

2023年2月24日 全6頁

顧客本位タスクフォース中間報告

顧客への情報提供のデジタル化は加速へ

法定書面は金融事業者において書面またはデジタルでの交付選択制へ

金融調査部 研究員 矢田歌菜絵

[要約]

- 2022年12月9日、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」（以降、本TF）は「中間報告」を取りまとめ、公表した。本稿では、「中間報告」に盛り込まれた事項の中でも、「デジタル技術の情報提供への活用」について解説する。
- 本TFでは、法令で顧客への交付が定められている書面（契約締結前交付書面等）の交付のあり方について、金融事業者において書面（紙）交付とデジタル交付を顧客本位の観点から選択できるようにすることが提言された。
- 今後、法令改正等によって金融商品の取引の際の情報提供のデジタル化がさらに加速すると考えられる。情報提供のデジタル化にあたっては、書面を単にPDF等にしてデジタルで提供することに留まらず、そこに記載されている情報を顧客自身が比較できるような状態にするなどして、顧客にとってより分かりやすい情報提供が求められるだろう。

顧客本位タスクフォース中間報告の公表

2022年12月9日、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（以下、本TF）」は、これまで計5回の議論を取りまとめた中間報告¹²（以下、「TF中間報告」）を公表した。

本TFは家計の安定的な資産形成を実現するために、2022年9月12日の市場制度ワーキング・グループ（以下、市場制度WG）第10回会合にて設置された。本TFでは、利用者の利便性向上とその保護のための、顧客本位の業務運営や金融経済教育等について議論され、その検討結果である中間報告のポイントは以下のようにまとめられる。

①最善利益義務を広く金融事業者一般に共通する義務として定める

¹ 金融庁金融審議会「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』中間報告の公表について」（2022年12月9日）

https://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/tosin/20221209.html

² 横山淳ほか「顧客本位タスクフォースの中間報告」（2022年12月14日付大和総研レポート）

https://www.dir.co.jp/report/research/law-research/securities/20221214_023481.html

- ②利益相反の可能性と手数料等（仕組債の組成コストなども含む）についての情報提供のルール化
- ③デジタル技術の情報提供への活用
- ④認定アドバイザーの普及（助言対象を絞った投資助言業（例えば、つみたてNISA や iDeCo の対象商品に限定）についての登録要件の緩和など）
- ⑤資産運用業におけるプロダクトガバナンスの確保
- ⑥金融リテラシーの向上
- ⑦総合的な資産形成支援

本稿では、「③デジタル技術の情報提供への活用」について紹介する。

デジタル技術の情報提供への活用

1. 「TF 中間報告」における提言のポイント

「TF 中間報告」では、金融商品の取引において、顧客にとって必要な情報が分かりやすく提供されるために、デジタルツールの活用のあり方について提言をまとめた。ポイントは図表 1 の通りである。特に、金融商品取引の際に顧客に交付する法定書面（契約締結前交付書面や契約締結時交付書面、目論見書等）については、原則として、現行の書面（紙）での交付から、金融機関が顧客本位の観点から書面（紙）交付またはデジタル交付を選択できるようにすることを提案している。

2. 議論の背景

政府によるデジタル化の取組み促進を受け、証券・金融市場においてもデジタル化に向けた対応が進められてきた。その一環として、顧客本位 TF では情報提供のデジタル化について議論された。顧客本位 TF に先行して市場制度 WG にて議論されており、そこでの審議の内容がまとめられた中間整理³⁴（以下、「WG 中間整理」）のポイントは、概ね図表 2 の通りである。

「WG 中間整理」では、契約締結前交付書面等の法定交付書面の原則的な交付のあり方について、「(前略) デジタルによる情報提供を原則とする枠組みへ移行していくことについての検討が求められている中」⁵と将来的には原則デジタル交付を目指していることがうかがえる。

³ 金融庁金融審議会「金融審議会『市場制度ワーキング・グループ』中間整理の公表について」（2022年6月22日）

https://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/tosin/20220622.html

⁴ 金本悠希「金融審議会市場制度WGの第二次中間整理」（2022年7月5日付大和総研レポート）

https://www.dir.co.jp/report/research/law-research/securities/20220705_023153.html

⁵ 「WG 中間整理」p. 16

図表 1 顧客本位 TF 中間報告における主な提言（デジタル技術の情報提供への活用）

顧客への情報提供・アドバイス	
(1) 顧客等への情報提供	
② デジタル技術の情報提供への活用	
デジタルツールの活用	<ul style="list-style-type: none"> 利益相反事項や手数料等の重要な情報について、デジタルツールを効果的に活用し、充実した情報が分かりやすく顧客に対して提供されるように工夫していくことが顧客本位の業務運営の実現の観点からも重要
情報提供のデジタル化	<ul style="list-style-type: none"> 顧客属性に応じ、それぞれの顧客により適した媒体で、充実した情報の分かりやすい提供を実現するため、契約締結前や契約締結時などの情報提供については、金融事業者において書面とデジタル手段を顧客本位の観点から自由に選択できるようにすることが考えられる 実質的な説明が顧客に理解されるために必要な方法と程度で提供されることが重要 → 金融商品取引業等に関する内閣府令で規定されている、いわゆる実質的説明義務を法律上規定すべき 顧客のデジタル・リテラシーの差異等を踏まえ、書面により情報提供を受ける選択肢を確保した上で、顧客属性に応じた方法で書面交付が可能であることを告知することを義務付けるべき 必要な期間を確保した上で、既存契約を有する顧客に対して確実に伝達を行うといった顧客保護のための配慮が、個々の金融事業者に加え、業界全体としても必要

(出所) 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」(前掲脚注 1) pp. 4-5 より大和総研作成

図表 2 市場制度 WG 中間整理における主な提言（デジタルツールの活用）

経済成長の成果の家計への還元促進	
1. 顧客本位の業務運営の確保と金融サービスの向上	
(2) 金融機関によるデジタルツールも活用した顧客への情報提供の充実	
① 深度ある、より分かりやすい情報提供	<ul style="list-style-type: none"> デジタルツールを効果的に活用し、書面や、書面を単に電子化した電子ドキュメントよりも、充実した情報が分かりやすく提供されるように工夫していくことが、「顧客本位の業務運営」の実現、ひいては経済成長の成果の家計への還元の観点から重要
② 情報提供のデジタル化	<ul style="list-style-type: none"> 新規契約・既存契約のそれぞれに関して、 <ol style="list-style-type: none"> 顧客同意の要否や意思確認の方法 書面が選択可能であることの周知方法 書面交付に要するコストの負担のあり方 その他顧客保護措置の必要性 業界全体としての情報提供のデジタル化に関する周知のあり方 などについて引き続き検討

(出所) 金融審議会市場制度ワーキング・グループ「中間整理」(前掲脚注 3) pp. 15-17 より大和総研作成

3. 「TF 中間報告」における提言：デジタルツールの活用と情報提供のデジタル化

「TF 中間報告」では、「WG 中間整理」同様、顧客本位の業務運営の実現の観点から、充実した情報が分かりやすく顧客に提供されることが重要であるとしている。

金融商品の取引において、法令で顧客へ原則として書面（紙）で交付しなければならないものについて、「WG 中間整理」では**原則デジタル交付**に向けた枠組みの検討であったが、「TF 中間報告」では金融事業者が各自のビジネスモデルや顧客層に応じた**顧客本位の観点から**書面（紙）交付

またはデジタル交付の**選択制**になっている。ただし、デジタル・リテラシーが決して高いとは言えない顧客層にも配慮して、顧客に書面（紙）での交付を受けられる旨を告知すべきという点は変わっていない。

「WG 中間整理」と「TF 中間報告」におけるもう一つの差異は、顧客が書面（紙）交付を希望した際のコスト負担のあり方である。「WG 中間整理」では、金融事業者または顧客のどちらが書面交付時のコストを負担すべきか明記してはいないが、「書面での情報提供に要するコストは、書面での提供を希望する顧客自身が負担すべき、という意見もあった。」⁶としている。

一方で「TF 中間報告」では、下記の通りに書面交付に掛かるコストは当面はこれまで通り金融事業者が負担すべきだとしている。ただし脚注 16 (p. 5) において、顧客のコスト負担も考えられるとの意見もあったことが紹介されている。

これらの書面交付に係る費用について、法定の書面の交付に係る費用を顧客に求めることは、顧客による情報収集のハードルとなりかねないとの意見もあり、当面、書面交付に関して、当該顧客に追加的な手数料は求めず、これまでどおりの金融事業者の負担とすることが求められる。

(出所)「TF 中間報告」(前掲脚注 1) p. 5 より大和総研引用

情報提供のデジタル化にあたっては、「TF 中間報告」では、今までは原則書面（紙）で交付していた書面を、単に電子化したもの（例えば、PDF 形式に変換しただけのもの）を顧客に交付することに留まらない、デジタルデータの特徴を活かした交付のあり方についても言及している。具体的には、顧客がその情報提供を受ける際に利用する機器（PC やスマートフォン、タブレット等）に合わせて最適化された状態で、その情報に到達および閲覧することができるようにすべきであると指摘されている。同時に、その金融商品取引に関する他のデータと合わせて顧客が容易に比較分析等の活用・連携ができるようにすべきであるともしている（「TF 中間報告」p. 5 参照）。

4. 今後の展望

「TF 中間報告」では下記のように実質的説明義務を金融商品取引法上の義務として規定すべきであることを提言している。

(前略) デジタル・リテラシーは人によって様々であることから、実質的な説明が顧客に理解されるために必要な方法と程度により提供されることが重要であり、金融商品取引業等に関する内閣府令で規定されている、いわゆる実質的説明義務を法律上規定すべきである。

(出所)「TF 中間報告」(前掲脚注 1) p. 5 より大和総研引用

現行、顧客への実質的な説明義務は、金融商品取引法および金融商品取引業等に関する内閣府令にて定められている。それは、契約締結前交付書面等の交付に関して、あらかじめ顧客に対し

⁶ 「WG 中間整理」 p. 16 脚注 58

て、その顧客の知識や経験、財産の状況や金融商品取引の契約を締結する目的に照らして、その顧客に理解されるために必要な方法や程度による説明をしなければならないことである。

本稿執筆現在、契約締結前交付書面等の法定書面を交付する際の顧客への実質的な説明義務は、書面（紙）交付を前提としている。ただ仮に、特定の法定書面の交付（現行の場合、前述のように書面（紙）交付）を前提としない、リスクやコスト等の重要事項に対する説明義務として整理すれば、「TF 中間報告」にあるように「顧客に理解されるために必要な方法と程度」（p. 5）による説明を求めるルールとして、原則的な交付方法を紙またはデジタルのどちらか一方に定めないことも可能ではないかと思われる。私見ではあるが、こうした方向性は、「TF 中間報告」における顧客本位の観点から書面（紙）交付かデジタル交付かを金融事業者が選択する、という考え方とも整合的だと思われる。

早ければ 2023 年の通常国会において金融商品取引法等の改正案が提出される可能性がある。法定書面の交付も含めた情報提供のデジタル化のあり方について、最終的な法改正を待ちたい。

参考 顧客本位の業務運営の原則とは^{7 8}

顧客本位の業務運営に関する原則（以下、「原則」）とは、2017年3月30日に金融庁から公表された、金融事業者が顧客本位の業務運営におけるベスト・プラクティスを目指す上で有用と考えられる原則である。

原則5「重要な情報の分かりやすい提供」

原則5は、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報の提供に関するプリンシプルで、重要な情報全般の提供に関するものである。2021年1月15日に「原則」が改訂され、原則5（注4）への対応として、「重要情報シート」の活用が期待されるようになった。「重要情報シート」の重要な目的の一つは、顧客が多様な商品・サービスに関するリスクや手数料（原則4）、利益相反の可能性（原則3）等の重要な情報を用意に比較できるようにすることである。

図表3 顧客本位の業務運営の原則5

重要な情報の分かりやすい提供	
原則5.	金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。
(注1)	重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 <ul style="list-style-type: none"> 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由（顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む） 顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容（第三者から受け取る手数料等を含む）及びこれが取引又は業務に及ぼす影響
(注2)	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである（（注2）～（注5）は手数料等の情報を提供する場合においても同じ）。
(注3)	金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。
(注4)	金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配慮した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。
(注5)	金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。

（出所）金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（2021年1月15日改訂）より大和総研引用

⁷ 金融庁「『顧客本位の業務運営に関する原則』の確定について」（2017年3月30日）

<https://www.fsa.go.jp/news/28/20170330-1.html>

⁸ 顧客本位の業務運営の原則の各論に関する詳細は以下のレポートを参照されたい。

横山淳「顧客本位の業務運営に関する原則の公表」（2017年5月17日付大和総研レポート）

https://www.dir.co.jp/report/research/law-research/securities/20170517_011979.html