

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表

| 金融事業者の名称 | | UBS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 : | | http://japan1.ubs.com/am/pages/importance/ClientFocus | | |
| ■取組状況掲載ページのURL : | | http://japan1.ubs.com/am/pages/importance/ClientFocus | | |
| 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 | 【顧客の最高の利益の追求】 金融事業者は、高齢の尊厳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、顧客の最高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业文化として定着するよう努めるべきである。 | 実施 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／顧客の最高の利益の追求 | 2.ポートフォリオ提案型資産運用サービス提供の強化 4.「顧客中心主義」を意識したサービス・クオリティの維持 |
| | 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、顧客の最高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を目指すべきである。 | 実施 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／顧客の最高の利益の追求 | 2.ポートフォリオ提案型資産運用サービス提供の強化 4.「顧客中心主義」を意識したサービス・クオリティの維持 |
| 原則 3 | 【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、当該利益相反に適切に管理するべきである。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 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／利益相反の適切な管理 | 5.利益相反の適切な管理 |
| | 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考慮すべきである。 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、金融商品の顧客への販売・推奨等について、当該商品の提供会社から、委託手数料等の手数料を受ける場合 ・同様の手数料を受ける金融事業者が、同一グループ内に属する他の会社から提供を受けた場合 ・同一会社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 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／利益相反の適切な管理 | 5.利益相反の適切な管理 |
| 原則 4 | 【手数料等の明確化】 金融事業者は、名前を問わず、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 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／手数料の明確化 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み |
| 原則 5 | 【重要な情報の分かりやすい提供】 金融事業者は、顧客との取引の利益相反の可能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 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／重要な情報の分かりやすい提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み |
| | 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・顧客が販売・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)、 ・料金そのものの額、取扱い条件 ・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理由を含む) ・顧客が販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客の利益相反の可能性がある場合においては、その具体的な内容(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 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／重要な情報の分かりやすい提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み 11.成果指標(KPI)について |
| 原則 6 | 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の可能な否かと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)。 | 非該当 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針／末尾注記(※) | 冒頭文 |
| | 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眞実な内容の情報提供を行すべきである。 | 実施 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／重要な情報の分かりやすい提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み |
| 原則 7 | 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行がかりやすくすべきである。単純化の度合い高い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供を行うこととする。顧客の特性等に応じて同種の商品の販売・推奨等を行う場合には複数の商品の組合せ比較することの容易になるように配慮した表示を用いつつ、リスク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。 | 非該当 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針／末尾注記(※) | 冒頭文 |
| | 金融事業者は、顧客に対して情報提供する際に、情報的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 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／重要な情報の分かりやすい提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み |
| 原則 8 | 【顧客にふさわしいサービスの提供】 金融事業者は、顧客の資本状況、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・推奨等を行るべきである。 | 実施 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／顧客にふさわしいサービスの提供 | 4.「顧客中心主義」を意識したサービス・クオリティの維持 |
| | 金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に際し、以下の点に留意すべきである。 ・顧客が販売・推奨等を行う場合に、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資産の選択の割合を検討し、それにに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行ってこと ・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、各業法の趣旨を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの手数料を含む)と比較しながら行うこと ・金融商品の販売・推奨等を行う場合において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なウォーロープを行うこと | 非該当 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針／末尾注記(※) | 冒頭文 |
| 原則 9 | 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。 | 非該当 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針／末尾注記(※) | 冒頭文 |
| | 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、商品の特性等を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公示するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においては、それを十分に理解した上で、自らの責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の販売を行うべきである。 | 実施 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／顧客にふさわしいサービスの提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み 4.「顧客中心主義」を意識したサービス・クオリティの維持 7.プロダクトレビュー会議による網羅的な検証 8.リスク委員会等における継続的な協議 |
| 原則 10 | 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・推奨等が過去より傾向に審査すべきである。 | 非該当 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針／末尾注記(※) | 冒頭文 |
| | 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 | 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／重要な情報の分かりやすい提供／顧客にふさわしいサービスの提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み 4.「顧客中心主義」を意識したサービス・クオリティの維持 7.プロダクトレビュー会議による網羅的な検証 8.リスク委員会等における継続的な協議 |
| 原則 11 | 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、製品会社として顧客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て、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。 | 非該当 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針／末尾注記(※) | 冒頭文 |
| | 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保持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。 | 非該当 | 1.UBSアセット・マネジメントにおける顧客本位の業務運営に係る方針／末尾注記(※) | 冒頭文 |

| 原 則 | | 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 7 | | 【従業員に対する適切な動機づけの枠組み】 金融事業者は、顧客の最大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 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／従業員に対する適切な動機づけの枠組み | 10.従業員に対する適切な動機づけの枠組み |
| 注 | | 金融事業者は、各原則(これらに付されている点を含む)に関する内容及び実施しない代わりに同じもの替りの内容について、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 2.顧客中心主義を実践するための具体的な取り組み／従業員に対する適切な動機づけの枠組み | 10.従業員に対する適切な動機づけの枠組み |
| 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共に自身の経営を持続可能なものとするため、金融商品の組成に携わる金融事業者は、経営理念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 「プロダクトガバナンスに関する方針」 1.基本理念 | 1.Client Experience向上会議における取り組み |
| 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、金融商品のライツ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。 その他の、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・管轄の各プロセスにおける責任者を明確に行なうとともに、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 「プロダクトガバナンスに関する方針」 2.プロダクトガバナンス体制の整備 | 1.Client Experience向上会議における取り組み 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み/プロダクトガバナンス体制の開示 |
| 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得られる金融商品のライツサイクル全体をもとにプロダクトガバナンスの実効性を実現・提供・管轄の各プロセスにおいて、その実業規範や提供する金融商品の特徴等に対して、必要な場合は、社外取締役や外部監査官のほか、ファンディング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 「プロダクトガバナンスに関する方針」 2.プロダクトガバナンス体制の整備 | 1.Client Experience向上会議における取り組み 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み/プロダクトガバナンス体制の開示 |
| | | 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PDDA サイクルを確立すべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 2.プロダクトガバナンス体制の整備 | 1.Client Experience向上会議における取り組み 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み/プロダクトガバナンス体制の開示 |
| 注 2 | | 【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、顧客の真的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沿うようにするための勘案事項は、商品の持続可能性和金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複数さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の改善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な顧客属性を持ち、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得られるよう情報連携すべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 3.金融商品の組成時の対応 | 6.持続的に提供可能な運用商品の組成 |
| 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上に、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・ターン・コストの合理性を検証すべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 3.金融商品の組成時の対応 | 6.持続的に提供可能な運用商品の組成 |
| | | 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、商品の複数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、必要に応じて規定される販売方法にも留意すべきである。その後、商品を購入すべき顧客の年齢や性別、商品についての元本・確保金額等の情報等に応じて、金融商品の組成時に考慮すべきである。金融商品については、どのような顧客一人ひとりに会社をされるよう組成しているのかなど、それが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 「プロダクトガバナンスに関する方針」 3.金融商品の組成時の対応 | 6.持続的に提供可能な運用商品の組成 | |
| 注 2 | | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の販売に際して異なる金融商品を複数で提供するため、顧客とのリスクや取引履歴の確認の方法に付随する問題等の複数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、金融商品の組成・提供・管轄の各プロセスにおける金融商品の販売等に携わる金融事業者と販売会社との間で連携すべき情報等について、事前に決めを行なるべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 3.金融商品の組成時の対応 | 6.持続的に提供可能な運用商品の組成 9.販売会社との相互情報連携に向けた取り組み |
| | | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複数さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の組成時に必要な情報の提供や金融商品の販売に携わる金融事業者から受け取るべきである。情報連携すべき内容は、よい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る。実際に入れて顧客属性に応じて情報連携や必要に応じて実態把握のための金融商品の組成・提供・管轄の各プロセス等に取り組むべきである。また、金融商品の販売等に携わる金融事業者一人ひとりに会社をされるよう組成しているのかなど、それが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 「プロダクトガバナンスに関する方針」 4.金融商品の組成後の対応 | 7.プロダクトレビュー会議による網羅的な検証 8.リスク委員会等における継続的な協議 |
| | | 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複数さやリスク等の金融商品の販売に際して異なる金融商品を複数で提供するため、顧客とのリスクや取引履歴の確認の方法に付随する問題等の複数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、金融商品の組成・提供・管轄の各プロセスにおける金融商品の販売等に携わる金融事業者と販売会社との間で連携すべき情報等について、事前に決めを行なるべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 4.金融商品の組成後の対応 | 7.プロダクトレビュー会議による網羅的な検証 8.リスク委員会等における継続的な協議 9.販売会社との相互情報連携に向けた取り組み |
| 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なう場合、外部委託先における運用についての検証の対象として、その結果を踏まえて、必要に応じて内部組織の改修や見直しを行なべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と外部委託先との情報連携等に付随する問題等の複数の金融商品の販売に際しては、必要に応じて金融商品の組成・提供・管轄の各プロセス等に取り組むべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 4.金融商品の組成後の対応 | 7.プロダクトレビュー会議による網羅的な検証 8.リスク委員会等における継続的な協議 9.販売会社との相互情報連携に向けた取り組み |
| | | 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なう場合、外部委託先における運用についての検証の対象として、その結果を踏まえて、必要に応じて内部組織の改修や見直しを行なべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要な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お負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資信託等情報を提供し、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 「プロダクトガバナンスに関する方針」 4.金融商品の組成後の対応 | 7.プロダクトレビュー会議による網羅的な検証 8.リスク委員会等における継続的な協議 |
| | | 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なべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 5.顧客に対する分かりやすい情報提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み |
| 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なうべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要な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お負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資信託等情報を提供し、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 「プロダクトガバナンスに関する方針」 5.顧客に対する分かりやすい情報提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み |
| | | 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なるべきである。 | | 実施 「プロダクトガバナンスに関する方針」 5.顧客に対する分かりやすい情報提供 | 3.「重要な情報の分かりやすい提供」への継続的な取り組み |

【照会先】

| | |
|-----|---------------------|
| 部署 | 企画管理部 |
| 連絡先 | ol-am-jp-bm@ubs.com |