

金融商品・サービスのリテール販売における顧客適合性

概要（本文抜粋）

- 1) 本ペーパー「金融商品・サービスのリテール販売における顧客適合性」は、銀行、証券、保険セクターの、金融監督当局及び金融機関が、個人向け金融商品の不適切な販売によるリスクにどのように対応しているのかについて、個人投資家への情報開示及び推奨投資商品が投資家に適合的であるかを判断するための、金融機関に対する要件に関する規制を含め検証した。広範な金融監督当局から各国の詳細な情報が提供された。こうした監督当局には、業態毎に設けられた機能別監督当局及び一元監督者が含まれる。なお、本ペーパーにおいては、銀行、保険、証券セクターの業務を規制する監督当局を一元監督者と呼ぶ。
- 2) 我々の検証は、個人投資家及び明白な投資的性格を持つ金融商品に関する要件のみを対象としている。よって、投資を目的とした、または投資に関連する保険商品を含むが、リスクのみに対して保証する保険契約や銀行販売によるリテール向け信用商品は対象外である。
- 3) 本ペーパーの重要事項は、世界各国の約90の金融機関が顧客適合性をどのように取り扱っているのか、また、不適切な販売から生じるリスクをどのように管理しているのか調査することであった。幅広い金融機関から情報を入手できたことについて、本調査への協力に感謝する。それらの多くの回答は、1セクター以上、そして/または1カ国または1地域以上において、業務を行っている金融機関からのものである。
- 4) 金融機関はほとんどの場合、一般個人を個人投資家として扱う。たとえ資産規模や投資知識に関する洗練度合いによって区別できる場合でも、多くの事例において、金融機関は非常に慎重である。
- 5) 本調査により明らかになった重要事項は、適合性の概念はすべてのセクターの規制要件において認識されているが、その程度は様々であるということである。セクター毎に適用上いくつかの相違点があり、また、国毎では、さらに大きな違いになりうる。それら相違の要因の一部は、すべての監督当局が消費者保護の使命を負っているわけではないという事実から生じている。

- 6) 調査対象の 11 カ国のうち少数の国において、投資的性格を持つ金融商品に対して、全 3 セクターを通じ、統一的な適合性規制が適用されている。一元監督者もしくは業態横断的な特定の行為規制当局が存在する国々において、そのような体制がより頻繁に導入されていることが確認されるものの、例えばセクター毎の監督者が存在する国のように、適合性要件がセクター間において大きく相違するような場合でも、金融機関に不適切な販売行為の責任を負わせるために、共同で対応すべくセクター監督者間における強力な協力体制がしばしば構築されている。
- 7) 一般的には、証券監督当局または行為規制当局の下で、適合性要件はより具体的に示され、また、法務執行による是正措置はより詳細に規定される傾向にある。例えば、証券セクター、特に米国においては、法の執行がなされた事案数は最も多く、また最も広範な罰則を課している。しかしながら、監督当局はまた、金融機関の適合性基準の遵守状況を、検査や監督プロセスあるいは他の監督・是正アプローチを通して監視している。これは、特に銀行そして保険セクターにおいてみられる。
- 8) 多くの国において、適合性要件は金融機関が顧客に対して商品購入の推奨、または助言を行う場合にのみ適用される。推奨が行われなない場合は、いくつかの国においては情報開示、もしくは、顧客に対する“警告”が必要とされる。励みになることには、大多数の国において、金融機関は適合性遵守義務を契約で外すことはできないことである。十分な資産、または投資に関し洗練した知識を持つ、もはや個人投資家とはみなされない顧客については、例外も考えられる。
- 9) ほとんどの規制体制において、提供された助言は何らかの形態で記録することが求められており、販売時もしくは事前に多様なレベルの商品情報提供およびその他の情報開示が求められている。
- 10) 興味深い調査結果として、利益相反に関する開示要件(例えば、販売代行の資本構造、受取報酬)は、一般的に保険商品の販売の方が他の商品より緩い。
- 11) ほとんどの国において、金融商品の不適切な販売に対する責任については商品組成者ではなく販売者に帰属する。しかし、販売者が、本人と代理人の関係を規定するその国のルールに従って金融商品を販売するならば、商品組成者が責任を負う場合もある。第三者が推奨する場合、適合性遵守義務は当該第三者に適用されるが、ある国においては、保険監督当局は保険商品の組成者自身に、その第三者が適合性義務を果たすことを確保するよう求めている。
- 12) ほとんどの国において、全 3 セクターの金融機関は争議解決手続きを準備しておくこと

が求められている。一部の国においては、独立したオンブズマンが未解決争議に対応する一方、業界ベースで争議処理スキームを設けている国もある。しかしながら、一国内においても、争議解決スキームの利用については様々な金銭的限度が設けられている。

- 13) 監督当局は、金融機関に対して、ある特定の独立したコンプライアンス機能の設置を求めることは有効な手段であるとみている。多くの監督当局は、特に銀行・証券セクターにおいてこれを求めている。また、多くの監督当局は、主要な販売スタッフが認可を受けたり登録することを求めており、販売員の販売行為を監督対象としている。
- 14) 監督当局が直面する 2 つの関連する問題として、金融商品に関する消費者への教育やコミュニケーションにおいて、監督当局がどのような役割を担えるか、また、監督当局の規制権限外に、懸念が生じるような商品やサービスが存在するかどうかといった問題がある。
- 15) 投資家教育について、多くの監督当局が、投資一般に関する有用な情報、金融商品の選択や助言サービスを求める際に検討すべき事項を掲載したウェブサイトを保有している。行為規制に責任を持つ監督当局は、所掌事項の中心であるだけに、より多くの情報を提供する傾向が見られる。ウェブサイトが広範な消費者教育プログラムの一構成要素に過ぎない場合もある。
- 16) 多くの監督当局は、規制権限は及ばないものの、規制商品に類似した機能および特徴を備えている広範な“金融商品”について懸念を表明している。
- 17) 対象がより限定的な地域ではあるものの、業界慣行に関する調査により、投資会社（証券会社）、資産運用会社そして銀行は、強固な適合性の方針を適用していることが確認された。顧客への推奨は、顧客の財務状況、投資目的、リスク許容度に関する核心的な情報のある程度体系的に集めた上で行なわれている。一方、時に具体性に欠ける規制要件の結果、一般に保険会社は相対的に包括性に欠ける適合性の方針を持ち、また、平均的に推奨前に取得する顧客情報量は少なく、推奨に関する記録を保持している保険会社は調査対象会社のうち半分にも満たない。
- 18) コンプライアンスの枠組みについても、いくつかの保険会社においては、相対的に厳格ではないようである。保険会社から提供される投資商品が、最もリスクの高いタイプの投資商品であることは頻繁ではなく、そして、いくつかの会社は、販売したほとんどの商品について投資当初の額面が保証されていることを指摘している。それにもかかわらず、類似した適合性の問題が生じている。状況は国によって顕著に異なり、米国の各州によっても、軽微なばらつきがみられた。いくつかの国においては、この調査実施後に施行される新たな法令は、現状を改善させるであろう。

- 19) 推奨が行われない場合であったとしても、情報開示は、より多くの情報を提供された上での顧客の意思決定を助け、不適切な販売によるリスクを減少させるものであるため、我々の調査は適合性の方針を超え、金融機関の開示状況も検証した。多くの国々において、金融機関は販売前に顧客にも有益な情報、特に商品の特徴および直接コストに関する情報を提供しているようである。
- 20) しかしながら、一貫して利益相反や報酬体系に関する情報を提供しているのは 60%の金融機関にすぎず、この数値にも相当のばらつきがあり、そのような情報を提供していると回答した保険会社は40%にすぎない。
- 21) 販売時もしくは推奨時に投資家に提供する情報の範囲を見ると(例、商品特徴、リスク、パフォーマンス予想、費用、利益相反に関する情報)、保険セクターにおいて、顧客は提供された情報を受領し理解したことに関して確認を求められる傾向が相対的に強い。しかし、顧客に提供される情報の範囲は、一般的に保険セクターにおいては限定的である。これは、商品タイプが異なる結果による場合もある。
- 22) より勇気づけられる調査結果は、金融機関が販売代行やアドバイザーに提供するトレーニングについてである。ほとんどすべての金融機関は、コンプライアンス・トレーニングを社員に対する総合的なトレーニング・プログラムの一部に組み込んでいる。多くの金融機関は、従業員による法令上の要件や企業方針の理解度を測るためのテストを行っている。しかしながら、販売代行やアドバイザーの報酬体系をみると、報酬支払いにおいてコンプライアンス上の諸問題を考慮するとした金融機関は 60%のみである。