

事務局説明資料

(分かりやすい商品説明資料)

平成28年10月5日

金融庁

金融商品の販売時に顧客に交付される書類の概要

法定書類

- ・(交付)目論見書
- ・契約締結前交付書面



- ・交付は必須
- ・記載事項は法令で規定

その他の書類

- ・販売用資料
- ・商品パンフレット 等



- ・交付は任意
- ・法定書類と比較して柔軟な作成が可能

2. 投資信託制度

(3) 一般投資家を念頭に置いた適切な商品供給の確保

② トータルリターン把握のための定期的通知制度の導入

現在、投資家は、各期の投資信託に係る分配金等が記載された取引残高報告書を証券会社等から交付されているが、投資信託購入時点から現在までの投資期間全体における分配金の額は自ら計算する必要がある。適切な投資判断のための環境を整える観点から、受益者が自分の保有する投資信託に係る投資期間全体の累積分配金を含む累積損益を把握しやすくすることは重要である。…(略)…

上記の状況を踏まえ、別紙の方向で業界において制度の実施を図ることが求められる。

【別紙】

計算方法、対象範囲、通知方法といった具体的な通知事項について、

- 計算方法は、「(計算時点の評価金額+累計受取分配金額+累計換金金額)－累計買付金額」を基本とする
- 全ての公募投資信託(公募外国投資信託も含む)を対象としつつ、一定の商品(MRFなどの日々決算型の投資信託、ETF)については例外も認め得る
- 個人投資家を対象とする
- 過去のどの時点まで遡ってトータルリターンを計算するかについて、実行可能性を検証する
- 具体的な通知方法としては、書面の交付(郵送による送付等)、電子メールによる送信、ホームページの顧客専用画面上での表示(この場合、当該方法で行うことについて事前に顧客に対し、確実に周知を図ることとする)のいずれかとする。なお、販売量が少なく、システムの整備等が困難な販売会社の場合においても、トータルリターン通知の取組を迅速に開始可能とする観点から、事前に顧客に対して確実に周知することを条件にした上で、顧客からの個別照会に対する回答による対応を容認することも例外的にあり得る

という方向が考えられる。また、販売会社のシステム対応等に必要となる準備期間も踏まえ、制度内容の公表後、実施までには一定の期間を設けるとともに、制度の実施後に販売された投資信託を対象としつつ、実施時点で既に販売済みの投資信託についても可能な範囲で対象とすることが考えられる。

③ 販売手数料・信託報酬等に関する説明の充実

現在、投資信託の購入・保有に関する費用については、目論見書等において、販売手数料の料率の上限、信託報酬の料率と運用会社、販売会社及び受託会社への配分率を表示することとされている。しかし、こうした費用を含めた投資家の負担の対価として享受するサービスについての説明は、必ずしも投資家の理解に資する形で充実しているとは言えない。投資家のコスト意識を醸成し競争の促進を期待する観点から、当該説明の充実を図ることが適当である。

④ 販売・勧誘時等におけるリスク等についての情報提供の充実

現在、法令において、交付目論見書にファンドの目的・特色、投資リスク等を記載することとされており、投資信託協会の規則において、その具体的な記載内容や記載方法等が定められている。

商品の複雑化・リスクの複合化(2.(1)②参照)が進行する中で適切に投資判断を行うためには、個々の商品の元本割れの可能性についての理解だけでなく、リスクの相対的な度合いの理解も重要と考えられる。こういった点を踏まえ、商品のリスクを投資家によりわかりやすく情報提供する取組を構築する必要がある。

これまでと同様に個々の投資信託における商品のリスクを定性的に説明することに加え、リスクの定量的な把握や比較が可能となるように、わかりやすく表示することが適当である。

なお、具体的な記載内容については、投資信託における商品のリスクを投資家によりわかりやすく情報提供する観点から、実務的な検討を通じ、引き続き整理を行うことが望ましい。その際、記載事項や方法については、各運用会社の工夫の余地を残しつつも、ファンド相互間の客観的な比較が容易になるようにある程度の統一化を行うことが求められる。

IOSCO「販売時の開示に関する原則」(2011年2月)

原則1 重要情報は、投資家に商品の基本的な利益、リスク、条件及び費用、ならびに当該商品を販売する仲介者の報酬や利益相反に関する開示を含むべきである。

金融商品に関する情報において含まれるべき重要な情報は以下のとおり

- ・ 金融商品の名前とタイプ。
- ・ リスクとリターンの概要。リスクに係る情報開示は金融商品の重要なリスクを含むべきである。これにはパフォーマンスのリスク/ボラティリティ、信用リスク、流動性リスク、オペレーショナルリスクが含まれる。…(略)…定量的に全体的なリスクを測り、…(略)…どのように解釈するべきか説明が付されることが望ましい…(略)…最低保有期間、当該金融商品の販売対象となる投資家のタイプ…(略)…が追加的に記載されることが望ましい。
- ・ 手数料及び費用。
- ・ 金融商品が内包する利益相反の可能性。
- ・ 運用実績。金融商品間の比較が容易に行えるような方法で提供され…(略)…るべきである。運用実績がない場合、期待されるリターンのシナリオを示すべきである。

仲介者に関する情報において含まれるべき重要な情報は以下のとおり

…(略)…

- ・ 手数料、仲介者報酬およびコスト。
- ・ 利益相反の可能性。

原則4 重要情報の開示は、競合商品の開示情報との有意義な情報比較を容易にするため、平易な言葉で、簡略で、入手しやすく、比較可能なフォーマットで行われるべきである。

…(略)…

- ・ 開示文書では、対象となる投資家に理解しやすい形で情報を伝えるため、「平易な言葉」が使われるべきである。…(略)…対象となる投資家のニーズと能力が考慮されるべきである。
- ・ 以下の平易な言葉の技術は、開示の改善に役立つと考えられる。
 - 日常的に使用される言葉
 - 専門用語、法律用語、ビジネス用語が不可避である場合には、それらの明快で簡潔な説明
 - 抽象概念を説明するための事例および図表
- ・ 全ての項目について読みやすい大きさの文字を使用すること。
- ・ フォーマットは比較可能なものであるべきである。

※集団投資スキーム（CIS）について、リテール投資家に対する販売時の情報開示に関する原則を提示

OECD「金融消費者保護に関するハイレベル原則」①

＜OECD「金融消費者保護に関するハイレベル原則」(2011年10月)＞

【原則4:情報開示、透明性】

1. 金融サービス提供者及び委任代理人は、顧客に対して、基本的な利益、リスク及び商品の条件に関する重要な情報を提供すべき。また、金融サービス提供者及び委任代理人は、顧客に対して、当該金融商品を販売する委任代理人に関する利益相反についての情報も提供すべき。
2. 金融商品の重要な特徴に関する情報は提供されるべきである。顧客との関係の全ての段階において、適切な情報が提供されるべきである。全ての販売用資料は、正確、誠実、理解可能であって、誤解を招かないものであるべきである。適切な場合には、同じ性質の商品・サービスの間で比較することができるように、標準化された契約締結前の開示の実務(様式等)が採用されるべきである。複雑でリスクの高い商品・サービスに見合った情報提供がなされるよう、特別な開示方法(起こりうる事項の警告等)が開発されるべきである。可能な場合には、開示規制の有効性を判断し、また、改善させるために、顧客調査が実施されるべきである。

＜OECD「金融消費者保護に関するハイレベル原則」の適用に関する報告書(2013年9月)＞

原則4. 情報開示、透明性

6. 顧客は、金融サービス提供者から、手数料、費用、ペナルティ及びリスクを強調しつつ、金融商品やサービスの重要な特徴について十分な情報を提供される。
7. 顧客が重要な情報と重要性の低い情報を区別することが容易になるように、第一に重要な条件を提示することによって、また、それらの情報に顧客の注意を引きつけるような方法で、情報を階層化し得る。
15. 顧客が容易に商品及び提供者を比較することができるよう、重要な情報が記載された標準化された様式が、提供された商品やサービスの性質、重要な特徴及び費用、そのような商品やサービスに対してどのように対価が支払われるか、並びに金融サービス提供者の重要な情報を反映させるために使用される。
22. 仮に特定の潜在的な利益相反が禁止されておらず、避けることができない場合には、金融サービス提供者及び委任代理人は、当該利益相反が顧客に提供されるサービスやそのあり得る結果にどのように影響するのかについて、顧客が十分に情報提供を受けるよう確保しなければならない。

OECD「金融消費者保護に関するハイレベル原則」②

<OECD「金融消費者保護に関するハイレベル原則」(2011年10月)>

【原則6: 金融サービス提供者及び委任代理人の責任ある業務活動】

1. 金融サービス提供者及び委任代理人は、顧客のベスト・インタレストを図らねばならず、また、金融消費者保護を維持する責務を有するべきである。また、金融サービス提供者は、委任代理人の行動についても責任及び説明義務を負うべきである。
2. 取引の性質に応じ、また、一次的に顧客から提供された情報に基づいて、金融サービス提供者は、顧客に商品、助言又はサービスを提供することに合意する前に、顧客の関連する財務上の能力、状況及びニーズを評価するべきである。従業者(特に顧客と直接やり取りをする者)は適切に教育され、選抜されるべきである。利益相反の可能性が生じた場合には、金融サービス提供者及び委任代理人は、当該利益相反を避けるように努めるべきである。利益相反が避けられないときには、金融サービス提供者及び委任代理人は、適切な情報開示又は当該利益相反を管理するための内部体制の構築を確保するか、当該商品、助言、サービスの提供を回避すべきである。

金融商品取引法

(適合性の原則等)

第四十条 金融商品取引業者等は、業務の運営の状況が次の各号のいずれかに該当することのないように、その業務を行わなければならない。

- 一 金融商品取引行為について、顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行つて投資者の保護に欠けることとなつており、又は欠けることとなるおそれがあること。

金融商品の販売時等に顧客に交付される書類の例

- (1) 主として国内の株式を投資対象としている投資信託(別添1、2)
- (2) 主として海外の不動産投信を投資対象としている投資信託(別添3、4)
- (3) 主として海外で発行されるハイブリッド証券を投資対象としている投資信託(別添5)
- (4) 利払繰延条項・期限前償還条項付無担保社債(劣後特約付)(別添6)
- (5) 期限前償還条項付日経平均連動債(別添7)
- (6) 外貨建変額個人年金保険(別添8)
- (7) 投資信託のトータルリターンのお知らせ(別添9)

- 投資信託・投資法人法制の見直しに関するWG最終報告(2012年12月)を受けて、トータルリターン通知制度の導入、目論見書等における説明の充実、リスクの定量的な表示等が行われ、実際に顧客に交付される資料が見直されたがどう評価するか。
- 上記の点を含め金融商品の販売等に用いられる資料に関し、分かりやすさを向上させる観点から、法令改正や業界自主ルールの見直し等が行われてきたが、それらを踏まえて実際に作成・使用されている資料について、どう評価すべきか。
 - 販売会社において顧客により分かりやすい情報提供を行う観点からの競争が生まれず、結果的に法令や自主ルールがミニマム・スタンダード化し、各社横並びの対応になっていることはないか。
 - 図表やデータを取り入れる等各種の工夫はなされていても、顧客がそれらの意図するところを十分実際に理解可能なものとなっているか。必ずしも理解可能となっていないのであれば、どういう対応が考えられるか。

- IOSCOやOECDで指摘されている以下のような事項に照らして、実際に作成・使用されている資料について、どう評価すべきか。
 - 顧客に対して、基本的な利益、リスク及び商品の条件に関する重要な情報が提供されているか。
 - 運用実績に関し、金融商品間の比較が容易に行えるような方法で提供されているか。
 - 顧客が理解しやすいよう、平易な表現(用語、解説、図表等)が用いられているか。
 - 顧客が重要な情報と重要性の低い情報を区別できるような工夫がなされているか。
 - 複雑でリスクの高い商品・サービスに見合った情報提供がされているか。
 - 潜在的な利益相反が不可避な場合に、それが顧客に提供されるサービスに与え得る影響について適切に情報提供がされているか。

論点③

- 金融商品の販売・勧誘の場面では、顧客の知識、経験、財産の状況、投資目的等に照らし、
 - ①そもそもその顧客に販売・勧誘することが相応しくない商品、
 - ②顧客に十分な説明を行った上であれば販売・勧誘が可能な商品、
 - ③比較的簡易な説明で販売・勧誘が可能な商品など、様々な類型が考えられる。これらの類型について、販売会社はどのような考え方に基づいて対応すべきと考えられるか。
- 家計の安定的な資産形成を実現していく上で、顧客本位の業務運営を確立する観点から、より分かりやすい商品説明に向けた競争を促していくためには、どのようなアプローチが考えられるか。