

**地域銀行100行における  
リスク性金融商品の販売・管理態勢に関する  
アンケート調査結果**



**令和5年4月11日  
金融庁**

# 本資料の位置付け

## 【位置付け】

- 本アンケート調査結果を踏まえて、各金融機関の経営陣や本部において、改めて、ベストプラクティスの追求や準拠性に留まらない金融商品の販売・管理を含めた「顧客本位の業務運営」を考慮して頂くきっかけにして頂くとともに、次年度の「取組方針」等の策定・見直しに役立てて頂くために、取りまとめた結果を公表するもの。

## 【参考（資料構成）】

- 黒字は調査結果、青字は取り組んで頂きたい事項、【カッコ】書きは関連する監督指針等の項目を記載、「別紙」は関連する監督指針(注)及び顧客本位の業務運営に関する原則（以下「FD原則」）の抜粋。

※ 本アンケート調査は、リスク性金融商品全般を対象としたものであり、保険商品も対象に含まれることから、「別紙」には、保険会社向けの総合的な監督指針の抜粋も添付。

# アンケート調査の概要

- 【調査目的】** 地域銀行におけるリスク性金融商品の販売・管理態勢について、顧客本位の業務運営の現状やコンダクトリスク管理上の課題を把握する。  
また、こうした調査結果を各行に還元することを通じて、顧客本位の取組みや販売・管理態勢の改善を促すとともに、モニタリングの着眼点として活用する。
- 【調査対象】** 地域銀行100行（埼玉りそな銀行含む）
- 【調査内容】** リスク性金融商品の販売・管理態勢の現状等
- 【調査期間】** 2022年12月5日～2023年1月13日

# 1. (1) コンダクトリスク管理態勢の現状

## ～金融商品全般に関する商品性等の検証状況及び金融商品導入時の経営陣の関与～

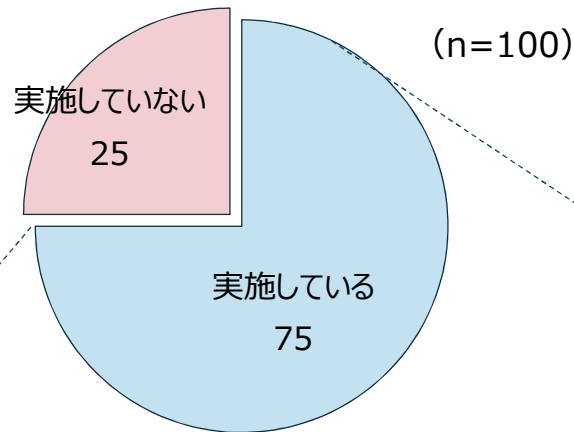
- 取り扱っている金融商品に関し、仕組債と同じような商品性の検証や販売態勢の見直し等を「実施している」と回答した先は7割強となっている。なお、検証・見直しを実施している金融商品は外貨建て一時払い保険と投資信託が多い。

金融商品を販売するに当たっては、そのリスク、リターン、コスト等といった顧客が金融商品への投資を行う上で必要な情報を十分に分析・特定するほか、適切な販売が行われているかを検証するとともに、検証結果を踏まえた態勢の見直しを行うなど、実効性を確保した販売・管理態勢を構築する必要がある。 【金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針（以下「監督指針」）III-2-3-1（1）①⑤、FD原則6】

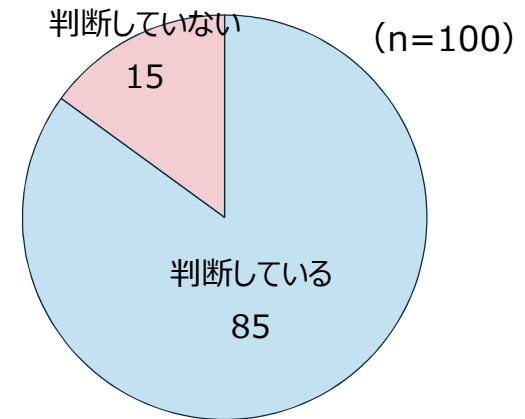
- 金融商品の導入に関し、頭取を含む経営陣が想定顧客や商品性等を踏まえて適否を「判断している」と回答した先は8割強となっている。新たな金融商品を導入するに当たっては、プロダクトガバナンスの観点からも経営陣の関与が重要であり、金融商品の内容が顧客の属性等に適合することの合理的な理由があるかどうかの検討・評価を行うことが必要である。

【監督指針III-2-3-1 柱書、2022年12月業界団体との意見交換会において提起した論点】

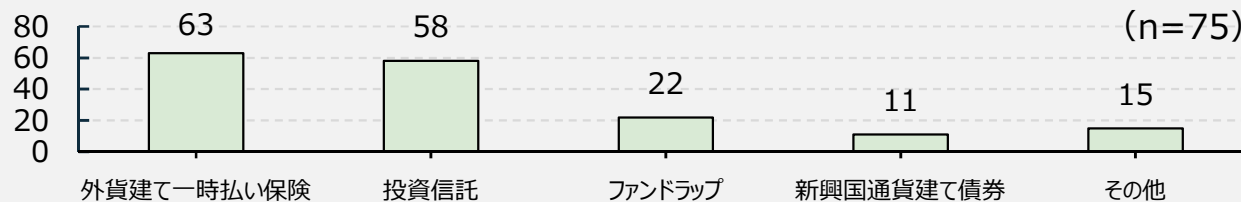
Q. 仕組債と同じような商品性の検証や販売態勢の見直し等を他の金融商品についても実施しているか



Q. 頭取を含む経営陣は、想定顧客や商品性等を踏まえて、金融商品の導入の適否を判断しているか



Q. 検証・見直しを実施している金融商品は何か。以下の選択肢（外貨建て一時払い保険、投資信託、ファンドラップ、新興国通貨建て債券、その他）からお答え下さい



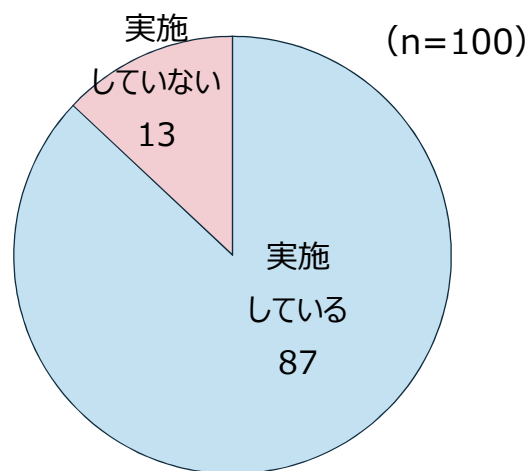
## 1. (2) コンダクトリスク管理態勢の現状 ～三線管理の現状～

- 金融商品販売の実態に関し、顧客本位の観点で準拠性に留まらない検証を「実施している」と回答した先は9割強となっている。
- 利益相反に関し、経営陣・本部が販売手数料の高い金融商品の販売に営業現場が傾注しないように「工夫・検証を行っている」と回答した先は9割強となっている。
- 苦情等を踏まえて、顧客本位の観点で金融商品販売態勢の検証・見直しを「実施している」と回答した先は9割強となっている。

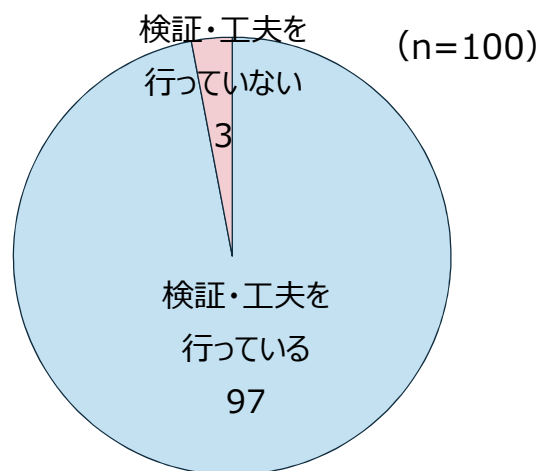
経営陣や本部においては、合理的な理由がないにもかかわらず、手数料の高い金融商品を勧誘する行為が行われていないか等の準拠性に留まらない検証を含め、顧客本位の販売・管理態勢を構築する必要がある。また、苦情等については、顧客保護を図り、顧客からの信頼性を確保する観点から、その顧客対応に加え、苦情等発生背景の検証、検証結果を踏まえた販売態勢の見直しといった事後的な対応が重要である。

【監督指針III-2-3-1(1)④⑤、同指針III-2-5(1)、FD原則6及び7】

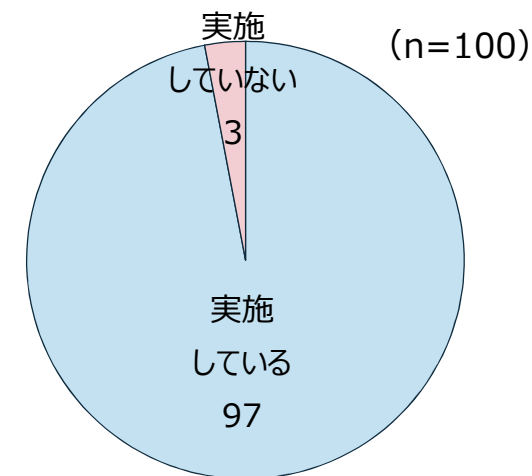
Q. 金融商品販売の実態について、顧客本位の観点で準拠性に留まらない検証を実施しているか



Q. 経営陣・本部は、営業現場が販売手数料の高い金融商品の販売に傾注しないための工夫・検証を行っているか



Q. 苦情等を踏まえて、顧客本位の観点で金融商品販売態勢の検証・見直しを実施しているか

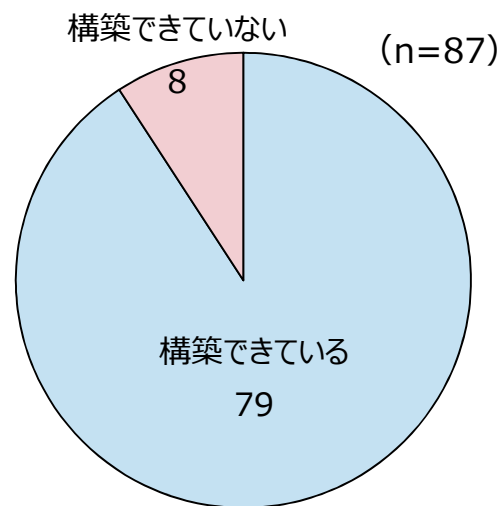


## 2. 銀証連携の現状 ～地域銀行から証券会社に仲介・紹介販売した顧客の管理態勢～

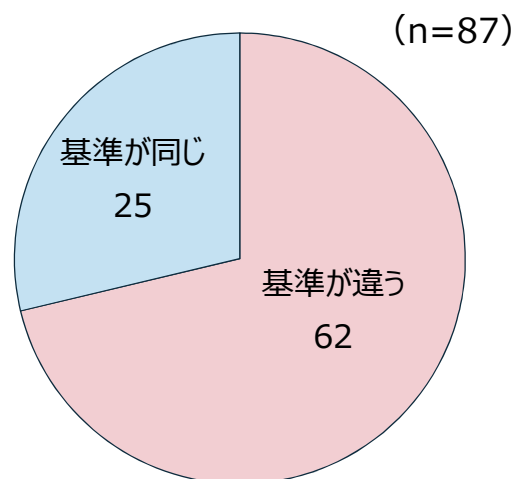
- 顧客から情報共有の同意書を取るなど、銀証間で、販売状況やその損益状況を適時適切に把握できる態勢が「構築できている」と回答した先が9割強となっている。
- 顧客の投資目的・リスク許容度を図る基準について、銀証間で「基準が違う」と回答した先が7割強となっている。また、当該基準の遵守状況について、「検証している」と回答した先は7割弱となっている。

各銀行・証券会社が自社の取組方針で掲げる「顧客の最善の利益」を追求するためには、銀行・証券会社間で適切な役割分担を行うとともに、金融商品の販売状況や損益状況といった顧客をサポートする上で必要となる情報を適切な形で連携し、双方が顧客の視点に立って資産運用を提案していくことが重要である。  
【2023年1月業界団体との意見交換会において提起した論点】

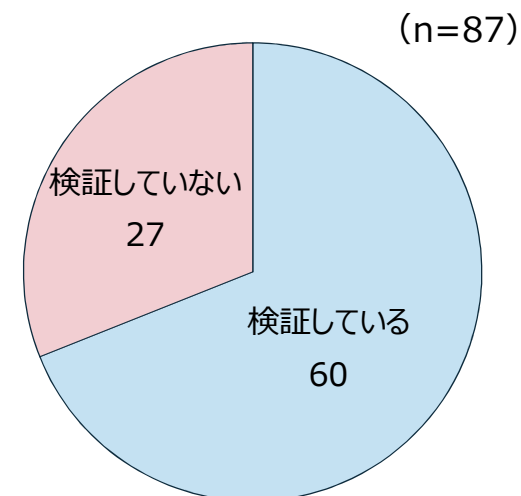
Q. 銀証間で、顧客の金融商品の販売状況や損益状況を適時適切に把握できる態勢が構築できているか



Q. 顧客の投資目的・リスク許容度を図る基準は銀証間で同じか



Q. 左記基準が遵守されているかを検証しているか



(注) 「仲介・紹介無し」を選択した銀行を除く、87行を分母として集計

### 3. 金融商品販売態勢の向上に向けた工夫 ～「顧客の最善の利益の追求」等に関する検討状況～

- 「顧客の最善の利益の追求」「顧客の資産形成」に関し、経営陣・本部において、どのような顧客に対し、どのような金融商品・サービスを提供し、どのような付加価値を提供することが金融機関の役割であるとの「明確な考えがある」と回答した先は9割強となっている。

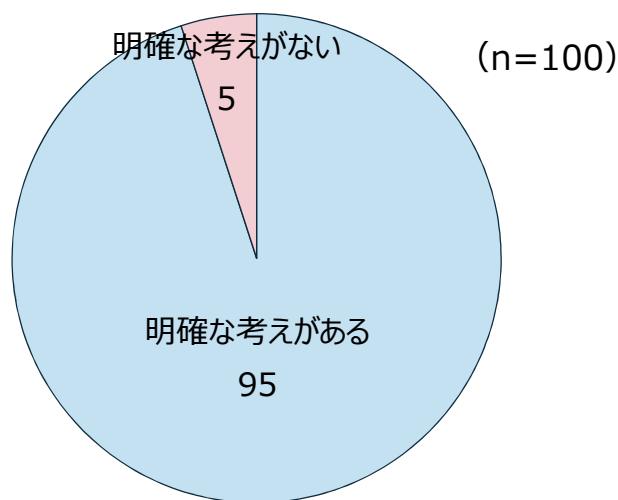
営業現場が「顧客の最善の利益の追求」等に向けて行動するに当たっては、中期経営計画のリテールビジネス戦略と「取組方針」等とを整合させるなど、経営・本部・営業職員の間で考えを一致させることが重要である。

【2022年9月業界団体との意見交換会において提起した論点、FD原則2】

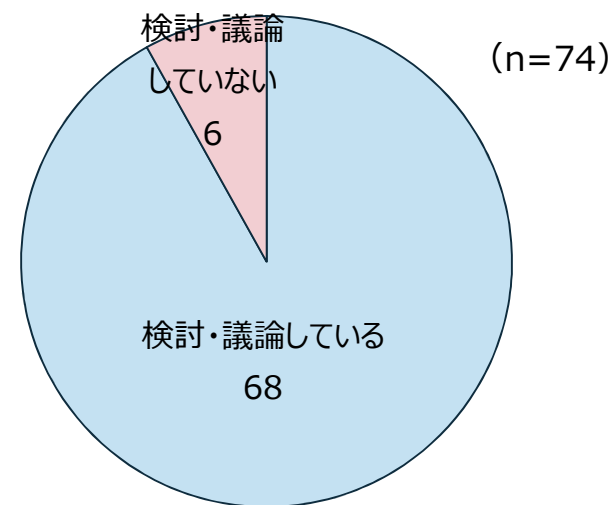
- 証券会社と提携もしくは傘下に証券会社を保有している持株会社・銀行について、足許の状況を踏まえて、証券会社の投資勧誘方針やビジネスモデル等の見直しを「検討・議論している」と回答した先は9割強となっている。

仕組債の販売停止や市況等の影響により、グループ証券会社の収益が減少しており、顧客本位の業務運営を実践する観点から、証券会社を含めた銀行グループ全体の持続可能なビジネスモデルの再構築が必要である。【2023年1月業界団体との意見交換会において提起した論点】

Q. 「顧客の最善の利益の追求」「顧客の資産形成」に関し、経営陣・本部は、「どのような顧客に対し、どのような金融商品・サービスを提供し、どのような付加価値を提供することが金融機関の役割である」との明確な考えがあるか



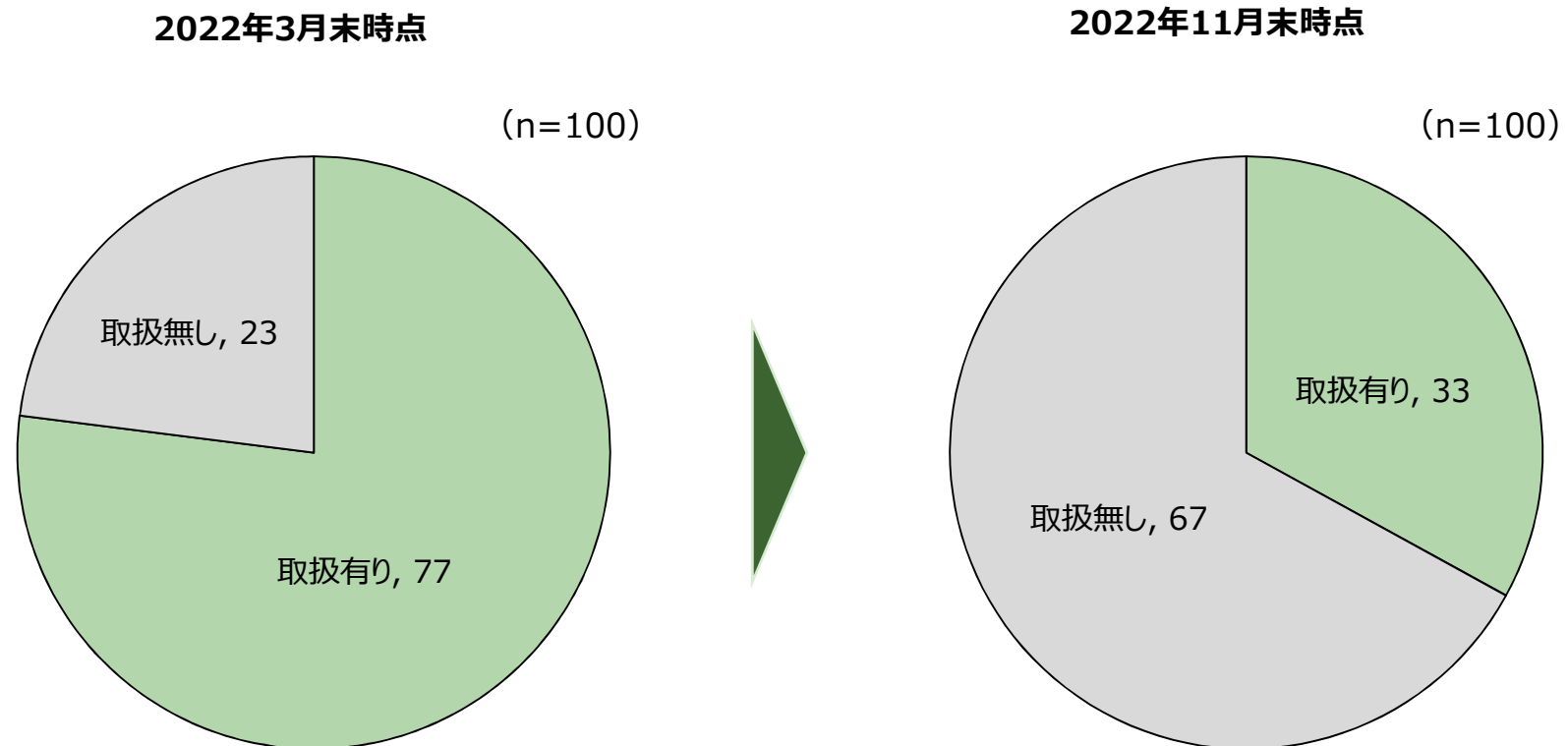
Q. 証券会社と提携もしくは傘下に証券会社を保有している持株会社・銀行について、足許の状況を踏まえて、証券会社の投資勧誘方針やビジネスモデル等の見直しの検討・議論を行っている（行う予定である）か



(注) 提携・傘下証券会社に関する質問に該当しない銀行を除く、74行を分母として集計

#### 4.(1) 仕組債の販売状況 ～2022年11月末時点における仕組債の取扱いの有無～

- 仕組債の販売状況について、「2022年3月末時点で取扱有り」と回答した先は8割弱あったが、「2022年11月末時点で取扱有り」と回答した先は3割強と減少している。





## 4. (2) 仕組債の種類別の販売状況

- 仕組債の種類別の販売状況について、2022年3月末時点と同年11月末時点と比較すると、公募債はほとんどの先で販売を停止している。また、私募債についても多くの先で販売を停止しており、特に、個人向け個別株価連動型はほとんどの先で販売を停止している。

### 【公募仕組債】

(n=100)

取扱状況	個人向け				法人向け			
	個別株価連動型	株価指数連動型	為替連動型	その他	個別株価連動型	株価指数連動型	為替連動型	その他
2022年3月末時点								
2022年11月末時点								

### 【私募仕組債】

取扱状況	個人向け				法人向け			
	個別株価連動型	株価指数連動型	為替連動型	その他	個別株価連動型	株価指数連動型	為替連動型	その他
2022年3月末時点								
2022年11月末時点								

## 4. (3) 仕組債の販売・管理態勢

### ～ 仕組債の販売目的・位置付けの検討状況及び組成コスト開示の方向性 ～

- 仕組債の販売を行う目的・位置付けについて、「検討済」「検討中」と回答した先は7割強となっている。

仕組債、特に個別株価連動型は、リスクに見合うリターンが得られないことが多いと考えられることから、中長期的な資産形成を目指す一般的な顧客ニーズにはふさわしいものとは考えにくい。このため、販売を継続する場合は、どのような顧客を対象にどのような説明をすれば真のニーズを踏まえた販売となるのか、経営レベルにおいて議論する必要がある。

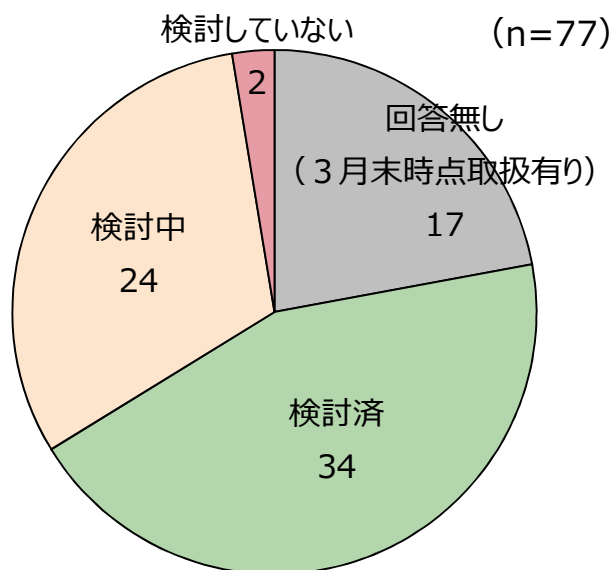
【投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営のモニタリング結果（全体版）P30、P33】

- 組成コストの開示について、「開示対応済」「開示対応を検討済」と回答した先は2割、「開示する方向で検討中」と回答した先は6割弱と、8割弱で開示する方向となっている。

仕組債を販売するに当たっては、組成コストを含め、名目を問わず顧客が負担する費用について、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。

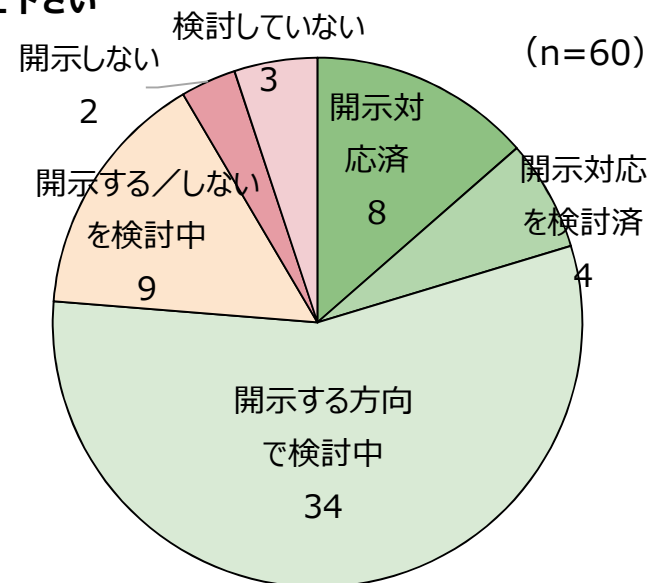
【FD原則4】

Q. 仕組債の販売を行う目的・位置付けについて、以下の選択肢（検討済、検討中、検討していない）からお答え下さい



(注1) 仕組債の「取扱無し」と回答のあった銀行を除く77行を分母として集計

Q. 組成コストの開示について、以下の選択肢（開示対応済、開示対応を検討済、開示する方向で検討中、開示するしないを検討中、開示しない、検討していない）からお答え下さい



(注2) 仕組債の「取扱無し」・「回答なし（取扱有り）」を選択した銀行を除く60行を分母として集計

#### 4. (3) 仕組債の販売・管理態勢 ～ 仕組債のリスク・リターン検証 ～

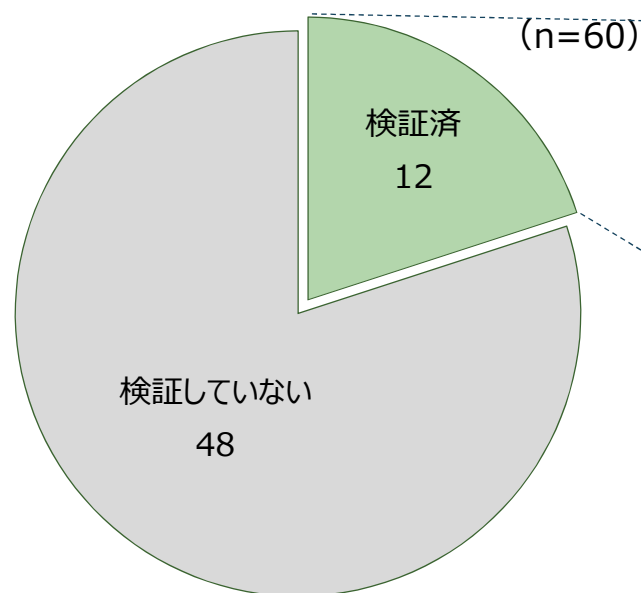
- リスク・リターン検証について、「検証済」と回答した先は2割となっている。

仕組債を販売するに当たっては、そのリスク、リターン、コスト等といった顧客が金融商品への投資を行う上で必要な情報を十分に分析・特定する必要がある。

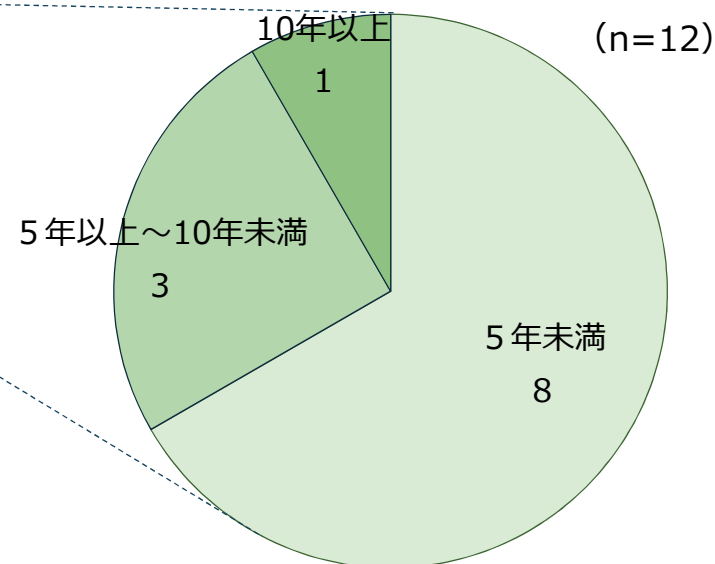
【監督指針III-2-3-1(1)①】

- リスク・リターン検証の実施済の12先について、その計測期間を見ると、「5年未満」と回答した先が7割弱となっている。

Q. リターン及びリスク（リターンの標準偏差）を計測（検証）しているか



Q. リスク・リターン検証の計測期間について、以下の選択肢（5年未満、5年以上～10年未満、10年以上）から答え下さい



(注1) 仕組債の「取扱無し」・「回答なし（取扱有り）」を選択した銀行を除く60行を分母として集計

(注2) 仕組債の「リスク・リターン検証実施済」の12行を分母として集計

## (別紙①)「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」抜粋

### III-2-3 勧誘・説明態勢

#### III-2-3-1 適合性原則・誠実公正義務

金融商品取引業者は、金商法第40条の規定に基づき、顧客の知識、経験、財産の状況、投資目的やリスク管理判断能力等に応じた取引内容や取引条件に留意し、顧客属性等に則した適正な投資勧誘の履行を確保する必要がある。

そのため、金融商品取引業者は、投資勧誘の前提として、提供する金融商品の内容を適切に把握するための態勢を確立する必要がある。また、顧客の属性等及び取引実態を的確に把握し得る顧客管理態勢を確立することが重要である。さらに、金融商品の内容が顧客の属性等に適合することの合理的な理由があるかどうかの検討・評価を行うことが必要である。その上で、顧客に対してこのような合理的な理由を欠く投資勧誘行為や、不適當又は不誠実な投資勧誘が行われないようにする必要がある。(以下、略)

#### (1)主な着眼点

##### ① 金融商品の内容の適切な把握

金融商品取引業者が提供する個別の金融商品について、そのリスク、リターン、コスト等といった顧客が金融商品への投資を行う上で必要な情報を十分に分析・特定しているか。その上で、当該金融商品の特性等に応じ、商品の組成者等とも連携しつつ、研修の実施、顧客への説明書類の整備などを通じ、投資勧誘に携わる役職員が当該情報を正確に理解し、適切に顧客に説明できる態勢を整備しているか。

##### ② 顧客の属性等及び取引実態の的確な把握並びに顧客情報の管理の徹底

□. 顧客の取引実態の把握については、例えば、顧客口座ごとの売買損益、評価損益、取引回数、手数料の状況等といった取引状況を、顧客の取引実態の把握の参考としているか。(イ・ハ、略)

##### ③ 投資勧誘に際しての合理的な理由についての検討・評価

- イ. 顧客に対する金融商品の勧誘に先立ち、勧誘対象となる個別の金融商品や当該顧客との一連の取引の頻度・金額が、把握した顧客属性や投資目的に適うものであることの合理的な理由があるかについて検討・評価を行っているか。
- . その検討・評価を確保する観点から、金融商品の特性等に応じ、あらかじめ、商品の組成者等とも連携しつつ、どのような考慮要素や手続をもって行うかの方法を定めているか。例えば、元本の安全性を重視するとしている顧客に対して通貨選択型ファンドなどのリスクの高い商品を販売する等、顧客の投資目的に適合しない不適切な勧誘が行われないよう、顧客属性等に応じて一定の金融商品の投資勧誘を管理職による承認制とするなどの慎重な販売管理を行っているか。

## (別紙②)「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」抜粋

### ④ 不相当又は不誠実な投資勧誘行為

顧客に対する不相当又は不誠実な投資勧誘行為として、例えば、以下のような金融商品の勧誘行為が行われていないか。

- イ. 金融商品取引業者の利益を追求する結果として、顧客との一連の取引の経過をみたときに、顧客属性や投資目的に適合しない高頻度の金融商品の売買を勧誘し、顧客に過度の手数料を負担させる行為（以下、略）
- ハ. 顧客属性や投資目的を踏まえると複数の金融商品が顧客に適合する可能性のある状況において、合理的な理由がないにもかかわらず、手数料の高い金融商品を勧誘する行為（ロ、略）

### ⑤ 内部管理部門による検証

- イ. 内部管理部門においては、上記①②③④の検証を行うとともに、それを踏まえた態勢の見直しを行う等、その実効性を確保しているか。
- ロ. また、上記②ハの営業部門における管理責任者等が行う顧客面談等に係る具体的な方法を定め、当該方法を役職員に周知徹底するとともに、顧客面談等の状況を把握・検証し、当該方法の見直し等、その実効性を確保する態勢を構築するよう努めているか。

## III－2－5 苦情等への対処（金融ADR制度への対応も含む。）

### (1)相談・苦情・紛争等（苦情等）対処の必要性

金融商品・サービスは、リスクを内在することが多く、その専門性・不可視性等ともあいまってトラブルが生じる可能性が高いと考えられる。このため、金融商品・サービスの販売・提供に関しては、トラブルを未然に防止し顧客保護を図る観点から情報提供等の事前の措置を十分に講じることに加え、苦情等への事後的な対処が重要となる。

近年、金融商品・サービスの多様化・複雑化によりトラブルの可能性も高まっており、顧客保護を図り、顧客からの信頼性を確保する観点から、苦情等への事後的な対処がさらに重要になってきている。（以下、略）

## (別紙③)「保険会社向けの総合的な監督指針」抜粋

### II - 4 - 2 保険募集管理態勢

#### II - 4 - 2 - 2 保険契約の募集上の留意点

##### (3)法第294条の2関係（意向の把握・確認義務）

保険会社又は保険募集人は、法第294条の2の規定に基づき、顧客の意向を把握し、これに沿った保険契約の締結等の提案、当該保険契約の内容の説明及び保険契約の締結等に際して、顧客の意向と当該保険契約の内容が合致していることを顧客が確認する機会の提供を行っているか。

##### ① 意向把握・確認の方法

意向把握・確認の方法については、顧客が、自らのライフプランや公的保険制度等を踏まえ、自らの抱えるリスクやそれに応じた保障の必要性を適切に理解しつつ、その意向に保険契約の内容が対応しているかどうかを判断したうえで保険契約を締結するよう図っているか。（以下、略）

- ア. 保険金額や保険料を含めた当該顧客向けの個別プランを説明・提案するにあたり、当該顧客の意向を把握する。その上で、当該意向に基づいた個別プランを提案し、当該プランについて当該意向とどのように対応しているかも含めて説明する。（以下、略）（イ～エ、略）

##### ② 意向把握・確認の対象

- ア. 第一分野の保険商品及び第三分野の保険商品について

(注)変額保険、変額年金保険、外貨建て保険等の投資性商品を含み、(略)傷害保険商品(略)を除く。

- (ア) どのような分野の保障を望んでいるか。（死亡した場合の遺族保障、医療保障、医療保障のうちガンなどの特定疾病に備えるための保障、傷害に備えるための保障、介護保障、老後生活資金の準備、資産運用など）

- (イ) 貯蓄部分を必要としているか。

- (ウ) 保障期間、保険料、保険金額に関する範囲の希望、優先する事項がある場合はその旨

(注)変額保険、変額年金保険、外貨建て保険等の投資性商品については、例えば、収益獲得を目的に投資する資金の用意があるか、預金とは異なる中長期の投資商品を購入する意思があるか、資産価額が運用成果に応じて変動することを承知しているか、市場リスクを許容しているか、最低保証を求めるか等の投資の意向に関する情報を含む。（以下、略）

## (別紙④)「保険会社向けの総合的な監督指針」抜粋

---

### ④ 意向把握・確認義務に係る体制整備関係

保険会社及び保険募集人においては、法第294条の2に規定する措置に関し、契約の申込みを行おうとする保険商品が顧客の意向に合致した内容であることを顧客が確認する機会を確保し、顧客が保険商品を適切に選択・購入することを可能とするため、そのプロセス等を社内規則等で定めるとともに、所属する保険募集人に対して適切な教育・管理・指導を実施するほか、以下のような体制が整備されているか。

#### ア. 意向把握に係る体制整備

保険会社又は保険募集人のいずれか、又は双方において、意向把握に係る業務の適切な遂行を確認できる措置を講じているか。(以下、略)

#### イ. 意向確認に係る体制整備

規則第53条の7第1項及び規則第227条の7に規定する措置に関し、保険会社又は保険募集人において、契約の申込みを行おうとする保険商品が顧客の意向に合致した内容であることを顧客が確認する機会を確保し、顧客が保険商品を適切に選択・購入することを可能とするため、適切な遂行を確認できる措置を講じているか。(以下、略)

## (別紙⑤)「顧客本位の業務運営に関する原則」抜粋

### 【顧客の最善の利益の追求】

**原則 2.** 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) 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】

**原則 3.** 金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、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対応方針をあらかじめ策定すべきである。

(注) 金融事業者は、利益相反の可能性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についても考慮すべきである。

- ・ 販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合（以下、略）

### 【手数料等の明確化】

**原則 4.** 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、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。

### 【重要な情報の分かりやすい提供】

**原則 5.** 金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則 4 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が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。

(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（リターン）、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の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性
- ・ 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には、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



## (別紙⑥)「顧客本位の業務運営に関する原則」抜粋

(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（略）。

(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。（以下、略）（注5、略）

### 【顧客にふさわしいサービスの提供】

**原則6.** 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、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。

- ・顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと
- ・具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容（手数料を含む）と比較しながら行うこと
- ・金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと

(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、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3、略）

(注4) 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。

### 【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

**原則7.** 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、利益相反の適切な管理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や適切なガバナンス体制を整備すべきである。