

討議資料

(国民の安定的な資産形成とフィデューシャリー・デューティー)

- 国民の安定的な資産形成を図るためには、全ての金融事業者が、インベストメント・チェーンにおけるそれぞれの役割を認識し、顧客本位の業務運営に努めることが重要である。
- これまで、金融商品の分かりやすさの向上や、利益相反管理体制の整備といった目的で法令改正などが行われ、投資者保護のための取組みが進められてきたが、一方で、これらが事実上最低基準（ミニマム・スタンダード）となり、金融事業者による形式的・画一的な対応を助長してきた面があるのではないか。
- 本来、金融事業者自身が主体的に創意工夫を発揮し、顧客本位の良質な金融商品・サービスの提供を競い合い、より良い取組みを行う金融事業者が顧客から選択されていくメカニズムの実現が望ましいのではないか。
- そのためには、従来型のルールベースでの対応を重ねるのではなく、プリンシプルベースのアプローチがより求められているのではないか。例えば、顧客本位の業務運営に関する原則（プリンシプル）を、いわゆるコンプライ・オア・エクスプレイン（原則を実施するか、実施しない場合には、その理由を説明するか）・ベースでの適用を前提に策定し、金融事業者を受け入れを呼びかけていくことが考えられるが、どう考えるか。
- 当該原則を策定する場合、そこに盛り込むべき事項としては、例えば、別添の事項が考えられるが、どう考えるか。

(注) 当該原則を定着させていくための具体的な方策については、次回議論。

【顧客本位の業務運営に係る方針の策定・公表等】

- 金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。

【顧客の最善の利益の追求】

- 金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。

(注1) 金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。

【利益相反の適切な管理】

- 金融事業者は、取引における利益相反の可能性の有無について正確に把握し、利益相反の可能性があると判断された場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な方針をあらかじめ策定・公表すべきである。

(注1) 金融事業者は、利益相反の可能性の有無を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響の有無についても適切に考慮すべきである。

- ・ 販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該金融商品の提供会社から、委託手数料等の支払いを受ける場合
- ・ 販売会社が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合
- ・ 同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合

【手数料等の明確化】

- 金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客に情報提供すべきである。

【重要な情報の分かりやすい提供】

- 金融事業者は、(上記【手数料等の明確化】に示された事項のほか、) 金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客に分かりやすく提供し、顧客との情報の非対称性の解消に努めるべきである。

(注1) 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。

- ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益、損失その他のリスク、取引条件
- ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由（顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む）
- ・顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合とは、その具体的内容（第三者から受け取る手数料等を含む）及びこれが取引又は業務に及ぼす影響

(注2) 金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである。

(注3) 金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。

(注4) 金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、より丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。

(注5) 金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すとともに、顧客において同種の金融商品・サービスの内容と比較することが容易となるよう配慮すべきである。

【顧客にふさわしいサービスの提供】

○ 金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。

(注1) 金融事業者は、複数の金融商品・サービスがパッケージとして提供された商品を顧客に勧める場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。

(注2) 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成に当たり、金融商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定するとともに、金融商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。

(注3) 金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。

(注4) 金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。

【従業員等に対する適切な動機づけの枠組み】

○ 金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の回避等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みを整備すべきである。