

原則			取組方針詳細	取組状況詳細
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。	当社は、「行為規範(The BNP Paribas Group Code of Conduct)」および「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づき、お客様の最善の利益の確保を基本とした業務運営に努めております。 当該方針は、当社の業務運営における基本的な考え方を示すものであり、役職員への周知および共有を通じて、企業文化としての定着を図っております。 また、当社は、業務運営に関する重要事項について、経営陣が関与する会議体等において確認・検証を行うなど、当該方針の実効性を確保するためのガバナンス体制を整備しております。	当社は、株式、債券、マルチアセット、オルタナティブ投資に至るまで、強固な投資プロセスを裏付けとしたアクティブ運用を提供し、お客様の利益に資する運用の実現に務めております。 当社では、お客さま本位の業務運営に関する方針の実効性を確保するため、業務運営に関する重要事項について、経営陣を含む委員会や会議を通じて確認および審議を行っております。 また、これらの業務運営が当社の「行為規範(The BNP Paribas Group Code of Conduct)」および「お客さま本位の業務運営に関する方針」の趣旨に基づき適切に行われるよう、日々の業務において当該方針の適用に努めております。
		【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。	プロダクト委員会を設置し、その委員会において、新規/既存商品に関する健全な商品設計と商品のライフサイクルを確保するために審議や決議が行われます。	取組状況 2025年度(令和7年度)PDF表示 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく具体的な取り組み内容の方針2
	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。	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、管理部門が関与する会議体により検証を行います。独立した立場の監査役も出席し、第三者の意見も取り入れます。	取組状況 2025年度(令和7年度)PDF表示 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく具体的な取り組み内容の方針2
補充原則 2	注 2	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PDCAサイクルを確立すべきである。	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、適宜経営委員会においてプロダクトガバナンスの確保に関する体制の見直しを行います。また独立した立場の監査役による定期的な監査結果を踏まえて見直しを検討します。	独立した立場の監査役により上半期分(1～6月)を7～9月に、下半期分(7～12月)を翌年1～3月にプロダクト委員会における審議状況について監査を行い、結果を経営委員会に報告し、必要があれば経営委員会において体制の見直しを行っています。
		【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、顧客の真の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最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、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浸透するよう情報連携すべきである。	金融商品の組成にあたっては、お客様の真のニーズを想定し、組成する商品のそのニーズへの適合性、持続可能性、合理性等を検証します。 商品の特性等に応じてお客様の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定お客様属性を特定し、商品の販売に携わる金融事業者等に対し十分な理解が浸透するよう情報連携します。	金融商品の組成にあたっては、プロダクト委員会において組成する商品のお客様のニーズへの適合性、持続可能性、合理性等の議論・検証を経て承認した上で進めています。2025年は11回のプロダクト委員会(メール開催を含む)を実施いたしました。 当社が提供するのは私募投信が中心であり、お客様のニーズや属性については、主としてお客様との直接的なコミュニケーションを通じて把握しています。
	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とともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。	組成する商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、過去3年・過去5年・設定来の検証期間の下でのリスク・リターン・コストの合理性を検証します。	組成する商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、過去3年・過去5年・設定来の検証期間の下でのリスク・リターンを踏まえたコストの合理性について確認を行うよう努めています。当該検証はプロダクト委員会にて実施しております。
補充原則 3	注 2	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、商品の複雑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、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客(例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等)も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当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。	商品の複雑さやリスク等の商品特性等に応じ、具体的に想定お客様属性や商品を購入すべきでないお客様を特定し、複雑な、あるいは運用・分配手法等が特殊な商品については、より詳細な想定お客様属性を慎重に特定します。	当社の組成する金融商品は私募投信が中心であり、金融商品の組成にあたっては、プロダクト委員会において、組成する商品のお客様のニーズへの適合性、持続可能性、合理性等の観点からの議論・検証を経て承認した上で進めています。 今後公募投信の組成を行う場合も含め、商品特性の考慮と想定お客様属性の特定について、より一層慎重な対応を行います。

	注 3	金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等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、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。	製販全体として最適な金融商品をお客様に提供するため、お客様のニーズの把握や想定お客様属性の特定に当たっては、商品の特性等に応じて、事前に取決めを行った上での商品の販売に携わる金融事業者等との情報連携や、必要に応じて実態把握のための調査等に取り組みます。	当社の提供する金融商品は私募投信が中心であるため、お客様属性やお客様要望等の情報については、商品の販売に携わる金融事業者等からの情報提供には拠らず、主としてお客様との直接的なコミュニケーションにより収受します。今後商品の特性や販売方法の変化に応じて、事前に取決めを行った上での商品の販売に携わる金融事業者等との情報連携のあり方を検討し、また、必要に応じて実態把握のための調査等に取り組みます。
補充原則 4		【金融商品の組成後の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、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活かしていくべきである。	【金融商品の組成後の対応】 組成時に想定した商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果をプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、適宜活用します。 また、商品の販売に携わる金融事業者等を通じた情報の収集または情報連携等により、想定する販売対象のお客様属性と実際に購入されるお客様属性が合致しているか等を検証し、運用・商品提供の改善や、その後の商品組成の改善に活かします。	年に一度、運用の外部委託先に関するデューデリジェンスを実施し、パフォーマンス&インベストメント・リスク委員会にてその結果を検証しており、必要があれば金融商品の改善や見直しを提言します。2025年度は4回のパフォーマンス&インベストメント・リスク委員会を実施致しました。 お客様属性やお客様要望等の情報については、当社の提供する金融商品は私募投信が中心であるため、商品の販売に携わる金融事業者等からの情報提供には拠らず、お客様との直接的なコミュニケーションにより収受することによりその後の商品組成の改善に活かします。
	注 1	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。	商品性の検証に当たっては、過去3年・過去5年・設定来の検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証します。 検証結果に応じ商品の改善、他の商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、適宜活用します。	昨年度より、年に一度、過去3年・過去5年・設定来の期間の下でのリスク・リターンを踏まえたコストの合理性の検証をプロダクト委員会にて実施しています。2025年は12月末基準にてリスク・リターンを踏まえたコストの合理性の検証を2026年3月のプロダクト委員会にて実施いたしました。
	注 2	金融商品の組成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、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より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り、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	金融商品の特性等に応じて、適宜商品組成後の検証に必要な情報の提供を商品の販売に携わる金融事業者等から受け、それを踏まえた検証結果については、必要に応じて商品の販売に携わる金融事業者に還元します。	当社の提供する金融商品は私募投信が中心であるため、お客様属性やお客様要望等の情報については、商品の販売に携わる金融事業者等からの情報提供には拠らず、主としてお客様との直接的なコミュニケーションにより収受します。今後商品の特性や販売方法に応じて、事前に取決めを行った上での商品の販売に携わる金融事業者等との情報連携のあり方や、また必要に応じて実態把握のための調査等に取り組みます。
	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う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである。	運用の外部委託を行う場合は外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて商品の改善や見直しを行います。 商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携します。	年に一度、運用の外部委託先に関するデューデリジェンスを実施し、パフォーマンス&インベストメント・リスク委員会にてその結果を検証しており、必要があれば金融商品の改善や見直しを提言します。 2025年は9月に運用の外部委託先に関するデューデリジェンスを実施し、12月のパフォーマンス&インベストメント・リスク委員会にてその結果を検証、承認しました。
補充原則 5		【顧客に対する分かりやすい情報提供】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。	【顧客に対する分かりやすい情報提供】 お客様がより良い商品を選択できるよう、お客様に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行います。	当社の提供する金融商品は私募投信が中心であるため、運用体制、プロダクトガバナンス体制についての情報提供についてお客様からの定期RFPを通じて行っています。今後商品の特性や販売方法に応じて、事前に取決めを行った上での商品の販売に携わる金融事業者等との情報連携のあり方を検討し、また必要に応じて実態把握のための調査等に取り組みます。
	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うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる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負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、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。	運用体制について、適宜販売に携わる金融事業者等を通じて個々の商品の商品性に応じた情報提供を行います。	当社の提供する金融商品は私募投信が中心であるため、お客様からの定期RFPを通じて運用体制、プロダクトガバナンス体制についての情報提供を直接的に行います。今後商品の特性等に応じて、事前に取決めを行った上での商品の販売に携わる金融事業者等との情報連携のあり方を検討し、また必要に応じて実態把握のための調査等に取り組みます。
	注 2	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うべきである。	商品性について、適宜商品の販売に携わる金融事業者等と連携して、分かりやすい情報提供を行います。	当社の提供する金融商品は私募投信が中心であるため、商品の販売に携わる金融事業者等からの情報提供には拠らず、主としてお客様からの定期RFPを通じて直接的なコミュニケーションにより収受します。今後は商品の特性等に応じて、事前に取決めを行った上での商品の販売に携わる金融事業者等との情報連携のあり方を検討し、また必要に応じて実態把握のための調査等に取り組みます。