

金融商品取引法の施行で変わる 金融機関の営業活動

昨年成立した金融商品取引法を基にした金融商品販売に関する新しいコンプライアンスルールが今夏にも導入される。新しいルールでは、外貨預金なども投資信託と同様の規制が適用される。販売時の説明の徹底や商品選定時の適合性チェックなど従来以上に厳格な対応が必要となるため、社内教育や体制整備などを早期に開始することが肝要である。

金融商品取引法は今夏にも施行予定

昨年6月に可決された金融商品取引法は、今夏にも施行される運びである。あわせて消費者保護を目的とする「金融商品販売法」も改正・施行される事となる。

両法律の施行に伴い、金融商品販売に関する新しいコンプライアンスルールが導入される。制度の詳細なルールを規定する政省令案は本稿執筆段階では公表されておらず春頃に公表されると思われることから、実質的には半年程度の短い期間で金融機関としての制度対応を準備する必要がある。

今のところ、この制度に関しては、金融機関のコンプライアンス部門を除けばそれ程関心が高いとは言えない。実際に我々が金融機関にインタビューした中でも、少数の担当者は危機感を持っているものの具体的な体制やスケジュール作りには着手できていない金融機関が見受けられた。

銀行の販売活動には大きな影響

しかしながら今回の制度改正は、特に銀行の営業店における各種の営業活動にとっては非常に大きな影響を持つ。

一つには、投資商品の範疇の拡大がある。従来、投資信託や証券仲介業のみが投資商品の範疇であり、担当者も限定されていた。しかしながら、今回の制度では外貨預金や仕組預金、更には変額年金などもその対象となり、法制度に従った厳密なコンプライアンスルー

ルの制定及び履行が必要となる。

二つ目には、販売会社側の説明責任がより強調される制度改正である点である。単なる形式上のルール制定ではなく実態あるルール遵守をいかに金融機関として担保するか、が問われている。

営業活動での具体的な留意点は4つ

営業現場でとくに留意したいのが以下の四点である。

一点目は金融商品管理の横断化である。価格変動リスクがある外貨預金や変額年金保険等もリスク性金融商品として投資信託などの有価証券と同様のルールが適用されることになった。投資性の強い金融商品は、同一の土俵で一元管理されることになったわけだ。

二点目は重要事項説明の拡大である。販売時に説明すべき重要事項に「取引の仕組み」が追加された。商品のリスク構造やお客様の権利義務などはしっかり説明する必要がある。

三点目は適合性の確認である。お客様にその商品を勧めてよいのか、お客様の知識・経験・財産に加えて、「取引の目的」に合致しているのかが問われることになった。

四点目はオーダーメイドな説明である。お客様が本当に理解できたのかどうか、まさしくお客様一人一人の知識や経験等に照らして説明することが求められているのである。

Writer's Profile



梅屋 真一郎
Shinichiro Umeya

金融ITマネジメント
コンサルティング部
上席システムコンサルタント

専門は金融機関経営
focus@nri.co.jp

情報の一元管理などの対応が必要

これらのルールにより、従来とは異なった業務面での対応が要求されることになる。

その中でも最も重要視すべきなのは、顧客に関する各種情報の一元管理である。従来、金融商品の販売に関しては商品単位での縦割り型の管理が一般的であり、そのため顧客に関する情報も分割管理されている金融機関が殆どである。しかしながら今後は、一人の顧客が適合性の観点からどのような知識・経験・資産・投資目的を有するかを金融機関として把握すると同時に、実際の営業の場でその情報に基づく適正な商品選定を行う必要が発生する。同時に、過去の取引や現在の保有状況を把握することも必要である。

また、顧客に対する商品内容などの説明に関しても、金融機関側としてきちんとした記録保存や、場合によっては説明内容に関する顧客への確認行為が必要になると考えられる。この事は、金融機関側に新たな事務負担が発生することになるが、ルール遵守に向けた金融機関内の意識の徹底を図る必要がある。

情報システムは制度施行に間に合わない

通常このような大規模な制度改正に際しては、ルールの確実な運用を行うために情報システムを活用するのが一般的である。しかしながら、今回の制度改正では制度詳細が確定してから施行までの期間が数ヶ月程度と短くなることが予想されることから、実際に情報システムを準備する期間も大きく制約される。また、従来の金融機関の情報システムは商品単位の縦割りシステムが多く、例えば預金は銀行が独自開発した基幹系で管理しているものの投資信託や変額年金は外部のパッケージを活用しているという銀行が殆どである。そのため今回の制度のように商品を超えた管理は必ずしも得意ではない。商品横断的に顧客のポートフォリオを管理するためにはCRMなどの顧客管理システムの導入が必要だ

が、未だ導入している金融機関は限定的であり、今回の制度への対応も不十分であるシステムが殆どである。このような状況では、当面はシステムによる集中管理は非常に難しく、制度施行時点までにシステムの準備が間に合わない可能性が高い。

当面営業現場の努力に依存する対応策

以上のことから、当面の間は営業現場の手作業による対応を行い、徐々にシステム化を模索する以外に手はなさそうである。既に金融機関の営業現場は、提供商品の拡大や人員スリム化などの影響で事務負担は非常に重いものとなっていると言われる。そのような中、より大きな負担となるルールの制定を、システムのサポートが当面期待できない状況で行うことは、営業現場のフラストレーションが増大すると同時に、制度制定後の事務の混乱が生じる恐れもある。

しかし、今回の制度改正の重要性に鑑みると、万難を排して確実な制度対応を行わなければならないことは言うまでもない。そのためにも早い段階から営業現場への説明を行うと同時に、十分な研修、事務負担を軽減するためのバックアップなどを予め用意することで、少しでも負担を軽減するための努力を払う必要がある。まずは新しい制度に関する社内での理解を深めるための様々な情報提供に着手すると同時に、対応のための体制やスケジュール作りに早急に着手すべきである。

制度詳細が不明な現時点でも、ある程度現行制度との対比が行いやすい投資信託から検討を開始し、その内容を基に他の商品での対応策を準備し始めている金融機関もある。制度詳細の確定後に修正が必要となるかもしれないが、このような対処方法も選択肢として考えるべきであろう。

今回の制度改正は金融機関の経営にも大きな影響を及ぼす。経営者を巻き込んだ全社的な取り組みに出来る限り早く着手することを提案したい。■