

# ワールド・ビューティ・オープン (為替ヘッジあり) / (為替ヘッジなし)

追加型投信 / 内外 / 株式



[ご購入の際は、必ず投資信託説明書(交付目論見書)をご覧ください。]

■ 投資信託説明書(交付目論見書)のご請求・お申込みは



東海東京証券株式会社  
金融商品取引業者 東海財務局長(金商)第140号  
加入協会：日本証券業協会 / 一般社団法人金融先物取引業協会  
一般社団法人第二種金融商品取引業協会

■ 設定・運用は

## 三菱UFJ国際投信

三菱UFJ国際投信株式会社  
金融商品取引業者 関東財務局長(金商)第404号  
加入協会：一般社団法人投資信託協会  
一般社団法人日本投資顧問業協会

# 美の追求をパフォーマンスの追求に

美を追求し、美の追求に資すると考えられる製品やサービスを提供する企業は、今後の市場拡大の恩恵を享受することができる企業であると、三菱UFJ国際投信は考えています。



わたしたちの掲げる  
「美の追求をパフォーマンスの追求に」は、  
こうした考えに基づく運用成果を、  
投資家の皆さまへお届けしたい、  
という気持ちの表れでもあります。

いつの時代の人々も追い求めてきた  
ボーダレスかつ永続的な美というテーマに基づき、  
当ファンドが皆さまのお役に立てるよう、  
運用に努めてまいります。

2017年7月  
三菱UFJ国際投信

# 美の追求を中長期投資の起点とする“3つの理由”

01

## 美の安定性

尽きることのない  
“美の追求”

02

## 美の成長性

社会の変化がもたらす  
美の広がり

03

## 美のイノベーション

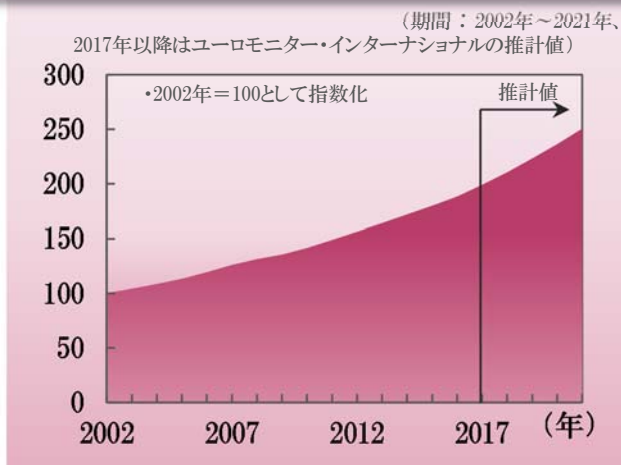
先端技術が創り出す  
新しい美の領域

・上記01～03で言及している美とはP11記載の“美”の視点(魅せる、磨く、支える)に基づいて、三菱UFJ国際投信が考えているビューティー・ビジネスを指します。

## 尽きることのない“美の追求”

これは、人の**普遍的な欲求**なのではないでしょうか。

### 世界におけるビューティー市場\*1の推移

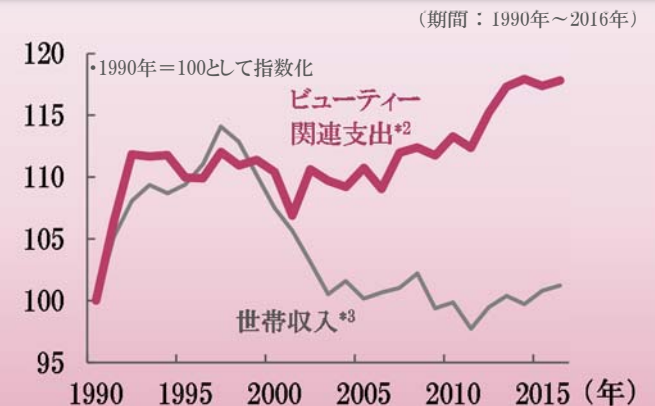


(出所)ユーロモニター・インターナショナルのデータを基に  
三菱UFJ国際投信作成  
・名目データを使用。

世界のビューティー市場は、  
2008年のリーマン・ショックといった  
世界景気が大きく後退した局面も乗り越え、  
拡大傾向にあります。

日本では、1990年代後半から2000年代前半にかけて  
世帯収入が大きく落ち込みましたが、  
比べて、美容などビューティー関連の支出は  
同期間中の落ち込みが抑えられ、概ね増加しています。

### 日本における世帯収入とビューティー関連支出の推移



(出所)総務省「家計調査」のデータを基に三菱UFJ国際投信作成

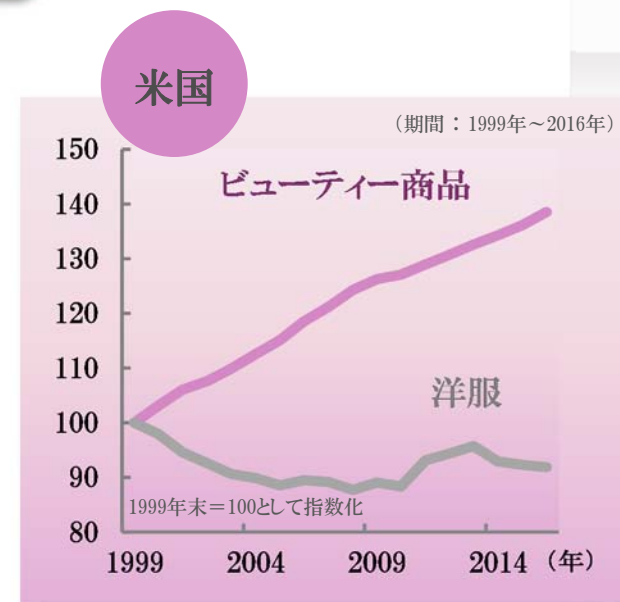
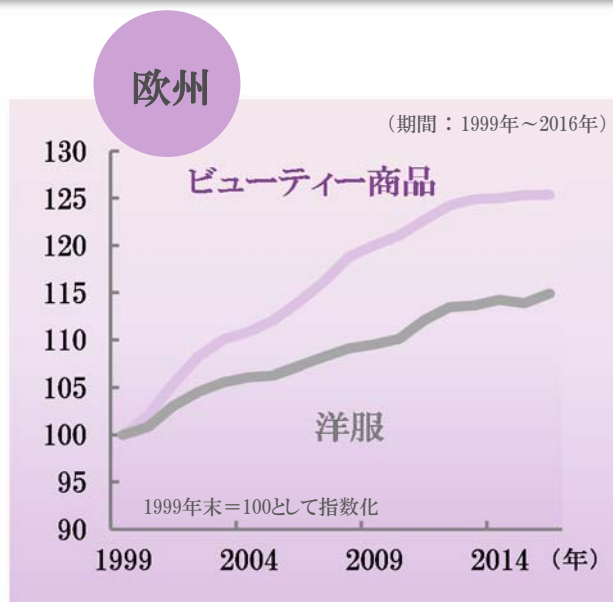
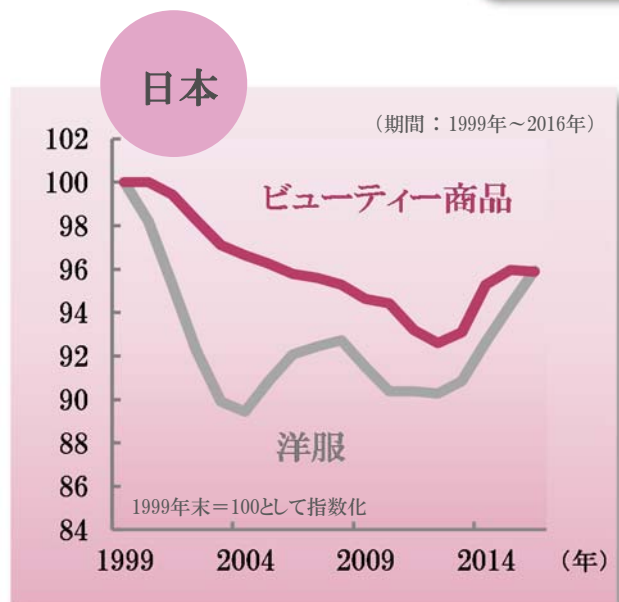
- \*1 ビューティー市場には、主に「スキンケア」、「ヘアケア」、「カラーコスメ」、「フレグランス」、「オーラルケア」などを含みます。
- \*2 ビューティー関連支出は「理美容サービス」、「理美容用品」の合計です。
- \*2、3 ビューティー関連支出は、二人以上の世帯、世帯収入は、二人以上の世帯のうち勤労者世帯を対象とした年平均1ヵ月当たりのデータを使用しています。
- ・計測期間が異なる場合は、結果も異なる点にご注意ください。
- ・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

## 日欧米のビューティー商品価格動向から見る、 “値崩れのしにくさ”

「ビューティー商品」と「洋服」は、ともに**“魅せる”**という側面を有しています。

### 日欧米における、ビューティー商品と洋服の価格動向



当ファンドの主要投資対象であるビューティー・ビジネス関連企業とは、委託会社の視点において、「人の美しさ」の向上に寄与する事業などを行い、今後の美容関連市場における成長の恩恵を享受すると考えられる企業をいい、アパレル関連企業は含まれません。

(出所)日本は総務省「消費者物価指数」、欧州はECB「HICP」、米国は米労働統計局「CPI」のデータを基に三菱UFJ国際投信作成

・『ビューティー商品』について日本は「化粧品」、欧州・米国は「Personal care」、『洋服』について日本は「洋服」、欧州は「Clothing」、米国は「Apparel less footwear」を使用しています。

・美に対して消費する主な対象として、ビューティー商品と洋服の価格動向を掲載しています。

・計測期間が異なる場合は、結果も異なる点にご注意ください。

・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

## 社会の変化がもたらす “美の広がり”

世界規模で女性の社会進出は目覚ましいものがあります。

**新興国**における所得増加は化粧人口の増加につながり、

**先進国**で進む高齢化は、高付加価値化粧品などの新たな需要を生み出すと考えられます。

**グローバル社会の変化**は一様ではないものの、その変化を背景に、“美”に対する需要の広がりが期待されます。

### 「新興国」における変化

- 女性の自立
- 所得増加
- 都会化
- 化粧人口の増加

### 「先進国」における変化

- 高齢化
- プレミアム志向
- 販売チャネルの多様化

### 「男女の価値観」の変化

- 女性の社会進出
- ジェンダーレス
- 男性の美意識の高まり

### 「個の生活」にかかる変化

- SNSの普及
- オーガニック・自然派志向
- 時短ニーズの台頭

(出所)三菱UFJ国際投信作成

・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

## 地域の広がり ～新興国の台頭～

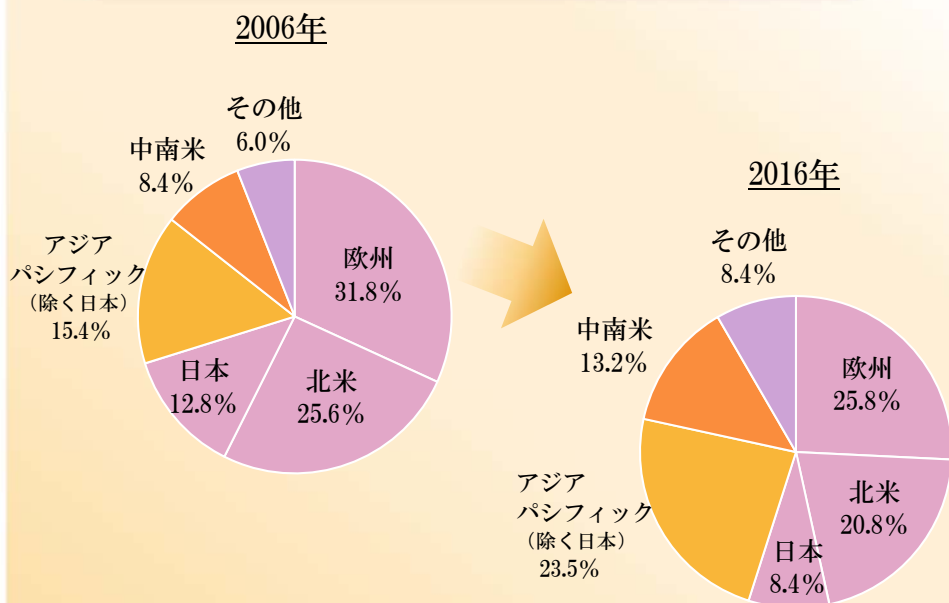
世界のビューティー市場の地域別構成比率をみると、

2006年から2016年でアジア諸国や中南米諸国が24%程度から37%程度まで拡大しています。

1人当たりGDP\*<sup>1</sup>が増加すると、**1人当たりのビューティー市場規模\*<sup>2</sup>**も拡大する傾向にあります。

今後、**新興国の成長**により、1人当たりGDPが増加していけば、ビューティー市場規模が拡大する国も増えていくと見込まれます。

世界のビューティー市場の国・地域別構成比率



ビューティー市場規模とGDP



(出所)IMF World Economic Outlook April 2017、ユーロモニター・インターナショナルのデータを基に三菱UFJ国際投信作成

・四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。\*1、2 1人当たりGDP、1人当たりのビューティー市場規模ともに名目データを使用しています。\*2 1人当たりのビューティー市場規模は各国のビューティー市場規模を人口で割って算出しています。

・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

## 社会の変化 ～男らしく、かっこよく、～

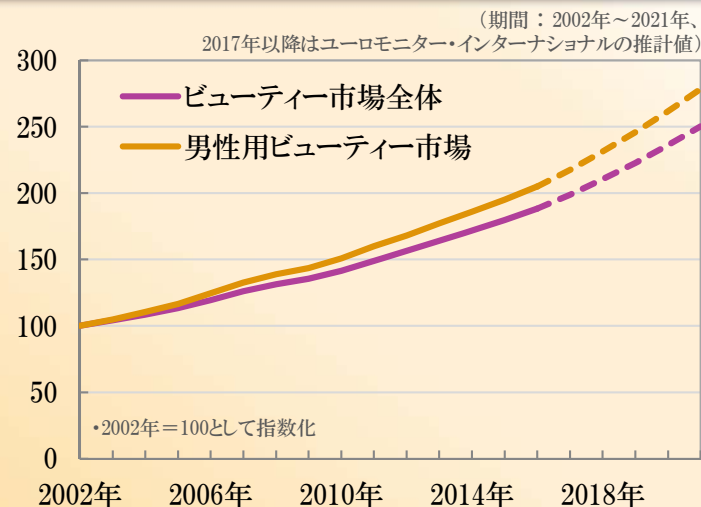
近年では、男性の身だしなみへの意識が高まりつつあります。

**男性用ビューティー市場**の成長率は、

ビューティー市場全体を上回っており、

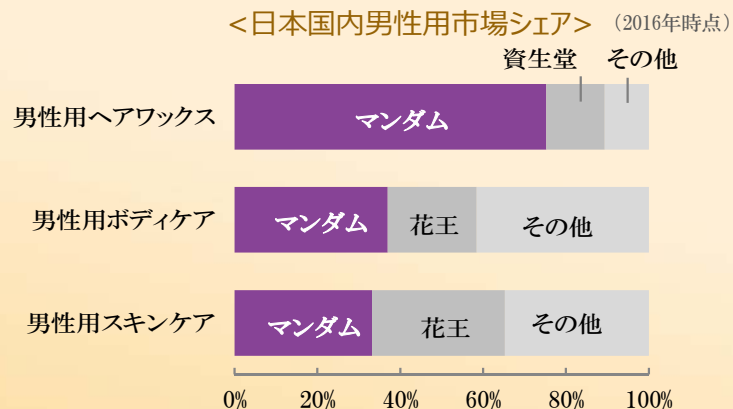
今後も拡大し続けることが見込まれます。

ビューティー市場規模の推移



(出所)ユーロモニター・インターナショナルのデータを基に三菱UFJ国際投信作成  
・計測期間が異なる場合は、結果も異なる点にご注意ください。

### (ご参考) 男性用ビューティー商品で日本国内最高シェアをもつマンダム



「マンダム」の創業は1927年、日本国内の他社に先駆け、男性用ビューティー市場を開拓し、日本国内の男性用市場で高いシェアを持つ商品を販売しています。

同社は、1969年に日本の化粧品企業で初めてインドネシアに進出しました。世界第4位\*の人口を有するインドネシアは、今後も国内需要を中心とした成長が期待できると見えています。

(出所)「国際商業」2017年6月号(国際商業出版株式会社)のデータを基に三菱UFJ国際投信作成  
\*IMF「World Economic Outlook Database, April 2017」より、2016年の人口を比較

・上記の銘柄は、ビューティー市場のご理解を深めていただくために掲載しているものであり、個別銘柄の推奨を目的とするものではなく、当ファンドにおいて上記銘柄の組入れを保障するものではありません。

・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。



## 先端技術が創り出す新しい美の領域

“美”を支える技術は着実に高度化しています。

主に高齢化が進む先進国では

**アンチエイジング化粧品**が注目を集めています。

例えば、日本で発売されたシワを改善する化粧品は

高額でありながらも大ヒット商品となりました。

### 2017年 厚生労働省の認可を受けた「シワ改善」の薬用化粧品\*2と発売後1か月の販売個数

発売月	社名	商品名	発売後1か月の販売個数
2017年1月	ポーラ	リンクルショット メディカル セラム	約25万個
2017年6月	資生堂	エリクシール シュベリエル エンリッチド リンクルクリームS	約68万個

(出所)資生堂HP、ポーラHPを基に三菱UFJ国際投信作成

\*1 アンチエイジング市場とは老化防止のための機能性商品等をいいます。

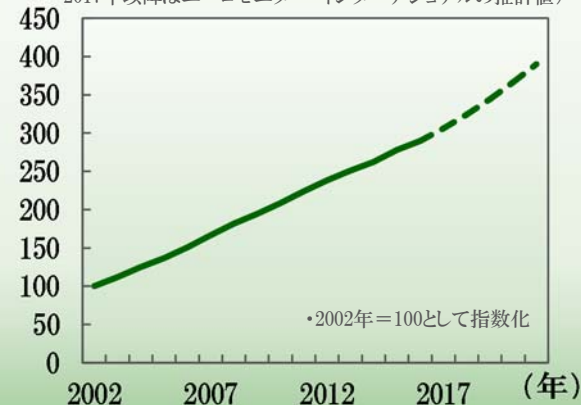
\*2 薬用化粧品とは化粧品としての期待効果に加えて、肌荒れ・にきびを防ぐ、美白などの効果を持つ「有効成分」が配合され、厚生労働大臣の指定するもので「医薬部外品」と表示されています。

・上記の銘柄は、ビューティー市場のご理解を深めていただくために掲載しているものであり、個別銘柄の推奨を目的とするものではなく、当ファンドにおいて上記銘柄の組入れを保証するものではありません。

・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

### 世界における アンチエイジング市場\*1規模の推移

(期間：2002年～2021年、  
2017年以降はユーロモニター・インターナショナルの推計値)



(出所)ユーロモニター・インターナショナルのデータを基に三菱UFJ国際投信作成

・名目データを使用。

・計測期間が異なる場合は結果も異なる点にご注意ください。

「ポーラブランド」の主力商品である

2017年1月1日に誕生した、

ポーラのリンクルショット メディカル セラム

(20g 税抜¥15,000 (税込¥16,200))は、

国内初承認のシワを改善する薬用化粧品です。

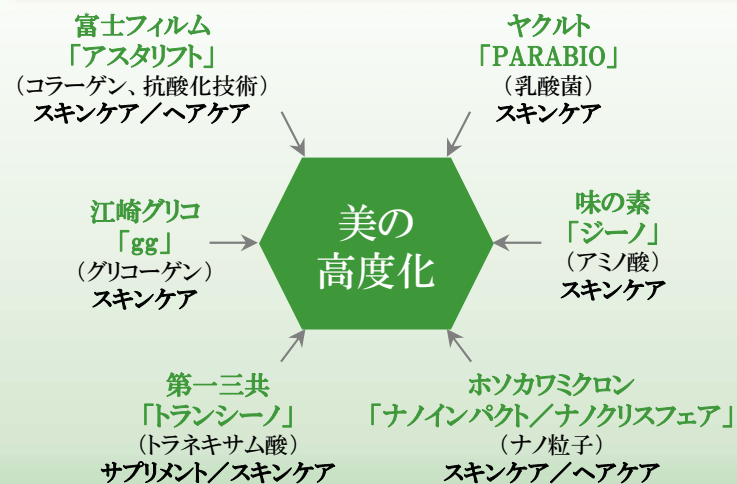
## 先端技術が創り出す新しい美の領域

さらに近年、異なる分野で培ってきた技術を武器に、異業種からビューティー・ビジネス\*への参入が相次いでいます。

イノベーションによる

“美の高度化”を巡る競争は、新しい美の領域と需要を創りだしています。

### 日本における異業種からビューティー・ビジネスへの主な参入事例



(出所) 各種資料を基に三菱UFJ国際投信作成

・「」の中はブランド名、( )の中は注目している成分、技術等を表しています。  
上記は三菱UFJ国際投信が主な参入事例であると判断したものをご紹介したものです。  
当ファンドにおいて上記銘柄を組み入れることを保証するものではありません。

\* ビューティー・ビジネスとは、委託会社の視点において「人の美しさ」の向上に寄与する事業です。  
・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

# ファンドの目的・特色

## ファンドの目的

日本を含む世界各国の株式を実質的な主要投資対象とし、中長期的な値上がり益の獲得をめざします。

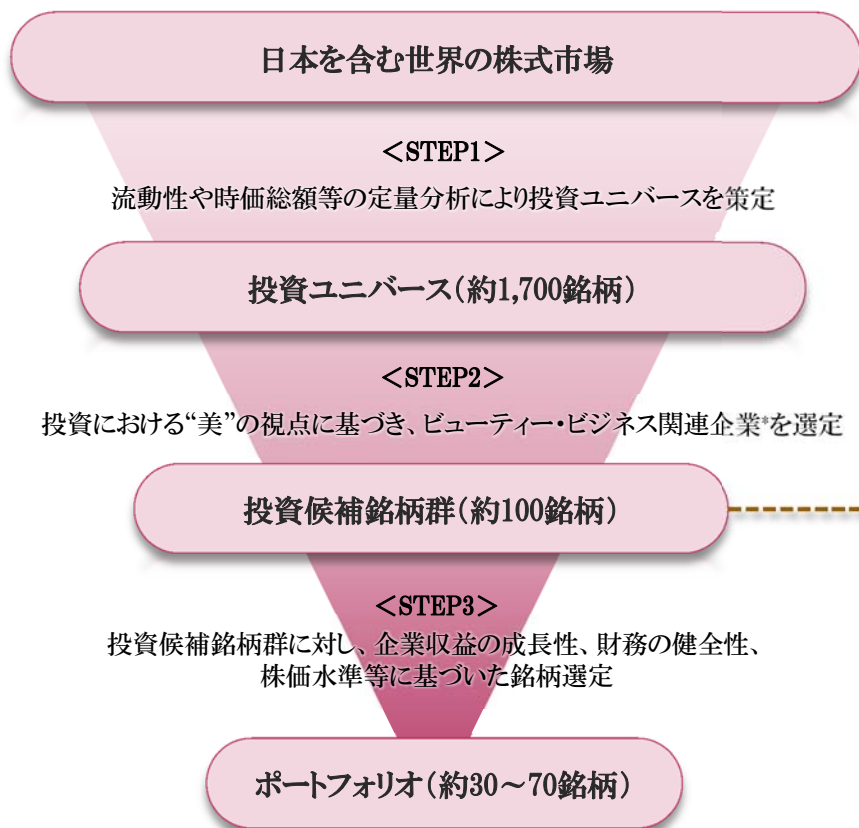
## ファンドの特色

- 特色 **1** **日本を含む世界各国のビューティー・ビジネス関連企業の株式を主要投資対象とします。**  
◆ 当ファンドにおいて、ビューティー・ビジネス関連企業とは、委託会社の視点において、「人の美しさ」の向上に寄与する事業などを行い、今後の美容関連市場における成長の恩恵を享受すると考えられる企業をいいます。  
※実際の運用はワールド・ビューティー・マザーファンドを通じて行います。
- 特色 **2** **株式への投資にあたっては、企業収益の成長性、財務の健全性、株価水準等を考慮して、銘柄選定を行います。**  
◆ 投資候補銘柄およびポートフォリオの組入銘柄については、適宜見直しを行います。
- 特色 **3** **為替ヘッジの有無により、(為替ヘッジあり)、(為替ヘッジなし)が選択できます。**  
◆ (為替ヘッジあり)は、組入外貨建資産について、原則として為替ヘッジを行い、為替変動リスクの低減をはかります。なお、為替ヘッジが困難な一部の通貨については、当該通貨との相関等を勘案し、他通貨による代替ヘッジを行う場合があります。  
◆ (為替ヘッジなし)は、組入外貨建資産について、原則として為替ヘッジを行いませんので、為替相場の変動による影響を受けます。
- 特色 **4** **年2回の決算時(6・12月の各9日(休業日の場合は翌営業日))に分配を行います。**  
◆ 分配金額は委託会社が基準価額水準、市況動向等を勘案して決定します。ただし、分配対象収益が少額の場合には、分配を行わないことがあります。将来の分配金の支払いおよびその金額について保証するものではありません。  
(初回決算日は、2017年12月11日です。)

原則として、決算日の基準価額水準が当初元本額10,000円(10,000口当たり)を超えている場合には、当該超えている部分について、分配対象額の範囲内で、全額分配を行います。(資金動向や市況動向等により変更する場合があります。)

市況動向および資金動向等により、上記のような運用が行えない場合があります。

■ 本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。



\*ビューティー・ビジネス関連企業とは、委託会社の視点において、「人の美しさ」の向上に寄与する事業などを行い、今後の美容関連市場における成長の恩恵を享受すると考えられる企業をいいます。  
・上記は銘柄選定の視点を示したものであり、すべてを網羅するものではありません。また、実際にファンドで投資する銘柄の将来の運用成果等を示唆・保証するものではありません。上記プロセスは、今後変更されることがあります。

## 投資における“美”の視点

### 魅せる

本来の美しさをより際立たせて表現する  
“魅せる”  
という視点

- ・メイキャップ
- ・フレグランス
- など



### 磨く

本来の美しさを維持・向上させる  
“磨く”  
という視点

- ・スキンケア
- ・ヘアケア
- ・オーラルケア
- ・サプリメント
- ・美容機器
- など



### 支える

新たな美しさの研究やサービスの提供など、様々な角度から美を  
“支える”  
という視点

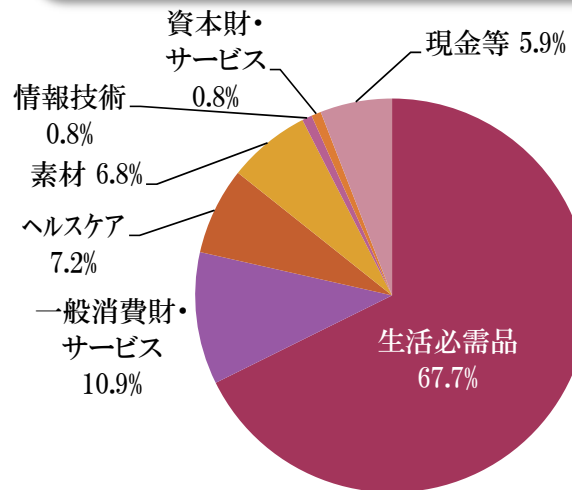
- ・研究開発
- ・美容情報サービス
- ・化粧品販売チェーン
- ・医療機器
- ・アンダーウェア
- など



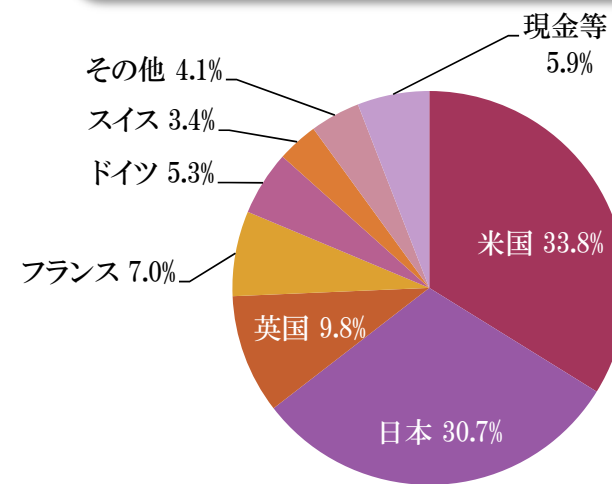
## 組入資産の状況

内訳	ワールド・ビューティ・オープン (為替ヘッジあり)	ワールド・ビューティ・オープン (為替ヘッジなし)
	比率	比率
マザーファンド	99.7%	99.5%
現金等	0.3%	0.5%
合計	100.0%	100.0%

## 業種別組入比率 (マザーファンド)



## 国・地域別組入比率 (マザーファンド)



## 組入上位10銘柄 (マザーファンド)

(合計:52銘柄)

順位	銘柄	組入比率	国	業種	“美”の視点			代表的な商品、サービスなど
					魅せる	磨く	支える	
1	ロレアル	6.6%	フランス	生活必需品	●			ロレアル パリ、ランコム、メイベリン ニューヨーク
2	エスティ ローダー	5.7%	米国	生活必需品	●			エスティ ローダー、M・A・C、クリニーク
3	資生堂	5.0%	日本	生活必需品	●			マキアージュ、クレド・ポー ボーテ、インテグレート
4	ユニリーバ	3.8%	英国	生活必需品		●		ラックス、ダヴ、ヴァセリン
5	コーセー	3.8%	日本	生活必需品	●			コスメデコルテ、タルト
6	コティ	3.7%	米国	生活必需品	●			カルバン クライン、マーク ジェイコブス、クロエ (フレグランス)
7	花王	3.6%	日本	生活必需品		●		ソフィーナ、カネボウ、RMK
8	ヘンケル	3.3%	ドイツ	生活必需品		●		シュワルツコフ、サイオス
9	アルタ・ビューティ	3.0%	米国	一般消費財・サービス			●	アルタ・ビューティ (化粧品販売チェーン)
10	レキット・ハンキーザー・グループ	2.9%	英国	生活必需品		●		ヴィート、ショール

(出所)三菱UFJ国際投信作成

・上記の組入比率は純資産総額に対する割合です。・各銘柄の“美”の視点は、2017年8月10日現在で三菱UFJ国際投信がビューティ・ビジネス関連企業を代表的な商品・サービスを総合的に鑑みて独自の視点で分類したもので、今後変更となる場合があります。・四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。・業種はGICS分類を使用しています。・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

# 【ご参考】 組入銘柄紹介 「魅せる」

L'ORÉAL

国:フランス  
業種:生活必需品

株式時価総額  
約12.8兆円

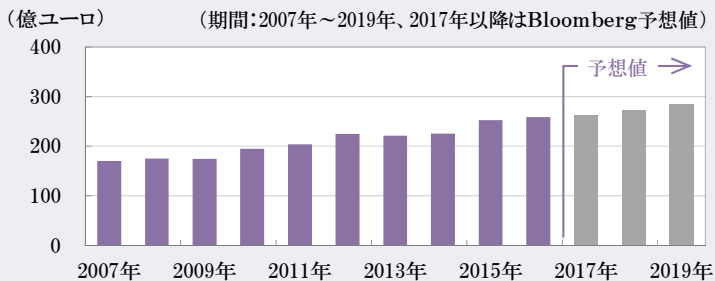
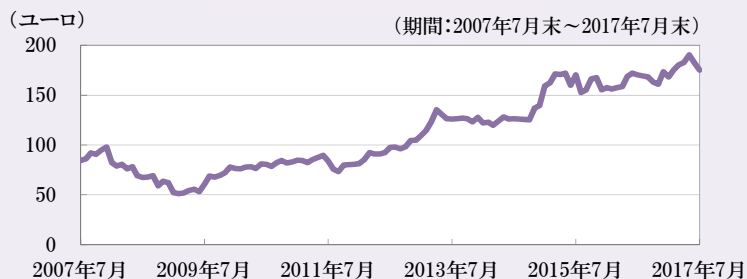
(株式時価総額は1ユーロ=130.57円(2017年7月末)で換算しています。)

ロレアル(L'Oreal SA)は、ヘルスケア・美容品の世界最大級のメーカー。美容院向け染色剤、スタイリング剤、ヘアケア製品のほか、個人用のヘアケア製品、化粧品、スキンケア製品、香水などを製造。

## 代表ブランド

ロレアル パリ、イヴ・サンローラン、ランコム、メイベリン ニューヨークなど

## 株価と売上高の推移



資生堂

国:日本  
業種:生活必需品

株式時価総額  
約1.6兆円

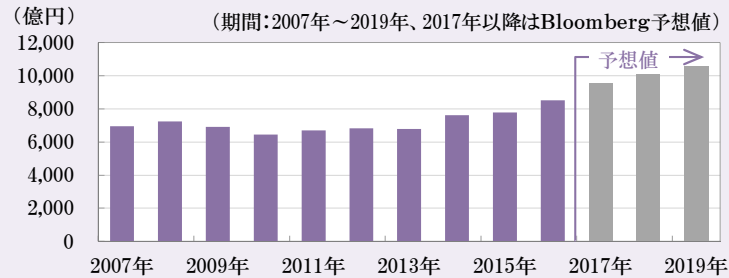
(株式時価総額は2017年7月末)

資生堂は、化粧品の製造・販売企業。ビューティー部門の売上高は日本の化粧品メーカーの中でもトップクラス。約120の国・地域で事業展開しており、中国は資生堂の売上高の約14%を占め、拡大(2016年度)。

## 代表ブランド

マキアージュ、クレド・ポー ボーテ、インテグレートなど

## 株価と売上高の推移



(出所)各企業のHP、Bloombergのデータを基に三菱UFJ国際投信作成

- ・上記は当ファンドの理解を深めていただくため、組入上位銘柄の中から、それぞれの「美」の視点における代表的な銘柄を紹介したものです。したがって、個別銘柄の推奨を目的とするものではなく、当ファンドにおいて上記銘柄を組み入れることを保証するものではありません。
- ・業種はGICS分類を使用しております。売上高推移は、銘柄の会計年度ごとの売上高を表しています。予想値は、2017年8月22日時点でのBloomberg予想値です。各企業の2017年8月22日時点のHPを基に作成しております。
- ・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。また、為替・税金・手数料等を考慮しておりません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

# 【ご参考】 組入銘柄紹介 「磨く」「支える」

## Unilever

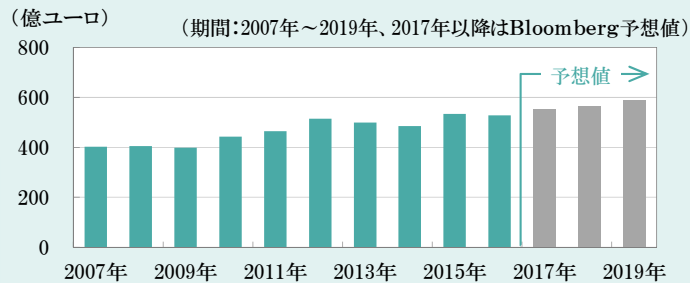
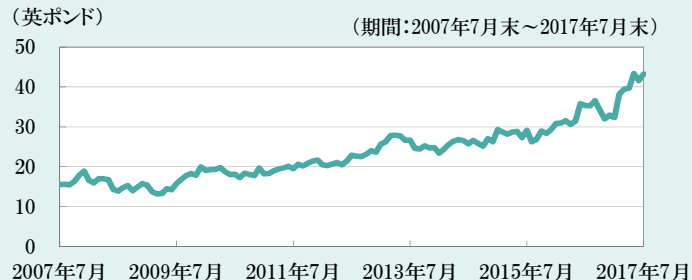
国:英国  
業種:生活必需品  
株式時価総額  
約19.0兆円

(株式時価総額は英ポンド=145.697円(2017年7月末)で換算しています。)

ユニリーバ(Unilever plc)は、家庭用品メーカー。食品、洗剤、香料、家庭用品、パーソナルケア用品などの消費  
者向けブランド消費財、包装消費財を手掛ける。

代表ブランド  
ラックス、ダヴ、  
ヴァセリン、モッズ・ヘアなど

### 株価と売上高の推移



## 花王

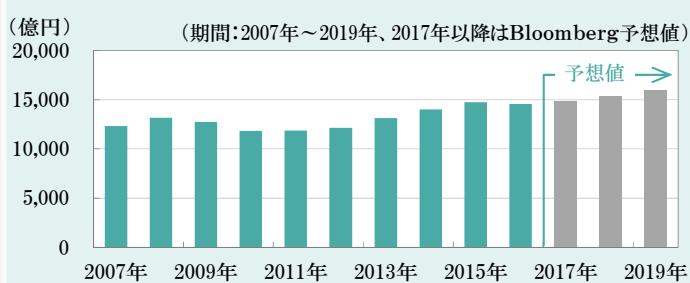
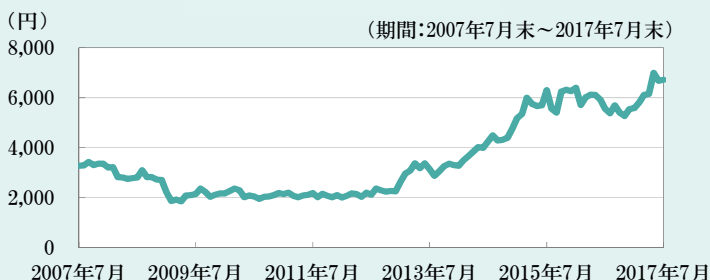
国:日本  
業種:生活必需品  
株式時価総額  
約3.3兆円

(2017年7月末)

花王は、化粧品、スキンケア・ボディケア製品やヘアケア製品、ヘアスタイリング剤まで幅広い分野の製品を製造・販売。北米、アジア、欧州、アフリカの世界33の国・地域で事業展開。

代表ブランド  
ソフィーナ、カネボウ、RMKなど

### 株価と売上高の推移



## Ulta Beauty

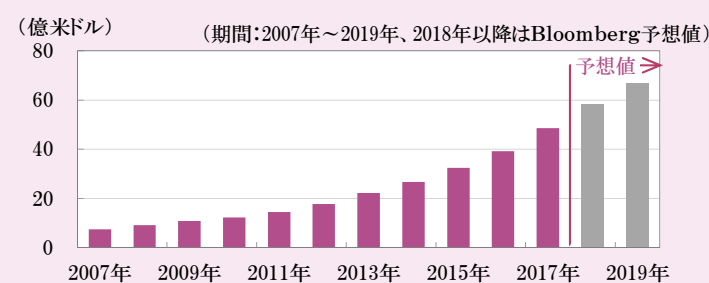
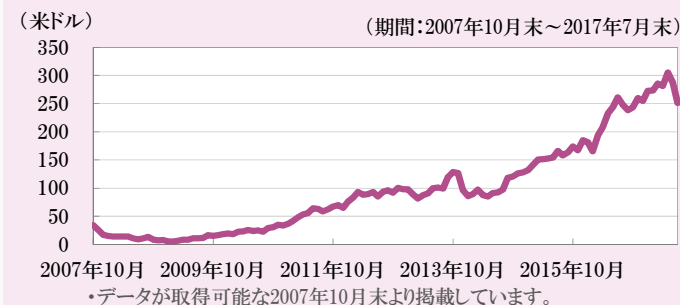
国:米国  
業種:一般消費財・サービス  
株式時価総額  
約1.7兆円

(株式時価総額は1米ドル=110.26円(2017年7月末)で換算しています。)

アルタ・ビューティ(Ulta Beauty, Inc.)は、米国で最大級の化粧品販売チェーン。化粧品・フレグランス・スキンケア用品・ヘアケア用品等を提供。小売店とWebサイトで自社ブランドを含む2万超の製品を販売。全ての小売店にビューティーサロンを併設。

代表ブランド  
自社ブランド:アルタ・ビューティ  
取扱いブランド:M・A・C、クリニーク、メイベリンなど

### 株価と売上高の推移



(出所)各企業のHP、Bloombergのデータを基に三菱UFJ国際投信作成

・上記は当ファンドの理解を深めていただくため、組入上位銘柄の中から、それぞれの「美」の視点における代表的な銘柄を紹介したものです。したがって、個別銘柄の推奨を目的とするものではなく、当ファンドにおいて上記銘柄を組み入れることを保証するものではありません。  
・業種はGICS分類を使用しております。売上高推移は、銘柄の会計年度ごとの売上高を表しています。予想値は、2017年8月22日時点でのBloomberg予想値です。各企業の2017年8月22日時点のHPを基に作成しております。  
・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。また、為替・税金・手数料等を考慮していません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

# 為替ヘッジあり／為替ヘッジなしの選択 ①

為替ヘッジとは：為替の変動による基準価額への影響を低減させる運用手法です。

## ◆ 為替ヘッジありの場合 ワールド・ビューティー・オープン(為替ヘッジあり)

為替予約取引を活用し為替ヘッジを行うことにより、為替ヘッジをしなかった場合と比較して安定した値動きが期待されます。

ただし、為替ヘッジにより、為替変動リスクを完全に排除できるものではありません。

## ◆ 為替ヘッジなしの場合 ワールド・ビューティー・オープン(為替ヘッジなし)

為替ヘッジを行わないため、為替相場の変動による影響を受けます。

また、各ファンドの投資リターンのイメージは、以下のようになります。

### 投資リターンのイメージ図

#### 為替ヘッジありの場合

ワールド・ビューティー・オープン(為替ヘッジあり)

株式投資による総合収益  
(株価の値動き+配当収益)

値動きの幅

為替の値動きによる影響を低減し、  
株式投資による総合収益のみに着目します。

#### 為替ヘッジなしの場合

ワールド・ビューティー・オープン(為替ヘッジなし)

円安による為替差益

株式投資による総合収益  
(株価の値動き+配当収益)

円高による為替差損

値動きの幅

・上記は各ファンドの投資リターンのイメージ図であり、ファンドの将来の運用状況・成果等を示唆・保証するものではありません。

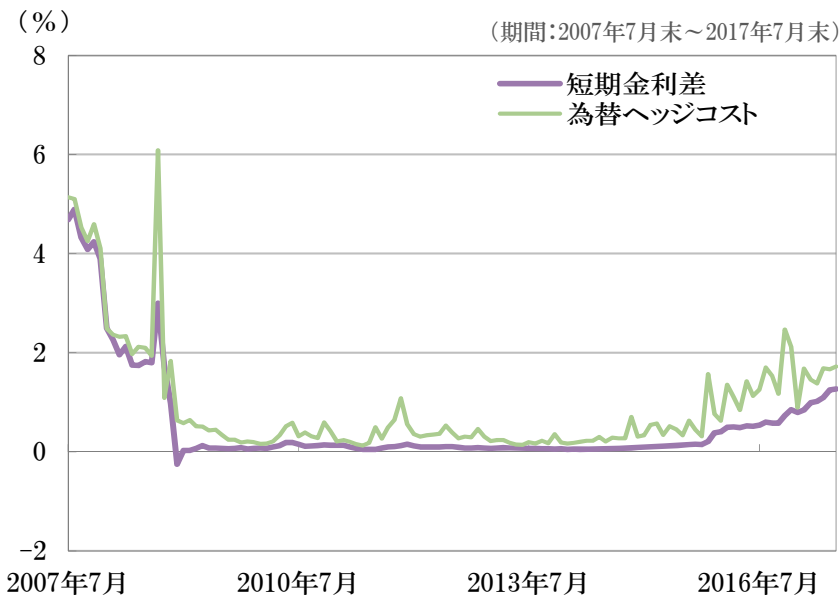
■ 本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。



# 為替ヘッジあり／為替ヘッジなしの選択 ②

- ◆外貨建資産に投資する場合、投資している有価証券の発行通貨が円に対して強く(円安に)なれば基準価額の上昇要因となり、弱く(円高に)なれば基準価額の下落要因となります(為替変動リスク)。
- ◆為替変動リスクの低減を図るため、為替ヘッジを行った場合、円金利がヘッジ対象通貨の金利より低いときには、これらの短期金利差に基づくヘッジコストがかかります。ただし、為替市場の状況によっては、金利差相当分以上のヘッジコストとなる場合があります。ヘッジコストの拡大は基準価額にマイナスの影響を与えます。

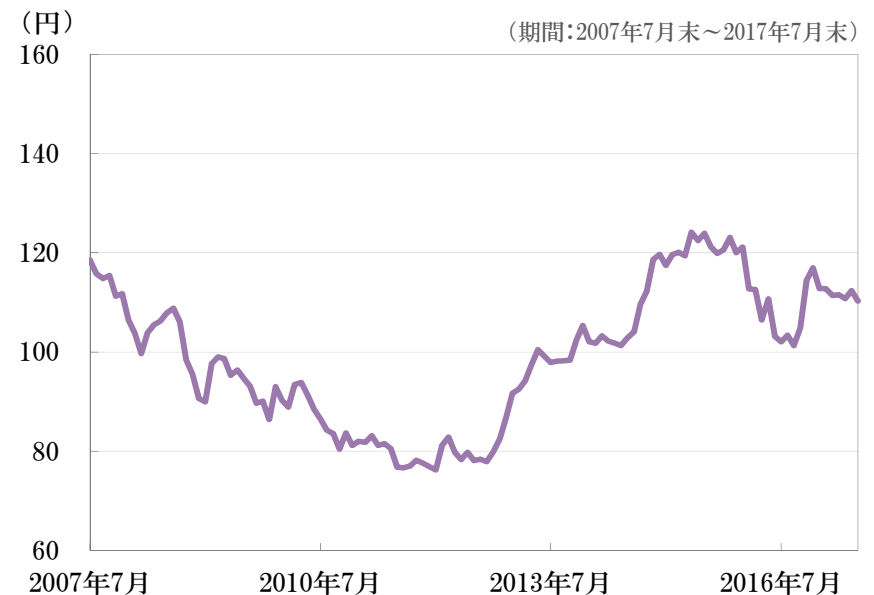
米ドル円の短期金利差と為替ヘッジコストの推移



・短期金利差は、米国および日本の1ヵ月LIBORを用いて算出しています。

・為替ヘッジコストは、米ドル円の直物レートと先物(1ヵ月)レートから三菱UFJ国際投信が算出したものであり、ワールド・ビューティー・オープン(為替ヘッジあり)にかかる実際の為替ヘッジコストとは異なります。

米ドル(対円)の推移



(出所) Bloombergのデータを基に三菱UFJ国際投信作成

・上記は、過去の実績・状況、作成時点での見通しまたは分析です。これらは、将来の市場環境の変動や運用状況・成果を示唆・保証するものではありません。また、税金・手数料等を考慮しておりません。

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

# 投資リスク ①

## ■ 基準価額の変動要因

ファンドの基準価額は、組み入れている有価証券等の価格変動による影響を受けますが、これらの**運用により信託財産に生じた損益はすべて投資者のみなさまに帰属します。**したがって、**投資者のみなさま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。投資信託は預貯金と異なります。**

ファンドの基準価額の変動要因として、主に以下のリスクがあります。

## 価格変動リスク

株式の価格は、株式市場全体の動向のほか、発行企業の業績や業績に対する市場の見通しなどの影響を受けて変動します。組入株式の価格の下落は、基準価額の下落要因となります。

## 特定のテーマに沿った銘柄に投資するリスク

当ファンドは、特定のテーマ（ビューティー・ビジネス関連企業の株式）に沿った銘柄に投資するため、株式市場全体の動きと当ファンドの基準価額の動きが大きく異なる場合があります。また、より幅広い銘柄に分散投資する場合と比べて当ファンドの基準価額が大きく変動する場合があります。

## 為替変動リスク

### ■ ワールド・ビューティー・オープン（為替ヘッジあり）

組入外貨建資産については、為替ヘッジにより為替変動リスクの低減を図りますが、為替変動リスクを完全に排除できるものではありません。なお、為替ヘッジが困難な一部の通貨については、当該通貨との相関等を勘案し、他の通貨による代替ヘッジを行う場合があります。その場合、為替ヘッジ効果が得られない可能性や、円と当該通貨との為替変動の影響を受ける可能性があります。為替ヘッジを行う場合で円金利がヘッジ対象通貨の金利より低いときには、これらの金利差相当分のヘッジコストがかかることにご留意ください。ただし、為替市場の状況によっては、金利差相当分以上のヘッジコストとなる場合があります。

### ■ ワールド・ビューティー・オープン（為替ヘッジなし）

組入外貨建資産については、原則として為替ヘッジを行いませんので、為替変動の影響を受けません。

**上記は主なリスクであり、これらに限定されるものではありません。**

## 信用リスク

株式の発行企業の経営、財務状況が悪化したり、市場においてその懸念が高まった場合には、株式の価格が下落すること、配当金が減額あるいは支払いが停止されること、倒産等によりその価値がなくなること等があります。

## 流動性リスク

株式を売買しようとする際に、その株式の取引量が十分でない場合や規制等により取引が制限されている場合には、売買が成立しなかったり、十分な数量の売買が出来なかったり、ファンドの売買自体によって市場価格が動き、結果として不利な価格での取引となる場合があります。

## カントリー・リスク

ファンドは、新興国の株式に投資を行うことがあります。新興国への投資は、投資対象国におけるクーデターや重大な政治体制の変更、資産凍結を含む重大な規制の導入、政府のデフォルト等の発生による影響などを受けることにより、先進国への投資を行う場合に比べて、価格変動・為替変動・信用・流動性の各リスクが大きくなる可能性があります。

## 投資リスク ②

### ■ 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。
- 収益分配金の水準は、必ずしも計算期間におけるファンドの収益の水準を示すものではありません。収益分配は、計算期間に生じた収益を超えて行われる場合があります。投資者の購入価額によっては、収益分配金の一部または全部が、実質的な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。収益分配金の支払いは、信託財産から行われます。したがって純資産総額の減少、基準価額の下落要因となります。
- ファンドは、ファミリーファンド方式により運用を行います。そのため、ファンドが投資対象とするマザーファンドを共有する他のベビーファンドの追加設定・解約によってマザーファンドに売買が生じた場合などには、ファンドの基準価額に影響する場合があります。

### ■ リスクの管理体制

ファンドのコンセプトに沿ったリスクの範囲内で運用を行うとともに運用部門から独立した管理担当部署によりリスク運営状況のモニタリング等のリスク管理を行っています。また、定期的開催されるリスク管理に関する会議体等において、それらの状況の報告を行うほか、必要に応じて改善策を審議しています。

#### ◆ GICS（世界産業分類基準）について

Global Industry Classification Standard（“GICS”）は、MSCI Inc.とS&P（Standard & Poor’s）が開発した業種分類です。GICSに関する知的財産所有権はMSCI Inc.およびS&Pに帰属します。

# お申込みメモ

ご購入の際は、投資信託説明書（交付目論見書）でご確認ください。

購入時

## 購入単位

販売会社が定める単位  
販売会社にご確認ください。

## 購入価額

購入申込受付日の翌営業日の基準価額  
※基準価額は1万円当たりで表示されます。

換金時

## 換金単位

販売会社が定める単位  
販売会社にご確認ください。

## 換金価額

換金申込受付日の翌営業日の基準価額

## 換金代金

原則として、換金申込受付日から起算して5営業日目から販売会社においてお支払いします。

申込不可日

## 申込不可日

次のいずれかに該当する日には、購入・換金はできません。  
・ニューヨーク証券取引所、ニューヨークの銀行の休業日

## 申込締切時間

原則として、午後3時までに販売会社が受けたものを当日の申込分とします。

## 換金制限

各ファンドの資金管理を円滑に行うため、大口の換金のお申込みに制限を設ける場合があります。

## 購入・換金申込受付の中止および取消し

金融商品取引所等における取引の停止、外国為替取引の停止、その他やむを得ない事情（投資対象国・地域における非常事態（金融危機、デフォルト、重大な政策変更や資産凍結を含む規制の導入、自然災害、クーデターや重大な政治体制の変更、戦争等）による市場の閉鎖もしくは流動性の極端な減少等）があるときは、購入・換金のお申込みの受付を中止すること、およびすでに受けた購入・換金のお申込みの受付を取消すことがあります。

また、信託金の限度額に達しない場合でも、各ファンドの運用規模・運用効率等を勘案し、市況動向や資金流入の動向等に応じて、購入のお申込みの受付を中止することがあります。

その他

## 信託期間

2022年6月9日まで（2017年7月31日設定）

## 繰上償還

各ファンドについて、受益権の口数が10億口を下回ることとなった場合等には、信託期間を繰上げて償還となることがあります。

## 決算日

毎年6・12月の9日（休業日の場合は翌営業日）  
※初回決算日は2017年12月11日

## 収益分配

年2回の決算時に分配を行います。  
販売会社との契約によっては、収益分配金の再投資が可能です。

## 課税関係

課税上は、株式投資信託として取扱われます。個人投資者については、収益分配時の普通分配金ならびに換金時および償還時の譲渡益に対して課税されます。NISA（少額投資非課税制度）およびジュニアNISA（未成年者少額投資非課税制度）の適用対象です。税法が改正された場合等には、変更となることがあります。

## スイッチング

各ファンド間でのスイッチングが可能です。販売会社によっては、一部のファンドのみの取扱いとなる場合やスイッチングの取扱いを行わない場合があります。手続・手数料等は、販売会社にご確認ください。なお、換金時の譲渡益に対して課税されます。

# ファンドの費用

ご購入の際は、投資信託説明書（交付目論見書）でご確認ください。

## ◎お客さまが直接的に負担する費用

購入時	購入時 手数料	購入価額に対して、 <b>上限3.24%（税抜 3.00%）</b> 販売会社が定めます。 くわしくは、販売会社にご確認ください。
換金時	信託財産 留保額	ありません。

## ◎お客さまが信託財産で間接的に負担する費用

保有期間中	運用管理費用 （信託報酬）	各ファンドの日々の純資産総額に対して、 <b>年率1.7712%（税抜 年率 1.6400%）</b> をかけた額
	その他の費用・ 手数料	以下の費用・手数料についても各ファンドが負担します。 ・監査法人に支払われる各ファンドの監査費用 ・有価証券等の売買時に取引した証券会社等に支払われる手数料 ・有価証券等を海外で保管する場合、海外の保管機関に支払われる費用 ・その他信託事務の処理にかかる諸費用等 ※上記の費用・手数料については、売買条件等により異なるため、あらかじめ金額または上限額等を記載することはできません。

※運用管理費用（信託報酬）および監査費用は、日々計上され、毎決算時または償還時に各ファンドから支払われます。

※上記の費用（手数料等）については、保有金額または保有期間等により異なるため、あらかじめ合計額等を記載することはできません。なお、各ファンドが負担する費用（手数料等）の支払い実績は、交付運用報告書に開示されていますのでご参照ください。

委託会社(ファンドの運用の指図等)  
**三菱UFJ国際投信株式会社**

受託会社(ファンドの財産の保管・管理等)  
**三菱UFJ信託銀行株式会社**

販売会社(購入・換金の取扱い等)  
販売会社は、下記の三菱UFJ国際投信の照会先でご確認いただけます。

**三菱UFJ国際投信株式会社** ●お客さま専用フリーダイヤル：0120-151034(受付時間／営業日の9:00～17:00) ●ホームページアドレス：http://www.am.mufg.jp/

■本資料の「ご注意事項等」の内容を必ずご覧ください。

## 本資料に関してご留意いただきたい事項

- 本資料は、三菱UFJ国際投信が作成した販売用資料です。投資信託をご購入の場合は、販売会社よりお渡しする最新の投資信託説明書（交付目論見書）の内容を必ずご確認くださいのうえ、ご自身でご判断ください。
- 本資料の内容は作成時点のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 本資料は信頼できると判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性等を保証するものではありません。
- 投資信託は、預金等や保険契約とは異なり、預金保険機構、保険契約者保護機構の保護の対象ではありません。銀行等の登録金融機関でご購入いただいた投資信託は、投資者保護基金の補償の対象ではありません。
- 投資信託は、販売会社がお申込みの取扱いを行い委託会社が運用を行います。



# 三菱UFJ国際投信