

リッパー・ファンド・アワード・ジャパン 2022

組織として高い投資パフォーマンスを 上げる運用会社とは

～市場環境にかかわらず「貯蓄から資産形成」の流れを加速させるために～

2022年3月24日に発表された「リフィニティブ・リッパー・ファンド・アワード・ジャパン2022」。その授賞式において、投資信託部門で最優秀会社を受賞した4社のトップを招いたパネルディスカッション「エグゼクティブ・ラウンドテーブル」を開催した。

本稿では、当日ご登壇いただいた、最優秀会社賞を受賞したフィデリティ投信株式会社 執行役員副社長兼営業本部長 和田 浩己氏、株式部門の最優秀会社賞を受賞したアライアンス・バーンスタイン株式会社 代表取締役社長 阪口 和子氏、債券部門で最優秀会社賞を受賞した明治安田アセットマネジメント株式会社 代表取締役社長 西尾 友宏氏、ミックスアセット部門で最優秀会社賞を受賞した楽天投信投資顧問株式会社 代表取締役社長 東 眞之氏の発言をまとめ、お伝えする。各社の運用力向上への取り組みやその根底に流れる投資哲学等を知ることで、投資家の皆様が、資産形成への関心を高めることに繋がれば幸いだ。

長引くコロナ禍で高まった世界的な先行きの不透明性。これに追い討ちをかけるのが、ロシアによるウクライナ侵攻だ。金融市場は資源価格の高騰もあり、ボラティティが高い状況が続くとの見方で一致している。一方で、日本の個人金融資産は2,000兆円を突破し、増加を続けている。在宅勤務の増加が投資への関心を高めているとの調査もあり、現在の状況は同じトレンドが長期間継続する市場環境により、『貯蓄から資産形成へ』の背中を押す好機だと捉えることもできそうだ。

投資に関心を持つ個人の裾野が広がりつつある中で、この変化を確かなものにするためにも、資産運用会社の果たす役割は重要だ。また、透明性があり信頼性の高い情報の提供も欠かせない。



エグゼクティブ・パネル登壇者：(上段左より)明治安田アセットマネジメント株式会社 代表取締役社長 西尾友宏氏、楽天投信投資顧問株式会社 代表取締役社長 東眞之氏、リフィニティブ・ジャパン株式会社 代表取締役社長 富田秀夫(下段左より)アライアンス・バーンスタイン株式会社 代表取締役社長 阪口和子氏、フィデリティ投信株式会社 執行役員副社長兼営業本部長 和田 浩己氏

リフィニティブ・リップパーは、長年、投信市場関係者および幅広い投資家に向けて、中立的な投信の評価情報を提供している。さらに、世界共通の定量分析手法に基づき「リフィニティブ・リップパー・ファンド・アワード」を選定してきた。世界の20カ国以上で30年余りにわたり続くこの賞は、独自の投信評価システム「Lipper Leader Rating システム」の中の「コンシスタント・リターン(収益一貫性)」を用い、その評価手法の透明性と中立性で高い評価を得ている。

不透明な投資環境下で、なぜ高パフォーマンスが実現できたのか？

リフィニティブ・ジャパン社長の富田秀夫は、冒頭、上述のように本会の意義や今日の環境等を整理し、「会社賞は、その会社が運用するすべてのファンドを評価対象にしている。つまり、個々のファンドマネージャーの力量だけではなく、会社全体として運用力を高める体制を構築・維持・発展させていなければ受賞できないものだ」と述べた上で、「業界発展のためにも、今日は各社が磨き上げたノウハウをできる限り包み隠さず披瀝していただきたい」と切り出した。

これを受け各社は、それぞれ自社とその取り組み概要を紹介し、いよいよ本題である「組織として高い投資パフォーマンスを上げる運用会社とは」へと議論が進められた。

最初のトピックは、昨年までの市場環境を踏まえて「各社がなぜ高パフォーマンスを発揮できたかを振り返る」というものだ。



アライアンス・バーンスタイン株式会社
代表取締役社長 阪口和子氏

長引くコロナ禍による経済への影響や供給網の混乱によって、金融市場は引き続き予測しづらい状態が続いている。そうした中でも会社賞受賞の4社が優れた実績を残すことができた理由は、業界関係者ならずとも気になるところだろう。



明治安田アセットマネジメント株式会社
代表取締役社長 西尾友宏氏

まず、アライアンス・バーンスタインの阪口氏は、市場環境について、「デジタル化を先導するテクノロジー企業や医療技術の革新を進めるような企業が注目を浴びたこと」「株価の大幅調整が何度か入ったが、多くの投資家は市場の下落局面に対して強い運用を選好したこと」そして、「割高感が指摘されていた米国株だが、着実に収益を拡大している企業はあり、そうした企業に限って言えば必ずしも割高ではなかったこと」と、3つの特徴を挙げた上で、「持続可能な成長を重要視する運用プロセスで企業を選別したことで、結果的に米国株が最大の下落幅を記録した2020年2月20日から3月24日までを振り返ると、S&P 500株価指数が34%ほど下落したにもかかわらず、我々の旗艦ファンドは下落幅を28%にとどめることができた。これが結果的に中長期に見ても高いパフォーマンスに繋がった理由だと思う」とした。

一方、明治安田アセットマネジメントの西尾氏は、2016年に導入されたマイナス金利政策以降の超低金利やボラティリティが低下した国内債券の市場環境に触れ、

「リターンの絶対水準を確保しながら超過収益を上げられるよう、次の3つのポイントを押さえて実践した。まず、相対的に利回りの高い社債への投資だ。これはインカムゲインの積み上げや収益機会を多様化するためでもあったが、何より、スプレッドが上乘せされている社債投資を重視した、ということの意味している。次に、ハイブリッド債への投資をいかに取り込むかを重視した。これにあたり、いち早くハイブリッド債固有のリスク評価や市場での値動きの分析を行なった。3つ目は、必ずしも債券を満期まで保有するのではなく、売買を通じて収益積み上げを行なったことが挙げられる。これは、利回りが変動する局面を細かく捉えて売買による収益を地道に積み上げるスタイルの確立にも繋がっている。すべては地道な積み重ねの結果だ」と振り返った。

「(アワードの対象期間中は)いろいろな変化があり、悩むことも多かった」という楽天投信投資顧問の東氏は、「企業の出来事から投資方針を見直すことが多々あった。しかし、我々のモットーは、サステナブルな投資パフォーマンスをお客様に提供するということであり、『浮利は追わず』の精神で、事実と自社の投資哲学に立ち返りながら、日々の運用を行なった。成功裏に終えられたのは、スタッフ一同が『自分達がやろうと決めた投資の原則』に常に立ち返りながら、よりオーセンティックな運用ができたからだ。これに尽きる」とした。



楽天投信投資顧問株式会社
代表取締役社長 東 眞之氏

自社の投資哲学や強みを信じるという点は、フィデリティ投信の和田氏とも共通する意見だ。同氏は、「やはり『パフォーマンスに王道なし』であり、日頃からのボトムアップの積み上げの結果が評価に繋がったと考える。どんな局面であっても、常に我々の特徴である世界各地に張り巡らせている調査網を駆使してボトムアップし、銘柄選定をしていくこと以外に“勝てる方法”はない。ただ、特にこの2020年第1クォーターに起きた株価の大幅な下落は非常に大きなインパクトであった。優れた企業も伸び悩んでいる企業も関係なく、軒並み株価が下がっていく、という中で、いかに的確に優良な株式を選別して保有していくか、判断が必要だった。その際、我々の強みが生きたと考えている」と総括した。



フィデリティ投信株式会社
執行役員副社長兼 営業本部長 和田 浩己氏

他方、やはりコロナ禍というこれまでにない環境は、各社の業務遂行や顧客とのコミュニケーションに大きな課題を突きつけたとのことだ。各社からは、デジタル化による円滑な業務遂行環境の構築や顧客への情報発信プラットフォームとしてWebサイトを活用するなど、新たな取り組みを強化したとの声が挙がっていた。

例えば、阪口氏によると、同社では、3年弱前からデジタルコンテンツやWeb等を使って、対面以外のコミュニケーション方法の構築に注力していたとのこと。「それが功を奏し、コロナ禍でも顧客に役立つデジタルコンテンツ

を届けられた。デジタル活用の意義や価値を改めて感じた」と、述べた。

また、東氏は、リモートワーク対応を行なうことで明らかに
なった課題をいかに吸収しながら円滑なオペレーション
を続けていくかというチャレンジを越え、「結果的にオペ
レーション等を改善し、困難な状況から過去にないよう
な大きな成長期へと変えられた」と、手応えを語った。

このような事例は、運用会社や金融業界のみならず、あら
ゆる領域の企業にとって参考になるはずだ。

各社が実践する運用能力向上の工夫とは？

波乱含みの市場環境にあっても実績を残すことができ
るレジリエントな組織をいかに構築するのか、気になる
ところだ。

この点について、富田は、「ファンドマネージャー全体が
優れたパフォーマンスを発揮できる組織へとレベルアップ
させるためどのような工夫をしたのか？」と尋ねた。

これに対し、東氏は、同社が楽天株式会社の出資によ
り2006年にゼロからスタートしたという経緯を振り返っ
た上で、「各運用担当者もマーケティング担当者も、商
品アイデアを非常に大事にし、吟味しながら対処し、
共有していくことを我々の原理原則としている。もちろん、
運用にあたっては、各人がアイデアを出し合い、『誰のアイ
ディアだからその成果が誰かに帰属する』ということ
ではなく、アイデアそのものを評価し、共有していくと
いうプロセスの積み重ねで成長してきた。コロナ禍でも、
デジタルの力を借りながら、個人のアイデアの共有と
インタラクションを上手く醸し出せている」と、自社の企
業風土を紹介した。

次に、日本国内においても長い歴史を持つフィデリティ
投信の和田氏は、「スポーツの世界では、並外れた活躍を
する選手に注目が集まるが、彼らには膨大なデータを
整理・分析して役立つ情報をもたらすスコアラーやデー
タアナリストの存在が欠かせない。我々にとって、一人
ひとりのパフォーマンスを縁の下で支える存在とは、世界
中に張りめぐらされた調査網とそこにいるスタッフだ。運用
担当者が彼らから得た情報を適切に活用することで
パフォーマンスが発揮され、その成功体験の繰り返し
が組織を強くするのだと考えている。同時に、直接的に関係
がないチームメンバーともアイデアジェネレーションを活
発に行なうコーポレートカルチャーもまた、運用力を培う
源になっている」とし、「例えば、アナリストらが出したアイ
ディアが共有された後、それに対してどのようなアップデート
があるか、ファンドのパフォーマンスにどの程度の貢献を
したか、追跡可能な仕組みも構築している。こういったこと
で、各人がモチベーションを上げ、好循環が起きるように
している」と自社の強みの源泉を語った。

一方、阪口氏は、多様性の重要さと価値に触れ、「投資
の世界に長く身を置いているベテランから他業種から中
途入社した者まで、すべてのチームで垣根なく議論を徹
底的に行なっている。また、個々人の中にも多様性があ
るのが我々の特徴だ。例えば、スタッフの中には元経営
コンサルタントや戦略アナリスト、ESGの専門家などが多
数存在する。これによって多角的な視点で企業をチェッ
クすることができ、多様な知見をもった人材の集合体とし
て機能できる環境が整っている。このことは、新しい投資
アイデアを見出していく源泉にもなっている。加えて、
メンバーの国籍や性別、世代も多様で、アナリストとポー
トフォリオ・マネジャーには上下関係もない。そうした企業
文化が細部にいたるまで浸透していることは、日本で数
少ない女性の運用会社の経営者としてここにある私自身
の存在がその証明だ」と、力を込めた。

他方、西尾氏は、「弊社の国内債券のチームは、戦略ごとに特化したポートフォリオマネージャーが7名、経験豊富なアナリストが6名と、他社の国内債券運用チームと比較しても規模が大きい。市場や投資家、あるいは需要の動向等の情報を緻密に分析して、多様な投資戦略を実行可能な優れたチーム体制を整えている。また、彼らの知見を生かし、クレジットリサーチの精度の高度化や独自の運用ツール開発も行ない、各メンバーがデータと理論に基づく詳細な情報分析を行なった上で戦略立案に繋げるというプロセスを重視・実践している。こうした取り組みは再現性の高いパフォーマンスに繋がっていると考えている」とし、ノウハウを生かす“次の一手”にまで踏み込んでいることを明らかにした。

高パフォーマンスと社会課題の解決への貢献は両立できるのか？

次に議論されたのが、今日における運用会社の社会的使命についてだ。

「近年、運用会社には高パフォーマンスだけでなく、社会課題の解決にも投資を通じて貢献するよう、社会から求められるようになった。では、この2つは両立しうるか？」との富田の問いかけに対し、阪口氏は、次のように述べた。

「世界的にESGが注目された2019年ごろ、『我々は投資のプロだが気候変動のプロではない。だが、投資に組み入れる必要がある』ということで、米国コロンビア大学のアース・インスティテュートとの提携を決めた。そして、1週間にわたる学習プログラムを、すべての調査・運用スタッフに受講してもらった。そのようにして専門家の知見を得ながら、お客様からお預かりする資金を通じて投資先企業にESGの実践を働きかけていくことは、アクティブ運用会社の使命だと考えている。我々は、ある一定基準を超えた企業を投資対象とするのではなく、まだESGへの取

り組みが十分とは言えないものの努力している企業に投資をし、投資先にエンゲージメント(対話)をすることで、お預かりした資金を通じて提言・提案をし、より良い社会の実現に貢献している。つまり、高パフォーマンスと社会課題の解決は両立でき、特に、アクティブ運用会社はそれを行なう直接の機会を得やすい存在だと考えている」と、強調した。

一方、西尾氏は、「この問いは長い間、議論的になっている。現状では『答えはない』というのが共通理解ではないかと私は考えている。これは、ESGの要素にまつわる境界の曖昧さが起因しているのだろう。ただ、社会的課題の解決への貢献、すなわち、投資におけるESG要素の考慮については、もはや運用会社にとって主要テーマになっており、お客様の関心も非常に高まっていると感じる。大切な資金をお預かりする運用会社としては、対話や議決権行使などを通じて、投資先企業自身が持続可能な社会に向けた行動変容を遂げるよう促すことが大きな役割だと考える。このことは、将来の投資先企業の価値向上、あるいは、持続的成長を叶えるものになり、その積み重ねが社会的価値と経済的価値の両方を創出することに繋がり、ひいてはお客様の中長期的な投資リターン拡大に必ず通じていくと信念を持って日々取り組んでいる」とした。

新しい投資分野や投資商品の可能性はあるか？

上述のESGのように、昨今は世界的に新しい価値観が広がっている。一方で、「投信業界内には、新しい発想が十分取り入れられているのか」との声も聞かれる。そうした意見も受けてか、投資顧問業協会と投信協会による「資産運用業宣言2020」には「専門性と創造性の追求」がひとつの柱としてうたわれている。

では、日本において新しい投資分野や投資商品の可能性は残されているのだろうか？

この問いに対し、和田氏は、「過去数年を見渡すと、マーケットは各国中銀による世界的な流動性に支えられ、一方的なものであった。その金融政策も足許のインフレから大きく引き締めに転じている。日本ですら久しぶりにインフレという単語が聞かれるくらい。そこに、ロシア・ウクライナという地政学的リスクが加わった。

この変化を車に例えるなら、これまでは長い下り坂で馬力に関係なくスピードを出して走れた状態から、急に上り坂と下り坂が交互にあるような道に突入し、馬力の差が際立ってわかるようになったということ。さらに今後は、坂のアップダウンに加えて、雪やぬかるみなど道路状態が頻繁に変わる市場環境となることを認識する必要がある。そういった状況に的確に対応できる商品でなければ、顧客の期待する運用成果は得られないだろう。これまでは、PERで見て割高な企業の株を、何年も先の良い話を先食いしながら夢で買ってきたが、これからは高いEPS成長率の見込める企業の株を現実を見ながら買っていく戦略が必要になってくると見ている。

お客様や販売会社の声を聞くと、投資をする上で最もストレスに感じるのは『急激な市場の変化で大幅に損益が悪化する瞬間を見ること』とのこと。それを少しでも和らげるには、『坂のアップダウンに雪面や悪路でも安心して運転できる』エンジンとタイヤを兼ね備えた成長株を割安に買うような投資戦略が不可欠だと考えている』と、見通しを述べた。

次に、東氏は、「まず、やはりオルタナティブが資産運用の中で重要になってくると考えている。お客様はより高いリターンを求めるものなので、そのニーズを構造的に満たす非公開の株式や特定企業の債券など、高いリ

ターンを秘めたものをうまく探してお客様の資産形成に役立てていく。そうした活動は日本ではまだ不十分だと感じる面があるが、シニアのお客様を中心にニーズは高く、かつ、そうしたお客様が必ずしも頻繁に投資テーマを乗り換えるということではないとも想像できる。一定の投資目的のために一定の資金を投資に振り向けているはずなので、この領域は我々の力で伸ばしていきたい。

プロダクトの観点でいくと、やはりETFに注目している。我が国のETFはまだまだ成長性を秘めたものであると信じているので、広く投資家層を対象に商品を提供していきたい。専門性ということ言えば、先般述べたデジタル化の先、デジタライゼーションに着目している。また、言わずもがなではあるが、ESGを考えるにあたり、通常の開示情報のみならず、広くデータ収集と分析のリーチを伸ばしていかなければならない。こうした比較的新しい領域に関して、高い専門性を持った人材の育成は重要だ。加えて、アセットマネジメントビジネス、販売から運用、あるいは商品組成も含めて眺望できるプロフェッショナル人材の育成や招聘も実現したい」と、今後の展望を示した。

「貯蓄から資産形成へ」後押しするための次の一手とは？

最後に、「公募投信の純資産総額も着実に増加する一方で、個人金融資産は2,000兆円を超え、『分母がより速いペースで拡大しており、貯蓄から資産形成へはいまだ道半ば』とも言える。長年の課題解決は一筋縄ではいかないが、次の一手は？」との富田の質問に対する各社の意見を紹介しよう。

まず、西尾氏は、「約20年以上前から、個人金融資産の内訳は、現預金がおおよそ5割、保険・年金が約3割という状態からほとんど変わっていない。一方で、投信の割合は2000年には約2.5%程度だったが、昨年ベースでは約

4%台と増加はしている。他国を見るとまだまだ低いが、2014年のNISA開始以降、個人のお客様がリスクを取って投資を始めるための環境整備は進んでいるとも言えそう。だからこそ、運用会社の果たすべき役割はますます重要になっていると認識をしている。

明治安田生命グループという安心感や長く培ってきた高い運用ノウハウといった当社の強みを生かし、お客様のニーズにお応えする幅広い商品と安定した運用収益、丁寧な運用報告などを併せて引き続き資産形成に資するサービスを提供してまいりたい」と、今後の方向性を明らかにした。

阪口氏は、「NISA・iDeCoといった制度の充実とコロナ禍が相まって、オンライン証券での新規証券口座開設数が急激に増えていると聞いている。一方で、残念ながらまだ金融資産全体に対する資産形成の割合は小さいのも事実だ。しかし、決してネガティブなことばかりではない。それというのも、コロナ禍による経済活動の停滞などによって株価が急激に下落した際、先進国の多くの投資家は個人資産を現金化した。日本の投資家の資産はむしろ積極的に投信市場に流入した。これはグローバル全体で見ても極めて稀な現象だ。

当然ながら、割安な銘柄が市場に出回るタイミングは、資産形成の千載一遇のチャンスだ。そのことを真に理解している投資家が最も多かったのが日本なのだとするのなら、日本の金融リテラシーは実は高いと言えるのかもしれない。『人生100年時代』と言われるが、『長生きをするなら自分のお金の世話をしなければならない』との意識が日本の個人投資家に浸透し、根付いてきているのではないかと考えているところだ。そうしたことを踏まえ、アライアンス・バーンスタインでは、知的好奇心の高い投資家に向けて、ニュース等では目にしないメッセージを、デジタルツールを用いて提供していきたいと考えている。また、

ワールドクラスの商品をぜひ日本の投資家に紹介し、安心して中長期にわたる資産形成に取り組めるよう力を入れていきたい」とした。

東氏も、「この国の投資・金融リテラシーは高いと思っている」とし、「一部関係者の方からすると、標準偏差をリスク管理に利用するのは難しすぎるとの声も聞かれる。だが、この国では偏差値を話題にすることに違和感を持たない人が多い。これまで、シニアを中心に投信業界の資産積み上げがなされてきたが、楽天投信投資顧問のお客様100万人以上の平均年齢は約30歳であり、毎月300～400億の純流入がある。このような状況を見ると、『将来の資産を先に作るために投資をする』という流れはもうすでに始まっており、そのトレンドはこの数年間うねりを上げて加速していると理解できる。特に、若年層の投資は着実な形で進んでいると感じているところだ。

問題は、シニア層の貯蓄がしっかりと投資に適正な形で向かうのかどうか、だ。これから、この大きな“山”を我々も動かしていきたい。そうした意味では、ひとつの投資の妙味ということではなく、ライフステージと投資を結びつけるといふ努力をとことん極めていく必要があると構想している。それに合わせたプロダクトやサービスに注力していく」と、力を込めた。

最後に和田氏は、「先ほど申し上げた通り、地道な活動が必須であると考えている。コロナ禍による我々のビジネスモデル上の最大の影響は、対面ができなくなったことだった。しかし、その反面、Zoomなどを活用してウェビナーができるようになった。これまでとは違い、一度の勉強会で1,000人にも2,000人にも、均一なメッセージを送れるというのは大きな利点であり、これはコロナ禍における最大の成果だったと言える。

この成果を生かし、単純にファンドの話や投資戦略の話をするだけではなく、我々と販売会社のBtoBで、あるいは、我々と販売会社とその先におられるお客様のBtoBtoCで、さらには、我々から直接にすべてのお客様に向けるBtoCで、これまで以上にメッセージを発していきたいと考えている。

他方、資産形成の方法について付言したいのが、『実は我々日本人が最もアンコンシャス・バイアスによって見落としていることがある』という点だ。日本株にはまだまだ成長余地がある。それというのも、世界のIT企業に注目が集まっているが、その技術やサービスを支えているのは実は日本の企業であり、そうした企業の成長余地はまだあると考えられるからだ。加えて、J-REITに関しても参加者が増えてきている。つまり、我々が為替リスクを取らずに成長の果実にあずかれる資産クラスは少なくないと言えるだろう。必ずしも新しいものを紹介していただくのではなく、そういったことも含めて、お客様に『貯蓄から資産形成へ』を実践していただき、成功体験を重ね、投資の重要性をご理解いただけるように地道な努力を続けてまいりたい」と、意欲を示した。

富田は、「投資分野を広げてファンドの選択肢を増やすというやり方もあるが、個人投資家の立場からすると、『この運用会社のファンドなら信頼できる』というような実績に基づいたブランド力も魅力を感じるものだろう。そうした選択の際には、中立的で信頼性の高い情報が不可欠だ。リフィニティブも、情報提供面で『貯蓄から資産形成へ』のジャーニーに貢献したいと考えている」と締めくくった。



リフィニティブ・ジャパン株式会社
代表取締役社長 富田 秀夫

ウェブサイト refinitiv.com/ja |  @RefinitivJP  @RefinitivJP

ロンドン証券取引所グループ(LSEG)傘下のRefinitiv(リフィニティブ)は、金融市場のデータとインフラストラクチャの提供で世界をリードしています。リフィニティブは、約190カ国にわたって4万以上の企業や40万を超えるお客様にサービスを提供しながら、世界中の金融市場に関わる人々を支援しています。また、重要な投資や取引、リスク判断をお客様に自信をもって行っていくための情報やインサイト、テクノロジーを取り揃えています。独自のオープン・プラットフォームと業界トップクラスのデータおよび専門的な知識を組み合わせることで、人々を取引機会と選択肢でつなぎ合わせ、お客様とビジネス・パートナーの皆様のパフォーマンス、革新、成長を促進してまいります。詳しくはウェブサイトをご参照ください。 <https://www.refinitiv.com/ja>

© Refinitiv 2022. All rights reserved.

本文および本文の内容(以下、「本内容」)は、あくまでも一般的な情報提供を目的としたもので、筆者の本主題に係る過去の経験に基づくものであります。記載された内容はRefinitivの見解を反映するものではありません。なお、無断での複製、転送等を行わないようにお願いします。

本内容は、如何なる法域又は領域においても、投資助言(及びその他の如何なる助言)を提供するものではなく、また金融商品の売買の申し込み又はその勧誘とみなされるべきではありません。記載された意見や予測等は作成時点のものであり、Refinitivは、本内容に含まれる情報の正確性、最新性、適切性及び完全性、また本内容の利用結果について如何なる保証も行わず、本内容に起因して生じた損失や損害について一切責任を負いません。Refinitivは予告なくいつでも本内容を変更、削除する権利を留保します。

発行元:リフィニティブ・ジャパン株式会社

お問い合わせ先

URL: refinitiv.com/ja/ask

電話: 03-6743-6515

An LSEG Business

REFINITIV®
