

2026年6月30日

フィデューシャリー・デューティー宣言に対する取組状況報告 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ました。

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7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、つみた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。“つみたててきた資産で、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」を採択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、その取組実施状況を定期的に開示して参ります。

フィデューシャリー・デューティー宣言
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

2017年6月30日制定

2021年6月30日改訂

2021年9月29日改訂

2025年6月27日改訂

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 渋澤健

1. 私たちは、お客さまに最良のサービスを提供するよう努めます

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深く根付いていると自負しています。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、社内研修や日々の業務での研鑽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日常的に行える社会を目指しています。そのため、複雑又はリスクの高い商品、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、さらには、複数の金融商品・サービスを組み合わせると手数料も商品性も分かり難くな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、次代を担う子どもや孫たちの生活を意識したサービスを展開していきます。その為の情報発信も丁寧に行っていきます。

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。オンラインにおけ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努める一方で、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には、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、金融機関や事業会社、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。指定販売会社との連携におきましても、私たちの投資哲学や企業理念に共感いただき、私たちとともに、お客さまの長期的な資産形成に取り組むことに同意いただいた証券会社や金融機関のみと連携しています。

¶アクションプランと取組状況

- ・年間、大小通じて 100 回程度のセミナーを開催します。
- ・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、定期的を開催します。
- ・パートナーとの連携を拡充していきます。

私たちが考える「お客さまにとっての最良のサービス」とは、1-①にあるように「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」としています。

当社の価値を伝える手段として、直接お客さまとコミュニケーションが取れるオンライン/オフラインのセミナー・イベントを多数開催しています。

当年度も、引き続きオンライン・オフラインを使い分け、オンラインでは情報提供中心、オフラインでは体験価値を感じていただけるイベントを実施しました。特に今年度は新ファンドのスタートに併せて、ウォルター・スコットにも協力を仰ぎ多数セミナーを開催しました。

開催回数は 69 回、延べ 1,883 名(昨年比▲12%)の参加申込がありました。昨年比減少となった理由としては、セミナー内容を精査し、対面や東京以外で行うオフラインセミナーに注力したこと、また、年後半に設定したコモンズ・グローバル 30 ファンドに向けたプロモーションに力を入れていたことなどです。

<コモンズ・グローバル 30 ファンド>セミナー19 回(昨年度:開催なし)

10 月より東京・名古屋・大阪・福岡にてファンド説明会を開催。その他、オンラインでは、時間帯や曜日を変えて、さまざまなユースケースに対応しました。オンライン・オフラインを合わせて 19 回のセミナーを開催しました。ファンド運用開始前夜には、ウォルター・スコット CEO ジェーン氏にもセミナーに登壇いただきました。



<投資先企業との対話>5回（昨年度:5回）

当年度は、周年イベントと5回の「企業との対話」を実施しました。

登壇企業の選定に当たっては、

- ・企業経営の変化
- ・インパクト投資の視点
- ・新規投資先

などから、当社からオファーを行い決定しています。また、味の素株式会社は、当年度で4年連続統合レポートワークショップの開催となりましたが、企業側より当社顧客とのコミュニケーションをしたいとの要望をいただき実現しております。

コモンズ30ファンドの新規組入先となったアシックスと行った「伝説のシューズ開発秘話とミニチュアシューズワークショップ」は、本社のある神戸市にて開催。企業価値の根幹である技術開発のこだわりをお聞きすることができました。

また、ユニ・チャームと行った「共振館訪問」では、同社の発祥の地にある社員のための研修施設を特別に見学させていただきました。顧客の声に真摯に耳を傾け、「不」の解消を商品開発につなげてきた歴史を学び、さらに、同社が取り組む「紙おむつの水平リサイクル」についてもじっくりお話を伺いました。

こうした体験価値は、顧客にとって「投資の見える化」につながりファンドを長期保有するインセンティブにつながると考えております。

<開催実績>

5月	16周年イベント		ユカリア・味の素・ウェザーニューズ・住友林業・UACJ
9月	コモンズ30塾	コマツ	「コマツと語る価値創造」～変革の中期経営計画とその先の未来
11月	コモンズ30塾	アシックス	伝説のシューズ開発秘話とミニチュアシューズワークショップ
1月	企業との対話	UACJ	統合レポートワークショップ 「アルミでかなえる、軽やかな世界」
2月	コモンズ30塾	味の素	統合レポートワークショップ 「味の素の人的資本戦略に迫る」
3月	コモンズ30塾	ユニ・チャーム	ユニ・チャームウェイの原点に触れる「共振館」訪問



16周年イベント「COMMONS MEETS 2025」の様子



(左)アシックスミニチュアシューズワークショップ (右)ユニ・チャーム共振館訪問

<こどもトラストセミナー>21回 (昨年度:19回)

こどもたちに広義の金融教育を行うことを目的に、親子で参加できるセミナーを開催しています。お金の使い方や投資について学ぶ「おかねの教室」、寄付を学ぶ「寄付の教室」、投資先企業を訪問するこどもトラストセミナー企業編などです。私たちのミッションやビジョン実現に向けて、その理念を体現する取組として重要な位置づけを担っています。

当年度は主要都市で運用報告会を開催する際にこどもトラストセミナーを同時開催するという試みや、インパクトファンドの投資先であるトヨコーとのこどもトラストセミナー企業編を静岡で開催するなど、活動により広がりが生まれました。

参加いただいた保護者からは以下のような感想をいただきました。

「お金の教室もクーレーザーのお話も子どもたちの様子を見ながら進めていただけで有り難かったです。研究所での質問コーナーでは、子どもたちの率直な質問にも丁寧に答えてくださったトヨコーの方の姿勢が素敵でした。会社や製品への情熱や愛も感じられて、大人の方が聞き入ってしまいました。社長さんも質問にお答えくださって、限られた時間でしたが、トヨコーの浜松での事業にかける情熱や経緯も垣間見えて、どんな発展をされていくのか引き続きウォッチして応援していきたいなと思いました。」

<開催実績>

オフライン	おかねの教室	8回
	寄付の教室	2回
	企業編(セブン&アイ・HD、トヨコー、日東電工)	3回
	その他	1回
オンライン	おかねの教室	7回



(左)トヨコーの主力製品のミニ版づくりを体験 (右)トヨコーの社員に質問する子どもたち



(左)セブン&アイ HD 伊藤研修所陳列体験 (右)日東電工「未来を支える素材サイエンス体験」

<寄付のセミナー> 6回 (昨年度:11回)

寄付は社会への長期投資です。コモンズ SEEDCap やコモンズ POINT を通じて、社会課題を共に学ぶ、体験するセミナーやイベントを開催しています。当年度は、担当者の交代もありイベント開催数は昨年度より減少しました。一方、初めて開催した「KIFU BAR」は毎回大盛況で、肩ひじ張らずに社会課題を学び参加者同士が交流できる機会を作ることができました。

<開催実績>

社会起業家フォーラム		1回
つながる未来サロン	SEEDCap 最終候補者トークイベント	1回
KIFU BAR	飲めば飲むほど寄付になる、を合言葉に SEEDCap 候補者などをお招きして社会課題を楽しみながら学ぶ	2回
パラ卓球大会観戦	コモンズ POINT 応援先の(一社)日本知的障がい者卓球連盟の選手の大会応援	1回
コモンズピースジャーニー	広島で平和を学ぶツアーを開催	1回



第 16 回 SEEDCap 応援先ウィーズ光本さん(社会起業家フォーラムにて)

<その他セミナー>18回

はじめてのコモンズ
運用報告会
NISA セミナー など

<パートナーとの連携>

指定販売会社との連携の強化に努めています。なお、当年度は、新規取扱販売会社の選定に当たっては、従来のヒアリングや面談を行うだけでなく、事前にヒアリングシートの提出を依頼し、取締役会等を通じた事前審査体制を整えました。

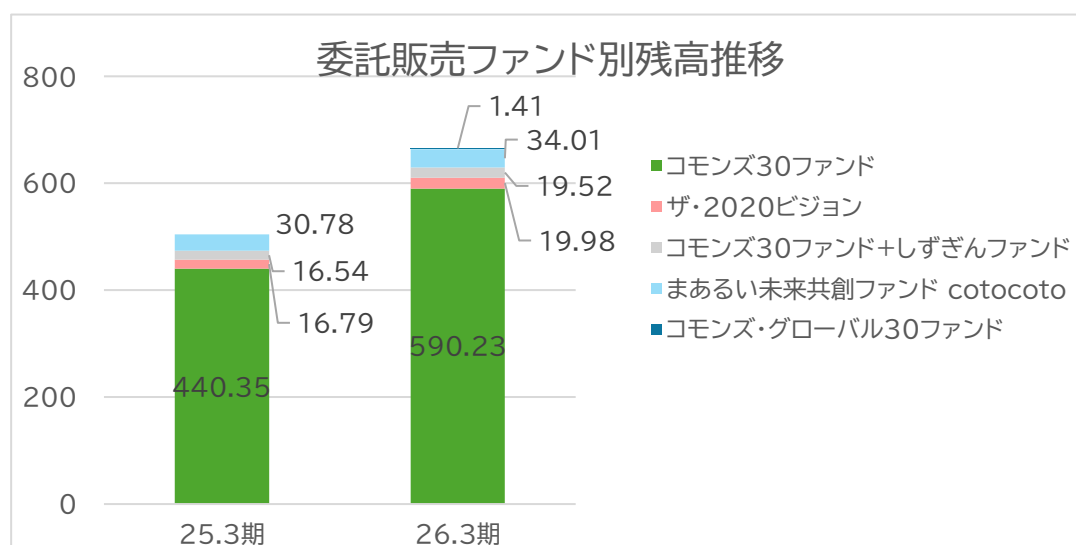
なお、当年度は、コモンズ・グローバル 30 ファンドの組成に向けた準備や、担当社員の退職などもあり、販売員向け勉強会やセミナーの回数は昨年度比大きく減少しました。一方、IFA とのリレーションが深まるなど、当社の理念や運用哲学を深く理解し長期的な関係につながる取組がありました。

<勉強会&セミナー開催実績(昨年度:56回)>

行員さま向け勉強会	7回
販売会社さま向け動画提供	1件
販売会社お客さま向けセミナー	9回

(参考)委託販売(公募)の預り資産残高と販売会社数は以下の通りです。

	25.3期		26.3期		前期比 (残高)
	残高	社数	残高	社数	
コモンズ 30 ファンド	440.35	58 社	590.23	58社	+34%
ザ・2020ビジョン	16.79	15 社	19.98	15社	+19%
コモンズ 30+しずぎんファンド	16.54	4社	19.52	4社	+18%
まあい未来共創ファンド cotocoto	30.78	1 社	34.01	1社	+10%
コモンズ・グローバル 30 ファンド	-	-	1.41	4 社	-
計	504.46	-	665.15	-	+32%



2. 私たちが考える、お客さまの最善の利益を追求

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。投資信託の運用から得られる経済的な利益は勿論、その先にあるお客さまの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、長期投資家として投資先企業の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参ります。

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、私たちが受け取る各商品の信託報酬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。

Ⅱアクションプランと取組状況

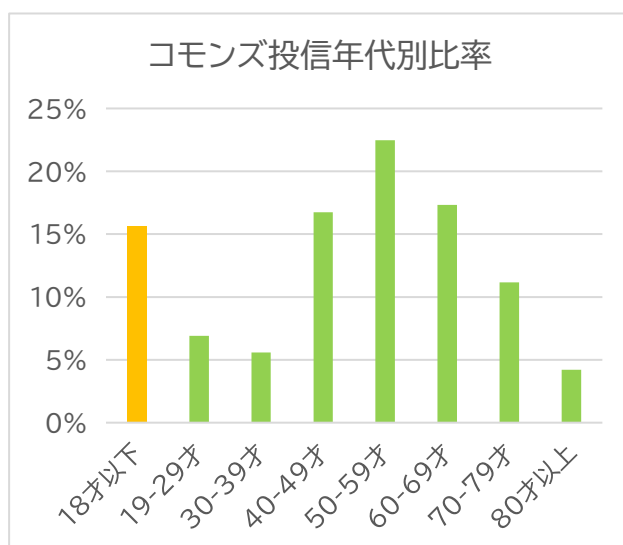
- ・長期的な資産形成の有効性を発信していきます。
- ・長期投資、つみたて投資に関する情報を拡充していきます。
- ・お客さまと企業との対話の機会を拡充していきます。
- ・議決権行使の考え方、個別の議決権行使の開示にも積極的に取り組みます。
- ・社会起業家や障がい者スポーツの応援を拡充していきます。

私たちが考える、お客さまの最善の利益とは、経済的なリターンと社会的リターンの両立です。資産形成にふさわしいファンドを提供し、それをつみたてでご利用いただく、その成功体験をより多くの方に積んでいただきたいと考えています。

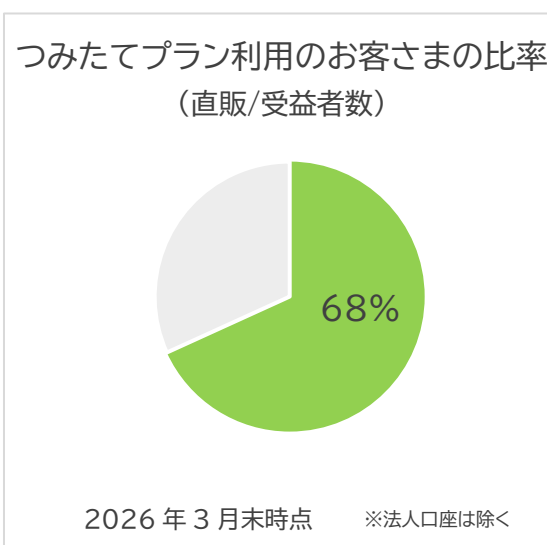
そのため、定期的を開催するセミナーや毎週金曜日のメルマガ、さらには、ファンドの月次報告書などにおいて、常につみたて投資の有効性を発信、啓蒙に努めてきました。その結果、

2026年3月時点で、直販のお客さまの68%がつみたてプランを利用しており、運用損益がプラスの顧客比率は98.5%となりました。また、5年以上つみたてを継続されているお客さまの99.7%が運用損益がプラスになっています。

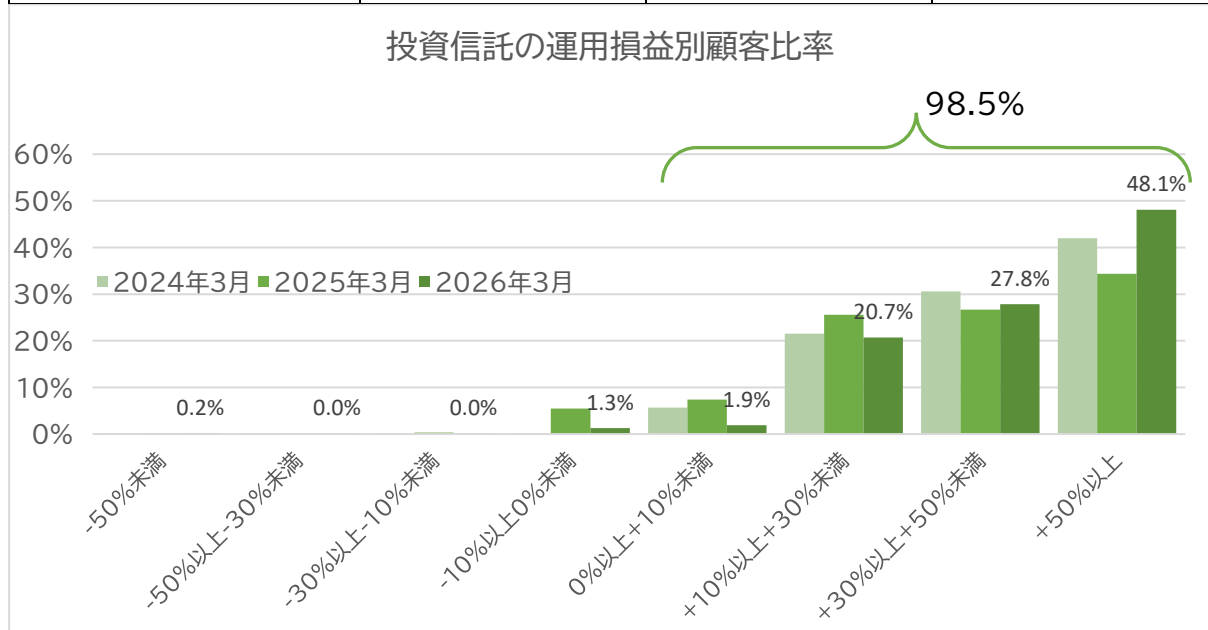
また、社会的リターンとは、投資先企業が生み出す社会的価値や、次世代の子どもたちへの取組み、社会的投資である寄付を通じてより良い未来を追求することと考えています。1.でご報告した寄付のセミナーにおいて、NPOや社会起業家、障がい者スポーツの方々とのご縁をいただき、お客さまと共に様々なイベントを実現することができました。



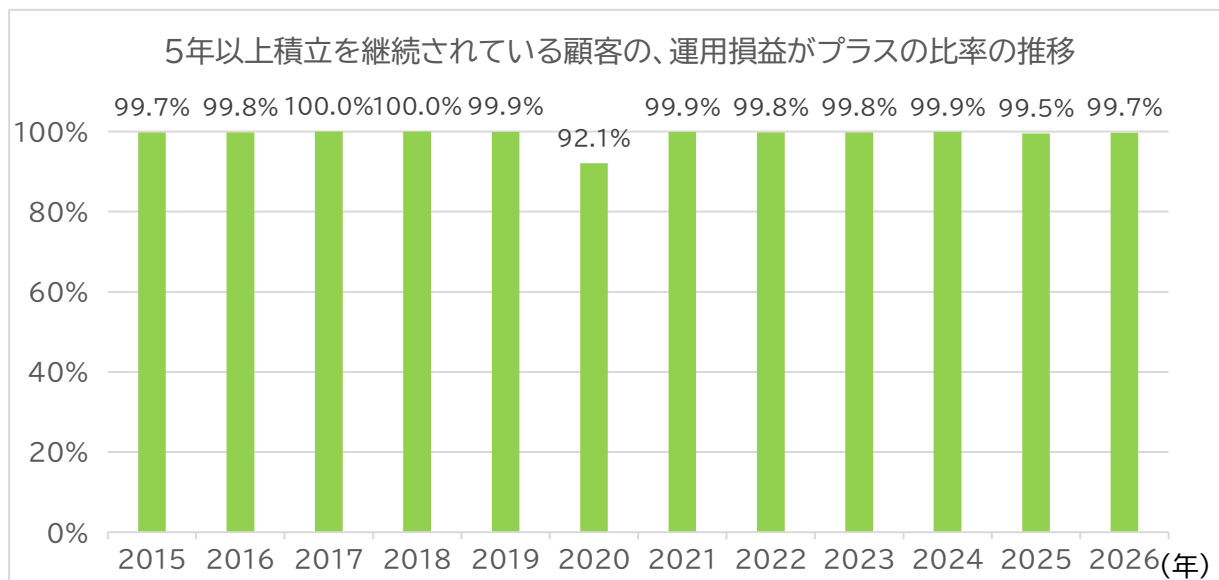
2026年3月末時点



運用損益がプラスの顧客の割合の推移	2024年3月末	2025年3月末	2026年3月末
	99.7%	94.0%	98.5%



- ※ 各年3月末時点で残高がある個人口座が対象(相続等により購入データが存在しない顧客は集計対象外)
- ※ 運用損益は、基準日時点の評価金額 + 累計売付金額 - 累計買付金額にて算出(分配金(税引後)はすべて再投資され、累計買付金額には含まない)
- ※ 累計買付金額、累計売付金額は2009年1月19日(コモンズ30ファンド運用開始日)から、各年3月末までの通常の取引データを基に集計(移管等は含まない)
- ※ 運用損益率は、上記運用損益を基準日各年3月末時点の評価金額で除して算出



- ※各年3月末時点において、5年以上継続して積立をされている方(積立とスポットを併用されている方も含む)を対象に運用損益がプラスのお客さまの比率を算出

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で示し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しています。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書面などにおいて常に分かりやすく表示いたします。

① 私たちの取扱商品における、お客さまに直接ご負担いただく手数料

当社の投資信託の購入時手数料は、当社に口座開設されている場合と、指定販売会社で口座開設されている場合で異なります。当社の口座で購入されるお客さまは購入時手数料を頂いておりません。指定販売会社の口座で購入されるお客さまは、販売会社が別途定める購入時手数料を申し受ける場合があります。当社の投資信託の解約時は、当社の口座で解約する場合も指定販売会社の口座で解約する場合も、解約時手数料はかかりません。

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書面などで、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、この指定販売会社につきましては、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。

¶アクションプランと取組状況

- ・手数料や費用の合理性は、毎年、検証を行います。
- ・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。

販売提携先における個別状況の把握に努めております。NISA の浸透や、プロダクトガバナンスの観点からも、各社のフィディーシャリー・デューティに基づいた手数料を設定していることを確認しております。

4. 私たちは、利益相反の防止を徹底します

私たちは、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。

¶アクションプランと取組状況

- | |
|---|
| ・『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)』の開催。
・利益相反に関する社内ガイドラインの定期的な見直し。 |
|---|

フィデューシャリー・デューティー推進委員会を 2025 年 7 月 9 日に開催、今後も定期的を開催してまいります。利益相反に関するモニタリングは、毎月開催のリスクマネジメント委員会にて、確認・報告を行っており、適切に業務が行われていることを確認しております。

5. 私たちは、商品・サービスの「見える化」に積極的に取り組めます

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るための商品・サービスの「見える化」に積極的に取り組めます。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めます

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、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めます。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」に取り組めます。

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え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。

「アクションプランと取組状況

- ・投資先企業とお客さまとの対話の継続的な実施。
- ・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。

原則1および2において報告した取組状況の実施に加え、**周年イベントや社会起業家フォーラム**において、**コモンズボランティアの声を活かしたイベント運営を行うなど、「対話による価値の共創」の実践に取り組みました。**資産形成に関する情報発信や投資先企業や寄付先との取組についての「見える化」に取り組みました。

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。その礎として、当社のミッションに「一人一人の未来を信じる力を合わせて、次の時代を共に拓く」を掲げています。そして、ビジョンに掲げる「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」を実現するため、全ての役職員が「問いを続ける」、「枠を超える」、「ライブ感を楽しむ」、「優しさ、謙虚、そして笑顔」、「未来を信じる」のバリューを実践していくことが、健全な企業風土の構築につながると考えています。

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、意見の違いは成長の機会と捉え、常にオープンマインドで活発な意見交換ができる社風を大切にしています。

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参ります。

「アクションプランと取組状況」

- ・従業員と経営者の定期的な面談の実施。
- ・「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。
- ・コンプライアンス研修の実施。

当年度も、従業員と経営者の定期的な面談を実施しました。加えて、引き続き毎日の定例 MTG において当社のバリューに基づいた対話セッションを行っています。

また、2 月には全社のオフサイト MTG とコンプライアンス研修を実施しました。昨年度、コモンズが創出したいインパクトを設定・可視化に向けた取組を開始し、当年度はチームごとにロジックモデルとインパクト設定に取り組みました。

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。さらに「お客さま本位の業務運営」の取組状況は、外部有識者を迎えて毎年開催している『フィデューシャリー・デューティー推進委員会』で報告・検証し、継続して改善を図って参ります。

以上

【コモンズ投信会社概要】

商号:コモンズ投信株式会社

金融商品取引業者(投資運用業・第二種金融商品取引業者)

関東財務局長(金商)第 2061 号

代表者:代表取締役社長 伊井 哲朗

所在地:〒107-0062 東京都港区南青山 2-5-17 ポーラ青山ビル 16 階

設立:2007 年 11 月

事業内容:投資信託の設定・運用及び販売

加入団体:一般社団法人 資産運用業協会

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

【お客様からのお問い合わせ先】

コモンズ投信コールセンター 03-5860-5706 (平日 10 時~16 時)

■コモンズ 30 ファンドのリスクと費用はこちら

<https://www.common30.jp/fund30/risk-cost/>

■ザ・2020 ビジョンのリスクと費用はこちら

<https://www.common30.jp/fund2020/risk-cost/>

■コモンズ・グローバル 30 ファンドのリスクと費用はこちら

<https://www.common30.jp/global30/risk-cost/>

本件に関する問い合わせ先:マーケティング部 福本

電話:03-5860-5709 miho.fukumoto@common30.jp

