掲載•更新年月日:

2025年7月1日

## 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表

金融事業者の名称	三菱UFJアセットマネジメント株式会社
■取組方針掲載ページのURL:	https://www.am.mufg.jp/assets/pdf/corp/policy/torikumi.pdf
■取組状況掲載ページのURL:	https://www.am.mufg.jp/assets/pdf/corp/policy/torikumi.pdf

■取組状況掲載ページのURL:		https://www.am.mufg.jp/assets/pdf/corp/policy/torikumi.pdf			
		原則	実施·不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原		【顧客の最善の利益の追求】 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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底 P.3 取組方針9. プロフェッショナリズムの発揮	P.5 取組状況(経営ピジョン、プロダクトガバナンス・ ポリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューティー/プロダクト ガバナンス諮問会議の新設) P.16 取組状況(人材育成)
則 2	(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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底 P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供	P.5 取組状況(経営ビジョン、プロダクトがバナンス・ボリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューティー/プロダクトがバナンス諮問会議の新設) P.8 【図1】運用資産残高、〈ご参考〉国内公募株式投信(除くETF)純資産総額 P.16 取組状況(人材育成)
		【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。	実施	P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.15 取組状況(スチュワート・シップ活動) P.16 取組状況(利益相反管理)
原則3	(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。  ・販売会社が、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 販売会社が、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	実施	P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.15 取組状況(スチュワート・シップ活動) P.16 取組状況(利益相反管理)
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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい 情報開示) P.12【図3】NPS ~顧客推奨度の評価~
		【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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトがハナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスがハナンスレポート) P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま)
原則 5	(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写出を含む) ・ 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	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスガバナンスレポート) P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま)

		原則	実施·不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
	(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)。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトがハナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスがハナンスレポート) P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま) P.12 【図3】 NPS ~顧客推奨度の評価~
E	(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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ボリシー) P.7 取組状況(プロダクスガバナンスレボート) P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま)
原則 5	(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、分かりやすぐ行うへきである。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がなされるよう工夫すべきである。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトがパナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスがパナンス・ポリシー) P.10 取組状況(没資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま) P.12 【図3】 NPS ~顧客推奨度の評価~
	(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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ボリシー) P.7 取組状況(プロダクスガバナンスレボート) P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま)
		【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。	実施	P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の開発・提供P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供およびコンサルティングの実践P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた運用の高度化P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダクトガパナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクトガパナンス・ポリシー) P.9 【図2】2022~2024年度における新規設定・債還ファンド数 P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(連用体制に関する情報開示の強化、当社が考える各商品の購入を想定するお客さま) P.12 【図3】NPS~顧客推奨度の評価~P.13【図4】レーティング・4以上のファント本数/占有率P.14【図5】ファントアワート・受賞本数、〈ご参考〉「次世代米国代表株ファント〈愛称・メジャー・リーダー〉」 P.17 取組状況(直接販売サービス) P.18~22【図6~10】販売会社共通KPI
原則 6	(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、顧客のライフブ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	実施	P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践 P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プログトカガバナンス・ボリシー) P.7 取組状況(プログトカガバナンス・ボリシー) P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい情報開示) P.11 取組状況(運用体制に関する情報開示の強化、当社が考える各商品の購入を想定するお客さま) P.12 【図3】NPS ~顧客推奨度の評価~ P.17 取組状況(直接販売サービス) P.18~22 【図6~10】販売会社共通KPI
	(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。	実施	P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.17 取組状況(直接販売サービス) P.18~22【図6~10】販売会社共通KPI
	(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それに沿った販売が なされるよう留意すべきである。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践 P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を 想定するお客さま) P.17 取組状況(直接販売サービス) P.18~22【図6~10】販売会社共通KPI

	ş	原則	実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
	(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。	実施	P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.17 取組状況(直接販売サービス) P.18~22【図6~10】販売会社共通KPI
	(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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践 P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.10 取組状況(投資家に向けた分かりやすい 情報開示) P.11 取組状況(運用体制に関する情報開示 の強化、当社が考える各商品の購入を想定す るお客さま) P.17 取組状況(直接販売サービス)
原則 6	(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。	実施	P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダクカカ・バ・ナンス・ホリシー) P.7 取組状況(プロダクトカ・バ・ナンス態勢、プロダクト カ・バ・ナンスレホート) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を 想定するお客さま)
	(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。	実施	P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ホリシー) P.7 取組状況(プロダクトガバナンス態勢、プロダクト ガバナンスレホート) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を 想定するお客さま)
原則。		【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】 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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底 P.3 取組方針9. プロフェッショナリズムの発揮	P.5 取組状況(経営ビジョン) P.16 取組状況(人材育成)
7	(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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底 P.3 取組方針9. プロフェッショナリズムの発揮	P.5 取組状況(経営ピジョン) P.16 取組状況(人材育成)
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、金融商品の組成に関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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底	P.4 取組状況(監査等委員会設置会社への移行、コーホレートがパナンスページの開設) P.5 取組状況(経営ビジョン、プロダウトがパナンス・ホリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューティー/プロダウトがパナンス諮問会議の新設) P.7 取組状況(プロダウトがパナンス態勢、プロダクトがパナンスレボート)
補充原則		【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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底 P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.5 取組状況(プロダクトガパナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューティー/プロダクト ガバナンス諮問会議の新設) P.7 取組状況(プロダクトガバナンス態勢、プロダクト ガバナンスレポート)
到 2	(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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底 P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューティー/プロダクト ガバナンス諮問会議の新設) P.7 取組状況(プロダクトガバナンス態勢、プロダクト ガバナンスレボート)

原則		実施·不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所	
補充原則2	(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。	実施	P.2 取組方針1. お客さま本位の徹底 P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.5 取組状況(プロダクトカブバナンス・ホブリシー) P.6 取組状況(フィテューシャリー・デューティー/フプロダクト ガバナンス諮問会議の新設) P.7 取組状況(プロダクトカバナンス態勢、プロダクト カブバナンスレホート)
		【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。	実施	P.2 取組方針2. お客さまのエーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化 P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダウトガバナンス・ボリシー) P.7 取組状況(プロダウトガバナンス態勢) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま)
	(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。	実施	P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクトガバナンス態勢)
補充原則 3	(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。	実施	P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクトガバナンス態勢) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を 想定するお客さま)
	(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点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。	実施	P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクトガバナンス態勢) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を 想定するお客さま)
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パ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。	実施	P.2 取組方針2. お客さまのエーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化 P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダクトがパナンス・ポリシー) P.6 取組状況(プロダクトがパナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューティー/プロダクトがパナンス部間会議の新設) P.7 取組状況(プロダクトがパナンス態勢、プロダクトがパナンスレボート) P.9 【図2】2022~2024年度における新規設定・償還ファンド数 P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を想定するお客さま)
	(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。	実施	P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.5 取組状況(プロダクトカ・ボ・ナンス・ボ・リシー) P.6 取組状況(フィテ・ューシャリー・デ・ューティー/フ・ロダクト ガ・バ・ナンス諮問会議の新設) P.7 取組状況(プロダクトカ・ボ・ナンス態勢、プ・ロダクト ガ・ボ・ナンスレホ・ート) P.9 【図2】2022~2024年度における新規設 定・償還ファンド数

		原則	実施•不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充原則4	(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。	実施	P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針8. 快適かつ安心・安全にお取引 いただける態勢の整備	P.5 取組状況(プロダクトガル・ナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューディー/プロダクト ガルナンス諮問会議の新設) P.7 取組状況(プロダクトガル・ナンス態勢) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を 想定するお客さま)
	(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。	実施	P.2 取組方針2. お客さまのニーズをとらえた商品の 開発・提供 P.3 取組方針5. お客さまの投資成果向上に向けた 運用の高度化	P.5 取組状況(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデューシャリー・デューティー/プロダクト ガバナンス諮問会議の新設) P.7 取組状況(プロダクトガバナンス態勢)
補充原則 5		【顧客に対する分かりやすい情報提供】 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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロゲハガバナンス・ボリシー) P.7 取組状況(プロゲハカバナンス・ボリシー) P.11 取組状況(運用体制に関する情報開示 の強化、当社が考える各商品の購入を想定す るお客さま)
	(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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトガパナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクトガパナンスレポート) P.11 取組状況(運用体制に関する情報開示 の強化)
	(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。	実施	P.2 取組方針3. お客さま本位の情報提供および コンサルティングの実践	P.5 取組状況(プロダクトガパナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクトガバナンスレポート) P.11 取組状況(当社が考える各商品の購入を 想定するお客さま)

【照会先】	
部署	経営企画部
連絡先	03-4223-3002