

顧客本位の現状と課題



令和4年12月2日
金融庁

2022事務年度 金融行政方針（2022年8月公表）

I. 経済や国民生活の安定を支え、その後の成長へと繋ぐ

- 資金繰りや経営改善・事業転換・事業再生等の事業者に寄り添った支援を、金融機関に対して促す。
- 事業者支援能力の向上に向け、地域金融機関のノウハウ共有や経営人材マッチングの促進などを行う。
- 経営者保証に依存しない融資慣行の確立や、事業全体に対する担保権の早期制度化に取り組む。
- 金融機関の経営基盤の強化と健全性の確保に向け、ガバナンスの強化や、与信・有価証券運用・外貨流動性に関するリスク管理態勢の強化を促す。
- 利用者目線に立った金融サービスの普及に向け、複雑な金融商品の取扱いを含め、金融商品の組成・販売・管理等に関する態勢整備を促す。
- マネロン対策等やサイバーセキュリティ、システムリスク管理態勢の強化に向け、世界情勢等を踏まえた対応を促す。

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のため、「資産所得倍増プラン」の策定も踏まえ、NISAの抜本的拡充や国民の金融リテラシーの向上、金融事業者による顧客本位の業務運営の確保に取り組む。
- スタートアップなど成長企業に対する円滑な資金供給を促すため、資本市場の機能強化に取り組む。
- 企業情報の開示について、人的資本を含む非財務情報の充実や四半期開示の見直しに取り組む。
- サステナブルファイナンスを推進するため、企業と金融機関が対話をするためのガイドラインの策定やインパクト投資の促進等に取り組む。特に気候変動については、トランジションファイナンス推進のための環境整備を進める。
- デジタル社会の実現に向け、Web3.0やメタバース等の発展に向けた動きを金融面から推進する。
- 国際金融センターの発展に向け、海外資産運用業者等の参入促進に向けた環境整備に引き続き取り組む。

III. 金融行政をさらに進化させる

- 金融行政の組織力向上のため、職員の専門性向上を図るとともに、データ活用的高度化による多面的な実態把握を推進する。
- 国内外への政策発信力の強化のため、国際的ネットワークの強化を図るとともに、タイムリーで効果的・効率的な情報発信に取り組む。

国民の安定的な資産形成

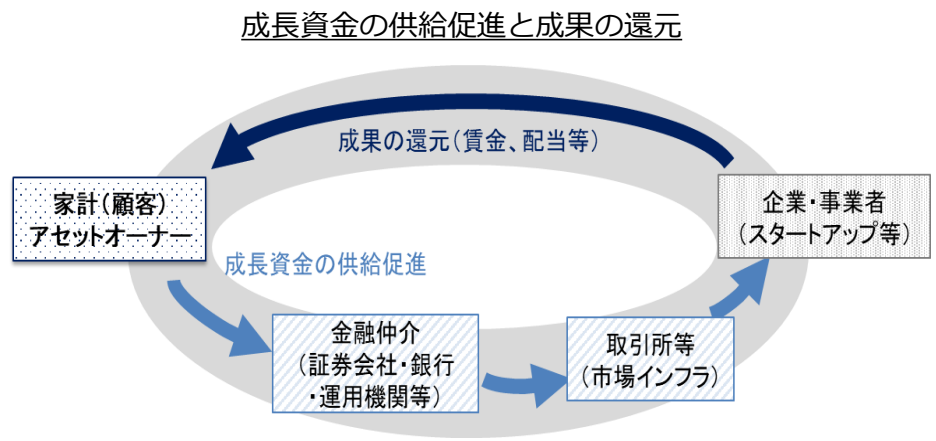
- 国民が安定的な資産形成を行うためには、金融商品の販売、助言、商品開発、資産管理、運用等を行う金融事業者による顧客本位の業務運営を確保することが重要。

◆ 課題

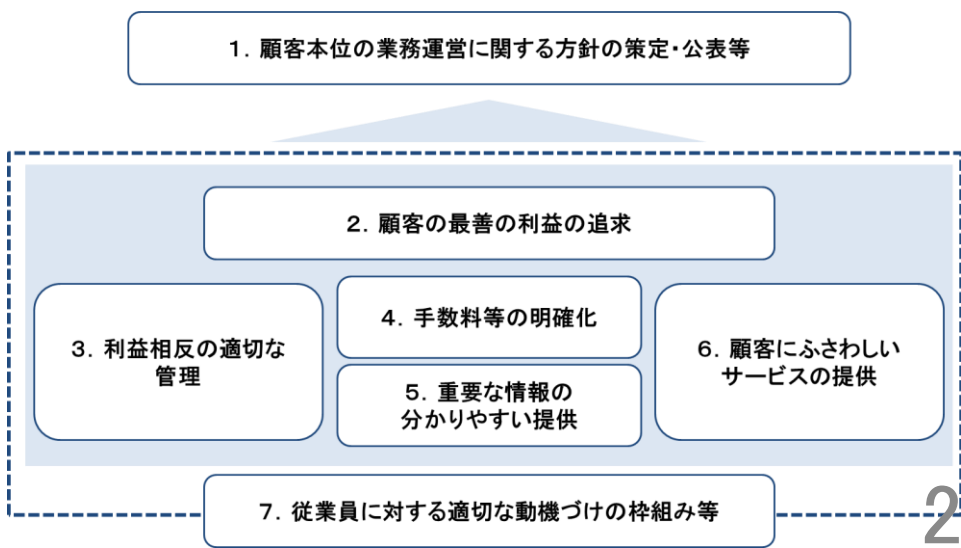
- ✓ **販売会社**：リスクが分かりにくく、コストが合理的でない可能性のある商品を十分な説明なく推奨・販売
※仕組債
- ✓ **アセットオーナー**：運用の専門家の活用不足や運用機関の選定プロセス
- ✓ **資産運用業**：顧客の利益より販売促進を優先した金融商品の組成・管理
※ESG投信

◆ 対応

- ✓ 顧客や受益者の利益を第一に考えた立場からの業務運営を求めるための制度のあり方について検討



顧客本位の業務運営に関する原則

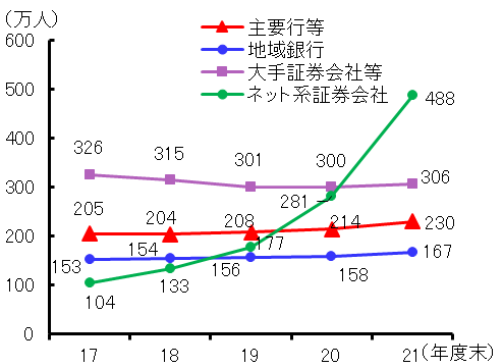


3. リスク性金融商品販売等にかかるビジネス概要（全体版2章参照）

（出典）「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」（令和4年6月）

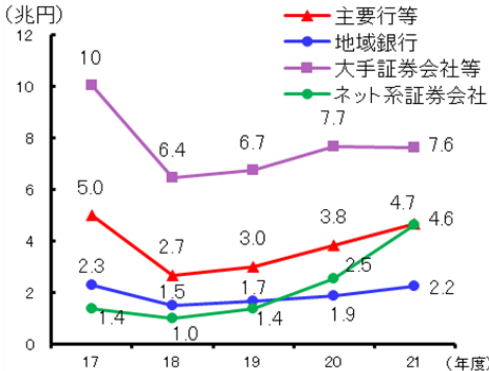
- 経営戦略・ビジネスモデルの転換等に向けた取組みと実績
 - ✓ 投資信託の保有顧客数の増加など、貯蓄から資産形成への意識は一定程度広がっている。
 - ✓ 販売会社の経営戦略は、①顧客セグメント毎のアプローチ明確化、②フローからストックへの転換、③銀証連携の動きが一段と明確化
 - ✓ ネット系証券は低コストに基づく若年層の取り込みに奏功し、保有顧客数は顕著に増加
- 各業態が目指す経営戦略の実現に向けた課題
 - ✓ 銀行：対面の特性を活かした経営戦略の一段の具体化・銀証連携に伴う課題への対応
 - ✓ 大手証券会社：ストック収益に基づくビジネスモデルの一段の実践
 - ✓ ネット系証券会社：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】



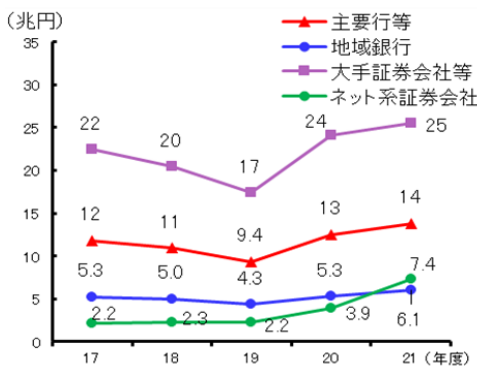
(注1) 有効回答が得られた主要行等8行、地域銀行22行、大手証券会社等8社（20年度以降は経営統合により7社）、ネット系証券会社5社を集計
(注2) 銀行の投資信託は、自行販売ベース
(注3) 対象は、年度末時点で残高のある個人顧客
(資料) 金融庁

【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】



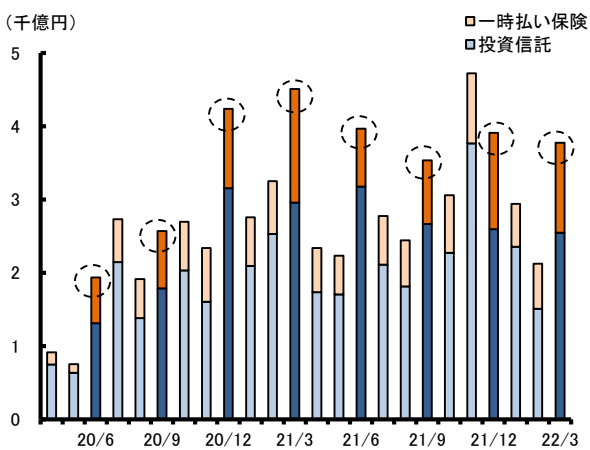
(注1) 有効回答が得られた主要行等8行、地域銀行24行、大手証券会社等8社（20年度以降は経営統合により7社）、ネット系証券会社5社を集計
(注2) 銀行にて販売した商品は、自行販売、仲介販売の合算ベース
(資料) 金融庁

◆ リスク性金融商品の月次販売額は、特に主要行等・地域銀行においては、四半期末（3月、6月、9月、12月）の月次販売額が大きく伸びている。

（出典）「投資信託等の販売会社に関する定量データ集」（平成4年6月）

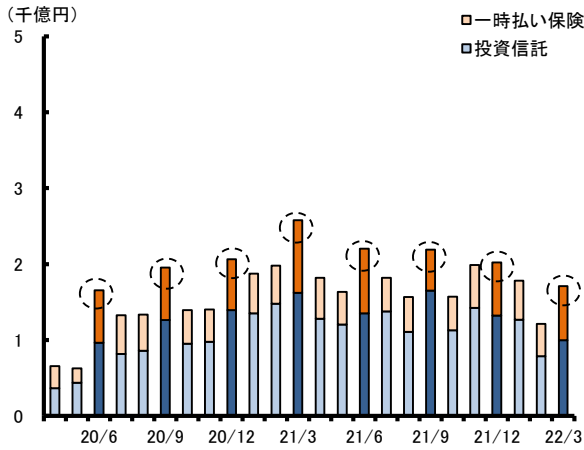
リスク性金融商品の月次販売額推移

【主要行等】



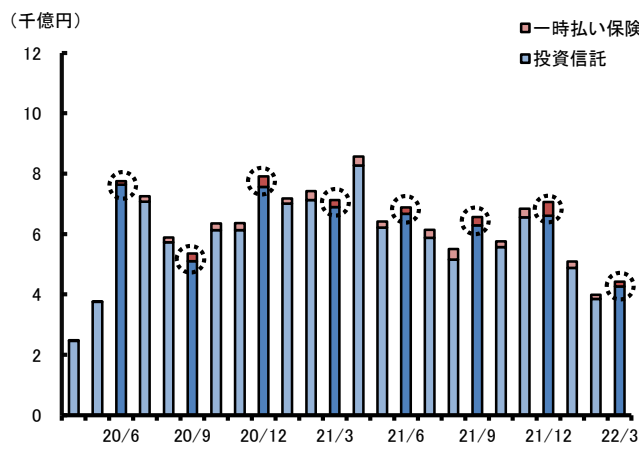
（注1）主要行等9行を集計
（注2）20年4月から22年3月までの24か月間の、一時払い保険及び投資信託の合計販売額の推移
（資料）金融庁

【地域銀行】



（注1）地域銀行15行を集計
（注2）20年4月から22年3月までの24か月間の、一時払い保険及び投資信託の合計販売額の推移
（資料）金融庁

【大手証券会社等】



（注1）大手証券会社等5社を集計
（注2）20年4月から22年3月までの24か月間の、一時払い保険及び投資信託の合計販売額の推移
（資料）金融庁

5. 取組みの「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

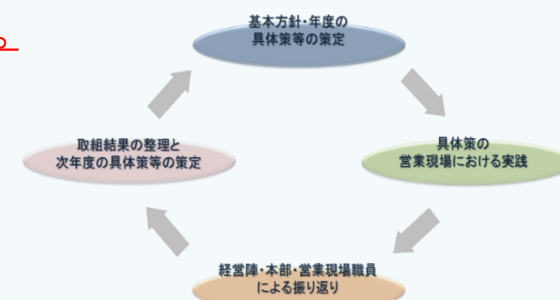
- ① 「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容ごとに対応した取組方針等を示していることが確認できた金融事業者を「金融事業者リスト」として公表(年4回) 総数:698者(10/7日現在)
- ② 金融事業者の取組方針等に係る比較分析 …… (3) 金融庁による取組方針等の比較分析と課題に記載

(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

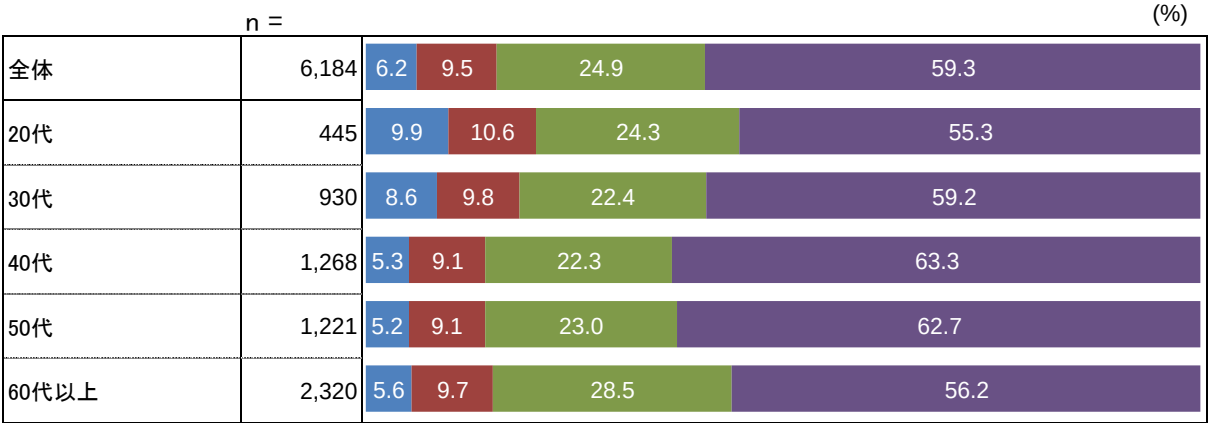
引き続き、様々な媒体を活用し、情報発信することが重要

「見える化」における課題①

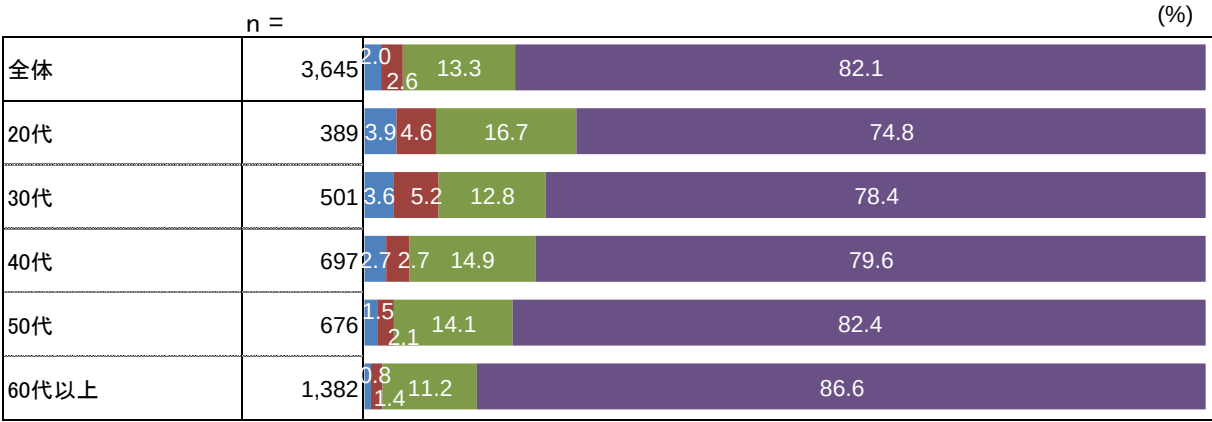
Q51. 金融機関が公表している顧客本位の業務運営に関する取組方針・KPIを確認したことはありますか。取引をしている金融機関に限らず、どこの金融機関についてでも結構です。

■ 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

投資経験者



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

「見える化」における課題②

➤ 「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。

① 商品性の課題

- ✓ 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
- ✓ デリバティブの知識がないと損失の見極めができず、リスクに見合ったリターンの理解がしにくい
⇒ 最近の市況の変動により顕在化

② 販売体制の課題

- ✓ 顧客が実質的に負担するコストが十分に開示されていない
- ✓ 顧客の「最善の利益」に資するための、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

③ 経営陣の課題

- ✓ 仕組債を販売する金融機関の経営陣が、上記のような課題について十分に認識していなかった

仕組債に関して寄せられた苦情

相談・苦情件数

仕組債の相談・苦情件数(A)

	2019年度		2020年度		2021年度	
		(A)／(B)		(A)／(B)		(A)／(B)
相談	446	58.2%	272	46.6%	189	50.7%
苦情	226	72.9%	189	67.5%	152	61.5%
相談・苦情計	672	62.5%	461	53.4%	341	55.0%

債券の相談・苦情件数(B)

2019年度	2020年度	2021年度
766	584	373
310	280	247
1,076	864	620

(出所) 日本証券業協会ホームページ「(証券・金融商品あっせん相談センター(FINMAC))あっせん、苦情、相談処理状況について(年度毎)」

紛争事例

	紛争概要(申立人の主張)	紛争解決委員の見解
①	証券会社担当者は、商品性等について詳しい説明を行うことなく、申立人に期限前償還条項付き仕組債の勧誘を行い、次々と購入させた。市況の悪化により大きな損失を被った。(60代前半女性)	家族全体の預り資産の合計の約8割を仕組債が占めていることは、適合性の観点からみて配慮が欠けていたものとする。
②	証券会社担当者から仕組債の買付を勧誘され、詳しい説明を受けることなく商品性等を理解できないまま購入し、市況の悪化により大きな損害を被った。(80代前半男性)	申立人が承諾の上、ブラジルレアルを参照通貨とした仕組債を購入しているが、申立人は高齢であり、償還期限が10年であることや、いったんは購入を断っていることを踏まえると、被申立人には配慮が必要であった。

(出所) FINMAC紛争解決手続事例(2021年10～12月、2022年1月～3月)を元に作成。

業界の動き

- EB債の個人向け販売を全面停止、もしくは、富裕層以外の先への販売を停止する金融機関が相次いでいる。
- 課題となっていたコストの開示についても対応を検討、もしくは、一部で既に開始する先が増えつつある。

金融庁の対応

- 令和3事務年度来、これまで、EB債を含む仕組債について、各金融機関の「顧客本位の業務運営」の取組み方針に照らした課題を認識し、個別の対話や各業界との意見交換会で販売態勢を検証するよう要請。
- 主要金融機関に対する昨事務年度末のモニタリングのフィードバックで課題を指摘したほか、令和4年6月公表の「顧客本位の業務運営に関するモニタリングレポート」等の公表資料においても問題点を分析・提示。
- 令和4年7月以降、金融行政方針でも課題提示の上、モニタリングを強化。
⇒ 改めて、仕組債で典型的に見られた課題の自己検証を要請。なお、販売停止を表明した先にも引き続き検証状況を確認。
- 不十分なコスト開示や、真の顧客ニーズを踏まえない商品の販売といった課題は、仕組債以外の商品でも起こり得る。このため、各金融機関に対して個人向け商品の販売態勢の再検証を、経営レベルでの検討も含めて、求めていく。

他のリスク性金融商品の検証

➤ 「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）

4. 安定的な資産形成を目指す顧客に相応しくない商品の販売について

- 『金融行政方針』にも記載したが、一般の利用者から、安定的な資産形成を目指す顧客にはふさわしくない商品を金融機関が提案・販売しているといった相談が金融庁に寄せられている。
- 各金融機関から提出のあったデータからも実質手数料が不透明で、顧客による適切な投資判断が困難な商品が相当程度販売されていることを確認している。
- こうしたことは、多くの金融機関において、自らの取組方針の中で、「顧客に最善の商品の提案」や「手数料の透明化」を掲げている点と矛盾している（可能性がある）。こうした取組方針の記述が、実際の商品の販売や手数料の開示状況と整合的なのか、金融機関において自発的に確認しているかを重点的に検証する。
- （中略）リスク性商品を幅広く取り扱っている先については、商品間の相対的な評価が課題となる。取組方針の中で、「顧客に最善の商品の提案」や「利益相反の管理」と述べている以上、当然、商品ラインナップについて相応の選別がなされ、販売の際に利益相反が起きないような態勢が構築されるべきであり、この点について重点的に検証する。
- 最後に、こうした取組方針の実践状況の管理検証にあたっては、本部リテール部門などの第1線の現場任せにせず、経営陣や2線・3線が、その進捗状況を管理検証する態勢の構築が必要である。
- 現在、仕組債が問題と認識しているが、以上で挙げた問題と同様の課題は、仕組債以外の既存の商品や、今後現れる新たな商品でもありうる。金融庁が問題視した特定分野についてのみ受動的に後から対応するのではなく、むしろ金融庁に先んじて自発的に改善を図っていただきたい。