

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		
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
原則2		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. プロフェッショナルリズムの発揮	P.5 取組状況(経営ビジョン、プロダクトガバナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデュシヤリー・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)
	(注)	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、プロダクトガバナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデュシヤリー・デューティー/プロダクトガバナンス諮問会議の新設) P.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)
原則3		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(スチュワードシップ活動) P.16 取組状況(利益相反管理)
	(注)	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(スチュワードシップ活動) P.16 取組状況(利益相反管理)
原則4		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～
原則5		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(プロダクト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)
	(注1)	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(プロダクト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
原則 5	(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(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスカバナンスレポート) 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) P.12【図3】NPS ～顧客推奨度の評価～
	(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・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスカバナンスレポート) 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)
	(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、分かりやすく行うべきである。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慮した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供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(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスカバナンスレポート) 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) 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・ポリシー) P.7 取組状況(プロダクスカバナンスレポート) 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 6		【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、プロダクトガバナンスレポート) P.9【図2】2022～2024年度における新規設定・償還ファンド数 P.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.13【図4】レーティング4 以上のファンド本数／占有率 P.14【図5】ファンドアワード受賞本数、<ご参考>「次世代米国代表株ファンド(愛称「ジャニーリター」) 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
	(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、顧客のライフプ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・サービスの提案を行うこと ・ 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、プロダクト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(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

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	
原則 6	(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い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）
	(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、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）
	(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・ポリシー） 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）
原則 7		【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）
	(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（経営ビジョン） 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、金融商品の組成に携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、コーポレートガバナンスページの開設） P.5 取組状況（経営ビジョン、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.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）
補充原則 2		【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・管理の各プロセ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ポート）
	(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ポート）

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)	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ポート)
補充原則 3		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.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1)	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)
	(注2)	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)	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		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.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.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) 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)	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、プロダクトガバナンスレポート) 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)	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(プロダクトガバナンス・ポリシー) P.6 取組状況(フィデュシャリー・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) 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)	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】			
		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(プロダクトガバナンスレポート) P.11 取組状況(運用体制に関する情報開示の強化、当社が考える各商品の購入を想定するお客さま)
	(注1)	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(プロダクトガバナンスレポート) P.11 取組状況(運用体制に関する情報開示の強化)
	(注2)	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		