

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

目 次

I	はじめに	1
II	家計の資産形成を支えるインベストメント・チェーンの機能発揮	1
	1. インベストメント・チェーン全体における顧客・最終受益者の最善の利益を考えた業 務運営の確保	1
	2. 顧客への情報提供・アドバイス	3
	(1) 顧客等への情報提供	3
	① 利益相反の可能性と手数料等についての情報提供のルール化	3
	② デジタル技術の情報提供への活用	4
	(2) 顧客の立場に立ったアドバイザー	5
	3. 資産運用業	7
III	金融リテラシーの向上	8
IV	総合的な資産形成支援	10
V	おわりに	10

「顧客本位タスクフォース」 メンバー名簿

2022 年 12 月 9 日現在

座 長 委 員	神作 裕之	東京大学大学院法学政治学研究科教授
	有吉 尚哉	弁護士（西村あさひ法律事務所）
	岩城みずほ	NP0 法人みんなのお金のアドバイザー協会副理事長
	神田 秀樹	学習院大学大学院法務研究科教授
	坂 勇一郎	弁護士（東京合同法律事務所）
	佐々木百合	明治学院大学経済学部教授
	島田 知保	「投資信託事情」編集長
	竹川美奈子	LIFE MAP 合同会社 代表
	佃 秀昭	(株)ボードアドバイザーズ代表取締役社長
	永沢裕美子	Foster Forum 良質な金融商品を育てる会世話人
	沼田 優子	帝京平成大学人文社会学部教授
	野尻 哲史	合同会社フィンウェル研究所代表
	松尾 健一	大阪大学大学院高等司法研究科教授
	松元 暢子	慶應義塾大学法学部教授
	渡辺 安虎	東京大学大学院経済学研究科教授

（敬称略・五十音順）

オブザーバー	全国銀行協会	国際銀行協会	日本証券業協会
	投資信託協会	日本投資顧問業協会	第二種金融商品取引業協会
	日本 ST0 協会	証券・金融商品あっせん相談センター	信託協会
	生命保険協会	電子決済等代行事業者協会	日本金融サービス仲介業協会
	日本 FP 協会	ファイナンシャル・アドバイザー協会	
	日本経済団体連合会	日本取引所グループ	消費者庁 財務省 文部科学省
	厚生労働省	経済産業省	日本銀行（金融広報中央委員会）

I はじめに

日本の家計の金融資産を見ると、足元ではつみたて NISA の口座数の増加、若年層等における家計金融資産に占める有価証券保有割合の増加など、家計における資産形成への取組みには一定の進捗が見られる。一方、2,000 兆円を超える日本の家計金融資産のほぼ半分を引き続き現金・預金占めるなど、家計の資産構成の変化は小幅に留まっており、家計金融資産の伸びは、欧米諸国に比べて相対的に低いことが指摘されている。家計の安定的な資産形成を実現していくため、経済や企業の成長の果実が家計に還元される「資金の好循環」の実現に向けた利用者の利便向上とその保護のための施策の検討や取組みを進める必要がある。

このような問題意識の下、2022 年 9 月 12 日の市場制度ワーキング・グループ第 20 回会合において、「経済成長の成果の家計への還元促進」¹について、「経済財政運営と改革の基本方針 2022」等も踏まえて、その具体策を専門的に検討するため、同ワーキング・グループの下に顧客本位タスクフォース（以下「当タスクフォース」という。）が設置された。また、同年 9 月 30 日の第 50 回金融審議会総会において、金融担当大臣より、「我が国の家計の安定的な資産形成を実現するため、顧客本位の業務運営、金融経済教育等について、幅広く検討を行うこと。」との諮問が行われた。この諮問についても、同年 10 月 14 日の市場制度ワーキング・グループ第 21 回会合において、当タスクフォースにて検討することとされた。

当タスクフォースでは計 5 回にわたり、経済成長の成果の家計への還元を促進し、安定的な資産形成の実現に向けて、利用者の利便向上とその保護のための、顧客本位の業務運営、金融経済教育等について検討を行った。本報告書は、その検討結果をとりまとめたものである。

II 家計の資産形成を支えるインベストメント・チェーンの機能発揮

1. インベストメント・チェーン全体における顧客・最終受益者の最善の利益を考えた業務運営の確保

家計から成長資金が企業に提供されることで、中長期的な企業価値の向上、ひいては経済の持続的成長を実現し、家計が経済成長の果実を享受することによって安定的な資産形成を実現することが重要である。そのためには、金融機関や企業年金等のアセットオーナー等、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）に参加する全ての主体が、顧客・最終受益者の利益を最大化するため、十分に機能を発揮することが重要である。

¹ 金融審議会 市場制度ワーキング・グループでは、「経済成長の成果の家計への還元促進」、「成長資金の円滑な供給」、「市場インフラの機能向上」の 3 つのテーマについて議論が行われ、2022 年 6 月に「中間整理」がとりまとめられた。

このうち、金融商品の販売、助言、商品開発、資産管理、運用等を行う全ての金融機関等（以下「金融事業者」という。）については、2017年3月に「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下「原則」という。）が策定され、プリンシプルベースのアプローチのもとで、金融事業者による顧客本位の商品・サービスを提供する取組みが行われ、一定の進展が見られている。例えば、金融商品の販売会社において、長期分散投資に向けた提案を実践するためのツールを導入して独自のモデルポートフォリオ提案を行う、グループ資産運用会社と共同でインデックス投信の一物多価を解消する、といった動きが見られる。また、2021年1月に「原則」を改訂した際に、分かりやすく簡潔に重要な情報を提供し、多様な商品の比較を行いやすくするという趣旨の下で導入された「重要情報シート」の活用も始まっている。一方で、

- ・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、資産全体のポートフォリオの提案には必ずしもつながっていないのではないか
- ・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が推奨・販売されているのではないか
- ・顧客利益より販売促進を優先した金融商品の組成・管理が行われているのではないか

といった、商品組成・選定や説明のあり方、提案方法等に関する課題が引き続き指摘されているほか、「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存在しており、取組みは「道半ば」の状況にある。また、個人の資産管理・運用等に重要な役割を果たしている企業年金についても、運用の専門家の活用不足や運用機関の選定プロセス、加入者への情報提供に課題があるとの指摘もされている。

欧米においては、金融商品の販売に伴って個別の推奨を行う場合等において、自らの利益を顧客の利益に優先させることなく、顧客の最善の利益に従って行動するよう求めている。家計の安定的な資産形成に向けて、全ての金融サービスの提供について顧客本位の業務運営が求められる中、金融事業者全体による顧客本位の業務運営の取組みの定着・底上げを図る必要がある。このため、「原則」に定められている金融事業者は顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきであることを広く金融事業者一般に共通する義務として定める²ことなどにより、「原則」が対象とする金融事業者全体による、「原則」に沿った顧客・最終受益者の最善の利益を図る取組みを一步踏み込んだものとするこ

² 金融商品取引法において規定されている誠実公正義務は、1990年に証券監督者国際機構が定めた証券業者に関する行為規範原則を取り込んだものであるが、行為規範原則にあった「顧客の最善の利益…を図るべく」との文言が取り込まれておらず、解釈上、最善利益義務が含まれているかは明確でない。このため、「顧客の最善の利益を図るべき」ことを法律上定めることにより、誠実公正義務に内包されるべき「最善利益義務」が明確化されるとも考えられる。

同義務を定めることによって、誠実公正義務と同様に、具体的な行為規制が捕捉しづらい行為を規制する際の指針としての役割を果たすことが期待される。また、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であるとともに、金融事業者に求める具体的な対応が不明確となる懸念があることから、監督当局においても硬直的に対応せず、金融事業者の創意工夫が発揮されるよう対話に臨むことが期待されるとの意見もあった。後者の点については、「原則」を踏まえて既に事業者が実践していることなのでデメリットは生じないはずであるといった意見もあった。

とを促すべきである³。また、金融事業者のほか、企業年金制度等の運営に携わる者等もこのような規定の対象に加えることにより、広くインベストメント・チェーンに関わる者を対象として、顧客・最終受益者の最善の利益を考えた業務運営に向けた取組みの一層の横断化を図るべきである⁴。

2. 顧客への情報提供・アドバイス

(1) 顧客等への情報提供

① 利益相反の可能性と手数料等についての情報提供のルール化

顧客が適切な金融商品を選択するためには、金融商品の販売者等による適切な情報提供が必要不可欠である。特に、商品選択において、顧客との利益相反に関する情報は重要である。このため、「原則」においては、金融事業者は、利益相反の可能性についての把握とその適切な管理、可能性がある場合の情報提供が、重要情報シートにおいては、情報提供に当たって具体的な内容⁵を記載することが求められている。また、重要情報シートにおける利益相反事項の開示は、顧客への情報提供に加え、販売会社・現場の営業職員への規律付けとして機能することが期待される。一方、重要情報シートの導入状況を見ると、各販売会社による差異が見られ、中でも仕組債・ファンドラップにおける導入割合が低い傾向が確認された。その内容についても定型的な表現が多く、分かりにくいとの指摘がある。加えて、上述のとおり、重要情報シートによる情報提供以前に、「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見られるところである。

欧米においては⁶、販売会社は、投資商品の推奨にあたり、利益相反の状況等、顧客との関係において重要な情報を提供することが義務付けられている。

こうした点を踏まえ、利益相反の可能性の顧客への情報提供についてはルール化を行うべきである⁷。その際、少なくとも⁸、重要情報シートの記載事項とされている

³ プリンシプルベースの規定を法定化するに当たっては、ルールベースの取組みとの適切な役割分担を踏まえ、今後も両者のベストミックスを図っていくべきであるとの意見があった。この点、例えば、金融商品取引法上の適合性の原則が求めるものと共通し、金融事業者がプリンシプルベースで実践している「原則6」の本文を、プリンシプルベースを重視した規定として法定化することによりイノベティブな取組みが期待されるとの意見もあった。

⁴ 年金加入者の意思決定に資するよう、例えば、確定給付企業年金の予定利率や運用実績、確定拠出年金(DC)の商品ラインアップや手数料、運用実績の開示について、より分かりやすい形での適時の情報提供等が望まれるとの意見があった。

⁵ 「重要情報シート(個別商品編)」では、顧客に提供する費用に関する情報として、購入時に支払う費用(販売手数料など)、継続的に支払う費用(信託報酬など)、運用成果に応じた費用(成功報酬など)が挙げられている。また、顧客に提供する利益相反の可能性に関する情報として、顧客が支払う費用のうち販売会社が組成会社から受け取る手数料の割合及びその対価として顧客に提供するサービスの内容、販売会社と組成会社との関係(資本関係等)、特定の商品を販売した営業職員に対する業績評価上の評価に及ぼす影響、等が挙げられている。

⁶ 米国のベストインタレスト規則は、2018年に導入されたもので、ブローカーディーラー又は関係する自然人は、証券取引等の推奨に際し、自らの経済的利益等をリテール顧客の利益に優先させることなく、推奨時点でリテール顧客の最善の利益となるよう行動しなければならないとされている。具体的な義務としては、開示義務、注意義務、利益相反への対応、法令遵守義務があり、4つの義務を履行した場合には、顧客の最善の利益義務を履行したとされる。

⁷ 手数料の高い金融商品を優先して販売するという手数料バイアスの課題に対応するため、手数料の上限を設定する又は一律化することも考えられる、との意見があった。

⁸ 金融事業者がルール化されたミニマムスタンダードの遵守に留まることがないよう、独自の創意工夫を続

ア 顧客が支払う費用のうち販売会社が組成会社から受け取る手数料の割合及びその対価として顧客に提供するサービスの内容（第三者から受け取る報酬等も含む）⁹

イ 組成会社や販売委託元との関係（資本関係、人的関係又は重大な業務上の関係を有する者の商品（グループ商品）を販売する場合）

ウ 他の商品と比較して当該商品を販売した場合の営業職員の業績評価上の取扱いを対象とし、その内容も顧客が容易に理解できるよう、明確に分かりやすくする工夫が必要である¹⁰。

また、「原則」に定められているとおり、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を顧客が容易に理解できるよう、明確に分かりやすく情報提供することも重要である。例えば、仕組債の重要情報シートは導入割合が低いことが指摘されているが、内容についても、顧客にとって重要な情報である販売会社への提供価格と時価・公正価値との差額、いわゆる組成コストを情報提供している販売会社は一部に留まっている。仕組債の組成コストが顧客の購入判断に与える影響の重要性に鑑みれば、販売会社が組成会社に対して組成コストを開示するよう働きかけるとともに、組成会社においては開示に対応できる体制を整備すべきであり、こうした取組みを担保するための制度面での対応が求められる¹¹。投資信託についても、かねて「信託報酬」に分類される費用がファンドによって異なり、費用の比較を行いにくいとの指摘があり、投資信託協会による対応の途上にあるが¹²、各事業者においては、可能な限り早期に、交付目論見書における総経費率の記載について対応を進めることが必要である¹³。

② デジタル技術の情報提供への活用

適切なポートフォリオの構築を通じて、家計の安定的な資産形成を促進していくためには、金融商品取引において、顧客にとって必要な情報が分かりやすく提供される必要がある。特に、①において述べた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

けていくことが重要であるとの意見や、監督当局においてもこうした観点から対話とモニタリングを継続すべきとの意見があった。

⁹ 顧客への分かりやすさ、他の商品との比較可能性を担保する観点から、単に手数料の透明性を図るだけでなく、費用とサービスとの対価関係を明確化することが重要であるとの意見もあった。

¹⁰ 個別の商品ごとに加えて、金融事業者の業務全般から見た顧客との間の利益相反の可能性を示す必要があるとの意見があった。同様に、利益相反事項について、重要情報シートの個別商品編だけではなく、当該事業者の収益構造を含めて金融事業者編にも記載することが望ましいとの意見があった。また、利益相反の具体的な内容とあわせて、利益相反の可能性が取引又は業務に及ぼす影響や利益相反管理の状況についても情報提供を義務付けるべきであるとの意見があった。

¹¹ 仕組債についてはそもそも一般の生活者に勧めるべきではなく、情報提供の問題ではないとの意見もあった。また、現在の証券会社の実務では、会社ごとに異なる仕組債の時価・公正価値の計算方法が採用されているとの指摘もあった。

¹² 投資信託協会において、投資信託の交付目論見書に、原則として、直近に作成された運用報告書に記載されているファンドの総経費率に係るデータを記載するものとする規則改正を行っており、2024年4月施行予定。

¹³ 仕組債や投資信託のほか、外国籍投資信託や上場投資信託、保険商品の一部についてもコストの内容が不明確なものがあるため、検証すべきであるとの意見があった。

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である。

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。また、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。加えて、デジタル手段による提供に際しては、金融事業者のコスト削減を目的として単に現行の書面を電子化したものを交付するのではなく、閲覧する機器に最適化し、容易にアクセス可能な方法、かつ、顧客等による比較分析などの外部データを含む多様な活用・連携が可能な方法で行われるようにすべきである¹⁴。

以上の措置を講じるに際しては、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¹⁵、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である。

また、顧客の認識なく書面交付が電子交付に変更されるといった事態が起こらないようにするため、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、行政や業界全体としても必要である。

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¹⁶。

（２）顧客の立場に立ったアドバイザー

家計の安定的な資産形成を実現していくためには、家計ごとのライフプラン、資産状況、収入等を考慮した上で、家計管理、資金計画、つみたて NISA 等の税制優遇制度や年金制度、多様化する金融商品・サービスなどについて、気軽に相談し、継続的に良質なアドバイスを受けられる環境を整備することが重要である。

そのため、インベストメント・チェーンにおいて顧客と販売会社の間に入り、顧客の判断をサポートするアドバイザーの役割は大きい。また、そのアドバイスについては、顧客の立場に立って、全体最適を考えて行われること、その上で、投資を行う場合は、ポートフォリオ¹⁷としての提案ができることが必要である。しかしながら、顧客の立場に立ってい

¹⁴ このほか、データを過去に遡って提供すべきであるとの意見、受け取った情報が顧客に閲覧されているかを金融事業者が確認し、内容を理解しているかモニタリングするなど、デジタル化を活用した対応を行っていくべきであるとの意見、デジタルデータの特性を活かし、タグ付けなどにより外部データとの連携を確保し、関連情報の参照等を可能とする工夫を行うべきとの意見があった。

¹⁵ 一方、顧客が書面による情報提供を受ける選択肢を用意するかどうかは、顧客本位の業務運営の観点から金融事業者がそれぞれ判断すべきであるとの意見もあった。

¹⁶ これに対し、本来は情報提供が義務であり、提供方法は顧客との関係で決めるものであるという考えに立った場合、書面交付希望者にコスト負担を求めることも考えられるといった意見もあった。

¹⁷ 保険や不動産も含めた総合的な資産形成支援の視点が必要であるとの意見があった。

ると謳いながら、特定の金融事業者や金融商品に偏ったアドバイスが行われているケースが見られる¹⁸、顧客にとって誰が信頼できるアドバイザーであるかが分からない、等の課題も指摘されている。

このため、様々な形で良質なアドバイスがより広く提供されるよう、環境整備を検討していく必要があるが、その方策の一つとして¹⁹、一定の中立性を有するアドバイザーの見える化に取り組むことが考えられる。具体的には、諸外国では、アドバイザーが提供できる商品・サービスの範囲や、顧客からのみ報酬を得ているかどうか等に着目している点を踏まえ、我が国においても、(i)アドバイザーが金融商品の販売を行う金融事業を兼業しておらず、家計の全体最適とポートフォリオの最適化の観点から、幅広い金融商品を対象としたアドバイスが可能かどうか、(ii)金融商品の組成・販売会社からの手数料等を受け取らず、報酬は顧客からのみ得ているかどうか、等の基準を、例えばⅢにおいて述べる金融経済教育を推進する中立的な常設組織が設定し、基準に該当するアドバイザー（以下、「認定アドバイザー」という。）をリスト化・公表する²⁰ことが考えられる。

一方、これまでの我が国における金融ビジネスの慣行や家計のアドバイス・サービスの利用状況を踏まえれば、認定アドバイザーが行うアドバイスが持続可能なビジネスとして成立させていくことには困難が伴うとの指摘もある²¹。そのため、こうしたサービスの立ち上がりを支援する観点から、Ⅲにおいて述べる金融経済教育の実施にあたり、認定アドバイザーの積極的な参加を促していくほか、認定アドバイザーからアドバイスを受ける個人に対する支援の可能性を検討すべきである。

認定アドバイザーが行う活動のうち、一定の金融商品への投資判断についてアドバイスをする場合には、投資助言業の登録が求められる。一方、特に個人のアドバイザーについては、投資助言業の登録が難しく、例えばつみたてNISAでどのような商品を購入すべきかといったアドバイスの提供が行われにくくなっているとの声も聞かれる。顧客が個別商品に関するアドバイスを受けられる機会を拡大する観点から、助言対象を例えばつみたて

¹⁸ こうした「アドバイス」を行う者がアドバイザーと認識されていることの妥当性について検討すべきとの意見もあった。

¹⁹ アドバイザーとなり得る主体や、提供されるアドバイスには様々なものが考えられるところ、「Ⅱ 2. (1) 顧客等への情報提供」に述べた施策を含め、一定の中立性を有するアドバイザーの見える化以外の取組みについても、諸外国の事例も参考としながら、顧客の立場に立った良質なアドバイスの普及へ向けて議論を行っていく必要がある。

²⁰ アドバイザーをリスト化するに当たっては、投資助言業の登録の有無は問わないこととするのが適当であると考えられる。なお、不適切な事業者が排除されるようにすることが重要であるとの意見があったほか、アドバイザーはCFPや1級ファイナンシャル・プランニング技能士など相応の資格保有者や実務経験のある者が望ましいといった意見や、アドバイザーの行動が真に顧客の立場に立ったものであるかどうかをモニタリングする観点からは、将来的に、デジタル技術を活用し、個別の販売状況に関する詳細なマイクロデータを収集し分析することが有益だとの意見があった。このほか、こうしたアドバイザーを規制対象として金融庁が監督し、法令違反に対応することも検討すべきとの意見や、アドバイスの対象となる金融商品には有価証券以外にも含まれるため、将来的には金融サービス助言業という方向性を指向していくことが考えられるのではないかと意見もあった。

²¹ 顧客以外から報酬を得ることを禁止したイギリスにおいては、アドバイザーが富裕層へのサービス提供に注力し、顧客（資産形成層）が、自らが支払いたいと思える金額で必要なアドバイスを受けられないという問題も発生している点には、留意が必要。

NISA や iDeCo²²に絞った投資助言葉について、投資家保護の観点に十分配慮するとともに、監督のあり方や体制も検討しつつ、登録要件の緩和を検討していくべきである²³。

以上の取組みを着実に実施するとともに、顧客が良質なアドバイスを気軽に受けられる環境を整備する観点から、今後とも、幅広い観点から家計に対するアドバイス・アドバイザーのあり方についての検討を継続していくべきである。

3. 資産運用業

インベストメント・チェーン全体を高度化し、家計の安定的な資産形成を促進していく上で、資産運用業の高度化や、金融商品の組成・管理を行う金融機関における顧客本位の業務運営の確保は重要な課題である。このため、「中間整理」においては、プロダクトガバナンス²⁴の確保とそのための運用会社のガバナンスの強化を図るため、「原則」の見直しや必要な制度化について検討を進めていくこととされた。

資産運用会社を含む金融商品の組成・管理者には、顧客利益最優先のガバナンス・業務運営が営業現場も含めて行われているかについての検証を、経営陣の責任の下で継続的に行うための態勢整備が求められる。

このうち、資産運用会社の独立性の確保については、日系の大手資産運用会社において社外取締役等のグループ外部からの人材登用の割合が増加するなど、ガバナンスに一定の進展が見られる。また、金融機関グループの親会社である持株会社・販売会社との利益相反を避けるため、資産運用会社社長と持株会社の役員の兼務体制を解消する例も出てきている。一方、取締役会で依然としてグループ販売会社出身の人材が多数を占める傾向が見られるほか、社外取締役についても、運用関連業務の経験者が少ないという課題が指摘されている。また、日本の資産運用会社は、金融機関グループにおける位置づけが明確でなく、グループ会社の枠を超えた発展をしていない、資産運用会社の経営をモニタリングできる社外取締役の機能強化が必要との指摘もある。

資産運用会社においては、想定顧客を明確にし、顧客利益を最優先して個別商品ごとに品質管理を行うプロダクトガバナンス体制を確立することが重要である。

商品組成の課題としては、組成する商品が想定している顧客層²⁵の設定、そして実際に販売した顧客が当該商品について適合性を有していたかの検証が重要である。諸外国では、

²² 登録要件の緩和を検討する業務の範囲については、企業型 DC を含めるべきであるとの意見や、つみたて NISA 等の制度内の商品についての助言に限定するのではなく、制度外でも金融機関等に推奨された金融商品について意見を求められた際に、その商品がつみたて NISA の対象商品である場合の助言は含めるべきではないか等の意見もあった。

²³ 個人向けの投資助言葉であることを念頭に、個人のニーズに合った一定水準以上の知識・経験を有していることが必要であるとの意見があった。

²⁴ 想定する顧客を明確にし、その利益に適う商品を組成するとともに、そうした商品が想定した顧客に必要な情報とともに提供されるよう、販売にあたる金融事業者へ必要な情報を提供することや、商品組成・情報提供のあり方について継続的に評価・検証等を行うこと。

²⁵ 想定顧客属性については、運用のポリシーを示すなど資産運用会社等が投資してほしい顧客について記載することで、より明瞭なメッセージになるとの意見があった。

投資家の最善の利益を確保するため、資産運用会社と販売会社の相互連携による金融商品の適合性を検証する仕組みとして、両者に対してそれぞれの機能及び役割に応じた販売前及び販売後の商品の検証を求めるとともに、当該検証に必要な情報を相互に提供することを求めている。また、例えば商品組成時におけるコスト水準の設定に当たって、他社の同種商品のコスト水準を比較するのみで判断するなど、個別ファンドの運用方針の違いや自社の運用実績も踏まえた判断がなされていないといった点が指摘されている。

さらに、商品の管理・検証の課題としては、資産運用会社が自ら組成した商品について、コスト控除後のパフォーマンス検証が十分に行われていないケースや、長期にわたって運用成績が低迷するファンドについて、短期的なパフォーマンスの改善を受けて抜本的見直しの対象から外してしまうなど、長期視点での検証が行われていないケースも見られる。加えて、こうした検証結果に基づいた信託報酬水準の見直しが行われていない可能性も指摘されている。

以上のような、これまでの取組みの進展や指摘される課題も踏まえ、引き続き、資産運用会社等の金融商品の組成者・管理者について、金融グループ内における位置づけを明確化した上でのガバナンスや独立性の確保、顧客の最善の利益に適った商品組成・提供・管理を確保する枠組みであるプロダクトガバナンスの実践、組成会社・販売会社それぞれについて求められるべき機能及び役割の明確化を実現していくために必要な、「原則」の見直しやルール化に向けて、検討を深めていくべきである²⁶。

Ⅲ 金融リテラシーの向上

個々人がそれぞれのライフプランに合った金融商品・サービスをより適切に選択し、安定的な資産形成を行っていく上では、金融リテラシー²⁷を向上させていくことが重要である。また、金融リテラシーの向上は、公正で持続可能な社会の実現に寄与するという意味においても、大きな意義がある²⁸。2000年以降、金融審議会²⁹等において、継続的に金融経済教育の重要性について指摘がなされ、「金融リテラシー・マップ」³⁰に基づき、政府、金

²⁶ このほか、例えば「原則6」に関して、組成会社に対して目論見書等に想定顧客属性を明記すること、取締役に対して目論見書から逸脱した商品組成となっていないかを求め、販売業者に属性に沿った販売を求めることを法令上整備すべきである、あるいは、組成会社等に顧客のリスク許容度を範囲付けるプリンシプルベースの基準を示すべきであるとの意見や、こうした意見を踏まえ、組成会社等においてまずもって自発的な取組みが求められるとの意見もあった。

²⁷ 金融広報中央委員会(2012)「OECD/INFE 金融教育のための国家戦略に関するハイレベル原則」(仮訳)は、金融リテラシーを「金融に関する健全な意思決定を行い、究極的には金融面での個人の幸福を達成するために必要な、金融に関する意識、知識、技術、態度および行動の総体」と記載。

²⁸ 「金融経済教育の意義・目的は、金融リテラシー(金融に関する知識・判断力)の向上を通じて、国民一人一人が、経済的に自立し、より良い暮らしを実現していくことを可能とするとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現に貢献していくことにある。」(平成25年6月28日閣議決定(平成30年3月変更)「消費者教育の推進に関する基本的な方針」)

²⁹ 平成15年12月24日金融審議会金融分科会第一部会報告「市場機能を中核とする金融システムに向けて」

³⁰ 金融経済教育研究会が2013年4月にとりまとめた報告書を踏まえ、同年6月に設置された金融経済教育推進会議が策定(2014年6月策定。2015年6月改訂)。

融広報中央委員会、金融関係団体等において、ライフプランに応じた資産形成の啓発や投資体験に着目した教材の作成等、金融経済教育に関する取組みが実施されてきた。

しかしながら、金融広報中央委員会の「金融リテラシー調査」等の調査結果によれば、

- ・学校、大学、勤務先で金融経済教育を受けたとの認識がある者はアンケート回答者の全体の約7%に留まり、経年で見ても横ばいで推移している
- ・長期投資や分散投資等のリスク抑制効果を認知している者は4割程度に留まる
- ・企業型DCの事業主による継続投資教育を受けたと回答する加入者も1割に過ぎない³¹

などの結果が示されており、金融経済教育が広く国民に行き届いているとは言えない状況にある。また、金融経済教育を実施する主体が民間の金融関係団体や個別の金融機関では、社会人を中心とする受け手に敬遠されるのではないかと指摘もある。

このような取組みの全体的な量の少なさや提供される側の受け止めといった課題のほか、政府、金融広報中央委員会、金融関係団体等による金融経済教育に関する取組みが十分調整されておらず、非効率的な面もあるため、諸外国の事例³²も踏まえ、関係者間での取組みの調整、業界横断的な取組みや金融経済教育の推進主体の常設化が必要との意見があった。こうした指摘を踏まえ、国民の資産形成への自助努力を支援し、家計の資産所得を増やすため、誰一人取り残さず、広く、定期的に金融経済教育を受ける機会が提供されるよう、国全体として、中立的な立場から、資産形成に関する金融経済教育の機会提供に向けた取組みを推進するための常設組織を早急に構築すべきである³³。その際、最低限身に付けるべき金融リテラシーを体系的に整理した金融リテラシー・マップの内容を踏まえつつ、家計管理や生活設計等のほか、消費生活の基礎や社会保障・税制度、金融トラブルに関する内容も含めて、広範な観点から金融リテラシーの向上に取り組むべきである。

金融経済教育の機会提供に当たっては、企業等における職域での取組みが鍵となる。中堅・中小企業が置き去りにされないよう留意しながら、企業等において広くセミナーや個別相談等を行うなど、Ⅱ 2. (2) においてリスト化に取り組むべきとされた認定アドバイザーの参加を得ながら積極的な活動に官民一体となって取り組むべきである。

実際に金融経済教育を推進するに当たっては、施策ごとのKPI設定や効果検証を進めるほか、ゲームやエンターテインメントの要素を盛り込むなど無関心層にも興味を持たせるための工夫も検討すべきである³⁴。また、個人の行動変容を促すためには、金融経済教育とともに、個人の立場に寄り添ったアドバイザーの役割が重要である。金融経済教育と顧客

³¹ 継続投資教育のほか、DCの指定運用方法(デフォルト商品)を見直すことも期待されとの意見があった。

³² 英国では、2018年に成立した「金融ガイダンス法」に基づき、2019年4月に金融取引・年金に関する情報提供等を行う複数の政府機関を統合して“The Money and Pensions Service”(MaPS)を設立。MaPSは、政府外の公的機関として、英国民に対して、債務アドバイスや金融取引・年金に関する情報提供等を実施。一方、米国では、2003年に制定された「金融リテラシー教育改善法」に基づき、「金融教育リテラシー委員会」(FLEC: Financial Literacy and Education Commission)が設立。FLECは、各省庁等における金融教育に関する取組みを一体的に進めるための調整・情報収集の役割を担う。

³³ 資産形成に関するアドバイスを受けたいが、その費用を払うことができない層も一定数いることが考えられるので、公的機関によるアドバイザーの収入確保等も含めた支援を考える必要があるとの意見があった。

³⁴ 特定の事業者や地方自治体に限ることなく誰もが参加・アクセスできるようにする仕組みが重要であり、デジタル技術を活用したコンテンツやデジタルイベントなどの開催があり得るといった意見があった。

の立場に立ったアドバイスは地続きであるとの認識の下、両者を一体として捉え、統合的に取組みを進めていくべきである。

IV 総合的な資産形成支援

家計の安定的な資産形成の実現に向けた利用者の利便向上とその保護のための施策は、つみたて NISA や iDeCo 等の税制優遇制度の普及、金融リテラシーの向上、金融・資本市場に関係する事業者・年金等の監督等、広範に及ぶため、国全体として総合的に進めていくことが重要であると考えられる。

あわせて、国だけではなく、地方自治体や民間企業による主体的な取組みと国との連携も不可欠であると考えられる。地方自治体が行っている健康診断のように、金融経済教育や資産形成支援についても、例えば、地方自治体や民間企業がつみたて NISA 等の普及や利用促進を図るため職員・社員向けセミナーを開催するなど、身近な場所で、定期的に、資産形成を開始したり、見直したりする機会が得られるような取組み³⁵を広く進めることが重要である。

多様な国民が存在することを想定し、国民本位で、資産形成支援に関連するきめ細かい施策を、関係省庁や地方自治体・民間団体等が連携して、国全体として総合的かつ計画的に推進すべく、政府は「基本的な方針」を策定すべきである。そうした方針も踏まえ、国・地方自治体・企業等による取組みと併せて、広く国民に訴求する広報戦略を展開するなど、効率的・効果的な金融経済教育を全国的に実施することが考えられる。

V おわりに

今後、関係者において、本報告書に示された考え方を踏まえて制度の見直し等の必要な対応が進められることが期待される。また、当タスクフォースにおいては、継続して検討すべきとされた課題等について引き続き検討を行っていく。

³⁵ 健康診断において「診断」が有益であるように、こうした取組みにおいても診断（個別相談）が重要であるとの意見があった。