

全銀協におけるAML/CFTの重要な取組みに関する広報活動

2021年11月26日

一般社団法人全国銀行協会

1. 継続的顧客管理

AML/CFTの重要な取組みの一つが「**継続的顧客管理**」

継続的顧客管理とは

- ✓ 顧客の最新情報に基づいたリスクの特定・評価を行い、リスクに応じた適切な措置を講じるため、最新の顧客情報を定期的に確認する行為。
- ✓ 具体的には、既存顧客へDM等を送付し、顧客の最新情報(個人であれば、氏名・住所・職業・お取引の目的等、法人であれば名称・住所・事業内容・お取引の目的・実質的支配者等)を確認している。

(各種質問の内容や記入を依頼する各種書面、確認の方法は、個人・法人の別、リスクカテゴリーによって異なる)

本年8月に公表された**FATFの審査結果**でも継続的顧客管理の対応強化が要請されている

日本は、以下に取り組むべきである。

- a) 金融機関、暗号資産交換業者、DNFBPs が AML/CFT に係る義務を理解し、適時かつ効果的な方法でこれらの義務を導入・実施するようにする。

これらにおいては、事業者ごとのリスク評価の導入・実施、**リスクベースでの継続的な顧客管理**、取引のモニタリング、資産凍結措置の実施、実質的支配者情報の収集と保持を優先する

(財務省公表資料 FATF報告書概要より抜粋)

2. 継続的顧客管理に対するお客さまからの苦情

継続的顧客管理に対しては苦情が多く寄せられ、回答率も低いのが現状。

(全銀協相談室に寄せられた相談・苦情例)

- ✓ 間違いなく銀行からの手紙なのか。真正なものなのか。
- ✓ 数十年取引しているのに、なぜこのような内容の書面に改めて回答しないといけないのか。
- ✓ 調査の対象とされたことが不満である。
- ✓ 問い合わせ(金融資産や総資産、年収など)について答えたくない項目がある。
- ✓ 適切に対応しない場合は一部取引を制限すると書かれているが、銀行が一方的にそのようなことができるのか。
- ✓ なぜ自分に送られてきたのか。家族には送られていない。

苦情に繋がる要因

- ✓ マネロン・テロ資金供与といったものが身近に感じにくく、対策の重要性が理解しづらい。
- ✓ 自分の顧客情報を確認することがなぜマネロン対策につながるのか分かりにくい(自分が疑われてると感じてしまう)

3. 銀行業界の取組み

会員銀行のAML/CFT対策についてお客さまの理解を得るべく、全銀協では2018年度から金融庁と連携し、継続的に広報活動を実施。今年度も昨年度に引き続き「継続的な顧客管理」をテーマに、以下の広報活動を実施中。

TVCM	新聞記事広告	YouTube・ディスプレイ広告
 	 	<p>【YouTube広告】</p>  <p>【ディスプレイ広告】</p> 
<ul style="list-style-type: none"> ・全国で30秒のTVCMを放送 ・実施期間: 10/16～10/22 	<ul style="list-style-type: none"> ・全銀協会長と、東京オリンピック銅メダリストの野口啓代さん(フリークライマー)との対談記事 ・実施時期: 11/25の読売新聞朝刊 	<ul style="list-style-type: none"> ・YouTubeでの30秒と120秒の動画広告、及びディスプレイ広告 ・実施時期: 10/4～12/27

4. 国民の理解醸成に向けた課題

- 国民の理解醸成のためには、継続的な広報活動が不可欠。
AML/CFTは複雑な内容であることから、いかにわかりやすく伝えるかが重要。

継続的顧客管理において国民にご理解いただきたい項目

- ✓ マネロン・テロ資金供与の意味
- ✓ 日本でも特殊詐欺等に銀行口座が利用され、マネロン等を目的とした不正利用が頻発していること(身近な問題であること)
- ✓ AML/CFTは国際的に求められている対応であり、国として対応が必須であること(AML/CFTの重要性)
- ✓ なぜ顧客情報の確認がAML/CFTに繋がるのか、その理由
- ✓ 特定事業者(※)がどのような取り組みを行っているのか、顧客に求められる具体的な対応

(※)特定事業者： 犯収法上の取引時確認等の義務を負う事業者。金融機関・ファイナンスリース業者・クレジットカード事業者等

 官民一体で取り組んでいくべき課題であり、業界による広報活動だけでは限界もある。
政府からの広報も国民の理解醸成には非常に重要であるため、ご協力いただきたい。

以上



一般社団法人

全国銀行協会