

1. 会合名	顧客に対するわかりやすい書面・説明の在り方に関する懇談会(第2回)
2. 日時 場所	平成23年12月28日(水) 午後1時～2時30分 東京証券会館5階 第1会議室
3. 次第	1. 契約締結前交付書面の法令規定の概要について 2. 顧客への書面交付・説明に係る販売会社の実務について (1) 大和証券からのプレゼンテーション (2) 三菱東京UFJ銀行からのプレゼンテーション 3. その他
4. 主な内容	1. 契約締結前交付書面の法令規定の概要について 事務局より、契約締結前交付書面の記載事項や交付方法等に係る法令規定の概要について説明が行われた(資料1、2)。 2. 顧客への書面交付・説明に係る販売会社の実務について 大和証券及び三菱東京UFJ銀行より、顧客への書面交付・説明に係る販売会社の実務について説明が行われた。 その後、大要以下のとおり、意見交換が行われた。 (主な意見等) ・ 何十年も取引経験のある方から初めて退職金を運用する方まで、顧客の理解度には差があると思う。販売会社において顧客の適合性、理解度を確認する場合、例えば、5段階くらいのレベル分けをして評価しているようなことはあるのか。顧客の理解度によって説明の仕方や説明時間が違ってよいと思う。 ⇒理解度よりはむしろ取引経験に応じた説明をするという考え方をとっている。投資信託の取引を行う顧客において、株式の取引経験が豊富であっても、投資信託の取引経験がなければ、当然それなりの説明が必要となる。また、取引経験といっても、顧客からヒアリングした内容に限られるが、他社で取引をしている顧客もいるかもしれない。実際には、顧客との会話を通じて理解力を勘案していると思う。(販売会社) ⇒顧客の適合性チェックシートを設けている。具体的には、投資の意向(リスク許容度)について3段階、取引経験と関心・知識の有無について4段階に分け、これらをマトリクスの表にし、一義的に判断している。これに加え、顧客へのヒアリングの中で投資の意向、取引経験等についてさらに深掘りして判断をしている。(販売会社) ⇒顧客の金融資産、投資経験に加え、投資目的を重視しており、これらの項目により顧客を分類してランク付けをし、おすすめする商品が適切かどうかを確認している。(販売会社) ・ 米国で行われた金融知識に関する調査結果をみると、自分では自己の金融知識のレベルが高いと思っていても、テストを行うと意外とそうでもなかったということがある。顧客が言ったことをそのまま受けとるということではなく、販売会社としてもいろいろと探ってみないと顧客の適合性の水準が図れない場合もある

	ことを踏まえる必要があるのではないか。 • 仕組債、仕組預金といった仕組商品には、基本的に権利の売買が組み込まれているが、説明書面の中では、顧客が権利を売り、金融機関が買うという説明がなされていないのが実態ではないか。また、分配金を利息のようなものであると誤認したり、仕組債・仕組預金におけるプレミアムについては、プレミアムがつくということは利息が多いことであるからよい商品であると誤認する顧客もいる。販売会社からはプレミアムがつくという説明はしているかもしれないが、きちんと計算をした正しい金額でプレミアムを説明しているケースをあまりみかけない。 • 投資信託の「分配金」や通貨選択型投信に関する説明に使われる「ヘッジ」という用語については、世間一般で使われる場合の意味と証券界で使われる場合の意味とが若干違っており、そのことにより、投資家において誤解が生じているのではないか。もう一度このような用語について、一般の投資家が理解できるものなのかを確認する必要があるのではないか。 ⇒一般の投資家が理解できるような説明を日常用語でどこまでできるかについては課題の一つである。典型的なものとしては、「リスク」があり、投資の世界の「リスク」の意味は、世間一般で言われている「リスク」の意味とは違い、一般の投資家において誤解を生む可能性がある。投資の世界、法律の世界などあらゆる専門の分野と世間一般で使われている言葉にはギャップがあり、このギャップを埋める努力が必要であろう。特に仕組債については、前書面その他で説明するリスクの中身について、正確に説明しようとすればするほど、一般人にとっては判読不能なものになっていくのが悩ましい点である。 • 先般、通貨選択型投信に関する目論見書の記載方法が変更となったが、そこでは「プレミアムヘッジ」という言葉が使用されている。この言葉を顧客がどの程度理解しているのかについて検証したことはあるか。 ⇒当社では、通貨選択型投信に特化した検証は行っていないが、顧客に対して、説明が理解しやすかったかについてのアンケート調査を実施しており、顧客からの声を反映して、より分かりやすいパンフレット作りを行い、営業員にフィードバックしている。(販売会社) ⇒当社では、個々の顧客に対する網羅的な調査はしていないが、複雑な仕組みの商品を顧客に販売した場合は、基本的には上席者が事後的に顧客に商品内容について理解しているかどうかをチェックするような運用をしている。説明状況に問題がありそうであれば営業員に指示して、改めて説明するようにしている。(販売会社) • ある投資信託委託会社による自社のファンドを販売している金融機関の営業担当者、上席者へのアンケート調査結果をみると、営業担当者としては、顧客が商品を理解していないのではないかと考えている比率が結構高い一方で、営業担当者的上席者としては、おそらく顧客は理解しているだろうと考えている比率が非常に高いという印象を持った。現在、「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」の改正案が示されており、元本の安全性を重視するとしている顧客に対して、通貨選択型ファンドなどのリスクの高い商品を販売する場合における管理職による承認制とするなどの慎重な販売管理を求めること等が盛り込まれているが、営業担当者において顧客が理解していないのではとされているにもかかわらず
--	--

	ず、上席者が販売に関する承認をしてしまうというようなおかしいことにならないか心配している。 ・ 仕組債や仕組預金については、例えば、日経平均株価がいくらになった場合には利払いが行われないというように、どういう条件においてどういう結果が起こるのかについては、説明書面において明記されており、そのような説明がなされていけば問題はないとも考えられる。他の商品については必ずしも商品の仕組みについての説明が求められていないところ、投資商品についてだけ、さらに踏み込んで商品の仕組みに関する事細かな説明が求められることについては違和感がある。 ⇒問題となっているのは、セールスプロセスにおいて、顧客が誤解するような説明がパンフレットに若干見られたことや、またセールスマンが誤解をさせるようなリードをしていたということにより、トラブルが生じているということであり、それゆえにセールスプロセスの管理が必要だという点に行きつくのだと思う。仕組みがわかりにくい商品というのは、顧客への説明が十分にできない、相手がわからないリスクをはらんでいる商品であることは忘れてほしくない。 ・ リーマンショック前に大きな金額を投資信託に投入して、リーマンショック後に3割も4割も価格が下がるような大きな損失があった場合、リスクとリターンの順序として、大きいリスクがリターンの先にきてしまうと以降の取戻しが難しくなるといったようなことについて、シークエンスリスク、順番のリスクと言われている。少なくとも退職金の運用に関しては、こうしたシークエンスリスクがあるということをリスクの説明の中に加えるべきではないか。 3. その他 今後の予定について事務局から説明が行われた。 ・ 次回会合は1月20日に開催する予定。 以 上
5. その他	※ 本議事要旨は暫定版であり、今後、内容が一部変更される可能性があります。
6. 本件に関する問い合わせ先	自主規制企画部（03-3667-8470）