

事務局説明資料①

2024年5月24日



金融庁

Financial Services Agency, the Japanese Government

プロダクトガバナンスに関する基本的な考え方

製販全体としての顧客の最善の利益の実現

- プロダクトガバナンスは、個別の金融商品の内容といった組成のあり方に着目するだけではなく、これらの販売のあり方も視野に入れ、製販全体として顧客の最善の利益の実現を目的とするもの。特に、組成会社・販売会社間で建設的なコミュニケーションが行われることによって、製販全体として顧客の最善の利益に向けて取り組むべきである。

マーケットインの視点

- 想定顧客については、商品ありきでそれに適した顧客を考えるプロダクトアウトではなく、より良い金融商品を提供するための自社の理念に基づき、顧客の真のニーズを想定し、そのニーズに応えるためにはどういう商品が必要か、というマーケットインで考えることが重要である。

「原則」の対象・プロポーシヨナリティ(釣り合いの取れた方法)

- 投資信託に限らず、債券等も含めた金融商品を横断的にスコープに入れるべきであり、特定の金融商品を排除するものではない。また、商品の複雑さやリスクといった商品の特性等に応じて、組成会社・販売会社は取組みを進めるべきである。

実効性の確保

- 組成会社・販売会社における情報連携は、顧客の最善の利益を実現するための実効性を高める観点から、連携すべき内容について業界の共通認識を醸成することが必要である。一方、こうした情報連携はそれ自体が目的ではなく、組成会社・販売会社においては、プロダクトガバナンスを実現するに当たって、何が顧客の利益になるかとの視点から、より良い金融商品の組成につながるよう、創意工夫ある取組みを進めるべきである。

取組み状況のフォローアップ

- 金融庁においては、プロダクトガバナンスに関する取組み状況をフォローアップし、課題や好事例、取組みとして期待されるレベル感など分かりやすく示すべきである。
- フォローアップをしていく中で、将来的に必要な場合にはルールベースの対応も視野に入れるべきである。

「顧客本位の業務運営に関する原則」に盛り込むべき事項(全体像)

- プロダクトガバナンスに関する原則を定めるに当たって、「顧客本位の業務運営に関する原則」を補充するものとして、以下の5つの事項を盛り込むことが適当ではないか。

補充原則案1 基本理念	経営者のリーダーシップの下、金融商品提供に関する理念の明確化
補充原則案2 体制整備	プロダクトガバナンスの実効性を確保するための体制整備、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理体制の整備
補充原則案3 金融商品の組成時の対応	金融商品の組成時における商品性の検証や想定顧客の特定、組成会社・販売会社間の情報連携の促進
補充原則案4 金融商品の組成後の対応	金融商品の組成後における商品性の検証、組成会社・販売会社間の情報連携による運用・商品提供等の改善
補充原則案5 顧客に対する分かりやすい情報提供	運用体制やガバナンス等に関する顧客への分かりやすい情報提供

基本理念

補充原則案1 基本理念

- 組成会社は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、組成会社の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践(プロダクトガバナンス)を行うべきである。

体制整備

補充原則案2 体制整備

□ 組成会社は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえて、金融商品組成時・組成後の各段階において、**プロダクトガバナンスの実効性を確保するための体制を整備**することが求められる。また、金融商品の**組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理**を適切に行うとともに、これらの**実効性を確保するための体制を整備**すべきである。

- 組成会社は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の体制を適切に確保するとともに、各プロセスの担当部門等から独立して**プロダクトガバナンスの実効性を検証する枠組みを整備**すべきである。その際、**規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、外部有識者の意見を取り入れる仕組み**も検討すべきである。

(注) 社外取締役や外部有識者のほかファンドの評価を行う第三者機関といった主体から意見を取り入れることも考えられる。

- 組成会社は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時に**プロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなどPDCAサイクル**を確立すべきである。

金融商品の組成時の対応

補充原則案3 金融商品の組成時の対応

□ 組成会社は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、運用の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。その際、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として特定した想定顧客属性について、販売会社において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。

- 組成会社は、組成する金融商品が短期的な流行にとらわれない中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。
- 組成会社は、顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基に具体的に定めるべきである。その際、投資すべきでない顧客（例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等）も特定すべきである。また、複雑な商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているか検証を行い、より詳細な想定顧客を慎重に特定すべきである。
- 組成会社は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や顧客属性の特定に当たり、販売会社との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、組成会社は、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、販売会社との間で連携すべき情報等について事前に取決めを行うべきである。

金融商品の組成後の対応

補充原則案4 金融商品の組成後の対応

- 組成会社は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを**継続的に検証**し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めた**プロダクトガバナンスの体制全体の見直し**にも、必要に応じて活用すべきである。
- また、組成会社は、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、**販売会社との情報連携等**により、**販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているかを検証**し、必要に応じて**運用・商品提供の改善**や、その後の**金融商品の組成の改善**に活かしていくべきである。

- 組成会社は、商品性の検証に当たっては、**恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証**すべきである。その上で、当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、**金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討**を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めた**プロダクトガバナンス体制の見直し**に関しても、必要に応じて活用すべきである。
- 組成会社は、**商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性に応じて**、商品組成後の検証に**必要な情報の提供**を販売会社から受けるべきであり、販売会社から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて**金融商品の販売方法の見直しも検討**すべきである。また、組成会社においては、販売会社から得られた情報を踏まえた**検証結果を必要に応じて販売会社に還元**すべきである。
- 組成会社は、運用の外部委託を行う場合、**外部委託先における運用についても検証**の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて**金融商品の改善や見直し**を行うべきである。また、組成会社・販売会社間でやり取りする情報については、必要に応じて**外部委託先にも連携**すべきである。

販売会社における対応

- 補充原則案4(金融商品の組成後の対応)を踏まえ、販売会社に求めるべき対応として、「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則6(顧客にふさわしいサービスの提供)に以下の(注)を加えてはどうか。

原則6(顧客にふさわしいサービスの提供)への追記案

- 販売会社は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、組成会社に対して金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報を提供するなど、組成会社との連携を図るべきである。
- 販売会社は、組成会社が想定する顧客属性を理解したうえで、自らの責任のもと顧客の適合性を判断して金融商品の販売を行い、その結果得られた顧客の反応等についても、必要に応じて組成会社との連携を図るべきである。
- 販売会社は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために組成会社においてどのような取組みが実施されているかを検証し、必要に応じ組成会社や商品選定等に活用すべきである。

顧客に対する分かりやすい情報提供

補充原則案5 顧客に対する分かりやすい情報提供

- 組成会社は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。

留意事項

- 組成会社は顧客に対し、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、組成会社のビジネスモデルに応じ、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、または、運用チームの構成や業務実績等を情報提供すべきである。
- 組成会社は、金融商品の商品性に関する情報についても、販売会社と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。