

お客様本位の業務運営に係る当社の 2025 年における取り組み

基本方針	取り組み内容
顧客の最善の利益の追求	
【フィデューシャリー・デューティーの履行】 (原則2)	<ul style="list-style-type: none"> 当社は、相互信頼に基づく透明性の高い意思決定とチームワークを日々実践し、誠実にフィデューシャリー・デューティーを遂行し、お客様の信頼に値する組織運営、お客様にご満足頂ける優れた運用サービスの提供に全力で取り組んでいます。
【高度な専門性の確保】 (原則2)	<ul style="list-style-type: none"> グループ会社のネットワークを最大限に活用し、海外拠点にある運用会社との連携を図りながら、運用に係る人材の専門的知識を更に磨くよう、オンライン研修等を継続して実施しています。 プルデンシャル・グループの資産運用部門であるPGIMのマルチマネージャー体制を最大限に有効活用すべく、組織・体制の整備、強化を継続的に実施しています。 さらに、PGIM グループの海外拠点にいる運用担当者とのオンライン会議や電話会議のタイムリーな実施、海外拠点のクライアント・サービス部門との緊密な連携により、市場調査・情報収集を強化しています。
【顧客の最善の利益を図る企業文化の定着】 (原則2)	<ul style="list-style-type: none"> プルデンシャル・グループのコア・バリューである顧客重視（カスタマー・フォーカス）の姿勢に基づき、お客様との長期的な信頼関係の構築に努めています。 全社員が参加しビジネス・アップデートを行うタウンホールミーティングを開催し、シニア・マネジメントが PGIM の企業文化についてプレゼンテーションを繰り返し、コア・バリューの浸透を図っています。 コア・バリューに基づいた行動規範が徹底されていることを確認するサーベイを社内で行い、その定量的評価についてディスカッションを継続的にを行っています。 オンライン、対面ともにミーティングによる社員間の意見交換や交流を積極的に行い、頻繁かつ透明性の高いコミュニケーションに努めています。 <ul style="list-style-type: none"> 週次でブロードキャスト（全社員向け社内放送）を実施し、ビジネスの状況、市場環境・投資パフォーマンスの最新情報を常にアップデートし、透明性の高い情報共有に努めています。
【スチュワードシップ責任】 (原則2)	<ul style="list-style-type: none"> 日本版スチュワードシップ・コードに当社方針が準拠していることを定期的に確認し、必要に応じて改訂しています。 日本国内の上場株式および債券を対象としています。ただし、株式のパッシブ運用保有銘柄については、議決権行使も含め、時価総額の上位銘柄等、一定の基準で抽出した銘柄を対象としています。 投資先企業との対話では、環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）などの状況把握に努め、ESG の観点をスチュワードシップ活動のプロセスに反映させています。 議決権の行使状況についてホームページに開示しました。また、スチュワードシップ・コードの実施状況を自己評価し、その結果をホームページ上で公表しております。 客観性・透明性を確保するため、議決権行使及び投資先企業とのエンゲージメント活動の結果について第三者によるレビューを受けています。

利益相反の適切な管理	
【コーポレート・ガバナンス】 (原則3)	<ul style="list-style-type: none"> 当社は、取締役会や各種委員会等の組織的な意思決定機関を中心とした経営体制と、透明性と相互牽制機能が確保された意思決定プロセスを確立しています。その有効性を維持するため第 1 のディフェンスラインとして、現業部門の経営者および当該部門の構成員、第 2 のディフェンスラインとして、リスクマネジメント、財務、法務およびコンプライアンス等を含む間接管理部門、第 3 のディフェンスラインとして内部監査部門という、「3つのディフェンスライン」のリスク管理体制を構築し、内部監査部門は独立的立場からリスク管理態勢や各種内部統制の履行状況についての監査を年次計画に沿って行い、結果を取締役に報告しています。
【利益相反の管理体制】 (原則3)	<ul style="list-style-type: none"> グループ会社等との間の適切な経営の独立性を確保する態勢を維持するよう努めています。 当社では、利益相反管理規程を策定し、顧客との利益相反関係が生じる可能性に十分配慮しつつ、顧客の利益が不当に害されることのないよう業務を実施しております。管理部門が利益相反に関する行動基準の策定、研修の実施等を行い社内への周知徹底を図ると共に、モニタリングを行っています。また、内部監査部はリスクベース・アプローチに基づき、各種利益相反の管理体制の有効性について検証しています。
手数料の明確化	
【手数料開示】 (原則4)	<ul style="list-style-type: none"> 透明性の高い運用報酬・手数料を設定するとともに、その内容について出来る限り適切な情報提供を行っています。 お客様との緊密なコミュニケーションを通じ、お客様の特性、ニーズ及びリスク許容度を把握し、適切に提示しています。
重要な情報の分かりやすい提供	
【情報開示の充実 – 分かりやすさと透明性】 (原則5、原則6 – 注5)	<ul style="list-style-type: none"> 当社のホームページは、コンテンツの分かり易い配置と視認性の向上に配慮しています。また、PGIM グループ各社が運営するウェブサイトとリンクさせることにより、情報アクセスの利便性の向上に努めています。 レスポンスデザインを採用により、PC、スマートフォン、タブレットからのアクセスを可能にし、利便の向上を図っています。 お客様の金融・投資知識の向上と金融市場の動向に関するご理解に資するよう、投資環境や運用者の見解などをホームページで公開しています。 ウェビナーに加えて対面セミナーも開催し、お客様に投資対象資産および商品に対する理解を深めていただく機会を継続的に提供しています。 セミナーと、日本語の各種レポートに関する取組状況を成果指標(KPI)として公表しています。
【勧誘方針】 (原則5、原則6 – 注5)	<ul style="list-style-type: none"> 投資戦略等のご提案にあたっては、お客様の投資経験とニーズを十分に考慮し、リスク・リターン特性等を適切に明示した資料等を使い、分かり易く透明性の高い説明に努めております。
顧客に相応しいサービスの提供	
【適合性原則の遵守】 (原則5 – 注4、原則6)	<ul style="list-style-type: none"> お客様との緊密なコミュニケーションを通じ、お客様の特性、ニーズ、及びリスク許容度を適切に把握し、適切な形態にてサービスを提供しています。
【幅広い投資戦略ラインアップ】 (原則5 – 注2、原則6)	<ul style="list-style-type: none"> お客様のニーズに応じ、グループ会社が運用する様々な戦略を日本国内で提供できるよう、ラインアップの拡充を継続的にを行っています。

従業員に対する適切な動機付けの枠組み等	
【人材育成・研修】 (原則6－注5、原則7)	<ul style="list-style-type: none"> 人材能力の更なる向上を図り、各人材の個別の学習ニーズに対応するツールとして、オンライン・オンデマンド、対面など様々な研修プログラムを活用しています。 新入社員については、入社時オリエンテーション・プログラムに基づき、当社の企業文化・経営方針・業務内容の迅速な習得を促し、即戦力へとつなげています。オンラインでのオリエンテーションであっても、従来の対面方式と遜色なく、社内各所との関係構築を行っています。
【業績評価体系】 (原則7)	<ul style="list-style-type: none"> 各社員の職務・職責・業績に応じて報酬を決定しています。各自の実績・貢献度に応じた報酬を原則とする一方で、業績偏重の弊害を避けるために総合的な評価を加味しています。 運用部門の評価において最も重要な評価項目である運用パフォーマンスについては、長期・短期双方の総合的な観点で評価を行っています。 優秀な人材を確保・維持するために、外部機関の報酬調査データを活用して、業界内で競争力のある報酬水準の設定を行っています。

上記記載の「原則」および「注」は金融庁「顧客本位の業務運営（2021年1月15日改訂）」における7つの原則およびその注記を指します。

補充原則	
【基本理念】 (補充原則1)	<ul style="list-style-type: none"> 取締役が商品検討会議に参加し、顧客利益を最優先する姿勢を明確にしています。また方針を定期的にレビューし、取組状況を毎年公表することで透明性を確保しています。 高度な運用技術やリスク管理を活用し、顧客の資産形成に資する商品提供を行う体制を構築し、またファンドレビューを通じて品質管理体制の構築を行っています。
【体制整備】 (補充原則2)	<ul style="list-style-type: none"> 当社は、金融商品のライフサイクル全体にわたるプロダクトガバナンスの実効性を確保するため、商品検討会議を中心とした体制を整備しています。商品組成時には関連部署と連携し、運用戦略や商品性についてのデュー・デリジェンスを実施し、組成後も継続的なレビューを行うことで品質管理を徹底しています。 また、管理部門による検証枠組みを構築し、客観性と透明性の向上を図っています。これらの取り組みはPDCAサイクルに基づき、定期的に体制の見直しを行うことで、プロダクトガバナンスの高度化を推進しています。
【金融商品の組成時の対応】 (補充原則3)	<ul style="list-style-type: none"> 当社は、顧客の真のニーズに基づいた金融商品の組成を重視しており、商品の持続可能性や合理性を検証した上で、最適な商品提供を目指しています。商品ごとに想定顧客属性を明確に定義し、複雑性やリスク特性に応じた適切な販売対象を特定しています。 また、販売会社との情報連携を通じて、商品理解の浸透を図るとともに、販売方法や顧客対応に活用できる情報提供を行っています。複雑な商品については、より詳細な顧客属性の特定と検証を慎重に行い、顧客の最善の利益の実現に努めています。

<p>【金融商品の組成後の対応】 (補充原則 4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 当社は、商品提供後、運用パフォーマンスやリスク状況を定期的にモニタリングし、組成時に想定した商品性が維持されているかを検証しています。検証結果は、商品の改善やプロダクトガバナンス体制の見直しに活用し、継続的な品質向上を図っています。 • また、販売会社からの情報を活用し、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努めています。外部委託運用商品についても、委託先の運用状況を検証対象とし、改善・見直しを行う体制を整えています。
<p>【顧客に対する分かりやすい情報提供】 (補充原則 5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 投資戦略等のご提案にあたっては、運用体制および哲学、並びに運用実績等、お客様の投資判断に必要と思われる情報を適切に明示した資料等を使い、分かり易く透明性の高い説明に努めています。 • 金融商品の商品性のご説明にあたっては、商品概要書等の資料を用いて、運用ガイドラインを含む商品性のご説明にも努めています。 • 特にリテールビジネスにおいては、販売会社を通じて商品性や運用体制に関する情報を顧客に提供しています。具体的な例として、販売会社向けの勉強会を定期開催し、商品理解を深めた上で顧客対応に活用しています。