

第三回 フィデューシャリー・デューティー推進委員会 2021.2.4

コモンズ投信の「お客さま本位の業務運営」の実現について

コモンズ投信は、2008年のリーマンショックの真ただ中に投資運用業と第二種金融商品取引業の登録を行い、2009年1月から、30年目線で30社程度に長期集中投資を行う公募投信「コモンズ30ファンド」の運用と販売を開始しました。それまで国内では殆どみられなかった本格的な長期投資ファンドを旗艦ファンドとして、お客さまの長期的な資産形成に強くコミットメントすることを宣言して起業したのです。

それを実現させていくために、当社は運用を行うとともに商品の直接販売を行う「直販スタイル」をビジネスモデルの中核としました。生活者が野菜や果物を、直接、生産者である農家から購入する産地直送スタイルの金融版です。この直販スタイルは、通常の運用会社では出来ない「お客さまの声」を直接伺うことが出来ます。“将来の年金資産を作りたい、こどもの教育資金を作りたい”、“長期的に成長が期待できる企業や環境問題や社会問題の解決に取り組む企業を応援したい”、“こどもや孫たちに、金融に関する知識を身につけさせたい”などの、さまざまな声を常に当社の業務に反映させることで、生活者に身近な金融サービスの実現を目指した新しいスタイルでした。

その結果、創業当初から現在に至るまで、私たちのこの想いに共感いただいた方々が口座を開設し、コモンズ投信を活用して長期的な資産形成を実践されています。これまで、販売会社である金融機関を通じて投資信託を購入される方の多くはシニア層でしたが、当社のお客さまの約8割の方は、未成年から50代の現役世代ファミリーです。さらに、これまで投資信託を購入されてきた多くの方々は、タイミングを計っての一括投資をされていましたが、当社のお客さまの約7割の方は、積み立て投資による長期的な資産形成をされています。

また、私たちは、直販スタイルにより、お客さまの「資産形成のその先」についても、お客さまの生活を共有できる喜びを知っています。“積み立ててきた資産で、こどもの学費を賄うことが出来、〇〇大学に入学しました”、“こどもとコモンズの社会起業家セミナーに参加してから、こどもが寄付に関心を持つようになった”、“コモンズの投資先企業とのセミナーに参加したことが、職場での新しい提案につながった”などのお客さまの喜びを共有する機会が少なくありません。

このように私たちが考えるお客さま本位とは、単なる投資に伴う経済的な成果だけではなく、お客さまとの長期的なお付き合いの中で、お客さまの「今日よりも、よい明日」を考える希望に寄り添い、少しでもお役に立つことを実践していくことと考えています。

当社は平成29年3月30日付けで金融庁が発表した「顧客本位の業務運営に関する原則」を採用することをここに宣言し、以下に、その取り組みの詳細を説明させていただくとともに、今後、その取り組み実施状況を定期的に開示して参ります。

平成29年6月30日

コモンズ投信株式会社

代表取締役社長 伊井哲朗 取締役会長 洪澤健

1.私たちは、お客さまへの最良のサービスの提供に務めます

私たちの「お客さま本位の業務運営」の精神は、当社の創業時からの企業文化として根付いておりと自負しています。その原点は、自身がお客さまであったら「こうして欲しいな」と思うサービスを常に心がけ、「今日よりも、よい明日」を考える長期的な資産形成を応援するサービスにこだわるところにあります。

① 私たちは、商品を販売することがサービスとは考えていません。

私たちは、商品を販売するのではなく、お客さまのライフスタイルをイメージして当社の価値（投資哲学、サービス、商品）を伝えていくことで、結果的に豊かなライフスタイルを実現させる手段として当社の商品が選ばれていくことを目指しています。

② 私たちは、専門性を高めることでサービスの向上に取り組めます。

私たちは、運用・調査部門に限らず、管理部門、サービス部門に至るまで、専門性の高い人材に加え生活者視点の新しい価値観を持つ意欲的な人材を採用し、日々の業務を通じて専門性を高めていきます。

③ 私たちは、一般生活者の方々に分かり難い商品の取り扱いをしません。

私たちは、誰もが手軽に始められる資産形成が大切だと考えています。投資は、特別な人が特別に行うのではなく、一般生活者の方々が普通に行う社会を目指しています。複雑な商品、通常のニュースだけでは入手が難しい情報から影響を受ける商品の取り扱いを行いません。

④ 私たちのサービスは、世代を超えて受け継がれる視座を取り入れていきます。

私たちは、次代の日本を担う子どもや孫の生活を意識したサービスを展開していきます。

⑤ 私たちは、オンラインとオフラインの融合に取り組めます。

私たちは、創業以来、「対話」を重視してきました。オンラインとなるインターネットや IT の進展を取り込み、シンプルで便利なサービスの提供に務める一方で、オフラインとなる対面でのセミナーの充実を図ってきました。当社の価値を伝えるのは、一方通行でなく対話による双方向が有効と考えているからです。

⑥ 私たちと共創するパートナーは、共通の価値観を前提とします。

私たちは、金融機関、事業会社、NPO などの非営利団体ほか、さまざまなパートナーとの連携を行うことで、単独でのサービスに付加価値をつけて提供することに取り組んでいます。そのパートナーを選定する際には、共通の価値観を持っていることにこだわります。

⑦ 私たちは、常にコンプライアンスの精神を持って業務に取り組めます。

私たちは、専門家として、また、社会に生きる一員として、常に高い倫理観と自己規律を持って業務に取り組めます。法令の順守にとどまらず、社会に生きる一員としての意識こそが、最良のサービスの源泉になると考えています。

○アクションプラン例

・年間、大小通じて100回程度のセミナーを開催します。

✓ お客さまとのリアルな接点、体験を大切に年間約 150 回(2019 年度)、約 70 回(2020 年度上期)に及ぶセミナーの開催

→新しい試みとして、「アナリストに聞いてみよう」「コモンズ・パートナーズ・ミーティング」、「感謝の集い」など

・親子向け金融教育セミナー、こども向けの社会を学ぶセミナーも、定期的に開催します。

✓ 寄付や投資といったお金が循環することで社会が豊かになる金融教育に力を入れました。

特に 2020 年度に入ってから、こどもトラストのマーケティングレベルを一段引き上げ取組を強化・加速しました。

(2019 年度)

→夏休みこどもトラストセミナー集中開催(セブン&アイ、デンソー、ダイキン)、

ウイズダムアカデミーこども向け(夏休み、冬休み)

みおい先生のお絵かき教室(コモンズ 30 ファンド表紙)

(2020 年度上期)

→こどもトラストセミナー、教育資金づくりセミナー、こどもトラスト保護者会等毎月定期開催

→ザ・2020 ビジョン投資先「メルカリ」とのオンラインこどもトラストセミナー開催

・パートナーとの連携を拡充していきます。

✓ パートナーの拡大とともに連携も拡充しています。

(2019 年度)

→コモンズ 30 ファンド: 31 社⇒39 社(+8 社)

→ザ・2020 ビジョン: 8 社⇒8 社(+0 社)

(2020 年度上期)

→コモンズ 30 ファンド: 39 社⇒40 社(+1 社)

→ザ・2020 ビジョン: 8 社⇒8 社(+0 社)

* 連携先のお客さま向けセミナー及び行員・社向けの勉強会も引き続き多数行いました。

2. 私たちが考える、お客さまの最善の利益の追求

私たちが考えるお客さまの最善の利益は、経済的な利益だけとは考えていません。投資信託からの経済的な利益は勿論、その先にある豊かなくらしまでを最善の利益として提供できるように業務に取り組んでいきます。

① 私たちは、最良のサービスの結果がお客さまの最善な利益につながると考えています。私たちは、前項 1 のお客さまへの最良のサービスの提供が、お客さまの最善な利益につながると確信しています。そのための行動に、積極的に取り組みます。

② 私たちは、お客さまの短期的な利益の追求ではなく、お客さまの長期的な資産形成による豊かな生活の実現を重視します。

私たちは、お客さまの短期的な売買を誘引する利益追求ではなく、あくまで長期的な資産形成による豊かな生活の実現に向けた商品と情報提供を徹底します。

③ 私たちは、長期的な資産形成の手段となる「つみたて投資」の普及に注力します。

私たちは、誰もが気軽に取り組み、長期的な資産形成を実現するためには「つみたて投資」が有効と考えています。つみたて投資に適した商品、サービスの提供、そしてつみたて投資の普及に積極的に取り組みます。

④ 私たちは、お客さまの長期的な資産形成のために、企業との対話にも積極的に取り組みます。

私たちは、創業以来、長期投資家として中長期的な企業価値の向上に貢献するために“企業との対話”を重視してきました。さらに、実質的なアセットオーナーであり消費者でもあるお客さまと企業との対話も実践しています。各種ステークホルダーによる外部からの視点の提供が企業価値の向上につながり、その果実がお客さまに還元されていくインベストメントチェーンの高度化に積極的に取り組みます。また、同様の観点から議決権行使も中長期的な企業価値の向上を目的に、適切に行使し、その結果は個別に開示してまいります。

⑤ 私たちは、社会の一員としての社会的なリターンの提供も追及します。

私たちは、誰もが社会の一員として生活しています。商品を通じた経済的な利益だけでなく、商品を通じて経済だけでなく社会ともつながるリターンの提供を追求しています。具体的には、各商品の残高から得られる私たちの収入の一部を社会起業家や障がい者スポーツ団体に寄付し、その活動を応援しています。私たちは、経済的な利益が物的な満足度であれば、社会的な利益は心の満足度だと考えています。

○アクションプラン例

- ・長期的な資産形成の有効性を発信していきます。
- ・長期投資、つみたて投資に関する情報を拡充していきます。
→メルマガ(毎週)、ブログ等(月平均 10post)
(2020 年度上期)
→ブログを移設しコモンズドメイン配下にコンテンツサイトをオープン
- ・お客さまと企業との対話の機会を拡充していきます。
(2019 年度)
→コモンズ 30 塾定期開催(セブン&アイ「脱プラスチック」、ダイキン「サステナビリティレポート」、ユニ・チャーム「紙おむつリサイクル」)
(2020 年度上期)
→コロナ禍におけるお客様との接点を模索。オンラインイベントへのシフト。渋澤さんの新著「SDGs 投資」をテーマにしたセミナーシリーズ(藤沢さん、味の素社長西井さん、など)
- ・議決権行使の考え方、個別の議決権行使の開示にも積極的に取り組みます。
→行使結果開示(2019 年 3 月 29 日)<https://www.common30.jp/policy/proxyvoting.php>
- ・社会起業家や障がい者スポーツの応援を拡充していきます。
→SEEDCap 応援先とのコラボセミナー、withALS 武藤さん来社、イベント参加等
→大会への応援参加等(みんなの水泳絵画展開催)

3. 私たちが考える、お客さまにご負担いただく手数料や費用のあり方

私たちは、前項 1 で示させていただいたサービスを実行していくために、適切な手数料や費用を設

定させていただいています。また、その手数料や費用についての説明や表示につきましては、当社ホームページや郵送物などにおいて常に分かりやすく表示いたします。

- ① 私たちの取扱商品では、お客さまが直接的に負担する費用はいただいておりません。私たちが取り扱う商品の費用構造は以下の通りになっています。直接販売においては、お客さまの直接的な負担となる購入手数料、解約手数料はいただきません。なお、お客さまに間接的に負担いただく費用につきましては、お客さまからも納得いただける運用管理費用(信託報酬)として、一定の費用をいただきます。

購入時手数料:私たちは、販売員による勧誘を行っておりませんので、直接販売における販売手数料はいただいておりません。お客さまの購入時の手数料はゼロです。

保有期間中費用:お客さまの商品保有期間は、運用管理費用(信託報酬)として、投資信託の運用費用、法定書類などの作成・管理費用、基準価額算出費用などががかかります。加えて、その他費用・手数料として、目論見書・運用報告書作成費用、投資信託の監査費用、信託事務に要する費用、株式売買手数料、借入金の利息などががかかります。

解約時:解約時の費用は、ゼロです。

- ② 私たちは、全ての商品の運用残高の増加に応じて運用管理費用(信託報酬)が逡減する仕組みを導入しています。

私たちは、お客さまの長期的な資産形成に貢献するために、商品ごとに純資産総額が一定額を超えると段階的に運用管理費用(信託報酬)が下がる仕組みを導入しています。

- ③ 私たちは、お客さまにご負担いただく手数料や費用を分かりやすく伝える工夫を行います。

私たちは、当社ホームページや郵送物などで、お客さまにご負担いただく手数料や費用をより分かりやすく伝える工夫を続けます。

- ④ 私たちの販売提携先でのお客さまにご負担いただく手数料や費用についても直接販売と同様の価値観を重視します。

私たちは、お客さまの利便性向上の一環として、私たちの商品・サービスを利用したいと考える人たちの要望にお応えするため、直接販売だけではなく販売提携先を通じた販売も進めています。ただし、この販売提携先につきましては、私たちの投資哲学や企業理念に共感いただき、お客さまの長期的な資産形成をともに実現していくことで合意いただける先に限定させていただいています。その際に販売提携先がお客様からいただく手数料についても、この目的をともに実現していくために合理的な説明ができることを前提とします。

○アクションプラン例

- ・手数料や費用の合理性は、毎年、検証を行います。
- 費用の改定は出来ませんでしたが見直しの検討は始めています(信託報酬における目論見書費用や監査法人費用)。
- ・販売提携先における、お客さま本位の業務運営についての実施状況を確認します。
- 金融庁公表資料及び、各社の個別状況の把握に努めます。

4.私たちは、お客さまとの利益相反の防止を徹底します

私たちは、特定の金融グループなどに属さない独立系の運用会社であるため、利益相反は本来起こりにくい構造となっていますが、前項 1 で示させていただいたサービスの高度化を目指して、さまざまなパートナーとの共創にも取り組んでいます。あくまでもお客さま本位の共創ではありますが、利益相反の発生する可能性がある取引につきましては、社内ガイドラインに基づいて適切に管理することで、その防止に徹底的に取り組めます。なお、利益相反の管理につきましては、『フィデューシャリー・デューティー推進委員会(外部有識者を加えて構成される)』を年度内に設置し、定期的なモニタリングを実施します。

○アクションプラン例

・『フィデューシャリー・デューティー推進委員会(外部有識者を加えて構成される)』の開催。

→年に一度の開催を計画し、第 3 回を 2021 年 2 月 4 日に開催。

・利益相反に関する社内ガイドラインの定期的な見直し。

<利益相反取引の管理に関するガイドライン>

1. 対象となる取引

当社が管理の対象とする利益相反のおそれがある取引等とは、当社とお客様の利益を不当に害するおそれがある取引(当社とお客様とで利害が競合・対立する取引、またはその可能性がある取引)をいいます。当社は、特定の金融グループに属さない独立系の運用会社であるため、親会社や子会社はありませんが、当社の株主である企業や運用しているファンドの組入銘柄である企業との取引、または当企業に係る運用指図について、利益相反のおそれがある場合、管理の対象とします。

2. 管理体制

利益相反取引の管理責任者として、取締役会にて指名した取締役を、利益相反取引管理責任者とします。またコンプライアンス部長を利益相反取引管理責任者補佐とし、両名で利益相反のおそれのある取引の特定及び管理を行います。また、管理状況等につきましては、内部監査にて定期的なモニタリングを実施し、FD 推進委員会にレビューします。

モニタリングの結果報告

前回 FD 委員会開催後より昨日 2/3 までの期間において、利益相反する取引および利益相反のおそれがある取引は発生しておりませんこと、ここに報告いたします。

5.私たちは、商品・サービスの「見える化」に積極的に取り組みます

私たちは、金融事業の性質でもある、お客さまとの情報の非対称性を極力無くすための商品・サービスの「見える化」に積極的に取り組みます。お客さまへの説明においては、お客さまの真の理解につながるように、基本的な利益(リターン)と損失の不確実性(リスク)、手数料や費用、取引条件、その他の重要な情報を分かりやすく伝えて参ります。

① 私たちは、商品の中身となる投資先の見える化に積極的に取り組みます。

私たちは、誰もが気軽に取り組み、長期的な資産形成を実践するためには、商品の分かりやすさが重要だと考えています。価格変動だけがリスクではなく、投資先そのものの理解が重要であると考えられるからこそ、単に組み入れている資産の概要をレポートで報告することに留まらず、組み入れ先の企業と受益者であるお客さまを招いてのセミナー、ワークショップや会社見学を開催し、お客さまと企業との直接的な対話にも取り組みます。また、その内容は月次レポートや当社のホームページなどの Web でも積極的に説明して参ります。お客さま参加型の具体的な投資先の見える化が長期的に安心した投資行動にもつながると考えています。

② 私たちは、投資先の議決権行使についても個別に結果を公表します。

私たちは、企業の中長期的な企業価値の向上に資する議決権行使を旨としています。その行使結果については、個別企業ごとに開示することで「見える化」に取り組みます。

③ 私たちは、誠実さをモットーに重要な情報については、単なる情報発信に留まらず伝わることを意識した伝達を心がけます。

私たちは、重要な情報については、目につきやすく分かりやすい内容での伝達を心がけます。

特に重要な情報については、複数の伝達手段を駆使した情報伝達を実施します。

○アクションプラン例

・投資先企業とお客さまとの対話の継続的な実施。

(2019 年度)

→コモンズ 30 塾定期開催 (セブン&アイ、ダイキン、ユニ・チャーム)

→アナリストが直接お客さまと接点を持つセミナー (アナリストに聞いてみよう)

→10 周年感謝の集い (全国 6 か所、伊井&渋谷&社員)

→コモンズボランティアの本確稼動 (社会起業家フォーラム、周年イベント) を通じお客さま参加型 (共創) によるイベントを開催

(2020 年度上期)

→オンラインにて対話を継続

・Web の利用状況の分析や、お客さまの声を大切に情報伝達手段の高度化を図る。

(2019 年度)

→共通 KPI、並びに自主的 KPI の公表

<https://www.common30.jp/company/kpi.php>

→口座開設フォームの改良 (口座開設率が 30%台→50%台へ大幅改善)

(2020 年度上期)

→ブログ移設、コンテンツサイトオープン (コモンズ考)

→コモンズ TV (youtube) 強化、登録者数 600→1500

→紹介制度スタート、利用アンケート活用により認知促進、ザ・2020 ビジョン 2 万円達成記念プレゼント企画

6 私たち社員の日常と、社員の成長

私たちは、創業以来、この「お客さま本位の業務運営」の精神が、当たり前の日常の行動となる

ような企業風土の構築に取り組んでいます。

① 私たちは、常に笑顔を心がけています。

お客さまへの対応は、窓口に残らず全ての業務がお客さまに通じています。全役職員の笑顔がその源泉になることは自明です。

② 私たちはオープンマインドな社風を心がけています。

私たちは、意見の相違は良いことと考え、常にオープンマインドで意見交換を出来る社風を目指しています。

③ 私たちは、仲間を常にリスペクトしあう企業文化を構築します。

私たちは、共通の価値観を大切に、その価値向上こそがお客さま本位の業務運営につながると確信しています。ともに価値創造を行う仲間をリスペクトすることで価値向上につなげていきます。

④ 私たちの報酬は、お客さまからの信頼に比例させていきます。

私たちは、お客さまからの信頼＝運用資産残高やお客さまの増加、お客さまからの評判などをベースに自身の報酬が連動する報酬体系を構築していきます。

⑤ 私たちは、この「お客さま本位の業務運営」に関するワークショップを実施し、再確認を続けていきます。

私たちは、この「お客さま本位の業務運営」に関するワークショップを実施し、全役職員がこの方針に基づいた日常の行動が実践できるように徹底します。また、この方針を補強する意味も含めたコンプライアンス研修などにおいても、法令順守や利益相反の適切な管理の徹底を図ってまいります。

○アクションプラン例

・従業員と経営者の定期的な面談の実施。

(2019 年度)

→継続的な理念セッションと、ビジョンセッション開始

(2020 年度上期)

→経営者との面談実施

・「お客さま本位の業務運営」に関するワークショップの定期的な実施。

→ビジョン策定

<https://www.common30.jp/company/>

「私たちは、長期投資によって意思あるお金が循環し希望あふれる世界をつくります。」

2030 年までに、次世代を見据え、明日への希望を育む人々が保有したいと思う投信 No.1、

持続可能な社会を意識し、長期的な価値創造に取り組む企業が投資されたいと思う運用会社 No.1、
を目指します。

→毎日のバリュートーク開始

・コンプライアンス研修の実施。

→別紙

7.「お客さま本位の業務運営」方針の運用

この「お客さま本位の業務運営」は、社内のガイドラインやマニュアルとは考えていません。この内

容は、私たちコモンズ投信の全役職員の日々の企業文化に基づいた行動指針であり原理原則の意思表示です。この方針は、毎年開催される『フィデューシャリー・デューティー推進委員会(外部有識者を加えて構成される)』において、適切な運用状況を確認し、さらなる改善を行っていきます。

平成 29 年 6 月 30 日制定

以 上

(ご参考)

コモンズ 30 ファンド運用実績(2020 年 12 月末時点)

リターン	1 年	3 年 (年率)	5 年 (年率)	10 年 (年率)	設定来 (年率)	設定来	標準偏差
コモンズ 30 ファンド (分配金再投資)	15.54%	4.60%	8.31%	10.67%	12.83%	267.05%	15.86%
TOIX 配当込	7.39%	2.15%	5.50%	9.60%	10.71%	185.54%	17.05%

ザ・2020 ビジョン運用成績(2020 年 12 月末時点)

	1 年	3 年 (年率)	5 年 (年率)	設定来 (年率)	設定来	標準偏差
ザ・2020 ビジョン (分配金再投資)	38.44%	16.04%	12.93%	16.36%	150.29%	20.99%
TOIX 配当込	7.39%	2.15%	5.50%	8.61%	64.39%	15.84%

※2021 年 2 月、ザ・2020 ビジョンは、モーニングスターアワード “ファンド オブ ザ イヤー2020” にて、優秀ファンド賞を受賞