

金融庁 提出資料

規制改革推進会議 経済活性化ワーキング・グループ
2021年12月2日

契約締結前交付書面等におけるデジタル化と顧客本位の業務運営の観点からの情報提供の推進

目論見書

- 顧客の意思表示があれば電磁的方法による記載事項の提供が可能。
- また、本年2月の府令改正において、商品比較の容易性向上の観点から、目論見書をWEB等で確認するために必要な情報を含む「重要情報シート」を提供し、かつ、契約締結前交付書面の主な内容について、顧客の知識、経験、財産の状況及び目的に照らして当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度による説明をしている場合は、目論見書の記載事項をWEB等に掲載することで可とした。

契約締結前交付書面

- 顧客の意思表示があれば電磁的方法による記載事項の提供が可能。
- また、令和2年4月及び本年2月の府令改正において以下の措置を実施。
 - （令和2年4月）デジタル化による顧客の利便性向上の観点から、上場有価証券等のプレーンな商品に係る契約締結前交付書面については、一度当該書面を交付すれば、その後は当該書面の記載事項をWEB等に掲載することで可とした。
 - （令和3年2月）商品比較の容易性向上の観点から、契約締結前交付書面をWEB等で確認するために必要な情報を含む「重要情報シート」を提供し、かつ、契約締結前交付書面の主な内容について、顧客の知識、経験、財産の状況及び目的に照らして当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度による説明をしている場合は、契約締結前交付書面の記載事項をWEB等に掲載することで可とした。

契約締結時交付書面

- 顧客の意思表示があれば電磁的方法による記載事項の提供が可能。

投資信託の運用報告書

- 交付運用報告書・・・顧客の意思表示があれば電磁的方法による記載事項の提供が可能。
- 運用報告書(全体版)・・・投資信託約款で電磁的方法による提供を行う旨規定している場合（顧客の意思表示がなくても）電磁的方法による記載事項の提供が可能。

顧客本位の業務運営に関するこれまでの取組① – 「顧客本位の業務運営に関する原則」策定の背景 –

【平成27事務年度 金融行政方針（抜粋）】

○ II. 金融行政の目指す姿・重点施策

1. 活力ある資本市場と安定的な資産形成の実現、市場の公正性・透明性の確保

- 販売会社が、真に顧客のためになる質の高い金融商品・サービスを提供することで、顧客の安定的な資産形成が促進され、その結果として販売会社の収益が確保される、という姿を目指していくことが望まれる。

【平成28年 市場ワーキング・グループにおける議論等】

○ 投資信託や貯蓄性保険の販売会社においては必ずしも顧客本位とは言えない販売実態があるとの指摘。

- 日本の投資信託の売れ筋（純資産額ベース）をみると、投資対象を特定の種類の資産（特定の国の不動産、特定の業種の株式など）に限定した商品が上位。販売手数料や信託報酬も高水準。
- 貯蓄性保険の売れ筋は、外貨建の一時払い保険だが、その販売手数料は高水準かつ不透明
- 一部の顧客を対象に投資信託の頻繁な乗換え売買の推奨

【参考：平成28年8月2日 第4回市場ワーキング・グループ 事務局説明資料より】

■ 日米の売れ筋投資信託（純資産額ベース）

順位	主な投資対象	投信のタイプ	決算頻度	純資産総額平均(兆円)	設定以来期間平均	販売手数料	信託報酬(年率)	収益率(年率)
						平均(税抜き)		過去10年平均
日本	1 米国リート	アクティブ	毎月	1.1	13年	3.20%	1.53%	▲0.11%
	2 海外リート	アクティブ	毎月					
	3 米国リート	アクティブ	毎月					
	4 海外株式	アクティブ	毎月					
	5 米国低格付け債券	アクティブ	毎月					
米国	1 米国株式インデックス	インデックス	四半期	22.6	31年	0.59%	0.28%	5.20%
	2 世界株式(除く米国)インデックス	インデックス	四半期					
	3 米国株式インデックス	インデックス	四半期					
	4 米国株式	アクティブ	年					
	5 米国債券インデックス	インデックス	毎月					

(注1) 2016年3月末基準 米国投資信託純資産総額は日銀17:00レート、1ドル=112.43円にて換算。

(注2) 日米とも純資産上位5投資信託。ETF、確定拠出年金専用、機関投資家専用は除く。

(注3) 日本の販売手数料は上限。米国投資信託でシェアクラスによって手数料が異なる場合は、各クラスの残高を基に加重平均。

(注4) 米国の信託報酬は、代表的なシェアクラスのもの。

(注5) 収益率は、販売手数料を加味し、分配金を再投資しないベースで算出。

(資料) 日本は、QUICK。米国は、投資運用業者公表資料。

顧客本位の業務運営に関するこれまでの取組② – 「顧客本位の業務運営に関する原則」 –

- 家計の安定的な資産形成の実現に向けて、インベストメントチェーンの各金融事業者は、短期的利益の追求ではなく、顧客本位の良質な金融商品・サービスを提供することが求められてきた。こうした中、より良い取組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して、2017年3月に「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下「FD原則」）が策定された。

家計の安定的な資産形成の実現に向けて

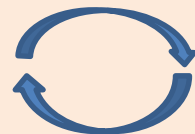
✓ 2017年3月 「顧客本位の業務運営に関する原則」 を公表

✓ 2018年6月 「共通KPI」 を公表

原則を採択した金融事業者に
「取組方針」と「自主的なKPI」の公表を促す

「投資信託の販売会社における比較可能な
共通KPI」（以下、共通KPI）の公表を促す

金融機関の取組みを比較可能とすべく「見える化」を進め、
国民によりよい金融機関を選択して取引してもらう



金融機関に顧客本位の良質な金融商品・
サービスの提供を競い合わせる

「顧客本位の業務運営に関する原則」

- 金融事業者に本原則の採択を促し、その取組の「見える化」を通じて、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

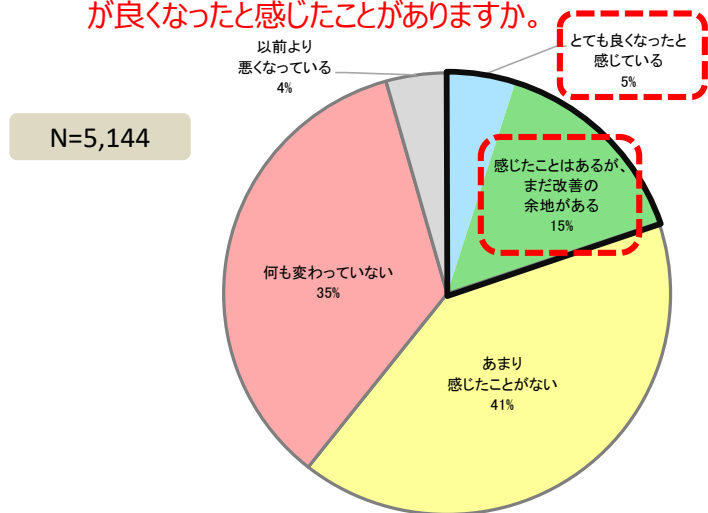
顧客本位の業務運営に関するこれまでの取組③ – 「FD原則」の見直し等の背景 –

【令和元年度 市場ワーキング・グループにおける議論等】

- FD原則見直しを議論した令和元年度の市場ワーキング・グループにおいて、以下の指摘があった。
 - 一部の金融事業者においては、「原則」の文言を若干変えた程度の取組方針を策定・公表し、これをもって顧客本位の業務運営の取組とするなど「原則」の採択自体を目的化しているかのような動きが見られる。
 - 国民生活センターに寄せられた金融商品販売に関する相談件数は近年高い水準にあり、契約内容やリスク等の説明が十分ではなかったケースのほか、特に顧客の属性・意向と異なる勧誘・契約が行われているケースが目立つ。
 - リスク性金融商品の月次販売額は、主要行等・地域銀行では、引き続き四半期末ごとに伸びが見られ、その背景には一定程度のプッシュ型営業の存在が窺われる。
 - 金融機関の取組みが良くなったと感じている顧客は全体の2割であるほか、販売担当者の対応（業績重視の提案、商品知識・説明力不足等）に不満を持つ顧客も多い。

【参考：令和元年10月23日 第25回市場ワーキング・グループ 事務局説明資料より】

Q43 ここ2～3年で、メインで利用している金融機関の対応が良くなったと感じたことがありますか。



Q46 ここ数年の窓口、販売担当者又は金融機関自体の対応について、不満を感じる点がありましたらお答えください。【自由記述】

	不満を感じている点（回答数の多い項目）
①	<u>顧客本位ではなく、業績重視の提案が多い</u>
②	<u>販売担当者の商品知識や説明力が不足している</u>
③	販売担当者の接客態度（親身でない等）
④	販売担当者からの購入後のフォローがない
⑤	勧誘がしつこい・勧誘の電話が多い・強引な勧誘

（注）自由記述の内容に基づき、各項目に分類

顧客本位の業務運営に関するこれまでの取組④ – FD原則の見直し等 –

- 2021年1月にはFD原則を改訂し、求められる具体的な取組内容についての記載を充実させたほか、重要情報シートを導入。あわせて、適合性原則違反等の不適切事例にはルールベースで適切に対応するため、監督指針の改正を実施。（（1）参照）
- 顧客本位の業務運営の足元の状況には進展がみられるが、重要情報シートの導入状況や記載内容に課題もあるなど、道半ば。（（2）参照）

（1）顧客本位の業務運営の更なる進展に向けた取組

- **「FD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
 - ・顧客本位の商品提案力の向上（顧客のライフプラン等を踏まえたポートフォリオに基づく商品提案、業横断的に類似商品や代替商品と比較した提案）
 - ・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
- **不適切な販売事例の効果的な抑制**：法律上の適合性原則や誠実公正義務の内容を明確化するため監督指針を改正
 - ・適合性原則の内容の明確化（①商品の内容の把握、②顧客の属性・取引目的の把握、③商品の内容が顧客の属性・取引目的に適合することの合理的根拠の検討）
 - ・不适当・不誠実な行為の例示（回転売買により顧客に過度の手数料を負担させる行為、複数の商品が顧客に適合し得る場合に合理的理由なく手数料の高い商品を勧誘する行為 等）

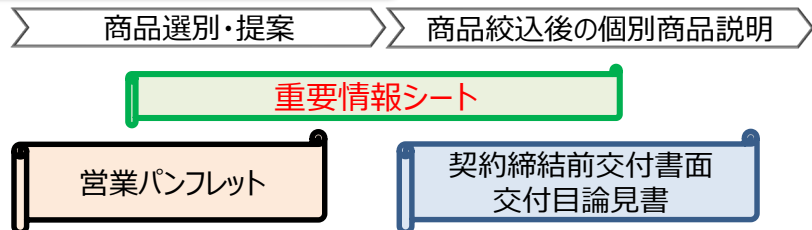
（2）顧客本位の業務運営の足元の状況

- 顧客のライフプランに応じた提案や、ポートフォリオ全体を踏まえた提案に取り組む方針を掲げる販売会社が増加。
- 一方、例えば仕組債について、「リスクの低い商品を希望したが仕組債を勧誘されて損害を被った」等の販売に関する苦情が多い。

顧客本位の業務運営に関するこれまでの取組⑤ – 重要情報シートの導入状況 –

- 投資家がより自身にふさわしい金融商品等を選択できるよう、金融審議会市場WGにおいて、金融商品等の販売・推奨にあたり、顧客に対し、①重要な情報を分かりやすく、②業態を超えた類似の商品と比較しやすい形で提供する観点から、「重要情報シート」の導入が提言された。（(1)参照）
- 導入状況にバラつきはあるものの、主要行・大手証券会社等では、一部の投資信託や特定保険について順次導入が開始されている一方、仕組債、ファンドラップ、外貨建て債券等については、導入が進んでいない。（(2)参照）
- 導入済みの重要情報シートについては、幅広い商品で定型的な記載が多く見受けられるなど、多様な商品の比較を行いやすくするという重要情報シートの趣旨実現に向けては道半ば。（(3)参照）

(1) 重要情報シートの概要



- 記載項目・記載順を極力統一し、各商品の比較可能性を確保
- 主な記載項目
 - ①商品等の内容（金融商品の目的、**想定顧客属性**等）
 - ②リスクと運用実績
 - ③費用（販売手数料、継続手数料、成功報酬等）
 - ④換金・解約の条件（償還期限、解約手数料等）
 - ⑤顧客との利益相反（**第三者からの報酬、業績評価**等）
 - ⑥租税の概要（NISAやiDeCoの対象かどうか等）
 - ⑦顧客の理解に資するよう、顧客から販売員への質問を促すための**質問例**

(2) 重要情報シートの導入状況（金融庁ヒアリングベース）

商品	導入状況
投資信託	多くの金融事業者で主力商品・新規銘柄等について順次導入が開始。
特定保険	一部の特定保険（一時払いの外貨建保険）について金融機関代理店で順次導入開始。
仕組債	現状、仕組債の導入事例は見受けられない。
ファンドラップ	一部の金融事業者において導入が開始。
仕組預金	一部の金融事業者において導入が開始。

(3) 重要情報シートの記載内容の例

- 想定顧客属性の記載例
幅広い商品について「元本割れリスクを許容される方」といった定型的な記載が多く見受けられる。
- 質問例への回答例
どの商品にも一律の回答となっている例が見受けられる。

検討の方向性

検討の進め方及び課題等

- 契約締結前交付書面等のあり方については、顧客利益の向上を図る観点から、デジタル化を含め顧客へのより適切な情報提供を推進する方向で、日本証券業協会を含む関係者と連携しつつ検討を継続。
- 以下の点を中心に、実務面の対応も含め、具体的な検討が必要。
 - ◆ 家計の安定的な資産形成の促進の観点を踏まえた、顧客本位の業務運営に沿った情報提供のあり方
 - ◆ デジタル化の受入れについての顧客の意思表示の機会・方法についての考え方、書面を必要とする顧客への対応のあり方
 - ◆ I Tに詳しくない、あるいはインターネット環境が整っていない顧客への追加的な対応のあり方