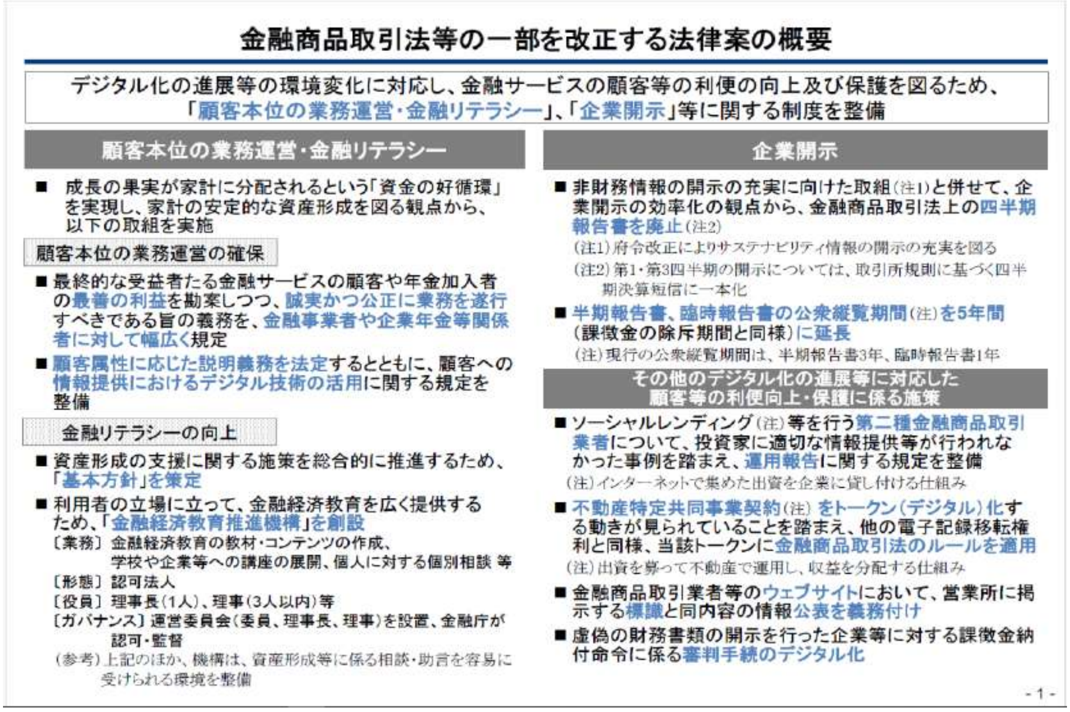
業界関連動向 90（日本代協ニュース情報版：2024/2/2）

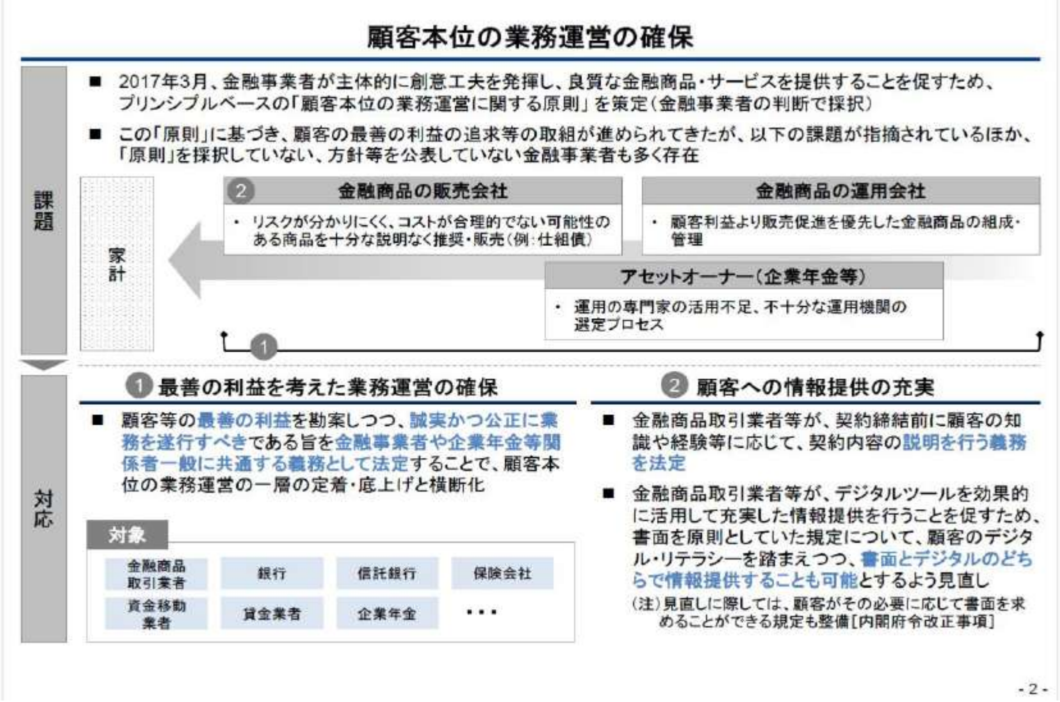
日本代協事務局（金澤）

＜特集：金融商品取引法等の 2023 年改正における最善利益義務の新設＞

○ 金融商品取引法等の一部を改正する法律案　説明資料抜粋（2023 年 3 月金融庁）

https://www.fsa.go.jp/common/diet/211/01/setsumei.pdf





○ 法改正に関するQ＆A

Q：今回どのような法改正が行われたのか。

A：2023年11月20日「金融商品取引法等の一部を改正する法律（以下「改正法」）」が成立した。
その改正法において、
①「金融サービスの提供に関する法律」の題名が「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律（以下「改正金サ法」）」と改められ（改正法第2条）、
②「改正金サ法」において、「第2章　顧客等に対する誠実義務」が新設され、第2条に「顧客等の最善の利益を勘案しつつ、顧客等に対して誠実かつ公正に、その業務を遂行しなければならない。」と規定された（改正法第3条）。

Q：今回の法改正の目的は何か。

A：2017年3月に「顧客本位の業務運営に関する原則」が策定され、プリンシプルベースのアプローチの下で取り組みが進められているが、原則を採択していない、あるいは方針等を公表していない金融事業者も多く、取り組みは道半ばであると考えられている。
そこで、顧客の最善の利益を勘案しつつ、誠実かつ公正に業務を遂行すべきである旨を金融事業者に共通する義務として法定することで、顧客本位の業務運営の一層の定着・底上げと横断化を図る目的で法改正が行われた。
尚、私見ではあるが、今回の動きによって直ちに保険業法や監督指針が改定になる可能性は低いと思われるが、顧客本位の業務運営に対する一層の取り組み強化が必要であることに違いはない。金融事業者の一層の取り組みの進展がみられないようであれば、更なる規制の網がかかる可能性もあると考える。

Q：今回の法改正で、代理店の実務がどこまで変わるのか。

A：代理店によって、顧客本位の業務運営に対する取り組みの現状が異なるので、一律に言えるものではない。
「金融審議会　市場制度ワーキンググループ顧客本位タスクフォースの中間報告（2022年12月9日）」にも、「金融事業者一般に共通する義務とされる場合であっても、その内容は全ての金融事業者に一律というものではなく、金融事業者の業態、ビジネスモデルなどの具体的な事情に応じて個別に判断されるべき」との記載がある。
よって、顧客本位の業務運営に関する原則への対応を十分行ってきた代理店は、今回の法改正によっても特段の対応は不要と考えるが、自社の取り組みがどのようであったのかは、全ての代理店が改めて冷静に見直す必要があると考える。
その際のキーワードは「顧客の最善の利益を考えた業務運営が本当にできているのか」という観点である。

Q ：自社の取り組みを見直す際の具体的な観点として、どのようなことが考えられるか。

A ：全ての代理店に当てはまるものではないが、敢えて例を挙げるとすれば以下のような観点が考えられるのではないか。

①保険会社のキャンペーンへの参加、もしくは代理店社内におけるキャンペーンの実施について

キャンペーンが直ちに最善利益義務に反するものではないが、どのようなスタンスで取り組んでいるのか、特に代理店経営者がキャンペーンへの取り組みと最善利益義務の関係について、「自分の言葉で」従業員に繰り返し説明をしているかどうかは重要と思う。

仮に保険会社から依頼されたから取り組むといったことであるとすれば、それが直ちに最善利益義務違反になるわけではないとしても、今回の法改正の趣旨に鑑みると、望ましい経営者の態度とは言えないと考える。

②手数料や挙績カウント係数が高い商品を販売していないか

主として生保分野について発生する可能性がある。今や手数料が高い商品の販売に注力している代理店はいないと思うが、商品別の販売実績の推移（年度末になると挙績カウント係数が高い商品の販売割合が上がっていないか）、意向把握シートの内容の確認（当初意向と最終意向が異なる場合に、シートの記載内容に違和感はないか）といった検証はすべきと考える。

③顧客本位の業務運営と企業としての利益の両立について、経営者はどのように考え、そしてどのように従業員に説明しているか

顧客本位の業務運営に関する原則 2.（注）に「金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。」との記載がある。事業の存続のためには一定の収益を上げていくことは、従業員の雇用を守るためにも必要である。

日常業務の中では、目の前の定量的な目標達成に一丸となって取り組む局面もしばしば発生する。その取り組みと顧客の最善の利益を図ることとは矛盾しないのか、従業員への説明内容も含めて、経営者の見識がより厳しく問われるところだと思う。

Q ：顧客本位の業務運営の原則に対する方針の見直しや公表は、した方がよいのか。

A ：顧客本位の業務運営の原則の策定・公表については「代協活動の現状と課題」に詳しく記載しているので、そちらも参照いただきたい（2023 年度版 93 ページより）。

https://www.nihondaikyo.or.jp/wp-content/themes/bones/katudou_book/katudou2023/?pNo=94

公表するかどうかは、あくまで各社で判断すべきものであるが、原則の文言をなぞっただけの方針も散見され、当局として問題視している側面もある。自社として実効性を伴った方針を策定し、お客様とどのように向き合っていくのかを公表することは、代理店として大切なことと考える。

原則の策定については、過去の金融庁と損保協会との意見交換会における金融庁のコメントも参考にしていただきたい。

＜2022 年 9 月 15 日＞

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。

○ 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、

と考えられるため、各社におかれては、その趣旨を理解の上、経営陣の十分な関与の下で、しっかりと対応いただきたい。

＜2023 年 9 月 21 日＞

金融機関におかれては、顧客本位の業務運営に関する取組を進化させるため、改めて、顧客や現場の従業員のつもりで取組方針を読み直し、以下を確認するとともに、営業現場において取組方針が実践されるよう取り組んでいただきたい。

・ 策定・公表した取組方針が、
  ①顧客目線になっているか(資産運用・資産形成に向け、どのような支援をしてくれるのかが具体的に分かる内容か)、
  ②従業員目線になっているか(取り組むべき行動が明確であり、営業現場でも実現可能な内容か　（＝「取組方針」の品質向上）
・ 販売・管理態勢、２線・３線の態勢、業績評価等は適切か、営業現場は取組方針を実践できているか（＝「取組方針」の実践）

Ｑ：法違反となるのは、どういうケースなのか。

Ａ：現状では、どのような活動が最善利益義務違反になるのかは、見通せない部分が多い。今後どのような事例で義務違反が問われるのか注視していきたいが、「金融審議会　市場制度ワーキンググループ顧客本位タスクフォース中間報告（2022 年 12 月９日）」の内容を見る限りにおいては、形式的な体裁よりも実質が問われる流れになっていることは間違いないものと思われる。

（文責：日本代協事務局・金澤）

以上