

「重要情報シート」を作成・活用する際の手引き

2021年5月12日

金融庁

「重要情報シート」を作成・活用する際の手引きについて

令和3年5月12日

「金融審議会 市場ワーキング・グループ報告書-顧客本位の業務運営の進展に向けて-」（2020年8月5日公表）を踏まえ、2021年1月15日に「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下、「本原則」）が改訂されました。本原則を採択する金融事業者においては、原則5.【重要な情報の分かりやすい提供】（注4）への対応として、「重要情報シート」の活用が期待されています。

「重要情報シート」には顧客に対する簡潔な情報提供のほか、各業態の枠を超えた多様な商品の比較を容易にする効果も期待されています。こうした目的を実現するためには、「重要情報シート」が一定の目線に沿って作成・活用されることが効果的と考えられます。

こうした観点から、当庁では金融事業者が「重要情報シート」を作成・活用する際に参考となると思われる目線や今後考えられるベスト・プラクティスの例を「手引き」としてまとめました。「手引き」は、「重要情報シート」の利用状況の進展を踏まえ、今後、必要に応じて改訂を行っていく予定です。

1. 金融事業者が「重要情報シート」を作成する際の手引き¹

(1) 全般

- ア 「重要情報シート」の作成主体は基本的には金融商品・サービス（以下、「商品」）の販売業者・仲介業者であるが、「商品の組成に携わる事業者が想定する購入層」など項目に応じて組成に携わる事業者と連携しつつ作成する。
- イ 契約締結前交付書面や目論見書など（以下、「法定書面」）を参照する場合は、該当箇所の頁数を記載する代わりに、該当箇所の項目名を記載することも考えられる。
- ウ 金融庁ウェブサイトで公表している「重要情報シート」内に記載された記載内容は一つの例示であり、各金融事業者において、これを参考としつつ、顧客にとって重要な情報を分かりやすく記載することが望まれる。なお、「該当なし」となる項目についても、商品間の比較を行いやすくするために、項目自体を削除することは可能な限り避けることが望ましい。

(2) 金融事業者編

- ア 3. の「商品ラインナップの考え方」は、顧客が自らの投資目的に適った商品を取り扱う業者にアクセスできるよう、商品選定のコンセプトや留意すべき制約等を簡潔に明示する。また、金融事業者のグループ会社が組成等する商品を多く取り扱う場合はその理由を含めて記載し、販売仲介業者については主にどの金融事業者から仲介の委託を受けているのかを明記することが考えられる。
- イ 4. の「苦情・相談窓口」については自らが加入している協会で共通に指定されている相談窓口や、販売する商品類型毎に契約している指定紛争解決機関の連絡先を記載すること等が考えられる。

(3) 個別商品編

- ア 1. のうち「商品組成に携わる事業者が想定する購入層」の欄は、以下の内容を軸として商品の組成に携わる事業者の認識を記載する。
 - ① 投資目的（顧客への情報提供として資する場合は推奨される投資維持期間も含む）

¹ 金融庁ウェブサイト (<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>) で公表している「重要情報シート」は一つのひな形であり、記載項目・質問例及び全体の分量についてはこれを基本としつつ、今後、業界において、商品類型毎に記載項目を微調整することが考えられる。その際、ある商品類型に特有の重要な情報を追記する場合には、新たな特記項目を最後に設けてまとめて記載するか、他の資料を添付するなどして、可能な限り上記ひな形を維持し、他の商品との比較を容易にするという趣旨に配慮することが望ましい。

② リスク許容度

また、商品間の比較が容易になるよう、具体的な着眼点や項目を関係団体において可能な範囲で調整することが考えられる。なお、今後考えられるベスト・プラクティスの一例としては、商品を販売する会社において、この購入層の記載に対する自らの評価等を併せて記載することも考えられる。

イ 1. のうち「パッケージ化の有無」の欄において、有りの場合は、何の商品を組み合わせたものであるかの概要と、個別購入ができるか否か、個別購入できる商品がある場合は当該商品の名称等を記載することが考えられる。

ウ 2. のうち「損失が生じるリスクの内容」の欄には、いわゆる市場リスク、信用リスク、為替リスク、流動性リスクなど損失の直接の原因となるものが存在する場合は、商品の特性に沿って当該リスクの内容を記載することが考えられる。その際、いわゆるレバレッジ商品やデリバティブ取引など、対象とする指標や原資産等の市場価格の変動幅よりも損益の変動が大きい場合はその旨を市場リスク等として記載し、信用格付けがある場合は信用リスクとして記載することが考えられる。なお、（その他）の欄には、一定の商品について合理的な前提を踏まえた最悪のシナリオを想定した最大損失の試算を記載することも考えられる。

エ 2. のうち「〔参考〕過去1年間の収益率」、「〔参考〕過去5年間の収益率」については、将来における確定した円建て利回り等を表示できないような場合に記載する。また、「収益率」ではなく商品類型毎に適した表現に変更することも考えられる。なお、過去1年間、過去5年間といった収益率の期間設定については、商品間の横比較を行いやすくするために、可能な限り金融庁ウェブサイトで公表している「重要情報シート」における記載内容を維持することが望ましい（新たな算出が困難な場合は、業界内におけるこれまでの実務を参考に調整することも考えられる）。

オ 過去の収益率の算定方法は目論見書等の他の書面の記載内容に依拠することが考えられる。過去の実績が存在せず収益率が算出できない場合は、その旨と理由を記載する。なお、その場合は代替策として合理的な前提を置いたシミュレーションを記載することも考えられる。債券等であってこの欄が妥当しない場合は「金利」や「市場価格」を記載し、金利が条件によって変わる場合はその条件の概要も記載することも考えられる。

カ 3. の「費用」は、分量が多くななく、複雑とならない場合は欄内に額又は算定式を記載することが考えられるが、手数料表を用いていることにより記載が困難な場合などは別紙を添付することも考えられる。

キ 4. の「換金・解約の条件」は、

- ① 償還期限及び期間更新・繰上償還の有無
- ② 解約手数料や解約清算金の発生などの換金・解約による不利益
- ③ 換金・解約が制限される場合
- ④ その他の解約・換金に関する重大な不利益・制限（もしあれば）

を記載する。一定の商品に係る中途解約清算金や中途売却額については、合理的な前提を踏まえた最悪のシナリオを想定した最大損失の試算を記載することも考えられる。

ク 5. の「当社の利益とお客様の利益が反する可能性」は、

- ① 顧客が負担する費用のうち、当社に支払われる手数料・報酬等の額又は割合及びこれを対価とするサービスの内容（販売奨励金等、顧客が負担する費用とは別に組成会社や販売委託元から支払われる報酬等がある場合はその内容も記載する）
- ② 組成会社や販売委託元との関係（非金銭的利益の授受の関係があればこれを含む）
- ③ 他の商品と比較して当該商品を販売した場合の営業職員の業績評価上の取扱い（その評価の違いが顧客本位の業務運営を促す目的に適用と考える場合はその理由）
- ④ その他の重大な利益相反の内容（もしあれば）

を記載する。なお、ベスト・プラクティスの一例としては、①については、同じ商品でも数量や選択する通貨、コース等によって手数料・報酬等の額又は割合が変動する場合はその関係性も記載することも考えられる。

2. 金融事業者が「重要情報シート」を活用する際の手引き

ア 「重要情報シート」は、商品を顧客に提案し、又は顧客がこれを選別する場面において用いられることを想定している。「重要情報シート」は他の販売資料や法定書面とは別の資料として提供されることが想定されているが、法定書面等に挟み込むなどの方法で顧客に提供する場合であっても、「重要情報シート」が適切に利用されることが望ましい。

イ インターネット販売の場合は、直接顧客に質問例の回答が出来ない場合も考えられる。その場合も質問例自体は「重要情報シート」へ記載した上で、質問例とその回答を別紙としてまとめて記載することが考えられる。また、質問例以外の質問へ

の対応についてはあらかじめ備え置いた Q&A サイトへの誘導等で対応することも考えられる。

なお、今後考えられるベスト・プラクティスの一例としては、予め用意した回答をポップアップやリンクを貼るなどして顧客のスクリーン上に表示する（顧客の入力内容に応じた回答を用意したり、コールセンター等を設置して顧客の問合せに対応出来る環境を整備するなど、可能な限り当該事情を踏まえた回答ができるよう創意工夫することが期待される）といった対応も考えられる。