

信頼こそ、  
私たちの資産。

**Amundi**  
ASSET MANAGEMENT  
アムンディ アセットマネジメント

# 信頼が支えるお客さまとの絆

～ お客さま本位の業務運営に関する取組状況について ～

アムンディ・ジャパン株式会社

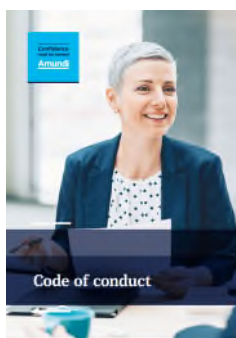
第4号 2020年1月



代表取締役社長  
ローラン・ベルティオ

半年ごとに発行しているこのレポートも早くも第4号となりました。また、皆さまにこのレポートをお届けできることを大変嬉しく思います。

まず初めに、アムンディ・グループが、日本を含むすべてのグループ会社に適用される行動規範（Code of conduct）をリリースしたことをお伝えしたいと思います。この行動規範は、当社のビジネスのすべてを網羅しています。お客さま、またはサプライヤーとの関係、環境的・社会的責任、腐敗防止およびアムンディの信頼を守るためのものです。この行動規範は当社のウェブサイトでご覧いただけます。



[https://www.amundi.co.jp/library/pdf/company/CODE\\_CONDUITE\\_2019.pdf](https://www.amundi.co.jp/library/pdf/company/CODE_CONDUITE_2019.pdf)

特にこの規範の第1章はお客さまとの関係について書かれており、主要なメッセージは、金融庁から発表された「顧客本位の業務運営に関する原則」と同様の内容となっています。

以下、本レポートでは、アムンディ・ジャパンがお客さまのために尽力している事例について、抜粋してご説明してまいります。

## | お客さま本位のビジネスはすべてのお客さまのために

お客さま本位のビジネスは、個人のお客さまだけが対象ではなく、機関投資家等のお客さまに対しても同じ考え方とアプローチを行っています。

年金基金等のお客さまに対しては、定期的に特定の専門テーマにフォーカスしたセミナーを開催し、金融・経済環境およびそのような状況下においてお客さまのニーズに適応できる投資ソリューションについてご説明、ご提案いたしております。このようなセミナーやフォーラムに加え、個別の面談でも、ESG / スチュワードシップを投資方針に統合する方法等について積極的にご説明するよう努めています。

責任投資ソリューション

<https://www.amundi.co.jp/esg/responsible-investment-offering.html>

ESG 活動報告

<https://www.amundi.co.jp/esg/esg-activity-report.html>

日本のESG専門チーム

<https://www.amundi.co.jp/esg/esg-japan.html>

## | 透明性を高めるために – お客さま視点での情報提供

アムンディ・ジャパンは、お客さまや販売会社の皆さまに様々な情報をわかりやすく、タイムリーにご提供することに努め、ファンドに関するレポートそして動画などの様々な資料を当社のウェブサイトに掲載しています。

各種マーケットレポート

<https://www.amundi.co.jp/report/list/>

ファンドの運用状況やマーケットをご説明する動画

[https://www.amundi.co.jp/report/video\\_list.html](https://www.amundi.co.jp/report/video_list.html)

アムンディの「着レポ」は、ご希望のファンドの分配金額やレポートをタイムリーにメールでお届けするもので、12月にスタートしました。

<https://www.amundi.co.jp/fund/chakurepo.html>

## | リテールビジネス本部にリテール・ソリューション部を新設

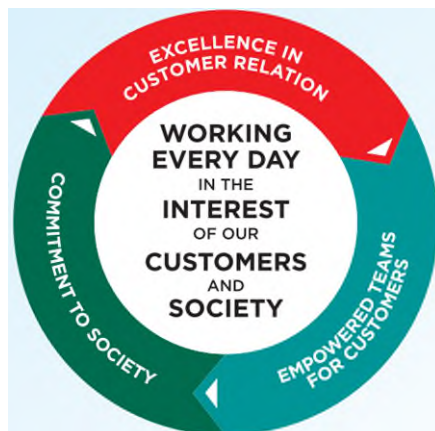
これまでのレポートのみならず折に触れてお伝えしているように、私たちの使命はお客さまへのニーズに合ったソリューションを提供することであると考えています。つまり、特定の商品をお勧めするのではなく、お客さまのニーズを理解し、そのニーズに沿った適切なソリューションをご提案して、お客さまのご要望にお応えすることを目指しています。

2019年11月、当社はリテールビジネス本部にリテール・ソリューション部を新設しました。ソリューションを部署名に掲げ、このアプローチへのコミットメントをさらに強化してまいります。

## | お客さま本位のビジネスの実行はアムンディの使命

アムンディは、フランスの大手ユニバーサル銀行グループであるクレディ・アグリコル・グループに属しています。

2019年6月6日、クレディ・アグリコル・グループは2022年に向けた新しいグループのプロジェクトと目標を発表しました。その中で、当グループは、「存在意義」として、「日々の業務はお客さまと社会の利益のために」と定義し、当グループの発展のベースとなる3つの主要プロジェクトを発表しました。



- お客さまとの優れた関係性に焦点を当てた「お客さま」プロジェクト
- 社会における私たちの役割に焦点を当てた「人が中心」のプロジェクト
- 責任ある開発サービスのための、社会における私たちの役割に焦点を当てた「社会」プロジェクト。

このプロジェクトの根底にある価値観は、2010年のアムンディ創設以来の私たちのコミットメントの中心にあるものであり、アムンディもこのプロジェクトに賛同しています。

特に「お客さま」プロジェクトにおいて、アムンディは以下のように実行していきます。

- すべての個人のお客さまにサポートとアドバイザーサービスおよび高品質のソリューションを提供する
- 機関投資家のお客さまの「信頼できるパートナー」になる
- 新しいデジタルサービスを開発する
- 競争力のある透明な価格設定を確保する

アムンディのスタッフ向け社内報の特別版が2019年9月に作成され、当社の「存在意義」と目標がクレディ・アグリコル・グループのプロジェクトといかに完全に一致し、資産運用に適用されるか、より具体的に示されています。その社内報は当社のイントラネットに掲載され、当社スタッフ全員が閲覧できるとともに、印刷された冊子が日本のスタッフ全員に配布され、周知徹底されています。

アムンディは今後ともお客さま本位のビジネスを最重要課題として、日々の業務に取り組んで参ります。

#### \* 顧客本位の業務運営に関する原則（金融庁 2017年3月30日付）

##### 【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等】

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。

##### 【顧客の最善の利益の追求】

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。

##### 【利益相反の適切な管理】

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。

##### 【手数料等の明確化】

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。

##### 【重要な情報の分かりやすい提供】

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。

##### 【顧客にふさわしいサービスの提供】

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。

##### 【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

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。