

「顧客本位の業務運営と見える化」



令和4年9月28日
金 融 庁

<目 次>

1. 顧客本位の業務運営の定着の現状・・・・・・・・・・・・・・・・	2頁
2. 顧客が求めているもの・・・・・・・・・・・・・・・・	10頁
3. 金融機関に求められるもの・・・・・・・・・・・・・・・・	17頁

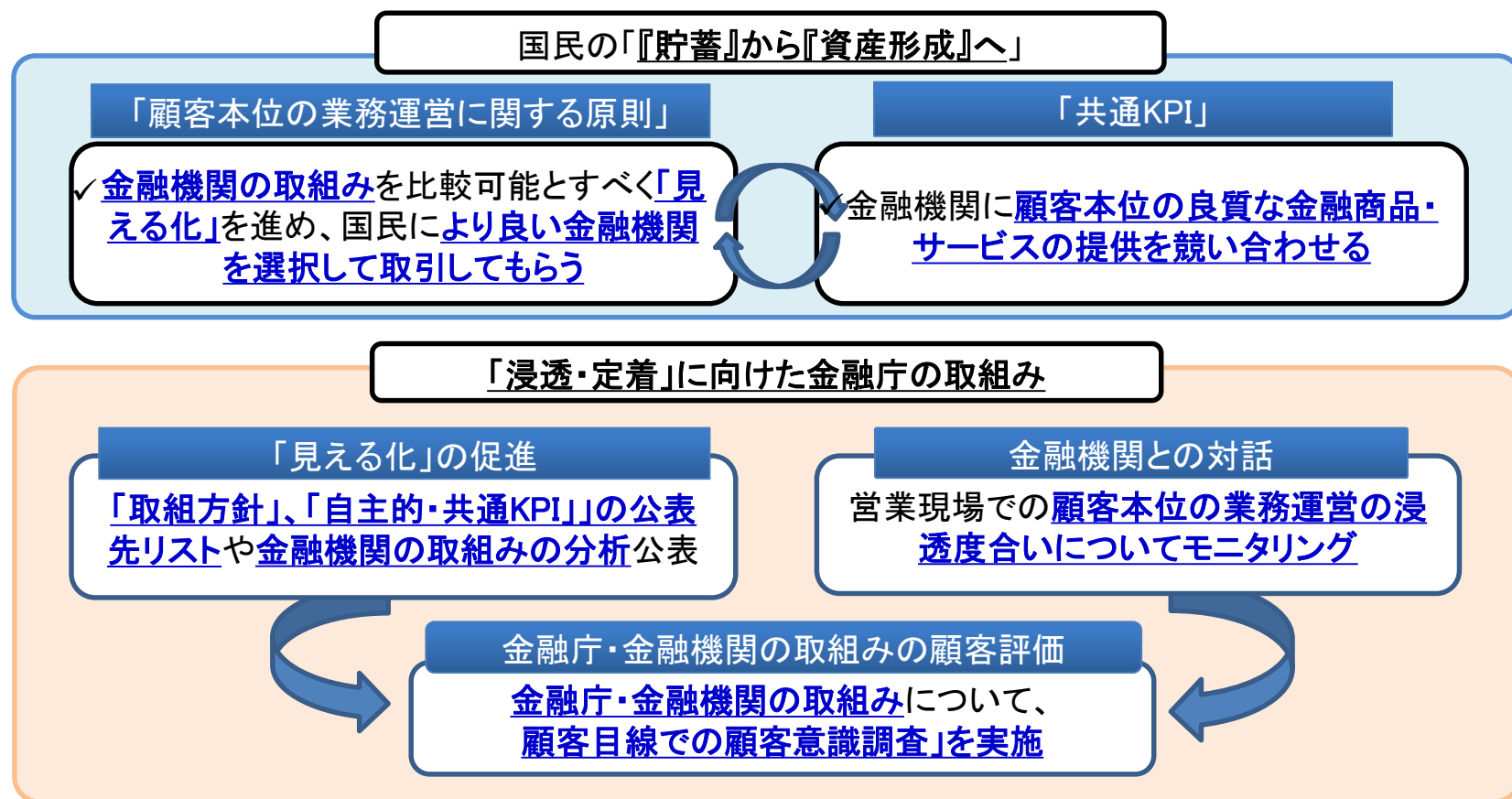
▼参考資料:いずれも金融庁HPより入手可能

- 2022年事務年度金融行政方針(令和4年8月31日)
- 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について(概要版・全体版)(令和4年6月30日【令和4年版レポート】、令和3年6月30日【令和3年版レポート】)
- 投資信託等の販売会社に関する定量データ分析結果(令和3年6月30日)
- リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果(令和4年6月30日)
- 「金融審議会 市場ワーキング・グループ報告書ー顧客本位の業務運営の進展に向けてー」(令和2年8月5日)

1. 顧客本位の業務運営の定着の現状

顧客本位の業務運営に係る取組みの全体像

- 安定的な資産形成には、長期・積立・分散投資が有効。これを実現するには、資産形成に適した金融商品・サービスを顧客の立場に立って提供する金融事業者を選択し、長期にわたり取り組んでいくことが重要
- 金融事業者が顧客本位の良質な金融商品・サービスの提供を競い合うように促すべく、2017年「顧客本位の業務運営に関する原則」を策定し、「原則」を採択した各金融事業者の取組みの「見える化」を促進してきた



「顧客本位の業務運営」の出発点

➤ 森元長官「日本の資産運用業界への期待」(2017年4月7日)から抜粋

・金融庁としても、こうした決して最適とは言えない 均衡からの脱却をこれまで実現できなかったことを、大いに反省しなければなりません。金融庁発足以来、投資家保護は金融行政の中核に位置づけられ、・・・(中略)・・・形式的な面は改善しましたが、ビジネスの本質が顧客本位に変わったとはいえません。

・顧客が適切な選択を行なうための条件さえ整えれば、みせかけでなく真に顧客のニーズに資する商品・サービスを提供する業者が発展するのが、業種や洋の東西を問わず成り立つ原則だと思います。安くて美味しいレストランは賑わい、まずくて高い店は淘汰されています。金融商品は、その真の価値やコストが分かりにくいですが、「見える化」への努力を行なっていく必要があります。例えば知らない土地に行ってレストランを選ぶときも、ミシュラン、ザガットや各種ウェブサイトが、良いレストランについての情報を提供してくれます。投資商品についても、同様のインフラが作られることが望ましいと考えます。

・金融リテラシーの問題もあります。金融商品は、食事よりも嗜好による個人差が少ないので、各人の年齢、資産、収入などをもとに、いかなる投資や資産分散が望ましいかについての知識を持つことは、個々人が自らにあった商品・サービスを見分ける能力を向上させると考えています。高い運用力を持つ金融機関、顧客本位が組織に根付いた金融機関が発展し、顧客本位を口で言うだけで具体的な行動につなげられない金融機関が淘汰されていく市場メカニズムが有効に働くような環境を作っていくことが、我々の責務であり、そのため 行政として最大限の努力をしていくつもりです。

▼ビジネスモデル構築に向けた取組み例

1. 低めの手数料・大量提供

(1)広範な利用者層へネット経由で幅広い金融商品提供

- ネット系証券：口座数は著増し、積立も一定増。ノーロード化による若年層の取り込みを優先。

(2)主に資産形成層のニーズに即した商品・サービス提供

- ロボアドバイザー：ロボアドと共に投信対象を絞って提供。
- 対面の金融機関の一部：積立投信ノーロード化／土日相談。

2. 高付加価値の提供(サービスの差別化)

(1)クロスセル等

- 主要行グループ：対面での富裕層対応に力点。資産形成層へはDXで対応。
- 2世代承継を想定して、各種のサービスを提供。

(2)問題解決型アドバイス(アドバイス対象を金融資産に留めない)

- 大手証券：預り資産管理に軸足を移すなか、問題解決型ビジネスモデルを指向。
- 個人向け投資助言会社を設立。アドバイスを時間ベースで提供。

(3)投資理念に基づく「長期的関係」の構築

- 直販中心：個性ある投信を絞って提供。

(4)地銀と証券会社との提携

- 業務提携、コンサル合併会社

(参考) 令和3年版レポート24頁

1. 全体のポイント

■ 本資料の目的

- ・ 投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営に関して、主要な販売会社等における実践状況や取組方針等の開示状況等に係るモニタリング結果を整理したもの。

■ モニタリング対象先

- ・ リスク性金融商品の預り資産残高が多い販売会社を中心に選定（主要行等10行、地域銀行26行、証券会社12社など）

■ ポイント

- ✓ 販売会社の中には、顧客セグメントを意識した経営戦略に基づく創意工夫を実践している先がある。こうした一部の販売会社に対する顧客による選択のメカニズムは実現し始めている。
- ✓ 一方で、販売態勢面での実践や取組方針等の「見える化」に課題が残っている販売会社も多い。背景には、顧客本位の業務運営を経営課題として取り組んでいないことが影響している可能性。
- ✓ 仕組債のように、中長期的な資産形成を目指す一般的な顧客ニーズに即しているとは考えにくい商品・サービスが、限定した顧客に絞って販売する態勢が整っていないなど、経営レベルでの検討が必要。

2. 今後のモニタリング等において重要な点について（全体版6章参照）

■ 来事務年度においては、次の観点を踏まえてモニタリング・対話等を行う。

- ✓ 経営陣が長期的に持続可能な経営戦略を検討し、取組方針において明確化・具体化しているか。
- ✓ 経営戦略に沿った取組が営業現場に定着し、成果が出ているか。
- ✓ 3線管理の中で、自らのビジネスモデルの有効性や適切性を検証する態勢が取られているか。
- ✓ 金融庁による苦情やデータの分析を踏まえたモニタリング

3. リスク性金融商品販売等にかかるビジネス概要（全体版2章参照）

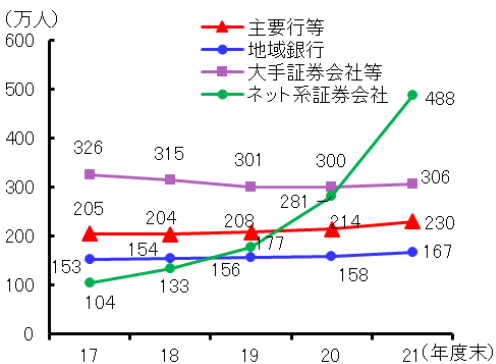
■ 経営戦略・ビジネスモデル転換等に伴う実績

- ✓ 投資信託の保有顧客数の増加など、貯蓄から資産形成への意識は一定程度広がっている。
- ✓ 販売会社の経営戦略は、①顧客セグメント毎のアプローチ明確化、②フローからストックへの転換、③銀証連携の動きが一段と明確化
- ✓ ネット系証券は低コストに基づく若年層の取り込みに奏功し、保有顧客数は顕著に増加

■ 各業態が目指す経営戦略の実現に向けた課題

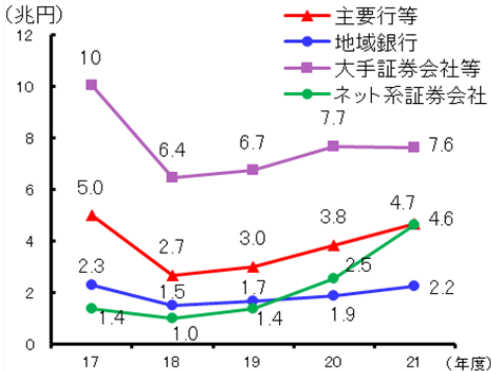
- ✓ 銀行: 対面の特性を活かした経営戦略の一段の具体化・銀証連携に伴う課題への対応
- ✓ 大手証券会社: ストック収益に基づくビジネスモデルの一段の実践
- ✓ ネット系証券会社: 情報提供面での工夫を通じた顧客利便性の一段の向上

【投資信託の保有顧客数の推移】



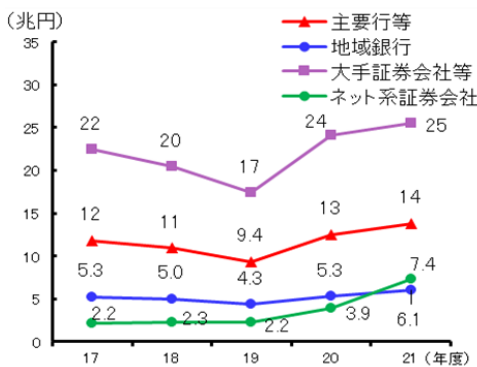
(注1) 有効回答が得られた主要行等8行、地域銀行22行、大手証券会社等8社
(20年度以降は経営統合により7社)、ネット系証券会社5社を集計
(注2) 銀行の投資信託は、自行販売ベース
(注3) 対象は、年度末時点で残高のある個人顧客
(資料) 金融庁

【投資信託の販売額の推移】



(注1) 有効回答が得られた主要行等8行、地域銀行25行、大手証券会社等8社
(20年度以降は経営統合により7社)、ネット系証券会社5社を集計
(注2) 銀行は、自行販売、仲介販売、紹介販売の合算ベース
(資料) 金融庁

【投資信託の預り資産残高の推移】



(注1) 有効回答が得られた主要行等8行、地域銀行24行、大手証券会社等8社
(20年度以降は経営統合により7社)、ネット系証券会社5社を集計
(注2) 銀行にて販売した商品は、自行販売、仲介販売の合算ベース
(資料) 金融庁

- 氷見野元長官講演【資本市場行政の課題と当面の対応】(20年9月24日)から抜粋

＜コーポレートガバナンス改革＞

・ちなみに、金融庁が「顧客本位の業務運営」が大事だというときに、話す側も聞く側も顧客本位の反対は利益至上主義だと暗黙の裡に前提していないだろうか。むしろ、利益至上主義と結びついた顧客本位こそが、本当に力のある顧客本位ではないか。

・「本部が毎年同じ戦略のままで前年より厳しいノルマを営業部隊にかけて締め上げる」というのは顧客本位ではもちろんないが、利益至上主義ですらなく、社内の偉い人が楽な仕事をして頑張った気持ちになれることを優先した社内秩序優先主義に過ぎないのではないかと思う。顧客本位の反対語は利益至上主義ではなくて社内秩序優先主義ではないかと思う。

・話がそれてしまったが、株主良し、顧客良し、世間良しをいずれも徹底して追及して、経済や社会の変革を先導できるような経営をサポートできるのが、コーポレートガバナンス・コード改訂の理想だろうと思う。

6. 個別商品の販売動向と課題（全体版5章参照）

■ 仕組債

- ・現状：販売額は、ここ数年、EB債（個別株価連動型の仕組債）を中心に相応の規模
- ・課題：中長期的な資産形成を目指す一般的な顧客ニーズに即した商品として、ふさわしいものとは考えにくい。

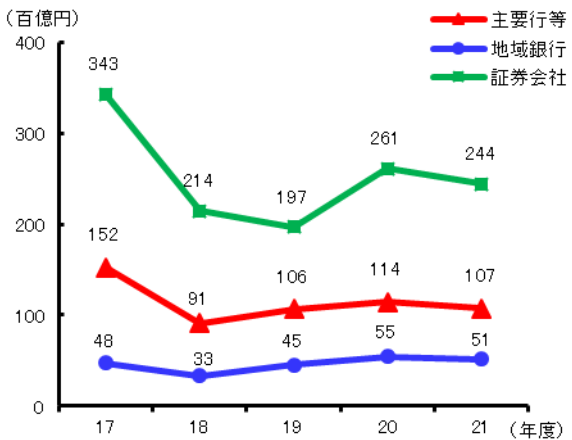
① 商品性に関する問題点

- ✓ 一般的な債券と異なり、当初予定の満期時に元本で償還される可能性が必ずしも高くないこと。
- ✓ 十分な金融知識がないと、リスクやコスト見合いのリターンの理解が困難なこと。

② 販売体制に関する問題点

- ✓ 顧客が負担するコスト開示や他の運用商品との比較説明といった観点で、商品説明が不十分であること。
- ✓ 顧客の最善の利益に資する真のニーズに応じた販売が行われていない可能性が高いこと。

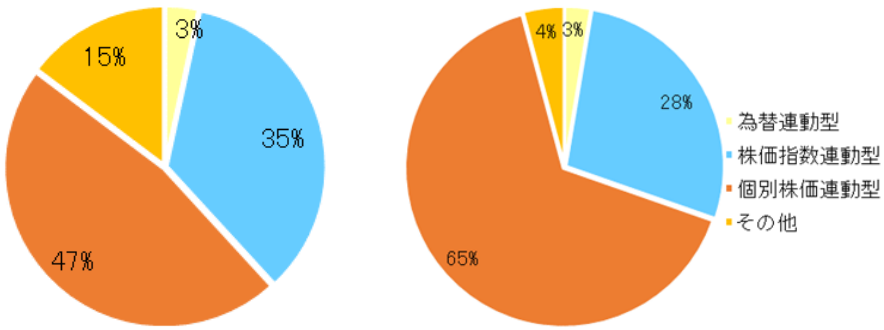
【仕組債の販売額の推移】



(注1)有効回答が得られた主要行等7行、地域銀行23行、証券会社6社を集計
(注2)銀行は仲介・紹介販売ベース。証券会社は、他社からの仲介・紹介含む。
(資料)金融庁

【仕組債の販売の種類別内訳】

(左:主要行等、右:大手証券会社等)



(注1)主要行等9行、大手証券会社等7行を集計
(注2)2021年度
(資料)金融庁

2. 顧客が求めているもの ～顧客意識調査の結果～

＜本2. の資料出典＞

▼リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果（令和3年6月30日）：項番もそのまま

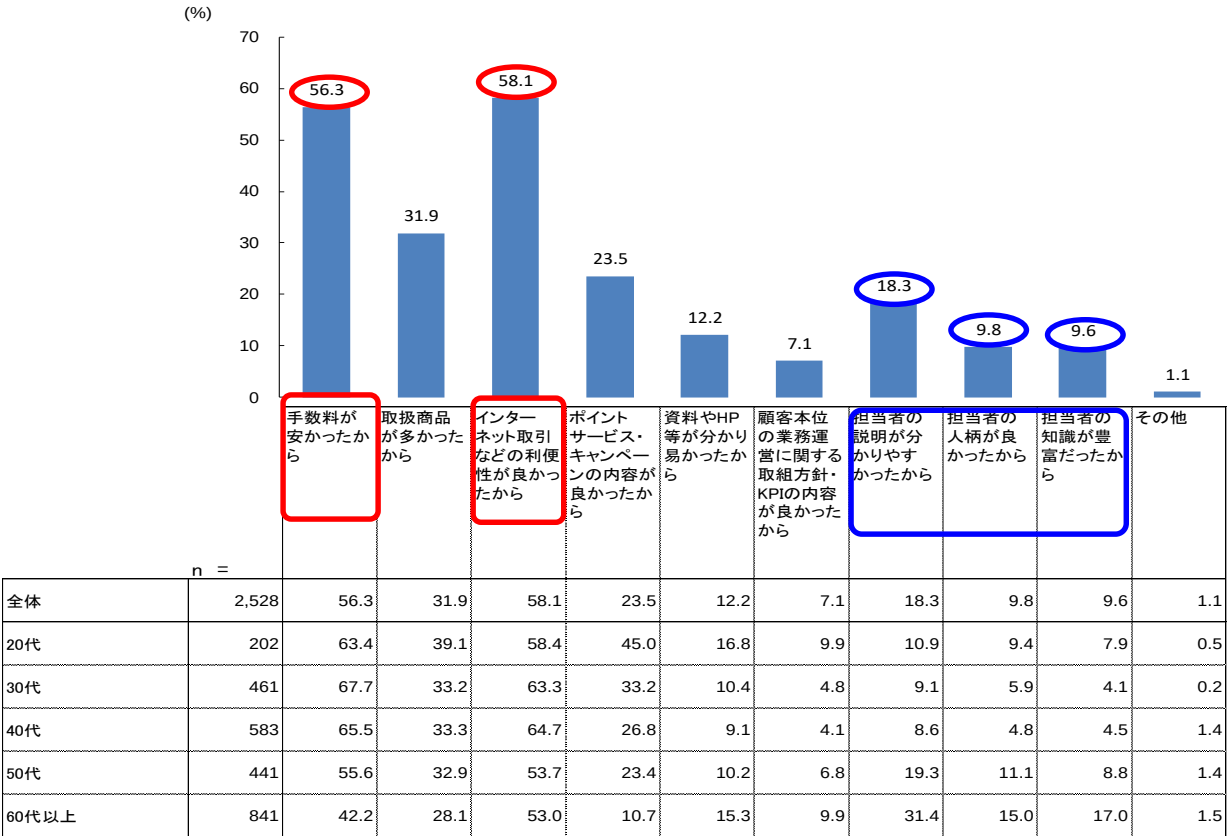
顧客意識調査:3. 金融機関選択

資産運用に関するサービス・取組が良いと思った理由(複数回答)

Q15. Q14で資産運用に関するサービス・取組が良いと思った方にお聞きします。資産運用に関するサービス・取組が良いと思った理由は何ですか。当てはまるものを全てお選びください。

回答傾向

- 「インターネット取引などの利便性が良かったから」、「手数料が安かったから」が過半数の回答を集めた。
- 「説明が分かりやすかったから」、「人柄が良かったから」、「知識が豊富だったから」の担当者関連の回答は、約1～2割に留まった。



顧客意識調査:2. 資産運用に関するイメージ等

資産運用に関する情報源

Q10. 資産運用に関する情報はどこから入手していますか。当てはまるものを全てお選びください。

回答傾向

- 投資経験者では、「インターネット上の記事」、「金融機関のHP」、「新聞」の順で回答を集めた。
- 未経験者では、「特にない」が過半数を占めた。

投資経験者



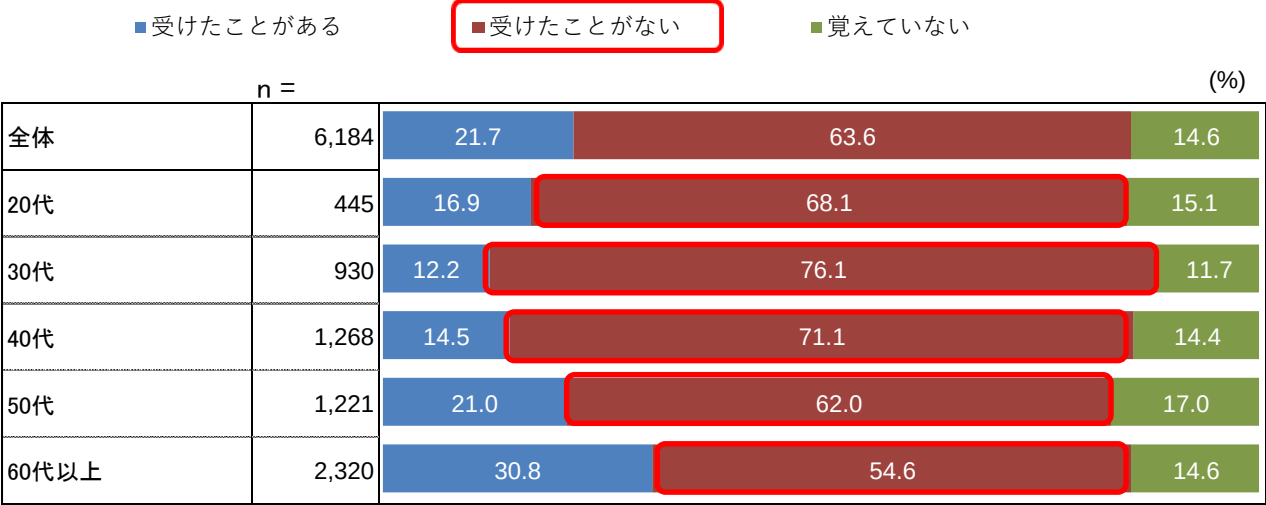
顧客意識調査:5. 顧客ニーズ

フォローアップの有無

Q41. リスク性金融商品を購入した後、メインで利用している金融機関（現在、利用している金融機関がない方は、直近、メインで利用していた金融機関）からフォローアップを受けたことはありますか。

回答傾向

■ 全ての年代において、「受けたことがない」との回答が過半数を占めた。



顧客意識調査: 5. 顧客ニーズ

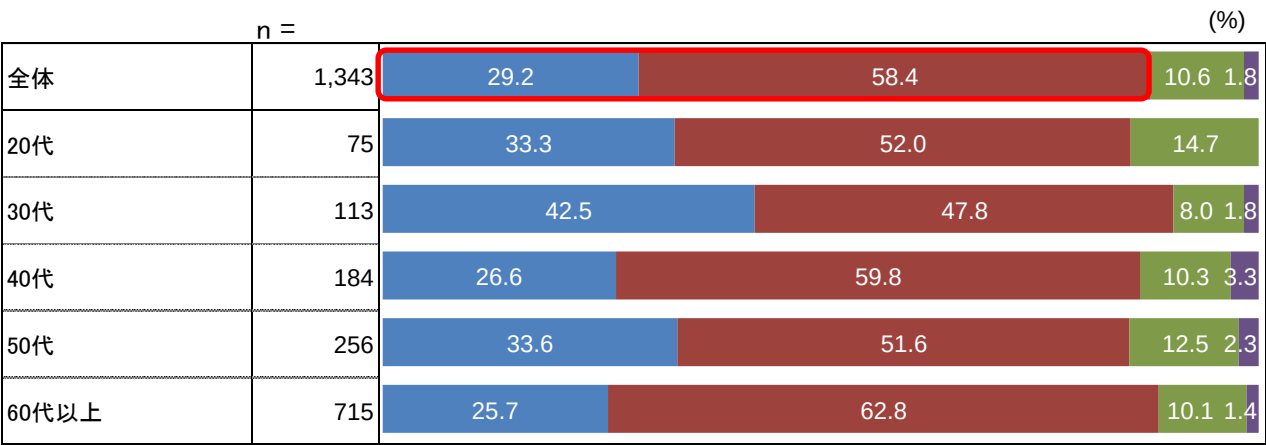
フォローアップは有益か

Q43. 金融機関のフォローアップは有益であると思いますか。 ※Q41において、「受けたことがある」と回答した者が対象。

回答傾向

- 全体では、フォローアップが有益であると感じた回答の合計が約9割を占めた。
- 一方、「非常に有益であり、対価を支払うに値するサービスと感じる」との回答は、3割程度に止まっている。

- 非常に有益であり、対価を払うに値するサービスと感じる
- ある程度有益だったが、対価を払うに値するサービスとは感じなかった
- あまり有益でなかった
- 全く有益でなかった



報告書のポイント

- 金融事業者が顧客に金融商品・サービスの販売・推奨等を行う場合、顧客のライフプラン等を踏まえて、適切なポートフォリオを提案するなど個々の顧客に寄り添ったふさわしい金融商品・サービスを提案することや取り扱う商品について、業法の枠を超えた横断的な他の類似・代替商品との比較が行われることが重要である。
- 金融商品・サービスの提供後においては、顧客の意向に基づき、ライフステージや資産状況などの顧客自身の変化や市場環境の変化に応じ、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が重要である。

顧客本位の業務運営に関する原則（改訂版）（抜粋）

【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

- 「顧客本位の業務運営に関する原則」の策定から3年が経過する中、その定着状況を検証し、更なる進展を目指す。
- 認知判断能力が低下した高齢顧客やその家族等に対して、顧客本位の観点から、安心で利便性の高い対応を充実。

「顧客本位の業務運営に関する原則」（2017年3月策定・公表）

- 国民の安定的な資産形成の実現に向けて、金融事業者は本原則を採択し、その取組の「見える化」により、顧客がより良い金融商品・サービスを選択するメカニズムの実現を図る（「プリンシプルベースのアプローチ」）。

【7つの原則】

1. 顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等

2. 顧客の最善の利益の追求

3. 利益相反の適切な管理

4. 手数料等の明確化

5. 重要な情報の分かりやすい提供

6. 顧客にふさわしいサービスの提供

7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

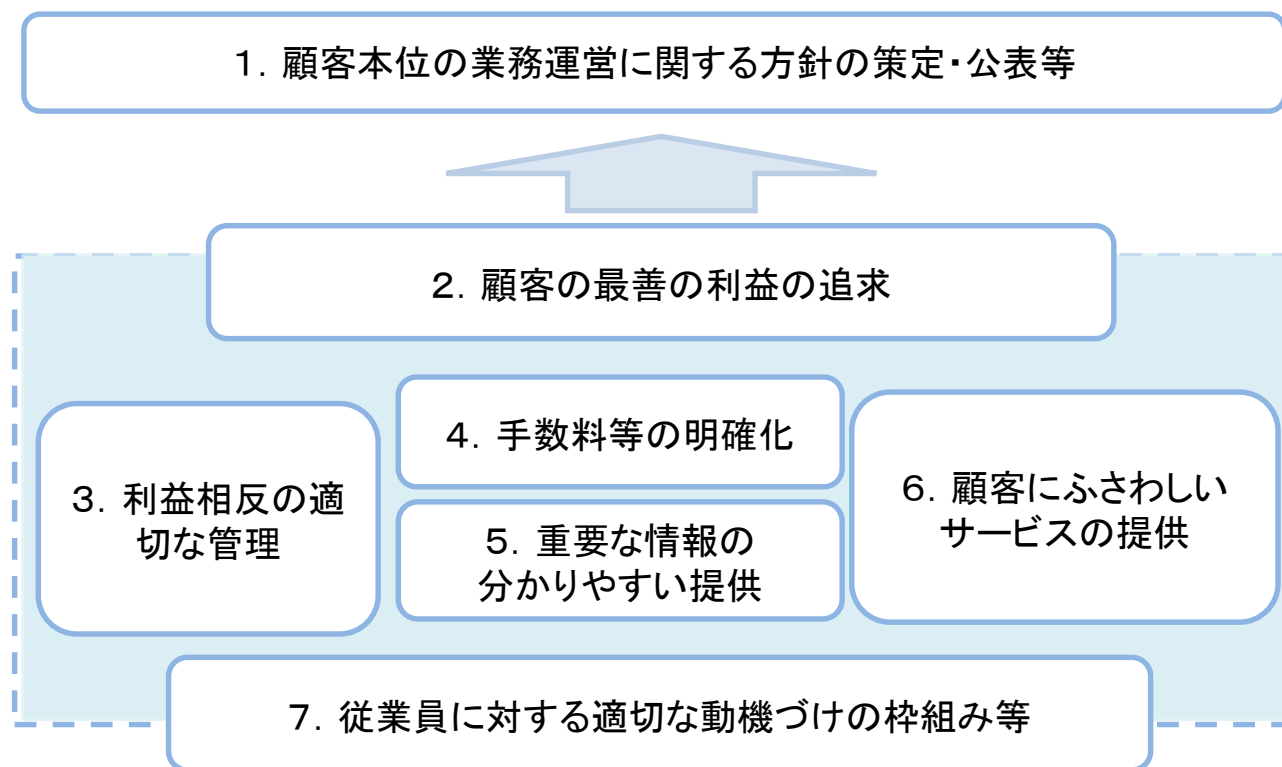
顧客本位の業務運営の更なる進展

- 「原則」の具体的内容の充実：実効性を高めていくため、原則により求められる具体的な取組（原則の注記）に以下を追加
 - ・ 顧客のライフプラン等を踏まえた業横断的な商品の提案及び商品提供後の適切なフォローアップの実施
 - ・ 金融商品の組成に携わる金融事業者による想定顧客の公表
 - ・ リスクや手数料、利益相反等の情報を比較できるよう、各業者・商品毎の共通の情報提供フォーム（「重要情報シート」）の導入
- ★ 「原則」の一層の浸透・定着：金融庁において、事業者の取組状況等を「原則」の項目毎に比較可能な形で公表
- 不適切な販売事例の効果的な抑制：法律上の誠実公正義務や適合性原則の内容を明確化するため監督指針を改正

3. 金融機関に求められるもの

「顧客本位の業務運営に関する原則」の概要

- 金融事業者は本原則を採択し、その取組みの「見える化」により、顧客がより良い金融商品・サービスを選択するメカニズムの実現を図る（プリンシプルベースのアプローチ）
- ベスト・プラクティスを目指す上で有用と考えられる原則として、金融事業者において幅広く採択されることを期待



顧客本位定着のための「見える化」

誰に「見える化」？

- ①顧客
- ②営業担当者
- ③経営陣
- ④金融監督当局

どの場面で「見える化」？

- ①営業現場（顧客—営業担当者）
- ②営業担当者と経営陣の対話
- ③組織の仕組み作り
- ④金融当局と事業者の対話

5. 取組の「見える化」や情報発信等の現状と課題（全体版4章参照）

(1) 「金融審議会 市場ワーキング・グループ」報告書を踏まえた金融庁の対応

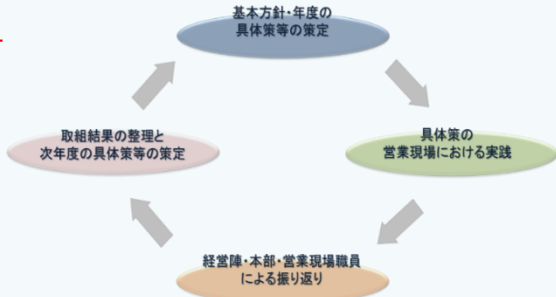
- ① 「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容ごとに対応した取組方針等を示していることが確認できた金融事業者を「金融事業者リスト」として公表（年4回） 総数：1,164 者
- ② 金融事業者の取組方針等に係る比較分析 …… (3) 金融庁による取組方針等の比較分析と課題に記載

(2) 金融庁による金融事業者の取組方針等の好事例の考え方

金融事業者には、以下の観点から取組方針等の記載内容に係る検証を通じて、経営陣から営業職員までが顧客に向き合う姿勢を考える契機とすることを期待

- ・ 顧客が金融事業者を選択するに当たり、分かりやすく有用な情報が示されているか。
- ・ 「原則」の趣旨・精神を自ら咀嚼した取組内容や、営業員をはじめとする従業員が、「原則」を実践するためにどのような行動をとるべきかが具体的に示されているか。

また、策定 → 実践 → 振り返り → 次年度の取組の検討といったサイクルによる定期的な見直しを期待



(3) 金融庁による取組方針等の比較分析と課題

主に銀行の取組方針等について、原則2～7の項目ごとに比較分析。引き続き、具体性に欠けるなどの多くの課題が認められたため、工夫事例や期待されるレベル感を提示

- (4) 金融庁による一般向けの情報発信 引き続き、様々な媒体を活用し、情報発信することが重要

金融事業者の取組方針と金融庁原則との対応関係

- 金融庁は金融事業者の取組方針等を本原則の項目ごとに比較できる金融事業者リストを公表
- リスト掲載に当たっては、顧客に有用な情報が提示されていることを前提とした上で、金融庁への報告が必要。
令和4年より、取組方針に基づく実践結果の報告が必要

主体的・積極的な対応

掲載不可

技術的対応が必要な先

- 原則を膨らませた内容。但し、
 - ① 対応関係が明確でない原則がある。
 - ② 実施しない場合の理由説明がない。

対応関係が不明確

内容・技術面ともに対応が必要な先

取組方針の内容が薄く、
原則との対応関係も不明

掲載可

対話をお願いしたい先

- 優
 - 表などで方針と原則との対応関係を明示
 - 原則を咀嚼し、膨らませた内容

- 良
 - 原則と取組方針の対応関係を明示
 - 原則を膨らませた内容

- 可
 - 原則とほぼ同じ文言
 - 方針の内容が薄い など

対応関係が明確

消極的な対応

4. 販売戦略・態勢整備および課題(全体版3章参照)

(1) 顧客の意向確認と提案プロセス

- ✓ 営業現場において、①提案ツールの活用、②顧客の運用資産全体を最適化する意識の定着に課題があり、資産全体の最適なポートフォリオの提案には必ずしも繋がっていない。

(2) 商品選定プロセス

① 営業現場での商品選定 / ② 本部による商品ラインアップの整備

- ✓ 顧客に最善の商品を提供するために、明確なプロセスや仕組みを定めた上で商品選定を行い、各顧客に適した商品を提案することが求められる。

③ インデックス投信の一物多価

- ✓ 同一インデックス投信が併存する場合には、自社のHPの検索機能の充実、対面・非対面で手数料に差異がある場合には、その明示など、顧客への情報提供の在り方についての検討が望まれる。

(3) フォローアップ

- ✓ 長期分散投資の実現のために、販売後においても、①定期的に顧客の意向を確認し、②顧客の保有資産全体を見ながら、③ポートフォリオの最適化のための提案を行うことが望まれる。

(4) 業績評価

- ✓ 自社の経営戦略と整合的な業績評価体系を整備し、営業現場に対し顧客本位の業務運営を動機付けることが求められる。

(5) 管理検証態勢

- ✓ 顧客本位の業務運営に関する取組にあたっては、様々な指標を用いて現状を把握し、それを踏まえて今後の取組の改善に繋げる、事後的な検証態勢(PDCAサイクル)の構築が重要。

- 業績評価については、「原則」においても、顧客の最善の利益を追求するための行動を促進するような業績評価体系を整備すべき旨、定められている。この中で、主要な販売会社は、預り資産残高や顧客基盤の拡大などに重点を置いた評価や定性評価を加味した評価に移行している先が多い。一方で、こうした業績評価体系のもとで期待される預り資産残高や顧客数の伸びには必ずしも繋がっていない。こうした業績評価体系が目指す営業員の行動に繋がっていないのはなぜか、あるいは、今後、成果として現れる前の過渡的な状況なのかといった点を検証の上、それに応じた工夫が必要であると考え。
- また、主要行等を中心に一部の販売会社においては、ここ数年、販売及び収益偏重の商品提案から顧客本位の商品提案に変革するために、販売額に基づく収益評価そのものを廃止する動きがみられる。
- しかし、廃止の結果、本来提案されるべきリバランス提案等についてまで停滞を招いたとの認識から、足下、販売額に基づく収益評価を再導入する動きもみられる。このように、業績評価体系に関しては、各社とも試行錯誤といった状況であるが、例えば、収益評価を再導入する場合には、販売額に基づく収益評価における課題として認識されてきた収益偏重が生じないか、長期的にみて安定的な資産形成に繋がる提案になっているか等を検証し続けることが重要である。
- 更に、一部の販売会社においては、こうした業績上の収益評価の見直しにとどまらず資産残高連動手数料を導入する動きも出始めている。

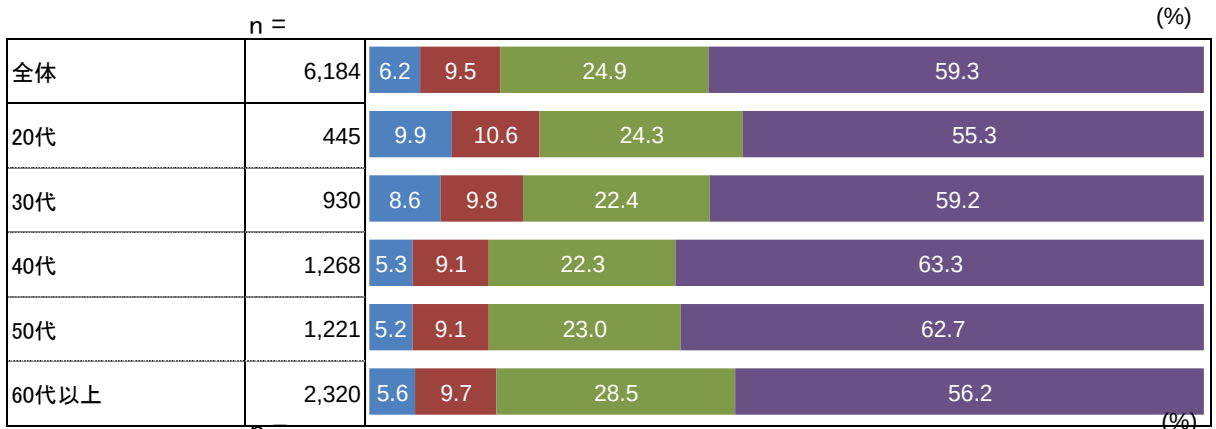
顧客の認識

取組方針・KPIの確認経験

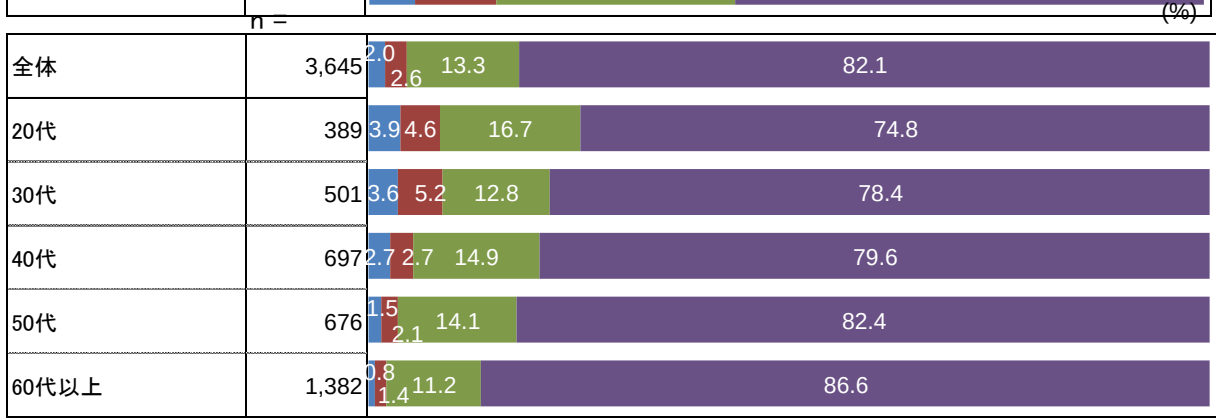
Q51. 金融機関が公表している顧客本位の業務運営に関する取組方針・KPIを確認したことはありますか。取引をしている金融機関に限らず、どこの金融機関についてでも結構です。

投資経験者

- 確認したことがあり、役に立った
- 確認したことはあるが、役に立たなかった
- 知っているが、確認したことはない
- 知らない



投資未経験者



(資料)リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果(令和3年6月30日)より抜粋

➤ 「業界団体との意見交換会において金融庁が提起した主な論点」（令和４年９月）

3. 顧客本位の業務運営に関する「金融事業者リスト」の公表について

- （略）、金融事業者リストは、より良い取組みを行う金融事業者が顧客から選択されるメカニズムの実現を目指す観点から、原則を採択の上、原則との対応関係を明らかにした取組方針を策定し、それに基づいた取組状況を公表した金融事業者の報告を取りまとめ、９月９日に公表。
- 一方、金融事業者からの報告や公表内容を確認したところ、原則の文言を形式的になぞるだけで「自らの取組方針とそれに対応した取組状況が十分に示されていない事例」や「取組状況を踏まえた取組方針の見直しが行われていない事例」が認められるなど、顧客本位の業務運営の重要性や「見える化」の趣旨が十分に理解されていないことが窺われた。
- 実際、７～８月に、地域銀行との間で意見交換を行ったところ、
 - ・ 多くの先において、中期経営計画のリテールビジネス戦略と取組方針等とが整合的でない、
 - ・ ７割の先において、顧客の意見を補完し得る社外取締役を交えた議論が行われていない、
 - ・ 取組方針の内容が十分でないにも関わらず、原則と対応させるのみで十分な見直しを行っていない先も依然として少なくない。
- 金融事業者が顧客本位の業務運営の「見える化」に取り組むことは、
 - ・ 自らの取組みの差別化を示すことができるなど、顧客を含む様々なステークホルダーに対するPRになる、
 - ・ 経営陣が営業職員の顧客に向き合う姿勢を検証できる、
 - ・ 営業職員が日頃の営業姿勢を見直す良い契機にもなると考えられ、各社においては、その趣旨を理解の上、経営陣の十分な関与の下で、しっかりとご対応いただきたい。

【参考】本事務年度の金融行政のポイント

I. 経済や国民生活の安定を支え、その後の成長へと繋ぐ

～モニタリング方針～ 業態横断的なモニタリング方針②

【顧客本位の業務運営】

- 国民が安定的な資産形成を行うためには、金融機関による顧客本位の業務運営の確保が欠かせない。このため、
 - ✓ 金融機関において、**顧客の資産形成に資する商品組成・販売・管理等を行う態勢**が構築されているかモニタリングを行う。特に、**仕組債については、経営陣においてその取扱いを十分に検討しているか等**についてモニタリングを行う。
 - ✓ 金融機関の具体的な取組みが「顧客本位の業務運営に関する原則」に基づき金融機関が策定・公表した**取組方針の中で明確化**されているか、**営業現場において定着しているか**についてモニタリングを行う。

【顧客に寄り添った利用者サービス】

- 高齢化やグローバル化の進展など、我が国経済社会の急速な変化を踏まえ、**全ての利用者がそれぞれのニーズに応じた利便性の高い金融サービスを受けられるよう、金融機関及び業界団体に対し、例えば次のような、顧客に寄り添った丁寧な対応を促していく。**
 - ✓ **高齢者**：認知判断能力が低下した顧客の取引を親族等が代理する場合における対応などについて、顧客利便の向上を図ると同時にトラブルを防止する観点から、取組みを支援
 - ✓ **障がい者**：障がい者に配慮した施設等の整備や電話リレーサービスへの対応を含む研修等を通じた現場職員による対応の徹底など、社会的障壁の除去に向けた取組みを一層促す
 - ✓ **女性活躍**：旧姓名義による口座開設等の対応状況の実態把握結果も踏まえ、一層前向きな対応を促す
 - ✓ **外国人**：在留外国人の増加が見込まれることから、円滑な口座開設等に資する情報や注意点を利用者等に周知するとともに、手続きの円滑化・効率化など、利便性向上に向けた取組みを一層推進する

【多重債務者問題への対応】

- **成年年齢の引下げ**を踏まえ、18歳・19歳の若年者が過大な債務を負うことがないように、注意喚起を行うとともに、金融機関の取組みを促す。また、貸金業者等における**若年者への貸付状況等**について重点的にモニタリングを行う。
- **ヤミ金融の新たな手口**に対しては、注意喚起を強化するとともに、捜査当局との連携により**厳正に対処**していく。

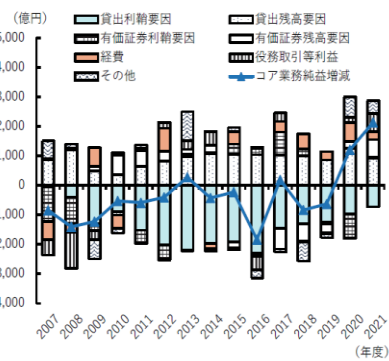
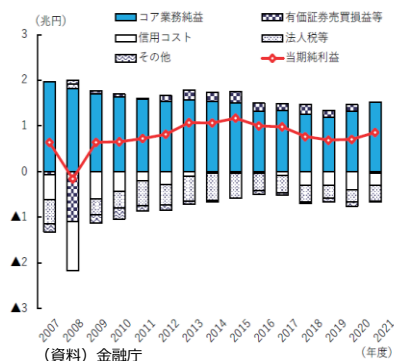
I. 経済や国民生活の安定を支え、その後の成長へと繋ぐ

～業種別モニタリング方針②～

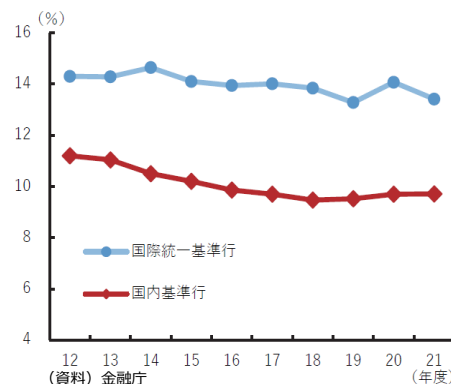
【地域金融機関】

- 地域銀行がさらに経営改革を進めていくためには、**時間軸を意識しながら、自ら経営戦略を描き、必要な手段を選択し、実行していく経営力が必要**となる。地域銀行の経営トップと対話を行い、経営改革に向けた取組みを促す。
 - 株主や取締役会によるガバナンスの発揮状況や、人的投資・人材育成の取組み**について、経営トップをはじめとする各層の役職員や社外取締役等と対話を行う。
 - リスク性金融商品の販売**に関し、顧客本位の業務運営に関する論点にくわえて、経営戦略における位置付けについて、対話を実施する。
 - リスクテイクの状況に応じたリスク管理の高度化を進めるため、大口与信先を含む**信用リスクの管理**状況、短期的な市場変動への対応も含めた**有価証券運用の管理**状況等について、必要に応じて検査等も活用し、モニタリングしていく。
 - 協同組織金融機関については、中小・零細事業者の多様なニーズに応じた支援を通じて地域課題の解決に貢献し、自らも持続可能な経営を確立していけるよう、**金融仲介機能の発揮状況等**について対話を進めるとともに、新規業務や中央機関のサポート等を活用した**経営基盤の強化**を促す。
- また、信用・市場リスクの見通し等を踏まえ、**先々の収益性・健全性**に与える影響を見据えた早め早めの取組みを促す。中央機関については、協同組織金融機関による地域課題の解決に資する取組みへの支援を進めることを促す。

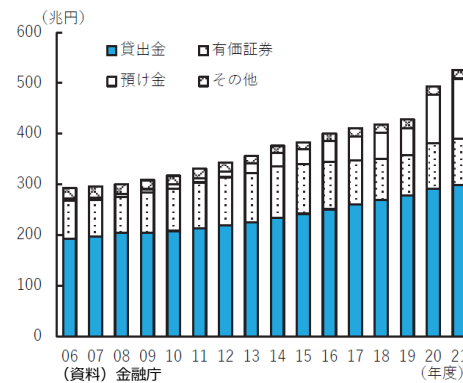
地域銀行の純利益の推移とコア業務純益の増減要因



自己資本比率の推移



資産の状況



Ⅱ. 社会課題解決による新たな成長が国民に還元される金融システムを構築する

～国民の安定的な資産形成と資本市場の活性化②～

【国民の安定的な資産形成の促進】

■ 貯蓄から投資へ

- 2022年末に「資産所得倍増プラン」を策定することも踏まえ、NISAの抜本的拡充に向け検討を行う。
 - 簡素で分かりやすく、長期にわたって少額からでも資産形成に取り組みやすいような安定的な制度-
 - 幅広い年齢層や様々なライフスタイルに応じて、使い勝手が良いもの-

■ 金融リテラシーの向上

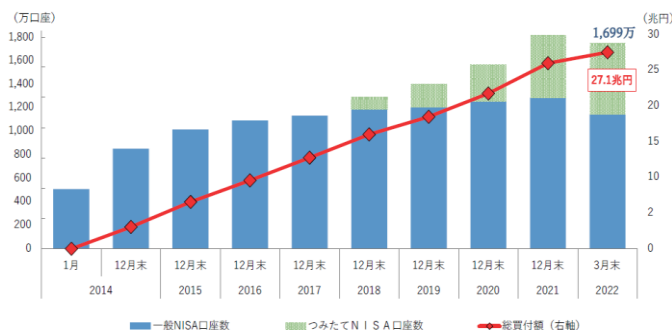
- 新学習指導要領に対応した授業の円滑な実施を支援するため、教育現場と連携し、指導教材や授業動画を活用した出張授業や、教員向けの研修を実施する。
- 民間における取組みの実態を把握し、これらと有効に連携しつつ、国全体として、中立的立場から、資産形成に関する金融経済教育の機会提供に向けた取組みを推進するための体制を検討する。

■ 顧客本位の業務運営

資産運用会社等のプロダクトガバナンスの推進やその確保のためのガバナンスの強化に向けて、「顧客本位の業務運営に関する原則」の見直し等を検討する。

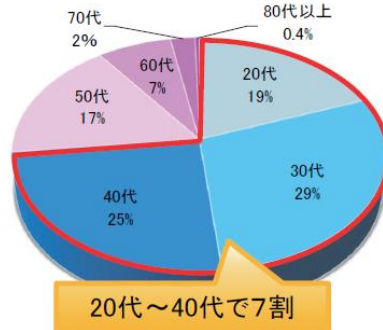
- 適切な勧誘や助言が行われるための制度的枠組みの検討を行い、顧客の資産形成に向けたコンサルティングやアドバイスに関するビジネスの健全な発展を促すとともに、金融事業者が提供するサービスの向上に向けて、デジタルツールも活用した顧客への情報提供の充実等に向けた制度面の検討を行う。

NISA（一般・つみたて）の口座数と稼働率の推移



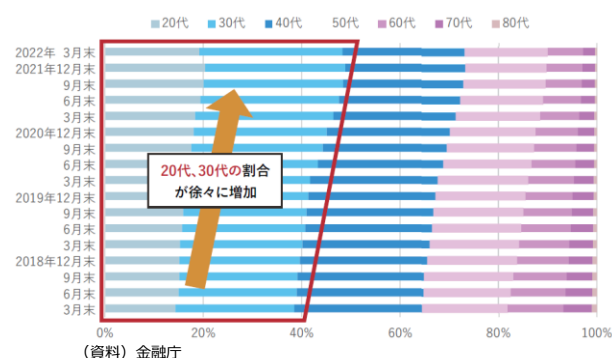
(資料) 金融庁

つみたてNISA口座開設状況



(資料) 金融庁

つみたてNISAの世代別比率の推移



(資料) 金融庁

ご清聴ありがとうございました！