

# 農林中金〈パートナーズ〉おおぶねJAPAN（日本選抜）

追加型投信／国内／株式

2020年8月末基準 月次運用レポート



## 「おおぶね」に乗って、共に価値を探す旅に出よう！

委託会社（ファンドの運用の指図等を行います。）

**農林中金バリューインベストメンツ株式会社**

金融商品取引業者：関東財務局長（金商）第2811号

〈照会先〉農林中金バリューインベストメンツ株式会社

●ホームページ：<https://www.nvic.co.jp/>

受託会社（ファンドの財産の保管及び管理を行います。）

**三菱UFJ信託銀行株式会社**



運用実績

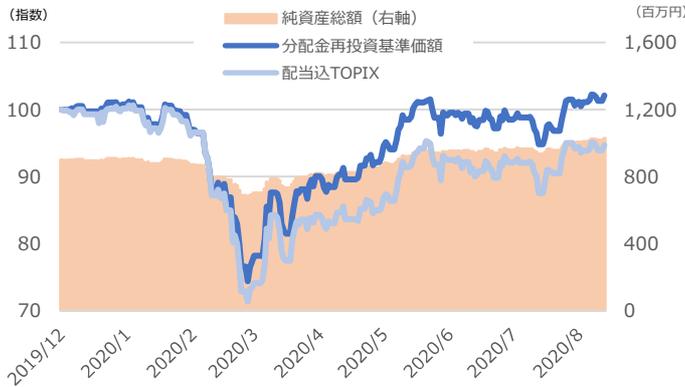
基準価額：10,208円 ※1

基準価額の騰落率：+7.7% ※2

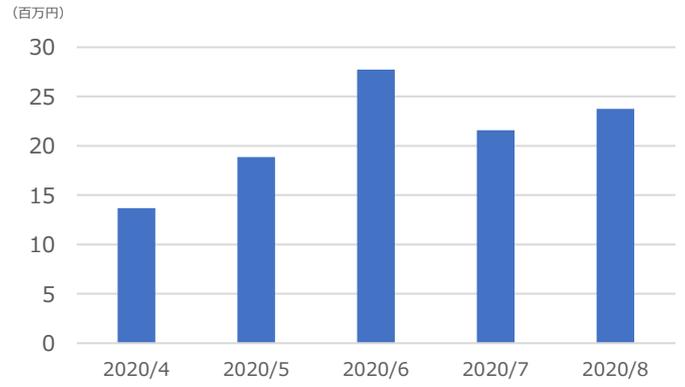
(うち株式要因7.8%、信託報酬-0.1%、株式売買手数料0.0%、その他0.0%) ※3

純資産総額：1,030百万円

●基準価額（分配金再投資ベース）と純資産総額の推移 ※2



●資金流入の推移（資金流入額-資金流出額）



※2020年4月1日より公募販売開始

●運用成績 ※2

	1ヶ月	3ヶ月	6ヶ月	1年	3年	設定来
おおぶねJAPAN	7.7%	3.7%	16.0%	-	-	2.1%
配当込みTOPIX	8.2%	3.6%	8.6%	-	-	-5.3%
超過リターン	-0.5%	0.0%	7.4%	-	-	7.4%

●分配実績（分配実績はありません）

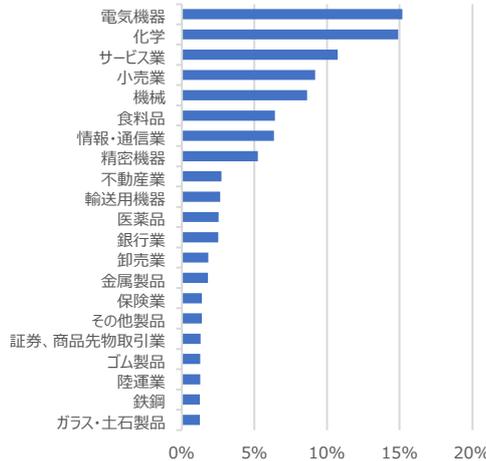
決算年月日	分配金（課税前）
設定来合計	-

組入資産の状況

●投資信託財産の構成 ※4

組入資産	構成比 (%)
国内株式	94.5
現金等	5.5
合計	100.0

●組入銘柄の業種別比率 ※5



●アクティブシェア ※6

73.0%

●ポートフォリオのバリエーション水準

	おおぶねJAPAN	TOPIX
PER ※7	25.3	17.5
PBR ※8	1.9	1.1
EV/EBITDA ※9	12.3	9.8
平均時価総額（億円）	19,330	2,835

※1 「基準価額」とは、信託報酬等控除後の当ファンドの一万口当たりの値段です。

※2 当ファンドの当初設定日の前営業日（2019年12月19日）を100として指数化し、基準価額の騰落率や、分配金再投資基準価額（課税前の分配金を再投資したものと計算しており、分配金が発生した場合は実際の基準価額とは異なります。）配当込みTOPIXのグラフ、運用成績の表を作成しています。配当込みTOPIXとは、配当収益を考慮して東京証券取引所が算出・公表している指数です。配当込みTOPIXは当ファンドのベンチマークではありませんが、参考として記載しているものです。

※3 「基準価額の騰落率」の内訳は、当月の「基準価額の騰落率」を主な要因に分解した概算値であり、実際の数値とは異なる場合があります。また、端数処理等の関係で内訳の各数値の合計は「基準価額の騰落率」と一致しない場合があります。なお、「その他」には信託報酬以外の費用等が含まれます。

※4 構成比は当ファンドの純資産総額に対する比率を表示しています。現金等には未取・未払項目等が含まれるため、マイナスとなる場合があります。

※5 業種別比率については、東証33業種分類を用いて表示しています（非保有の業種は含まれません）。

※6 「アクティブシェア」は基準日時点のTOPIXと比較して算出しています。「アクティブシェア」はポートフォリオに組み入れている銘柄がベンチマークとどれだけ異なるかを示し、0%～100%の数値で100%に近いほどベンチマークと異なるポートフォリオであることを示します。TOPIXは当ファンドのベンチマークではありませんが、参考として算出しています。

※7 「PER（株価収益率）」は、株価がEPS（一株当たりの利益）の何倍になっているかを示したもので、一般的にPERが低いほど、会社が稼ぐ利益に対して株価が割安といえます。本レポートにおいては、予想EPS（市場コンセンサス）を使用して算出しています。

※8 「PBR（株価純資産倍率）」は、株価がBPS（一株当たりの純資産）の何倍になっているかを示したもので、一般的にPBRが低いほど、会社の純資産に対して株価が割安といえます。本レポートにおいては、予想BPS（市場コンセンサス）を使用して算出しています。

※9 「EV/EBITDA（企業価値/税引前利益に支払利息と減価償却費を加算した利益）」は、企業価値がEBITDAの何倍になっているかを示したもので、一般的にEV/EBITDAが低いほど、会社の利益水準に対して企業価値が割安といえます。本レポートにおいては、実績EBITDAを使用して算出しています。



## 組入銘柄に関して

当ファンドでは、2,000社超の上場企業の中から（1）「高い産業付加価値」と、（2）「圧倒的な競争優位性」という2つの評価軸により、持続的に利益を生み出すと考えられる有望企業を選定（80社程度）して投資を行い、原則として各銘柄のウェイトに差は設けません（株価の変動により銘柄間でウェイトに差が出ることや、一部、流動性等を勘案して低いウェイトとしている銘柄があります）。

### ●組入銘柄の推移

	2020年06月末	2020年07月末	2020年08月末
組入銘柄数	80	80	80

### ●組入完了来の売買回転率（年率換算）※1

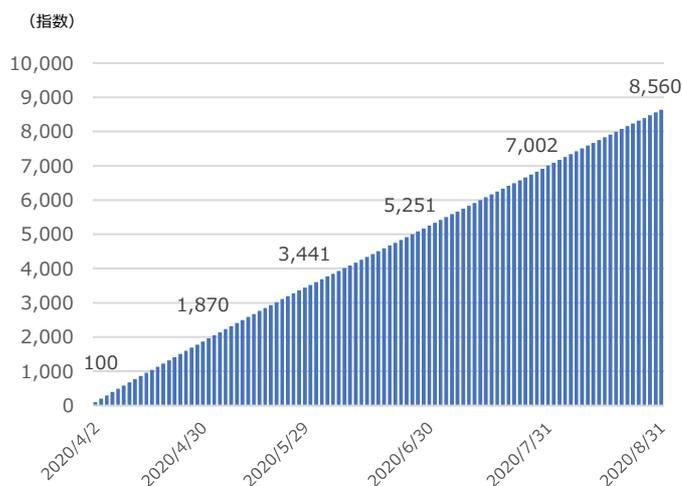
0.36回/年

### ●組入上位10銘柄

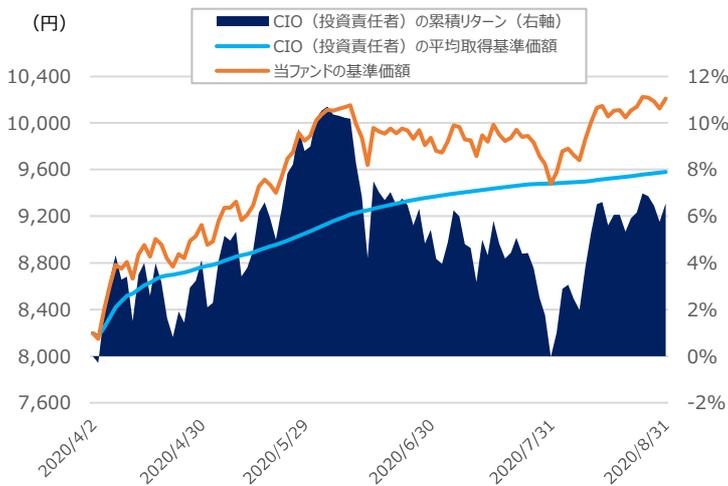
企業名	業種 ※2	組入比率（純資産対比）
東宝	情報・通信業	1.4%
カカコム	サービス業	1.4%
パーク24	不動産業	1.4%
リログループ	サービス業	1.4%
シスメックス	電気機器	1.3%
クボタ	機械	1.3%
丸井グループ	小売業	1.3%
第一生命ホールディングス	保険業	1.3%
ピジョン	その他製品	1.3%
シマノ	輸送用機器	1.3%

## CIO（投資責任者）の当ファンド保有状況

### ●当ファンドの保有口数の推移（指数化）※3



### ●平均取得価額と累積リターン ※4



※1 「売買回転率」は、期間中の売買金額の、ポートフォリオの時価評価額に対する割合を示すもので、一般的に売買回転率が低いほど組入銘柄の保有期間が長く、結果としてファンドの株式売買コストが低く抑えられていると言えます（売買回転率が1回/年の場合、1年間でポートフォリオの時価評価額相当の売買取引が行われるということになります）。

※2 組入上位10銘柄の業種区分は、東証33業種分類を用いて表示しています。

※3 CIO（投資責任者）の当ファンドの保有口数の推移のグラフは、2020年4月2日にCIO（投資責任者）である奥野が保有していた口数を100として指数化しています。

※4 CIO（投資責任者）の累積リターンは、CIO（投資責任者）である奥野が保有している当ファンドの平均取得基準価額と当ファンドの基準価額から算出したものであり、将来の運用成果を保証するものではありません。



## 投資先企業のご紹介

・本セッションではおおぶねJAPAN投資先の中からピックアップした個別企業の強さの源泉やビジネスモデルについて、ご紹介させていただきます。  
 ・今回は、いまや日本だけでなく、東南アジアをはじめとした海外諸国の食卓や調理現場でも欠かせない調味料を製造・販売する『味の素株式会社』をとりあげます。

## 味の素株式会社

### アミノ酸技術を武器に世界に『Umami』を届けるグローバル企業

#### 産業 付加価値

- 食卓や調理現場に欠かせない、料理の味を規定する調味料を提供。  
 - 「味の素」「Cook Do」「ほんだし」「コンソメ」など

#### 競争 優位性

- 他社に先駆けて訴求した『うま味』の刷り込み効果と直販体制を梃に徹底した現地化(東南アジア諸国等)により高い参入障壁を形成

## I. NVICの見方

### 企業の評価

この月次レポートを読まれている方の中には、当社の会社名である『味の素』と聞いて、ピンと来ない方はあまりいらっしゃらないかもしれません。何故なら、社名でありながら商品名でもある『味の素』は、いまや日本の食卓に欠かせない調味料で、それなしでおかずを作るのは至難の業と言っても過言ではないからです。料理をされない方でも、『味の素』、『ほんだし』、『Cook Do』、『コンソメ』と聞けば、すぐ商品をイメージできる方が多いのではないのでしょうか。今回はそんな当社へ投資するに至った根拠とともに、NVICが当社と実施した対話の内容も含めてご説明したいと思います。

**産業付加価値:** 当社が製造するドライセイボリー【うま味調味料と風味調味料(粉末・キューブなど)\*】は、料理に占める使用量もコストも僅かではない存在でありながら、料理の味を規定する財と言えます。『味の素』『ほんだし』などに代表されるように、いまやそれなしで料理をつくるのは困難といっても言い程、食卓や調理の現場に必要不可欠な調味料として繰り返し使用される財です。

#### ※うま味調味料と風味調味料

**うま味調味料:** グルタミン酸、イノシン酸、グアニル酸などのうま味成分を水に溶けやすく使いやすくした商品。

**風味調味料:** うま味調味料及び風味原料に砂糖類、食塩等（香辛料を除く）を加え、乾燥し、粉末状、か粒状等にした商品。

両調味料ともに料理に『うま味』を与えると同時に、素材の持ち味を引き立て、全体の味を調和させる働きがあります。尚、うま味とは5つの基本味（甘味・酸味・塩味・苦味・うま味）の一つで、ほかの味を混ぜ合わせて作ることでできない独立した「味」です。

#### 【当社商品の事例】



(出所)公開資料に基づきNVIC作成



**競争優位性:** 味の刷り込み効果が働きやすい財であることから、一般家庭や調理現場に普及するには先行して市場シェアを形成することが重要となる中で、当社はグルタミン酸(アミノ酸の一種で昆布だしに含まれる味の成分)の開拓者として国内で圧倒的シェアを有しています。また、日本だけでなく、東南アジア諸国においても、1950～60年代に他社に先駆けて進出することで味の早期刷り込みに成功し、高シェアを確保しています(市場シェア：タイ約80%、インドネシア約50%、ベトナム約50%)。この先行者として獲得した高い市場シェアは、直販体制を梃にした徹底した現地化によって確保又は維持されており、いまや欧米企業が手を出せない零細小売店でも味の素の商品は広く流通しています。タイの屋台でも8割のシェアを持っていると聞けば、どれだけ現地の人に味の素の商品が受け入れられているかわかりますよね？

### 【当社海外商品の事例】



## II. 沿革

- 1907年 鈴木製菓所設立（幾度の商号変更をへて1946年に味の素株式会社に）
- 1908年 池田菊苗博士がだしの主成分がグルタミン酸（アミノ酸）であることを発見、鈴木三郎助が商品化を引受
- 1909年 うま味調味料「味の素」を発売
- 1949年 東京証券取引所に上場
- 1950～60年代 東南アジア諸国への海外進出を加速  
フィリピン(1958年)、タイ(1960年)、マレーシア(1961年)、インドネシア(1969年)
- 1970年 「ほんだし」を発売、味の素冷凍食品を設立
- 1974年 ブラジル味の素設立
- 1981年 成分栄養剤「エレンタール」を発売、医薬品事業に着手
- 1987年 クノール食品を子会社化
- 1991年 ベトナム味の素設立
- 1996年 味の素(中国)社を設立
- 2014年 米・冷凍食品会社ウィンザー・クオリティ・ホールディングス社(現・味の素フーズ・ノースアメリカ社)を買収
- 2015年 AGF(味の素ゼネラルフーズ)を新規連結（従前は持分法適用会社、2015より日本食品セグメント算入）
- 2016年 子会社の味の素製菓をエーザイの医薬品事業の一部と統合し、EAファーマを発足。

(出所)公開資料に基づきNVIC作成



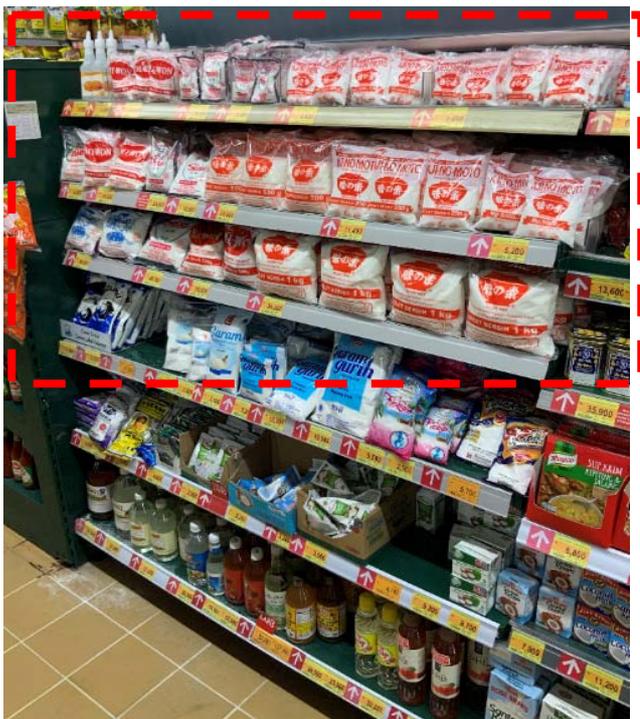
## 会社の設立経緯

- 当時東京帝国大学に在籍していた池田菊苗教授は、だし用昆布のうま味を人工的に作りだせないかということに関心を持ち、研究を進めていました。そして、昆布だしのうま味成分がグルタミン酸であることを発見してからは、元々生活改善や社会発展に結びつくような研究に関心をもっていたこともあり、当時の日本人の栄養不足を改善する調味料として事業化する道を模索し、実業家であった鈴木三郎助氏に事業化を依頼しました。

## 東南アジアでの事業展開

- 当社は、日本食品企業の中でも先行して海外進出を果たし、東南アジアを中心に調味料・加工食品事業を展開してきました。そんな東南アジアでは、顧客に接する部分が最も収益を得られるとの認識から、早くから直売体制を構築し、欧米企業が手を出していない零細小売店への直販を展開するなど、**商社よりも商社らしい営業活動**により高い参入障壁を構築しています。実際、**2019年にインドネシア味の素の施設見学会に参加したときには**、当社商品がインドネシアのコンビニ・スーパーマーケットだけでなく、所謂パバ・ママショップといわれる零細小売店にも広く流通している場面を垣間見ることができました。

【スーパーの棚に陳列されている当社商品】



【零細小売店で販売されている当社商品】



(出所)公開資料に基づきNVIC作成





IV. セグメント分析(2020年3月期) (2021年3月期からは別のセグメント分類となる)

(単位) 億円

セグメント	売上高	構成比	営業利益	構成比	利益率	総資産	ROA	競合環境
<b>日本食品</b> 以下、3つのサブセグメントで構成 <b>I. 調味料・加工食品 (仕向け: 家庭用55%、業務用45%)</b> 日本食品セグメントの51%を占め、以下が主要製品 うま味調味料 (味の素等)、風味調味料 (ほんたじ等)、メニュー用調味料 (CookDo等)、加工食品事業 (コンソメ、クノールカップスープ等) を販売。 <b>II. 冷凍食品 (仕向け: 家庭用57%、業務用43%)</b> 日本食セグメントの26%を占める。冷凍餃子を中心に幅広い商品を販売 <b>III. コーヒー類 (仕向け: 家庭用73%、業務用27%)</b> 日本食セグメントの23%を占め、インスタントコーヒー、スティックコーヒー、レギュラーコーヒー等を販売。	3,753	34%	326	32%	8.7%	3,174	10.3%	日本におけるドライセイボリー*の市場シェアは60%と圧倒的ポジションを誇る *ドライセイボリー: うま味調味料と風味調味料  尚、主要製品の家庭用市場シェア・市場規模は以下のとおり ①うまみ調味料: 市場規模52億円 当社シェア93% (1位) ②和風だし: 市場規模364億円 当社シェア58% (1位) ③コンソメ: 市場規模120億円 当社シェア66% (1位) ④スープ: 市場規模969億円 当社シェア31% (1位) ⑤マヨネーズ類: 市場規模549億円 当社シェア26% (2位) ⑥合わせ調味料: 市場規模795億円 当社シェア32% (1位)
<b>海外食品</b> 以下、3つのサブセグメントで構成 <b>I. 調味料・加工食品 (海外食品セグメント内売上高割合: 62%)</b> 現地の嗜好に根差した商品を展開 インドネシア Masako (風味調味料)、ベトナム Aji-Mayo (マヨネーズ) など <b>II. 冷凍食品 (同: 24%)</b> 味の素事業と買収した米フィンガー社事業で構成。主に米国におけるアジア・日本料理用商品の製造・販売に主眼。 <b>III. 加工うま味調味料・甘味料 (同: 14%)</b> アミノ酸由来の調味料や甘味料の製造販売	4,777	43%	515	51%	10.8%	3,880	13.3%	世界におけるドライセイボリーの市場シェアは22%でNo1  うまみ調味料のタイプ別シェアは以下のとおり ①MSG*のグローバルシェア: 約20% *MSG: Monosodium Glutamateの略称。グルタミン酸ナトリウムというアミノ酸の一種で昆布だしのうま味成分を含んでいる。 ②核酸系調味料*のグローバルシェア: 約30% *核酸系調味料: イノシン酸ナトリウム(魚・肉類等に含まれるうま味成分)とグアニル酸ナトリウム(干しいたけに含まれるうま味成分)を主成分とした混合物。
<b>ライフサポート</b> 飼料用アミノ酸、化成品(電子材料)など	953	9%	69	7%	7.3%	908	7.6%	飼料用アミノ酸シェアの推移 (数量ベース) ①リジン: 当社シェアは2012年20%から2019年10%まで低下 ②スレオニン: 当社シェアは2012年30%から2019年10%まで低下 ③トリプトファン: 当社シェアは2012年45%から2019年25%まで低下
<b>ヘルスクエア</b> 各種アミノ酸(輸液用途等)、機能性栄養食品(アミノバイタル等)など	1,364	12%	124	12%	9.1%	1,863	6.7%	
<b>その他</b> 提携事業、その他サービス事業	154	1%	-17	-2%	-11.3%	1,128	-1.5%	
消去・調整						2,583		
<b>合計</b>	11,000	100%	1,017	100%	9.2%	13,536	7.5%	

V. 企業との対話

当社祖業であるドライセイボリー(調味料・風味調味料)中心に国内(「日本食品」)にて盤石な地位をもつ当社は、現在では、先述のように東南アジアを中心に海外展開を加速させている他(「海外食品セグメント」)、アミノ酸技術を梃に、上表のとおり複数のセグメントを有していることから、各事業の競争優位性の強弱感について理解を深める必要があるとの問題意識で、当社の栃尾専務と2回に亘り対話を実施しました。

まず、1回目の対話では、セグメント別に分けた資本コストとそれに基づいて試算される経済的付加価値(EVA)についてのNVIC独自資料をもとに、セグメント別の企業価値創出状況とその背景としての各事業の競争優位性(≒参入障壁)について対話を行いました。この対話の過程では、これまで「成長性」と「効率性」を座標軸とした枠組みによって主に事業ポートフォリオを評価してきた当社より、事業を評価する別の座標軸として、長期的収益力の持続性を規定する「競争優位性(参入障壁)」が長期投資家の視点では重要と理解したとのコメントをいただき、その場で「競争優位性」をテーマとした次の対話の依頼を受けました。

【1回目の対話で使用したNVIC資料の抜粋】

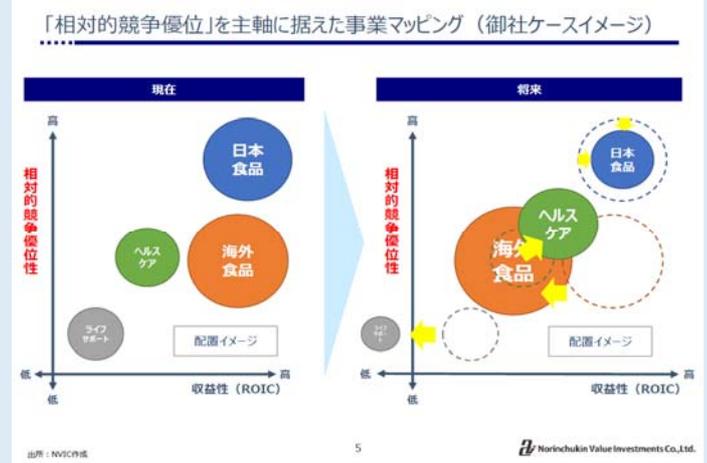
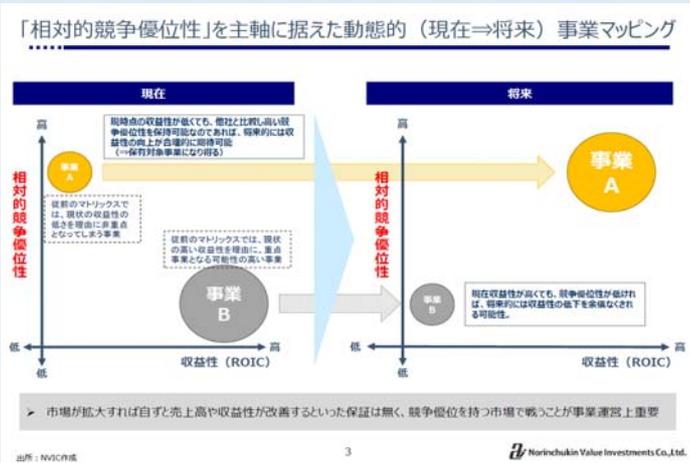


(出所)公開資料に基づきNVIC作成



2回目の対話では、先述のとおり、具体的な当社事業ポートフォリオを念頭に、現時点の成長性や収益性だけでなく将来事業価値の根源的ファクターとなる競争優位性を座標軸に据えると同時に、更に現時点と将来といった様に時間軸を持ったうえで、動的に事業を評価しキャピタルアロケーション判断を行っていくことの重要性について意見交換を行いました。また、この対話を通じて、内外食品事業に共通して液体タイプよりも粉タイプ調味料において特に当社の競争優位性が高いことや、セグメントを更に深掘りした国内外における「冷凍食品事業」の競争優位性の考え方などにも話が及び、長期投資を行う上で重要な事業の理解深化のための貴重な機会とすることができました。尚、この対話は当社が2021年3月期から開始される新中期経営計画を発表した直後でもあったことから、双方にとって有意義な対話を実施できたものと考えています。

【2回目の対話で使用したNVIC資料の抜粋】



【事業ポートフォリオ再編に関する当社公表資料】（セグメント変更後）



NVICとしては、過去の延長線上で既存事業を継続する企業も多い中、当社が資本コストの観点を取り入れながら、事業ポートフォリオの再構築に挑んでいる点を前向きに評価しています。今後、当社が競争優位性のある事業へ適切に経営資源を投下し、持続的な価値を創出していけるか、当社との継続的な対話を通じてしっかりと見守ってきたいと思います。尚、当社との対話の詳細は、書籍『企業価値向上のための資本コスト経営』（日本経済新聞出版）の第4章にも掲載しています。

(出所)公開資料に基づきNVIC作成



## 商品概要

主として我が国の金融商品取引所に上場されている株式の中から、（1）高い産業付加価値と（2）圧倒的な競争優位性の2つの軸により、持続的に利益を生み出すと考えられる有望企業を選定し、投資信託財産の中長期的な成長を目指して運用を行います。

## 投資リスク

### 基準価額の変動要因

当ファンドは値動きのある有価証券等に投資しますので、基準価額は変動します。運用の結果としてファンドに生じた利益および損失は、すべて投資者の皆様へ帰属します。したがって、投資者の皆様の投資元本が保証されているものではなく、基準価額の下落により、損失を被り、投資元本を割り込むことがあります。また、投資信託は預貯金とは異なります。

当ファンドの主なリスクは以下の通りです。

#### ● 株価変動リスク

一般に、株式は国内外の景気、政治、経済、社会情勢等の影響を受け、また、個別企業の業績や株式市場全体の動向を反映して価格が大きく変動します。ファンドに組入れている株式の価格が下落した場合には、ファンドの基準価額が下落する要因となります。また、ファンドが投資する企業が業績悪化や倒産等に陥った場合は、その企業の株式の価格が大きく下落あるいは無価値となるため、ファンドに重大な損失が生じることがあります。

#### ● 流動性リスク

市場規模が小さい場合や取引量が少ない場合、有価証券等を売却する際に市場実勢から期待される価格で売却できず、不測の損失を被るリスクがあります。

また、大口の解約申込があった場合など、解約資金を手当てするためにファンドで保有する有価証券等を大量に換金しなければならないことがあります。その際、市場動向や取引量の状況によっては、当該換金にかかる取引自体が市場実勢を押し下げ、通常よりも不利な状況での取引となり、ファンドの基準価額が下落する要因となります。

#### ● 信用リスク

組入有価証券等の発行者や取引先等の経営・財務状況が悪化した場合またはそれが予想された場合もしくはこれらに関する外部評価の悪化があった場合等には、当該組入有価証券等の価格が下落することやその価値がなくなること、または利払い・償還金の支払いが滞ることがあります。

※基準価額の変動要因は、上記に限定されるものではありません。

## その他の留意点

● ファンドのお取引に関しては、金融商品取引法第37条の6の規定（いわゆるクーリング・オフ）の適用はありません。

● 収益分配金に関する留意点として、以下の事項にご注意ください。

・分配金は、預貯金の利息とは異なり、投資信託の純資産から支払われますので、分配金が支払われると、その金額相当分、基準価額は下がります。

・分配金は、計算期間中に発生した収益（経費控除後の配当等収益および評価益を含む売買益）を超えて支払われる場合があります。その場合、当期決算日の基準価額は前期決算日と比べて下落することになります。また、分配金の水準は、必ずしも計算期間におけるファンドの収益率を示すものではありません。

・投資者（受益者）のファンドの購入価額によっては、分配金の一部ないしすべてが、実質的には元本の一部払戻しに相当する場合があります。ファンド購入後の運用状況により、分配金額より基準価額の値上がりが小さかった場合も同様です。



## 留意事項

- ・当資料は金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。
- ・当資料は当社が信頼できると判断したデータにより作成しましたが、その正確性、完全性等を保証するものではありません。
- ・本資料に記載された過去のデータは、将来の結果を示唆あるいは保証するものではありません。本資料に記載された市況や見通し等は、本資料作成時点での当社の見解であり、将来の動向や結果を示唆あるいは保証するものではありません。また、将来予告なしに変更する場合があります。
- ・投資信託のお申込みにあたっては、販売会社よりお渡しする「投資信託説明書（交付目論見書）」の内容を必ずご確認ください、ご自身でご判断ください。

## お申込みメモ

購入単位	販売会社が定める単位とします。 ※販売会社にお問い合わせください。
購入価額	購入申込受付日の基準価額
購入代金	販売会社が定める所定の日までに販売会社の定める方法でお支払いください。
換金単位	1口単位 ※販売会社によって異なる場合があります。
換金価額	換金申込受付日の基準価額とします。
換金代金	原則として換金申込受付日から起算して5営業日目からお支払いします。
申込締切時間	原則として、販売会社の営業日の午後3時までに、販売会社所定の事務手続きが完了したものを当日の受付分とします。
換金制限	大口の換金には受付時間制限および金額制限を行う場合があります。
購入・換金申込受付の中止及び取消し	金融商品取引所等における取引の停止、その他やむを得ない事情が発生したときは、購入・換金のお申込みの受付を中止することおよび、すでに受け付けた購入・換金のお申込みを取消することができるものとします。
信託期間	無期限（2019年12月20日設定）
繰上償還	委託会社は次のいずれかの場合、事前に投資者（受益者）の意向を確認し、受託会社と合意のうえ、信託契約を解約し、信託を終了（繰上償還）させることがあります。 ・受益権の口数が5億口を下回るようになった場合。 ・信託契約を解約することが投資者（受益者）のため有利であると認めるとき。 ・やむを得ない事情が発生したとき。
決算日	毎年12月15日（休業日の場合は翌営業日）
収益分配	年1回決算を行い、収益分配方針に基づき分配を行います。 ※販売会社との契約によっては再投資が可能です。
信託金の限度額	2兆円
公告	電子公告により行い委託会社のウェブサイトに掲載します。 <a href="https://www.nvic.co.jp/">https://www.nvic.co.jp/</a>
運用報告書	毎決算時および償還時に交付運用報告書を作成し、知れている受益者に交付します。
課税関係	課税上は株式投資信託として取扱われます。 公募株式投資信託は税法上、少額投資非課税制度の適用対象です。 配当控除の適用があります。 益金不算入制度は適用されません。



運用報告書	毎決算時および償還時に交付運用報告書を作成し、知れている受益者に交付します。
課税関係	課税上は株式投資信託として取扱われます。 公募株式投資信託は税法上、少額投資非課税制度の適用対象です。 配当控除の適用があります。 益金不算入制度は適用されません。

## ファンドの費用

投資者が直接的に負担する費用																			
購入時手数料	購入申込受付日の基準価額に <b>1.65% (税抜1.5%)</b> を上限として販売会社が定める率を乗じて得た額とします。詳しくは、販売会社にお問い合わせください。	商品および関連する投資環境の説明や情報提供など、ならびに購入に関する事務コストの対価です。																	
信託財産留保額	ありません。																		
投資者が信託財産で間接的に負担する費用																			
運用管理費用 (信託報酬)	ファンドの日々の純資産総額に対し <b>年0.88% (税抜0.8%)</b> の率を乗じた額として日々計上され、毎計算期末または信託終了のときに投資信託財産中から支払われます。販売会社に応じて配分は異なります。	運用管理費用（信託報酬）＝運用期間中の基準価額×信託報酬率																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">販売会社名</th> <th rowspan="2">主な役務の内容</th> </tr> <tr> <th>支払先</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>三菱UFJ信託銀行株式会社</td> <td rowspan="2">左記以外の販売会社</td> </tr> <tr> <td>委託会社</td> <td>年0.770%</td> </tr> <tr> <td>販売会社</td> <td>年0.001%</td> <td>年0.436%</td> </tr> <tr> <td>受託会社</td> <td colspan="2">年0.029%</td> </tr> </tbody> </table>		販売会社名		主な役務の内容	支払先			三菱UFJ信託銀行株式会社	左記以外の販売会社	委託会社	年0.770%	販売会社	年0.001%	年0.436%	受託会社	年0.029%		
販売会社名		主な役務の内容																	
支払先																			
	三菱UFJ信託銀行株式会社	左記以外の販売会社																	
委託会社	年0.770%																		
販売会社	年0.001%	年0.436%																	
受託会社	年0.029%																		
監査費用 印刷費用	監査費用、印刷費用などの諸費用は、ファンドの純資産総額に対して年率0.11%（税抜0.1%）を上限とする額がファンドの計算期間を通じて毎日計上され、ファンドの基準価額に反映されます。なお、毎計算期末または信託終了の時に、信託財産から支払われます。	監査費用：ファンドの監査にかかる費用 印刷費用：有価証券届出書、目論見書、運用報告書等の作成、印刷および提出等に係る費用																	
その他の費用・手数料	投資信託財産に関する租税、信託事務の処理に要する諸費用、および受託者の立替えた利息は、投資信託財産中から支弁します。 ※「その他の費用・手数料」については、運用状況等により変動するため、事前に料率、上限額等を示すことができません。	信託事務の処理に要する諸費用：法律・税務顧問への報酬、郵送費用、格付費用、受益権の管理事務に関連する費用等を含みますがこれらに限定されません。																	

※受益者が負担する手数料などの合計額やその計算方法については、保有期間や運用の状況などに応じて異なるため、あらかじめ表示することができません。