

2017年6月  
(2018年9月 改正)  
(2018年12月 改正)  
(2021年6月 改正)

MFS インベストメント・マネジメント株式会社

## 「顧客本位の業務運営に関する原則」に係る取組方針について

私たちは、アクティブ運用を信条とする資産運用会社です。

「投資家の皆様が求めているのは、長期に亘り優れたリスク・リターンをもたらしてくれるスキルの高い運用マネージャーである。」私たちはそう考えています。

MFS は、1924 年に米国で第 1 号のミューチュアルファンドの提供を開始してから、ほぼ 1 世紀に亘りアクティブ運用に特化してきた、グローバルな運用専門会社です。創業以来一貫して、長期の視点に基づいた運用をご提供すると共に、自らの経営についても長い時間軸の下で行ってきました。その運用サービスは、①. 異なる専門性を統合した投資アプローチ、②. 思慮深いリスクコントロール、③. 長期投資のディシプリンという 3 つの原則に支えられています。MFS の運用チームは、異なる視点を持った専門家同士が投資のアイデアや内在するリスクについてディベートを行い、MFS が市場において最良と考える投資機会を発掘するのです。

「すべてはお客様が求める運用目標を達成するために。」私たちのミッションは明快です。その実現を支える鍵は、MFS が創業以来大切に育んできた、協調とお互いの尊敬に価値を置く企業文化、そして長期的な視点から生まれる独自の確信に基づいて投資判断を真摯に行えば、必ず報われるという投資哲学にあります。

MFS は、自らの信条、文化、そして投資哲学を大切に守り、そのあり方にご理解いただけるお客様との共存共栄をこれからも図って参ります。

### 原則 1. 【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等】

金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。

- ① 通常 MFS のお客様の目的は、適切なリスクの範囲でポートフォリオの運用リターンを最大化することです。この投資目的を達成する責任を果たすため、MFS は創業以来一貫して、長期の視点に基づいた運用、そして長い時間軸での自らの経営を行ってきました。この不断の営みそしてより良いサービスを提供する努力を、MFS は今後も続けて参ります。

## 原則 2 . 【顧客の最善の利益の追求】

金融事業者は、高度の専門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、顧客の最善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業文化として定着するよう努めるべきである。

- ① MFS のアクティブ運用経験はほぼ 1 世紀に及びます。その間積み上げた実績と高度な専門性は、お客様にとって最善かつ最も耐久性のある投資機会を目指す、MFS の揺るぎないコミットメントを反映したものです。
- ② 日本版スチュワードシップ・コードの受入れ表明、持続可能な投資、お客様の長期的な経済的利益に合う議決権行使等、MFS はこれからも、お客さまとの価値の共有を目指して、業務を運営してまいります。（なお、MFS 米国本社 マサチューセッツ・ファイナンシャル・サービスズ・カンパニー（Massachusetts Financial Services Company）は、国連責任投資原則へ署名し、英国版スチュワードシップ・コードの受入れも表明しています。）

## 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、当該利益相反を適切に管理すべきである。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。

- ① MFS は独立した専門の資産運用会社として、お客様に対し、公平に、誠実に、倫理的な対応を行う方針を堅持しています。所謂グループ会社として商業銀行業務や投資銀行業務を行う会社、投資信託の販売会社などが存在していないため、通常懸念される利益相反の可能性はありません。但し、様々な想定に対処するため、利益相反の可能性に関する監督は内部統制コンプライアンス委員会の所管として行われます。

- ② 弊社が設定する投資信託の販売会社に対する手数料等は、お客様の利益になるよう設定しています。
- ③ 原則 3 の（注）には、同一グループ内に販売会社と商品提供会社が存在する場合、及び同一主体や同一グループ内に法人営業部門と運用部門を有する場合についての記述がありますが、弊社及び弊社グループにおいては該当ありません。

#### 原則 4 . 【手数料等の明確化】

金融事業者は、名目を問わず、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。

- ① MFS では、目標とするアクティブ・リターン、運用コスト、他社の類似運用戦略との競争力等を勘案し、運用戦略ごとに標準的な報酬料率を定めております。これに加え、商品設計上お客様にご負担いただく手数料その他の費用について、どのようなサービスが提供されるかの説明と併せて投資信託の目論見書に掲載し、明確化を図っております。今後もより良いサービス提供の一貫として、お客様の要請に沿って適切な説明、開示を行って参ります。

#### 原則 5 . 【重要な情報の分かりやすい提供】

金融事業者は、顧客との情報の非対称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。

- ① MFS はお客様に対して、提供する金融商品・サービスの目的や特徴、運用戦略、仕組み、リターンおよびリスクなどの重要な情報を、お客様の属性に応じて分かりやすく誤解のないような説明と報告を行っております。  
なお、日本国内では投資信託の販売業務には直接携わっておりませんが、最終受益者の理解の助けとなるよう適切な情報提供に努めて参ります。
- ② なお、原則 5 の（注 2）に記述のある、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等すること、及び（注 4）に記述のある、複雑又はリスクの高い商品を販売・推奨等することは、弊社では行っておりません。

## 原則 6. 【顧客にふさわしいサービスの提供】

金融事業者は、顧客の資産状況、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・推奨を行うべきである。

- ① MFS は、お客様のニーズを理解したうえで、創業以来の信条である長期の視点をお客様とともに共有しながら、長期の視点に基づいたアクティブ運用の提供を行っております。
- ② 繰り返しになりますが、MFS はお客様に対して、提供する金融商品・サービスに関する情報を、お客様の属性に応じて分かりやすく誤解のないような説明と報告を行っております。
- ③ なお、原則 6 の（注 2）に記述のある、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等すること、及び（注 4）に記述のある、複雑又はリスクの高い商品を販売・推奨等することは、弊社では行っておりません。

## 原則 7. 【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

金融事業者は、顧客の最善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に設計された報酬・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。

- ① MFS は、チーム志向で運用に取り組む独自の文化を築き上げてきました。全運用スタッフのチーム貢献度は 360 度評価により測定されます。運用スタッフのインセンティブは、お客様の運用目標の達成度合いに沿って決められ、報酬は長期的なパフォーマンスを評価する形になります。MFS の人事評価体系は長期的な時間軸に基づいており、短期成果志向に陥ることのない枠組みが長年の経験によって活かされています。
- ② お客さまと価値を共有することは、MFS が目指していることです。当社はカンパニー・ミーティング他あらゆる社内会議や研修等の機会を捉えて、社員に対して繰り返し周知し、より強固な企業文化としての定着、浸透をはかっています。

ご参照：

企業文化

[https://www.mfs.com/content/ja\\_jp/culture.html](https://www.mfs.com/content/ja_jp/culture.html)

運用の特徴

[https://www.mfs.com/content/ja\\_jp/what-we-do.html](https://www.mfs.com/content/ja_jp/what-we-do.html)

責任ある投資家としての取り組み

[https://www.mfs.com/content/ja\\_jp/institutions-and-consultants/footer/stewardship\\_code.html](https://www.mfs.com/content/ja_jp/institutions-and-consultants/footer/stewardship_code.html)

「顧客本位の業務運営に関する原則」に係る取組状況について（2021年3月末現在）

原則2. 【顧客の最善の利益の追求】

① MFS グループの会社概要・日本顧客からの受託状況

MFSは1924年に米国で最初のオープンエンド型のミューチュアルファンドを設定し、数多くの投資家が容易に日々の株式や債券市場にアクセスし、分散投資を行うことが出来る手段の提供をスタートしました。以来ほぼ1世紀に亘る歴史の中で、大恐慌や世界金融危機などの幾多の試練を乗り越え、現在では株式から債券まで幅広い商品を取り扱うグローバルな資産運用会社として、数多くの金融機関や年金基金などの機関投資家の皆さま、販売会社様やフィナンシャルアドバイザー様向けに運用サービスを提供しております。

MFSの目的はとてシンプルに言い表わされます。「顧客のために責任をもって資産運用を行うことにより、顧客に長期的な付加価値を提供すること」です。それを達成するために必要なものは、異なる専門性を統合した投資アプローチ、思慮深いリスクコントロールおよび長期投資のディシプリンの3つです。MFSのコラボレーションのカルチャーに基づき、MFSの運用チームは異なる視点を持った専門家同士が投資のアイデアや内在するリスクについてディベートを行い、MFSが市場において最良と考える投資機会を発掘するのです。

日本においては、1998年以降、公的年金、企業年金、金融法人や一般法人などの法人顧客を対象として投資一任業務、投資信託委託業務、および付随する業務の提供を行っております。

**MFS会社概要**

**会社名：** マサチューセッツ・ファイナンシャル・サービスズ・カンパニー  
(Massachusetts Financial Services Company)

- 1924年、米国最初の投資信託<sup>®</sup>を設定した**米国最古の資産運用会社の一社**
- カナダの保険大手であるサンライフ・フィナンシャル・グループ（S&P財務格付：AA-）傘下の資産運用会社
- 世界70ヶ国以上の投資家から資金を受託
- 受託資産も258億ドル（約68兆円）、社員数1,362名<sup>※1</sup>
- オーストラリア、香港、ロンドン、メキシコシティ、サンパウロ、シンガポール、シドニー、東京、トロントにリサーチ拠点を

※1 2020年12月31日現在

**【グローバル拠点】**

**日本顧客からの受託状況**

**日本法人の概要**

- 資本金 4億9,500万円
- 株主構成 マサチューセッツ・ファイナンシャル・サービスズ・カンパニー100%
- 業務開始年月 1998年10月
- 役員員数 39名（含む非常勤役員、派遣社員）
- 受託資産額 投資一任契約：1兆9,542億円  
投資信託：2,701億円  
（一部兼業含む。）

**年金顧客リスト**（基金名開示可能先種のみ）

年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）	国家公務員共済組合連合会	日本私立学校振興・共済事業団
全国市町村職員共済組合連合会	公立学校共済組合	
＜企業年金、他＞	あおぞら銀行企業年金基金	あいおいニッセイ同和企業年金基金
加化成企業年金基金	アステラス企業年金基金	アイシン企業年金基金
NEC企業年金基金	ON企業年金基金	AGC企業年金基金
国際年金基金連合会	セキスイ企業年金基金	キヤノン企業年金基金
東武企業年金基金	トヨタ自動車企業年金基金	DNJ企業年金基金
		富士通企業年金基金

（資料日、2020年）

## ② MFS の運用戦略商品

MFS の運用チームには株式、債券、およびクオンツの投資専門家が約 300 人在籍し、リサーチ、ポートフォリオ運営、トレーディング等の専門分野に従事していますが、MFS ではこれらの異なる専門性を統合した投資アプローチが行われています。MFS のコラボレーションのカルチャーに基づき、MFS の運用チームは異なる視点を持った専門家同士が、株式/債券といった資産の垣根、あるいは地域やセクターの違いを超えて投資アイデアやリスクについてディベートを行い、お客様のために MFS が市場において最良と考える投資機会を発掘します。

MFS では株式、債券およびマルチアセットなどの幅広い商品群を提供していますが、全ての商品は MFS がお客様の利益のために重要と考える 3 つの価値観、異なる専門性を統合した投資アプローチ、思慮深いリスクコントロールおよび長期投資のディシプリンに基づいて運用されています。

Fundamental Equity	Blended Research	Fixed Income	Multi-Asset/Specialty
<p><b>Global Equity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Global Equity/ Global Concentrated<sup>1</sup></li> <li>Global Research/Global Research Focused</li> <li>Global Growth/Global Growth Concentrated</li> <li>Global Strategic</li> <li>Global SMID Cap<sup>1</sup></li> <li>Global Value<sup>1</sup></li> <li>Global Intrinsic Value</li> <li>Contrarian Value</li> <li>Transformative Capital</li> </ul> <p><b>International Equity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>International/International Concentrated</li> <li>International Research</li> <li>International Diversification<sup>1</sup></li> <li>International Growth/International Growth Concentrated</li> <li>International Large Cap Value Fund</li> <li>International Small-Mid Cap<sup>1</sup></li> <li>International Intrinsic Value Equity<sup>2</sup></li> </ul> <p><b>Regional Equity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asia/Pacific <ul style="list-style-type: none"> <li>Asia Pacific ex Japan</li> <li>Asia Concentrated</li> <li>Asia ex Japan</li> <li>Japan/ Japan Concentrated</li> </ul> </li> <li>Canadian <ul style="list-style-type: none"> <li>Canadian Equity</li> <li>Canadian Research</li> </ul> </li> <li>Emerging Markets <ul style="list-style-type: none"> <li>Emerging Markets</li> <li>Emerging Markets Research</li> <li>Latin American</li> </ul> </li> <li>European <ul style="list-style-type: none"> <li>European Research<sup>1</sup></li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Target Tracking Error</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Global Equity <ul style="list-style-type: none"> <li>Global</li> <li>Global Extension</li> </ul> </li> <li>Regional Equity <ul style="list-style-type: none"> <li>Emerging Markets</li> <li>European</li> <li>International</li> </ul> </li> <li>U.S. Equity <ul style="list-style-type: none"> <li>Core</li> <li>Core ESG</li> <li>Large Cap Growth</li> <li>Large Cap Value</li> <li>Mid Cap</li> <li>Small Cap</li> </ul> </li> <li>Low Volatility <ul style="list-style-type: none"> <li>Canadian</li> <li>Global</li> <li>International</li> <li>U.S.</li> </ul> </li> <li>Income <ul style="list-style-type: none"> <li>Equity Income</li> <li>Global High Dividend</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Multi-Sector</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Canadian <ul style="list-style-type: none"> <li>Core</li> <li>Core Plus</li> <li>Long Term</li> <li>Long Term Plus</li> <li>Short Term</li> <li>Money Market</li> </ul> </li> <li>U.S. <ul style="list-style-type: none"> <li>Core</li> <li>Core Plus</li> <li>Opportunistic</li> <li>Limited Maturity</li> </ul> </li> <li>Global <ul style="list-style-type: none"> <li>Core</li> <li>Core Plus</li> <li>Opportunistic</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Credit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Global</li> <li>European</li> <li>US</li> <li>Long Duration</li> <li>Buy &amp; Maintain</li> </ul> <p><b>High Yield</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Canadian</li> <li>Global High Yield</li> <li>US High Yield</li> <li>US Corporate BB</li> </ul> <p><b>Emerging Markets</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Emerging Markets Debt</li> <li>Emerging Markets Local Currency Debt</li> <li>EMD Opportunities</li> </ul> <p><b>Government</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Global <ul style="list-style-type: none"> <li>Sovereign</li> <li>Inflation Adjusted</li> </ul> </li> <li>U.S. <ul style="list-style-type: none"> <li>Government</li> <li>TIPS</li> <li>MBS</li> </ul> </li> </ul> <p><b>U.S. Municipal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Investment Grade</li> <li>High Yield</li> <li>Limited Maturity</li> <li>State-Specific</li> <li>Taxable</li> </ul>	<p><b>Multi-Asset</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Canadian Core</li> <li>Canadian Growth</li> <li>Canadian Value</li> <li>Global Total Return</li> <li>U.S. Total Return</li> <li>Managed Wealth<sup>1</sup></li> <li>Prudent Capital</li> </ul> <p><b>Income</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diversified Income</li> </ul> <p><b>Target Date</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Canadian Target Date<sup>1</sup></li> <li>U.S. Target Date<sup>1</sup></li> </ul> <p><b>Target Risk</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Canadian Target Risk<sup>1</sup></li> <li>U.S. Target Risk<sup>1</sup></li> </ul> <p><b>Specialty/Equity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Global Listed Infrastructure</li> <li>Global Energy</li> <li>Global REIT</li> <li>Technology</li> <li>U.S. REIT</li> <li>Utilities</li> </ul>

As of 31-Dec-20  
<sup>1</sup> Limited availability.  
<sup>2</sup> Closed.

## ③ 「責任ある機関投資家」の諸原則「日本版スチュワードシップ・コード」を受け入れるとともに、スチュワードシップ活動に関する基本方針も公表しております。議決権行使の結果について、概要とともに毎年の個別開示も当社ホームページ上に公表しております。

[https://www.mfs.com/content/ja\\_jp/institutions-and-consultants/footer/stewardship\\_code.html](https://www.mfs.com/content/ja_jp/institutions-and-consultants/footer/stewardship_code.html)

### 原則 3. 【利益相反の適切な管理】

- ① MFS では、Code of Business Conduct 等のグローバル・ポリシーにおいて、社員は様々な観点からの利益相反に注意を払うべきことや、利益相反の可能性を認識した場合の社内手続きについて規定しています。利益相反を適切に管理すべきことについては、社員に対して四半期ごとに主要なグローバル・ポリシーの内容確認を求めるほか、コンプライアンス研修において周知徹底を図っています。利益相反の可能性のある案件は、最終的には内部統制コンプライアンス委員会に報告され、対応措置の妥当性を検証するとともに必要な対策の決定、指示を行います。
- ② 弊社が設定する投資信託の販売会社に対する手数料等は、お客様の利益になるよう設定しています。

### 原則 4. 【手数料等の明確化】

- ① MFS では、信託報酬に加え、商品設計上お客様にご負担いただく手数料その他の費用について、どのようなサービスが提供されるかの説明と併せて投資信託の目論見書に掲載し、明確化を図っております。

### 原則 5. 【重要な情報の分かりやすい提供】

- ① MFS はお客様に対して、提供する金融商品・サービスの目的や特徴、運用戦略、仕組み、リターンおよびリスクなどの重要な情報を、お客様の属性に応じて分かりやすく誤解のないような説明と報告を行っております。最近時の取り組みとしては、お客様に過去の運用実績をお示しする際に、長期の運用実績の重要性を強調すべく、より期間の長いものから左から順に、運用開始来、過去 10 年、5 年、3 年、1 年といったように並べてご説明、ご報告する、というような試みを行っております。なお、日本国内では投資信託の販売業務には直接携わっておりませんが、最終受益者の理解の助けとなるよう、定期的な実績報告にとどまらず、運用者によるファンドの特性、市場の見方などにかかる説明などの追加情報を、適宜適切にご提供するよう努めて参ります。

### 原則 6. 【顧客にふさわしいサービスの提供】

- ① MFS は、お客様のニーズを理解したうえで、長期の視点の運用サービスにへのご理解を一層深めていただくために有用と思われる参考情報を織り交ぜながら、お客様にわかりやすい内容の資料を用いてご説明させていただいております。市場環境や運用戦略の特徴やポートフォリオの運営方法等に関する勉強会・セミナー等も継続的に実施し、お客様への情報提供に注力しております。こうした情報のホームページでの開示について、今後一層充実させていく方針であります。

## 原則 7. 【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

- ① MFS は、チーム志向で運用に取り組む独自の文化を築き上げてきました。全運用スタッフのチーム貢献度は 360 度評価により測定されます。運用スタッフのインセンティブは、お客様の運用目標の達成度合いに沿って決められ、報酬は長期的なパフォーマンスを評価する形になります。MFS の人事評価体系は長期的な時間軸に基づいており、短期成果志向に陥ることのない枠組みが長年の経験によって活かされています。
- ② お客さまと価値を共有することは、MFS が目指していることです。当社はカンパニー・ミーティング他あらゆる社内会議や研修等の機会を捉えて、社員に対して繰り返し周知し、より強固な企業文化としての定着、浸透をはかっています。