



弁護士

浦山 周
(うらやま・ひろし)

<出身大学>
東京大学法学部
神戸大学法科大学院

<経歴>
2008年12月
最高裁判所司法研修所修了
(新61期)
2009年1月
大阪弁護士会登録
2012年8月
金融庁監督局証券課課長補佐
2014年10月
証券取引等監視委員会事務局
証券検査官併任
2015年7月
弁護士法人中央総合法律事務所
所属

<取扱業務>
一般企業法務、金融法務、
保険法務、会社法/金融商品
取引法、人事/労務、
事業再生/倒産、家事/相続、
刑事事件

「重要情報シート」について(続編)

弁護士 浦山 周

- (1) 金融庁は、令和3年5月12日、「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則5.【重要な情報の分かりやすい提供】(以下「原則5.1」という。)(注4)を踏まえた「重要情報シート」について、「重要情報シート」を作成・活用する際の手引き(以下「手引き」という。)¹を公表した。2021年7月号では、作成の手引きのうち全般的事項(1(1))について紹介したが、本号では、作成の手引きのうち金融事業者編(同(2))の内容を紹介する。
- (2) 原則5.1は「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。」とし、原則5.(注4)は「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。」としている。これらの記載からして「重要情報シート」は、基本的に、具体的商品についての重要情報を顧客に提供する場面を念頭に置いているといえるが、「重要情報シート」のフォーマットとしては、個別商品編のものだけではなく、金融事業者編のものも公表された。手引きでは、金融事業者編・個別商品編の使い分けについて明示的に言及していないが、金融事業者編では、顧客に対して、これから取引する金融事業者を選択する際に参考となる情報を提供することが求められているといえよう。

金融事業者編のフォーマットの記載項目は「1. 当社の基本情報」、「2. 取扱商品」、「3. 商品ラインナップの考え方」及び「4. 苦情・相談窓口」である。

このうち第1項は「社名」等であり、第2項は「取扱商品」であって、いずれも金融事業者に関する基本的な情報であるといえる。また、第4項は、苦情・相談窓口の記載であって、これは顧客対応に関する基本的事項といえる²。これらに関する記載内容は定型的なものであり、可能な限りフォーマットを維持することが望ましいとする手引きの要請³も踏まえると、これらの項目について事業者の創意工夫による差別化は困難であろう。

これに対し、第3項、具体的には「3. 商品ラインナップの考え方(商品選定のコンセプトや留意点は次のとおりです)」は、事業者ごとに異なる内容が記載されるべき事項である。同項について、手

引きは「顧客が自らの投資目的に適った商品を取り扱う業者にアクセスできるよう、商品選定のコンセプトや留意すべき制約等を簡潔に明示する。また、金融事業者のグループ会社が組成等する商品を多く取り扱う場合はその理由を含めて記載し、販売仲介業者については主にどの金融事業者から仲介の委託を受けているのかを明記することが考えられる。」としている。様々な顧客属性を想定して幅広い商品を取り揃えている場合には、その旨の一般的な記載となりがちであるが、それだけでは「顧客が自らの投資目的にかなった商品を取り扱う業者」であるか判断することに資する簡潔な「商品選定のコンセプト」等とは言い難く、ある程度の一般化・抽象化を行いつつも、どのような投資目的・リスク許容度の顧客を想定しているのか、どういった観点から商品を選定しているのかといった情報を提供することが考えられる。また、手引きの「留意すべき制約等」について、特に顧客が認識しておくべき事項(例えば、元本保証のある商品は取り扱わないこと)の明示は有益であろうが、「制約」という消極方向の記載ではなく、どういった提案ができるのかという積極方向の事項を記載することが適切であろう⁴。

- (3) 「重要情報シート」は、プリンシプルベース・アプローチを採用する「顧客本位の業務運営に関する原則」に関するものということもあって、手引きの内容は抽象度が高い。今後の手引きの改訂や業界団体等の取組等をフォローしつつも、自社の創意工夫により重要情報を「重要情報シート」により分かりやすく顧客に提供することで、「顧客本位の業務運営」を更に進展させることが望まれているものといえよう。

1 <https://www.fsa.go.jp/news/r2/singi/20210512/01.pdf>
2 手引き1(2)イでは「自らが加入している協会が共通に指定されている相談窓口や、販売する商品類型毎に契約している指定紛争解決機関の連絡先を記載すること等が考えられる。」とされている。
3 手引き脚注1
4 「金融審議会 市場ワーキング・グループ報告書—顧客本位の業務運営の進展に向けて—」(https://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/tosin/20200805/houkoku.pdf) 脚注20では「顧客が自らに適した金融商品・サービスを選択するためには、金融事業者ができること・できないことや、金融商品・サービスに関する重要な情報を顧客自らが咀嚼して理解することが必要であり、金融事業者との対話はその重要な手段である。」とされていることが参考になる。