

信頼こそ、
私たちの資産。

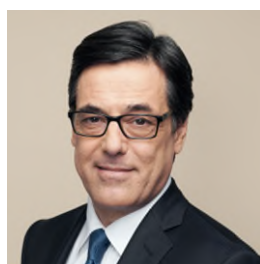
Amundi
ASSET MANAGEMENT
アムンディ アセットマネジメント

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8号 2022年1月



代表取締役社長
ローラン・ベルティオ

今回のレポートは8回目となります。

新型コロナウイルスは依然として日々の生活に影響しているものの、この半年の間に世界的なワクチン接種の進展や治療薬の開発が進んでいることで、「コロナとの共存」のもとでニューノーマルのライフスタイルや経済活動を模索するステージに入ったといえるでしょう。

この間、投資の世界では持続可能な成長への貢献の重要性がますます認識されるようになりました。グローバルな動向としては、ネットゼロ社会の実現に向けた様々な取り組みが活発化してきており、COP26（国連気候変動枠組条約第26回締約国会議）では気温上昇幅を1.5℃に抑えることを目標とすることが明記されました。アムンディは、7月にネット・ゼロ・アセット・マネージャーズ・イニシアティブに参加するなど、気候変動への対応や持続可能な成長を後押しするESG/SDGs投資の取り組みを続けています。

投資家の皆さまのESG/SDGs投資に対する関心も高まりつつある中、アムンディは引き続き情報発信と商品開発に注力して参りました。ウェビナー形式のセミナー開催や当社ウェブサイト上のデジタルコンテンツなどデジタル・トランスフォーメーションを活用したコミュニケーションを推進しています。

ESG/SDGs投資の推進

グラスゴーで開催されたCOP26は、今年下半期のESG/SDGs投資にとって最も重要なイベントであり、ステークホルダーから大きな注目を集めました。今回の会議では、石炭火力発電の段階的廃止という一つの目標に対して、主権国家の利害を一致させることの難しさが明らかになりました。しかし、全員で1.5度の目標を達成しなければならないという点を皆で合意し、メタンガス削減や森林回復など、いくつかの分野で進展がありました。そして、今こそ、具体的な行動が求められています。

アムンディは、7月にネット・ゼロ・アセット・マネージャーズ・イニシアティブに参加し、ポートフォリオを「ネットゼロ」に整合させるうえで中間目標を設定することや個人・機関投資家のお客さまに気候変動に対応する手段を提供し具体的な投資行動を後押ししていくことなど、あらためてその意欲を表明しました。また、アムンディは、低炭素社会への移行において、環境問題と社会問題が相互に影響し合うことにも課題を見出しています。気候変動の影響は、雇用、企業が活動する地域社会、製品やサービスにも及びます。この問題意識に基づき、インパクト投資の一環で新たに立ち上げた戦略では、企業のビジネスプラクティスや計画を評価し、「ジャスト・トランジション（公正な移行）」の実現に貢献することを目指しています。

日本のお客さまの間で、ESGに対する認識が高まり、責任ある投資への移行が始まりつつあることを実感しています。いくつかの例をご紹介しますと、個人投資家向けのビジネスでは、気候変動関連のテーマ株式戦略が、確定拠出年金などの積立投資を通じて、若い世代からの安定した資金を集めています。また、持続可能なテーマに資金を配分するファンド・オブ・ファンズは、多くの個人投資家に受け入れられています。一方、機関投資家ビジネスでは、ESG基準やサステナビリティ目標を新たに導入した金融機関と協働し、情報収集からポートフォリオの提案まで、真剣に議論を重ねながらニーズにお応えしています。

さらに、アムンディ・ジャパンは、読者の方々が責任投資の分野における最近の動向を把握し、それぞれの目的に応じた賢明な選択をするための一助として、「ESG入門」の第2版を出版しました。

アムンディは、金融市場の参加者として社会的責任を果たすことを理念として掲げています。それが私たちのDNAです。そして、お客さまがESG/SDGs投資を考える際に役立つリソースでありたいと考えています。

| お客さまの長期の課題を解決するためのソリューション提供

私たちの使命はお客さまへソリューションを提供することです。そしてそれらのソリューションはお客さまの課題を解決するものでなければなりません。特に「人生100年時代」を迎えて、長期視点の資産運用・資産形成の課題を解決するような商品やサービスが資産運用会社に求められていると考えます。

アムンディ・ジャパンは、環境や気候変動という長期のテーマに投資をする投資信託や様々な市場環境に対応しながらインカムを追求するマルチアセットの投資戦略など、長期投資に資する商品を拡充してきました。

そうした取組みをより丁寧にわかりやすくしていくために、2021年10月、リテールビジネス本部の組織を改編し、同本部内で販売会社およびお客さまへの情報発信を担当する部門の人員を拡充し、また、商品開発と商品管理を担当する部を同本部内に設置しました。

| お客さま本位のビジネスの実行はアムンディの使命

顧客本位の業務運営に関する原則の適切な実施は、アムンディ・ジャパンの最重要課題のひとつであり、マネジメントの間で、また当社の日々の業務活動を通じて定期的に議論され、見直されています。

* **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。