

顧客本位の業務運営に関する 概要と取組み



令和5年3月28日
金融庁

「顧客本位の業務運営」とは何か

- 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

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

販売会社による顧客本位の実践状況

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

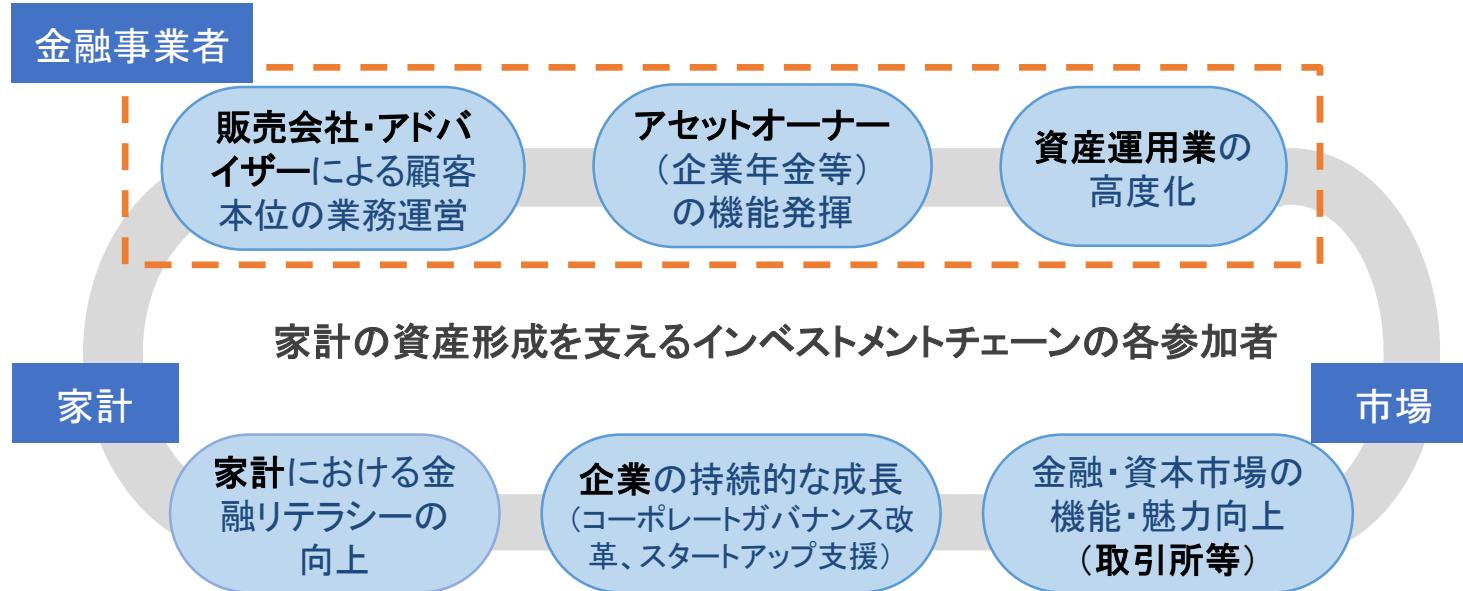
- ✓ 自社の経営戦略と統合的な業績評価体系を整備し、営業現場に対し顧客本位の業務運営を動機付けることが求められる。

（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。

家計の資産形成を支える各参加者の機能の底上げ

- 家計の安定的な資産形成を図るためには、**成長の果実が家計に分配されるという「資金の好循環」を実現することが重要。**
- そのためには、**家計の資産形成を支えるインベストメント・チェーン(投資の連鎖)(※)の各参加者が期待される機能を十二分に発揮することが必要。** (※)顧客・受益者から投資先企業へ投資がなされ、その価値向上に伴う配当等が家計に還元される一連の流れ



【課題 I : 金融事業者】「顧客本位の業務運営」について、水準の統一と底上げ

- 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(例: 仕組債、ファンドラップ、外貨建一時払い保険)**
- アドバイザー: 消費者に対して中立的で信頼できる助言サービスの提供を促進するための仕組みづくり
- 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: **顧客利益より販売促進を優先した金融商品の組成・管理 等**

【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」の定着に向けた取組み

1. 金融事業者の取組みの「見える化」

- 各金融事業者においては、顧客本位の業務運営の定着度合いを客観的に評価できるようにするための成果指標（KPI）を、取組方針やその実施状況の中に盛り込んで公表するよう働きかけ
- 本年6月末から当面四半期ごとに、取組方針を策定した金融事業者の名称とそれぞれの取組方針のURLを集約し、金融庁ホームページにおいて公表

2. 当局によるモニタリング

- 金融事業者における業務運営の実態を把握し、ベスト・プラクティスを収集
- 収集されたベスト・プラクティスや各事業者が内部管理上用いている評価指標などを基に、金融事業者との対話を実施。「原則」を踏まえた取組みを働きかけ
- 各金融事業者の取組方針と取組みの実態とが乖離していることは無いか等について、当局がモニタリングを実施
- モニタリングを通じて把握した事例等については、様々な形での公表を検討

3. 顧客の主体的な行動の促進

- 実践的な投資教育・情報提供の促進
 - 投資初心者向けの教材を関係者で作成し、広く活用
 - 商品比較情報等の提供のあり方について、ワーキンググループを設置し、議論を整理
- 長期・積立・分散投資を促すためのインセンティブ
 - 積立NISA対象商品の商品性の基準の公表
 - 上記を踏まえ、長期・積立・分散投資に適した投資信託の提供促進

4. 顧客の主体的な行動を補う仕組み

- 第三者的な主体による金融事業者の業務運営の評価
 - 客観性、中立性、透明性が確保される形での、民間の自主的な取組みを引き続き促進
- 顧客にアドバイス等を行う担い手の多様化
 - 販売会社等とは独立した立場でアドバイスする者などに対する顧客のニーズに適切に対応できるよう必要な環境整備