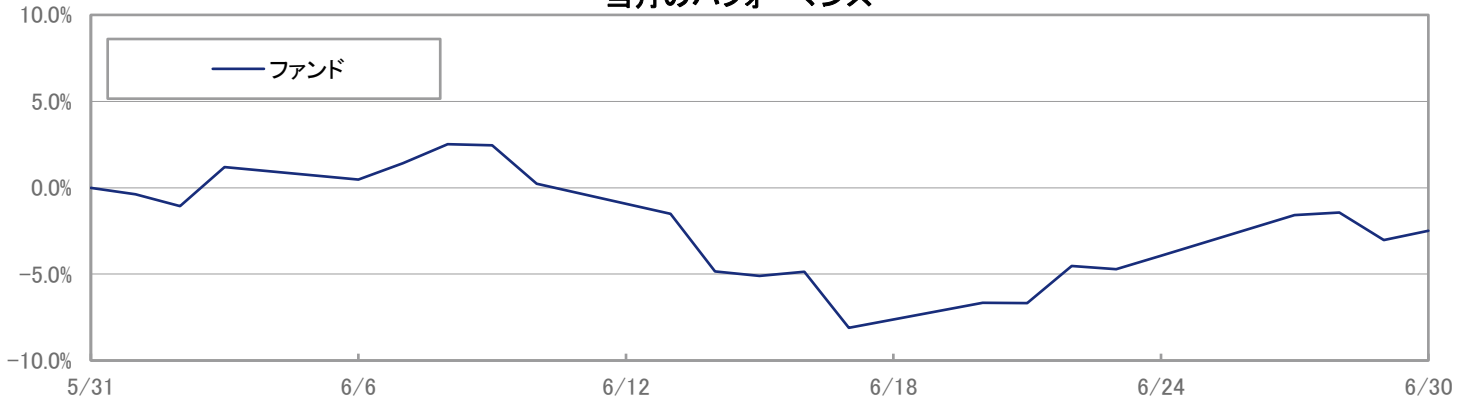
※ 1万口当たりの実績です。

■ 運用概況

当月末の基準価額(月中分配金込み)は、18,183円(前月比-469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-2.50%となりました。

6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	7.2
2	TEXAS INSTRUMENTS INC	情報技術	6.3
3	AMPHENOL CORP-CL A	情報技術	6.3
4	MCCORMICK & COMPANY	生活必需品	6.1
5	VISA INC-CLASS A SHARES	情報技術	5.1
6	CHURCH & DWIGHT CO INC	生活必需品	4.4
7	COSTCO WHOLESALE CORP	生活必需品	4.3
8	SHERWIN-WILLIAMS CO/THE	素材	4.1
9	TJX COMPANIES INC	一般消費財・サービス	4.0
10	NIKE INC -CL B	一般消費財・サービス	3.9

※ 比率は外国株式現物対比です。

組入銘柄総数: 28銘柄

業種別組入比率

業種	ファンド(%)
情報技術	23.7
資本財・サービス	21.5
生活必需品	14.8
ヘルスケア	13.5
一般消費財・サービス	7.8
コミュニケーション・サービス	7.2
素材	7.0
金融	4.5
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ください。

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

■運用コメント

レポート対象期間（5/27-6/29）の米国株式市場（米ドル建）は下落しました。上旬は、5月CPI（消費者物価指数）の市場予想比上振れなどを受け、FRB（連邦準備制度理事会）による積極的な金融引き締めへの警戒感から株価は下落しました。中旬から下旬にかけては、米欧各国の積極的な金融引き締めによる景気減速への懸念の高まりから下落する場面も見られたものの、長期金利の低下を背景に月末にかけて成長株を中心に買戻しの動きが広がり、株価は一進一退の動きとなりました。

かかる状況下、当ファンドの円換算後リターンは▲2.50%（為替要因+6.17%、株価要因等▲8.67%）となりました。

農林中金バリューインベストメント（NVIC）では、投資先のモニタリングや新規投資候補先の調査のため、年間6回程度の現地訪問を行っており、毎年の訪問社数は70社程度にのぼります。コロナにより物理的な海外出張が出来なくなったものの、引き続きZOOM等の電話会議システムを用いて「仮想出張」をNVICでは精力的に実施しています。

今回は、業務用厨房機器業界についてご紹介いたします。

1.業務用厨房機器業界

業務用厨房機器は主に飲食店で使用されるプロ向けの製品で、ご家庭でお使いの冷蔵庫やオーブンなどの調理機器とは異なるプレイヤーが活躍しています。今回は、業務用厨房機器の中でも生み出す付加価値の違いから、「守りの冷」vs「攻めの熱」という観点で、NVICの投資先であるホシザキ株式会社（以下、ホシザキ）とRational AG（以下、ラショナル）を例として、それぞれどういった付加価値や競争優位を備えているのかを見ていきたいと思います。

2.「冷」の技術 ホシザキ

まずは、「冷」を得意とする企業として、ホシザキをご紹介します。ホシザキは冷凍冷蔵庫や製氷機において国内で圧倒的なトップシェアを誇り、日本国内ではホシザキ無しには業務用厨房インフラが整わないといわれるほどの圧倒的なポジションを築いています。ホシザキという名前に聞き覚えがない方も、当社の青いペンギンマークには見覚えがあるかもしれません。

<ホシザキの製品（ネタケース、冷蔵庫）とペンギンマーク>



出所：ホシザキ HP

飲食店にとって欠かせない存在となっているホシザキですが、その強さの要因は日本全国約440カ所の営業所に営業マンとサービスマン合計約6,000人が配置された圧倒的な直販サービスネットワークにあります。

なぜ、サービスネットワークが重要なのか、ホシザキの得意とする「冷」の厨房機器の特性・付加価値から考えてみましょう。例えば冷

※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>)

凍冷蔵庫は、店の食材を、品質を維持して保管し、腐敗や菌の付着など飲食店にとっての致命的なリスクから守るという役割を果たしています。そのため、故障が発生した際は、食材が全てダメになってしまうよう、迅速な修理対応が必要となります。

そうした対応に当たるのが、合計約 6,000 人のホシザキの営業マンとサービスマンです。約 6,000 人という人数は、ホシザキの日本の従業員の約 7 割にも上り、後ほどご紹介するラショナル（顧客への販売・メンテナンスは代理店に委託）の人員構成比と比べると、営業・サービスへのリソースの配分が非常に高いことが分かります。故障時の迅速な対応を可能とするホシザキのサービスネットワークは、顧客にとって製品を選ぶ際の安心材料となっており、他社には容易に真似できない参入障壁となっています。

それでは、このサービスネットワークがどのように築かれてきたのか、当社の歴史を辿って見てみましょう。ホシザキが手掛けた自社商品の中で、初めてヒットしたのはジュースの自動販売機でした。現在の自販機とは仕組みが異なり、紙コップを置いて 10 円を入れるとジュースが蛇口から出てくるというものです。その後、現在も主力製品である製氷機の製造を始めたのは 1960 年代のことです。きっかけとなったのは、現会長の坂本精志氏が新たな事業アイデアを求めてアメリカへ渡った際に、現地のビジネスマンから聞いた「ぜいたくになるほど必要になるのは『紙と水と氷』だ」という趣旨の言葉です。その中でも「氷」に強く興味を持った坂本氏は、現地で数多くの製氷機を見て回り、帰国後は日本でも展開するべく試行錯誤の末に開発・製造に成功しました。しかし、当時の日本では、飲食店の氷は氷屋から購入するものであり、店で氷を作る製氷機など誰も見たことがないという状態でした。そのため、製氷機という全く新しい機械を取り扱ってくれる代理店も見つからず、ホシザキは販売子会社を作り、自ら販売まで手掛けることになりました。その後、冷凍冷蔵庫など「冷」の分野を中心に業務用厨房機器の取り扱いを広げていきながら、直販体制も拡充していき、現在の姿となっています。

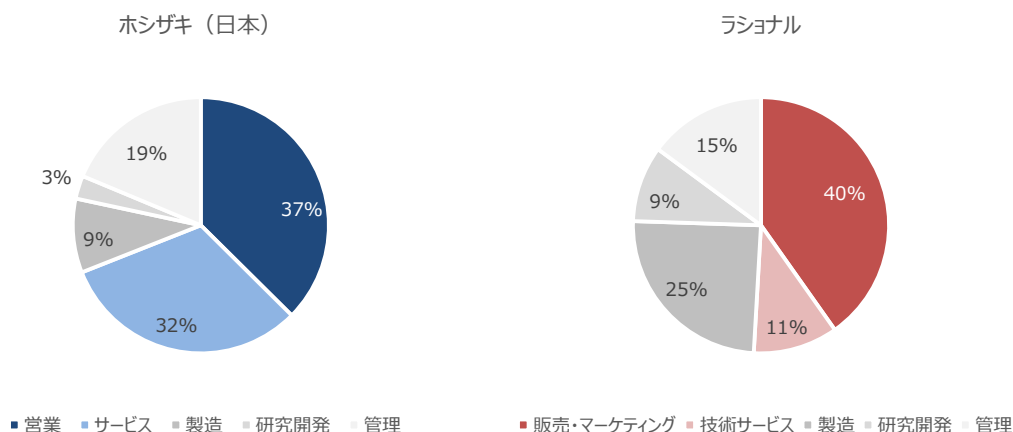
<初のヒット商品となったジュース自動販売機>



ジュース自動販売機

出所：ホシザキ HP

<従業員構成>



出所：会社資料及びヒアリングから NVIC 作成

※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>)

3.「熱」の技術 ラショナル

次に、「熱」を得意とする企業として、ラショナルをご紹介します。ラショナルはおおぶねグローバルの月次レポート（2020年6月分）でもご紹介しておりますので、よろしければそちらもご参照ください。ラショナルは、ドイツに本社工場を持つ、スチームコンベクションオープン（熱風調理とスチーム調理を組み合わせた厨房調理機器。オープンの中で同時に様々な加熱調理が可能で、ホテルやレストランなどで使用される。以下、スチコン。）の専門メーカーで、当該市場の最大手企業です。

ラショナルが開発・製造するスチコンは、食材を入れてボタンを押すだけで加熱調理が完了します。加熱調理の自動化を通じて、キッチンにおける人手不足解消・人件費削減、属人的な調理の質の均一化といった課題を解決し、調理現場の生産性の向上に大きく貢献しているのです。

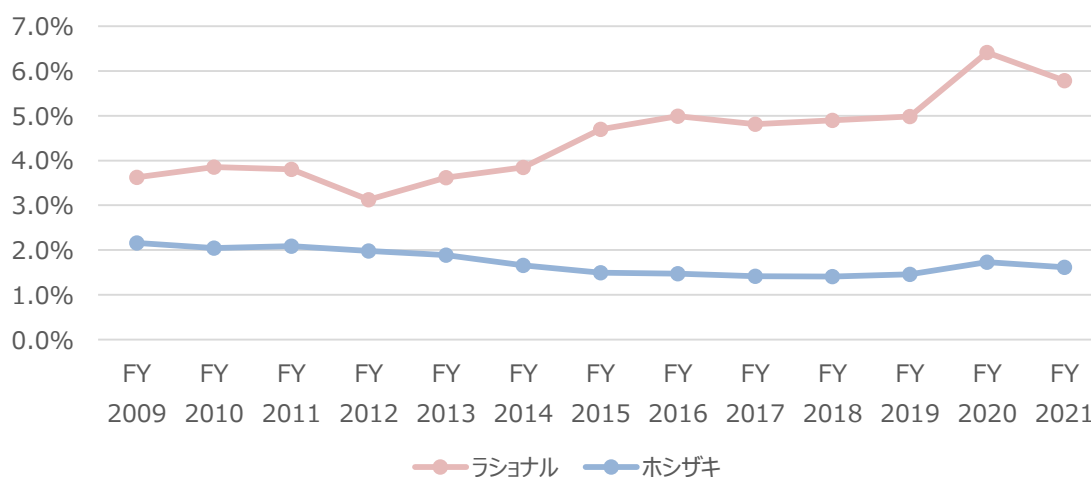
ラショナルはスチコンにおいて40%～50%のトップシェアを誇りますが、彼らの最大の強みは、顧客の特性に合わせた加熱調理のプログラム、ソフトウェア開発能力にあります。

ラショナルは業界最大規模550人ものシェフを自社従業員として抱えており、調理プログラムの開発や、“Cooking Live”という実際にスチコンでの調理プロセスや味を体験してもらうマーケティングイベントにおいて活用しています。

更にラショナルは過去の開発の中で蓄積されてきたCooking Experienceデータ（素材ごとの火の通り具合や焼き加減などに関するデータ）を有しており、こうした各種リソースを活用しながら、研究開発への十分な投資を行うことで、競争優位の源泉となる豊富なメニュー数と、高い調理の質を実現することができています。

「熱」の技術は、調理するメニューによって火加減や加熱時間などが異なるため、多くのメニューへ対応するにはそれだけ多くの研究開発が必要になります。ラショナルとホシザキの売上高研究開発費比率を比較すると、研究開発費の内訳が新製品開発時の金型投資が中心となるホシザキよりも、多岐にわたる調理メニューへの対応が必要なラショナルの方が継続的に高くなっています。「熱」の技術を得意とするラショナルにとって、競争優位を確立するためには、多くのメニューを高い品質で提供するための研究開発が重要なのです。

研究開発費/売上高



出所：Bloomberg より NVIC 作成

4.「冷」vs「熱」

以前、ホシザキとの面談の中で、業務用厨房機器について、「守りの冷」と「攻めの熱」といった旨のコメントをされたことがありました。具体的には、業務用厨房機器メーカーの顧客である飲食店にとって、食材を腐らせないという意味で「冷」の厨房機器は守りの役割を

※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。

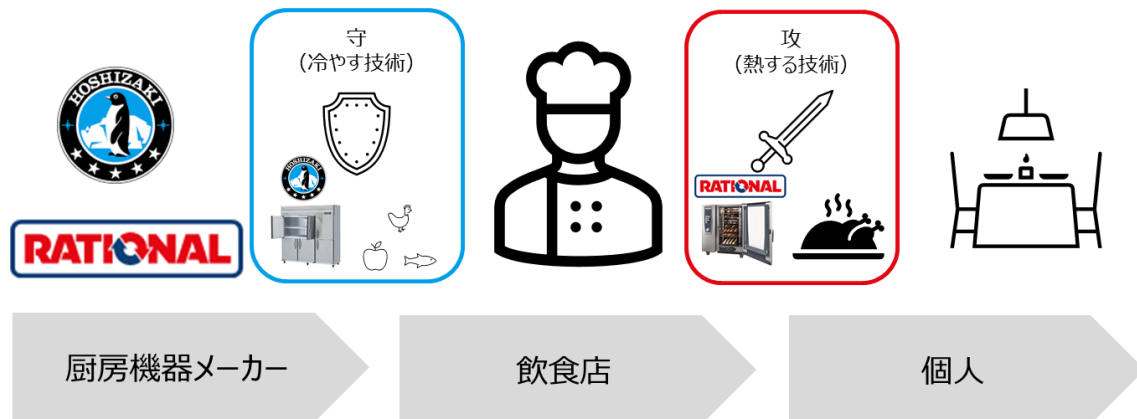
(<https://www.ja-asset.co.jp/fund/140829/index>)

果たしており、飲食店が彼らにとっての顧客である個人に対して付加価値を提供する際に使用するという意味で「熱」の厨房機器は攻めの役割を果たしているということでした。

具体例として取り上げた 2 社について改めて整理すると、「冷」のホシザキは、食材の品質を保ち、腐敗や菌の付着など致命的なリスクから守るという付加価値を提供しており、そうした守りの効果が常時発揮できるように、迅速な顧客対応を可能とする日本全国にわたる自社サービスネットワークを構築することで競争優位を築いています。

また、「熱」のラショナルは、飲食店に対して調理の自動化によるキッチンにおける人手不足の解消、人件費の削減、調理の質の均一化といった付加価値を提供しています。飲食店にとっては、彼らの顧客である個人に対して料理の付加価値を提供するために使用することから、ラショナルの製品は攻めの役割を担っています。そのため、多くのメニューを高品質に提供できるように、調理プログラム、ソフトウェアの開発に注力することでラショナルは競争優位を築くことが出来ています。

同じ業務用厨房機器というジャンルであっても、提供している付加価値に応じて、競争優位を生み出すために取るべき戦略が異なっているのです。



	冷	熱
付加価値	<ul style="list-style-type: none"> 食材や料理の品質を保ち、致命的リスクを防止 	<ul style="list-style-type: none"> 自動化による人手不足の解消 調理の質の均一化
競争優位性	<ul style="list-style-type: none"> 故障等への迅速な対応を可能とする日本全国にわたる自社サポート体制 	<ul style="list-style-type: none"> 数百人規模の従業員シェフと蓄積された調理のデータに基づく、加熱調理のプログラム、ソフトの開発

出所：各社 HP 掲載の資料をもとに NVIC 作成

5. 業務用厨房機器メーカー それぞれの戦略

もちろん、業務用厨房機器メーカーの付加価値、競争優位性の源泉の区分は上記の 2 種類だけではありません。他にもユニークな企業が多くありますので、その中から米国の企業についていくつかご紹介させていただきます。

・ Middleby (ミドルビー)

ミドルビーは米国の業務用オープンの手前企業です。顧客の 7 割程を大手飲食チェーンが占めており、大手チェーンに対してはアカウントごとに担当者を配置した直販体制をとっています。日本で身近なところでは、販売代理店を通じてドミノピザに対してピザ用のコンベヤー式オープンを納めています。以前、NVIC で工場を見学させていただきましたが、製造工程や製品自体は非常にシンプルで、組み込まれるソフトウェアも外注しているなど、それほど複雑なものではないようでした。しかし、顧客である大手チェーンにとっては、効率的な

※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>)

店舗運営のために人件費削減ニーズは常に高く、同じく店舗オペレーションの標準化のために世界中の店舗で同じ機器が使用されます。そのため、ミドルビーの製品に対しては継続的に高い需要があり、また一度導入されると変更されづらい性質を持ちます。

ミドルビーは、顧客である大手飲食チェーンの海外進出にあたっては、現地のディストリビューターに任せることはせず、自ら同行して設置を行うなど、顧客のサポートに注力しています。その結果、大手チェーンが展開地域を広げるにしたがって当社も恩恵を受けることができる仕組みを作り上げているのです。

・ ITW (Food Equipment 部門)

ITW は、米国の製造業コングロマリットで、NVIC のおおぶねシリーズでも投資を行っています。ITW については、おおぶね USA の月次レポート(2020年6月分)でもご紹介しておりますので、よろしければそちらもご参照ください。ITW は、傘下の Food Equipment 部門において、冷蔵庫、食洗機、オープン等を製造しています。また、米国の同業では唯一 2,000 人のサービス部隊を擁しており、収益性の高いメンテナンスサービスを自社で手掛けています。

また、ITW 全社で共通して実践されている非常にユニークな基本原則についてもご紹介いたします。一つ目は、「80/20 の全社プロセス」と呼ばれるもので、「価値の 80% は 20% の事柄によって生み出される」という考え方です。最も重要な 20% に注力していき、これに該当しない取引や活動には時間を費やさないというアクティビティを繰り返すことで、注力すべき製品・顧客を絞り込み、継続的に業務の効率化が図られているのです。もう一つは、「顧客を起点としたイノベーション」です。顧客と直接接点を持つことで、顧客の最も苦労している箇所を把握し、既存の技術をベースとした改良を施すことで、コストを抑えながら顧客の課題を解決する新製品の開発を行っています。これらの取り組みは、Food Equipment 部門においても、製品の絞り込みや、顧客のニーズに即したシンプルな設計のオープンの開発などで発揮されています。

・ Welbilt (ウェルビルト)

ウェルビルトは、元々 2016 年にクレーン等の建機製造を主業とする Manitowoc から Foodservice 部門の Manitowoc foodservice がスピンオフした会社で、2017 年に現在の社名に変更しています。当初は、製氷機や冷蔵庫などを扱う「冷」のメーカーでした。しかし、それだけでは限界があり、2008 年に英国の Enoidis 社を買収して「熱」の分野にも参入しています。当社は「冷」と「熱」で幅広いラインナップを揃えていることで、顧客が厨房機器をそろえる際に複数のメーカーから個別に仕入れる手間をなくし、使用時の操作方法も統一されることを強みとしているのです。

実はホシザキも同じような取り組みを行っています。「冷」から出発したホシザキは、「熱」の領域でも製品を取り揃え、特に国内では厨房全体の一括受注を狙った戦略を実行しています。また、海外においても買収を重ね、米国、欧州などへ進出しています。ただし、日本国内でホシザキの優位性の源泉となっている直販サービスネットワークについては、海外では実践出来ていません。今後、M&A による現地企業の取得を含め、サービス領域での事業拡充が進展するか、もしくは日本国内とは異なる方法で海外においても優位性を発揮するのか、今後も引き続き対話を行いながら確認していきたいと思っております。

6.まとめ

今回は、「冷」と「熱」それぞれを得意とする企業の比較を中心に、業務用厨房機器業界についてみてきました。ここで改めて、先ほどご紹介した企業群も含めて、業務用厨房機器メーカーの利益率の推移を確認してみましょう。直近はコロナによる影響があるものの、各社とも安定的に一定水準以上の収益を確保していることが分かります。こうした収益性を享受できる背景には、業務用厨房機器の持つ付加価値の高さや、寡占化されやすい市場構造があると考えられます。

業務用厨房機器が持つ付加価値の高さは、特にラショナルを始めとする「熱」の厨房機器において顕著です。調理の自動化、質の均一化という課題を解決することで、顧客に対して高い付加価値を提供しています。

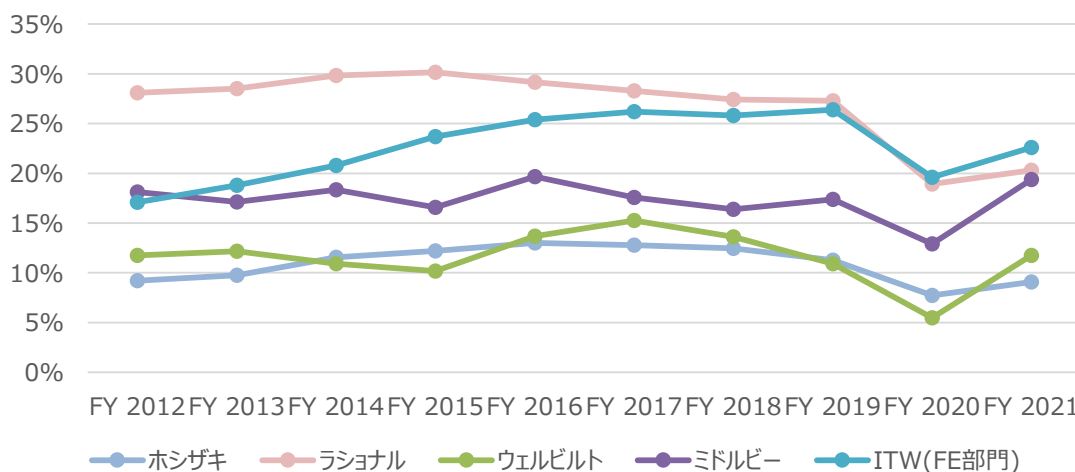
※当ファンドの過去のマンスリーレポート・運用コメントについては、委託会社ホームページにてご確認ください。

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

また、飲食業にとって安全性は致命的なリスクになり得ます。そのため、業務用厨房機器に対しては高い安全性・安心感が求められることが多く、その結果、大手による寡占的な市場が形成されやすい構造になっていると考えられます。

こうしたユニークな特徴をもっている業務用厨房機器業界について、今後も既存の投資先や、その競合を含めた企業との継続的な対話を行い、新たな投資機会に繋がられるように取り組んでいきたいと思っております。

営業利益率



出所：Bloomberg より NVIC 作成

【おおぶね年次総会のお知らせ】

農林中金バリューインベストメンツでは、おおぶねシリーズに投資していただいている受益者の方々に、安心して長期で投資いただくために双方向のコミュニケーションを重視しております。その最も重要な場を「おおぶね年次総会」と位置付けておりますが、今年は9月に開催する予定です。詳細につきましては、6月中旬以降に受益者様専用ページ「おおぶねメンバーズサイト」にてアップいたしますので、当サイトにてご確認くださいませよう、よろしくお願いいたします。

<予告コメント>

NVIC が運用・助言を行う投資信託「おおぶね」シリーズを保有いただきありがとうございます。このたび、NVIC では受益者様専用サイトを立ち上げることとなりました。

これまで月次レポート等を通じてご説明させていただきましたとおり、私たちは「おおぶね」シリーズを通じて、皆様に投資先企業の「オーナー」として、その企業価値創造のプロセスを長期に渡って楽しんでいただきたいと考えています。

したがって、投資先企業や私たちの投資判断について、その「オーナー」である皆様にご説明することは、私たちの当然の責務です。これまで、ファンドの月次レポートを通じて、企業の沿革、事業内容、どのように「強靱な」ビジネスなのか、私たちの調査や対話の過程と投資判断について、詳細にお伝えしてきました。これらの情報は、私たちの日々の努力の積み重ねであり、私たちが持つ最も価値のあ

※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>)

る資産です。そして、その努力はすべて、受益者様と投資先企業様からなる“同じ船に乗る”仲間たちに向けられたものです。これらの情報を一般公開するのではなく、特に受益者様向けに提供する方法がないかと考え、対応を検討してまいりました。

そして今回、受益者様のみがアクセスすることができる「おおぶねメンバーズサイト」を新たに立ち上げ、文字情報による企業のご説明については月次レポートではなく当該専用サイトに掲載していくことといたしました。月次レポート上での詳細な企業分析情報の開示は、2022年10月作成分（9月末基準）を目途に停止させていただく予定です（過去に開示している月次レポートは引き続きご覧いただけます）。

専用サイトへのアクセス方法については、ご自身が口座を開設されている各販売会社様にお問い合わせいただけますようお願いいたします。

今後多くの方に長期投資の楽しさを知ってもらおうべく、書籍やWEB、各種メディアなどでの情報発信は継続していくつもりです。その際には私たちの投資哲学を体現する具体例として、代表的な投資事例や過去に月次レポートで公開している分析事例を紹介することはあると思います。しかしながら、既に乗船いただいている皆様は、常に優先順位の最上位にあるのは、決して変わることはない私たちの行動原理です。

今回の変更により、日頃より月次レポートの更新を楽しみにいただいている皆様に若干のお手間をお掛けし、一部混乱を招いてしまうかもしれません。申し訳ございません。

是非、本件主旨をご理解いただき、引き続き「おおぶね」の航海をお楽しみいただけますと幸甚に存じます。

以上

※上記のコメントは6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)の皆様の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。

R&I ファンド大賞について

「R&Iファンド大賞」は、R&Iが信頼し得ると判断した過去のデータに基づく参考情報(ただし、その正確性及び完全性につきR&Iが保証するものではありません)の提供を目的としており、特定商品の購入、売却、保有を推奨、又は将来のパフォーマンスを保証するものではありません。

当大賞は、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第299条第1項第28号に規定されるその他業務(信用格付業以外の業務であり、かつ、関連業務以外の業務)です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置が法令上要請されています。当大賞に関する著作権等の知的財産権その他一切の権利はR&Iに帰属しており、無断複製・転載等を禁じます。

「投資信託部門」では、2022年3月末における3年間の最大ドローダウンが下位75%のファンドを対象に、2022年3月末における3年間のシャープ・レシオによるランキングに基づいています。