

## フィデューシャリー・デューティーの実践に向けた取組み

高野 浩一 CMA

### 目 次

1. はじめに
2. 顧客本位の業務運営に関する原則について
3. フィデューシャリー・デューティーの実践に向けた当社の推進体制
4. 終わりに

2017年3月に金融庁が「顧客本位の業務運営に関する原則」を公表して以降、顧客本位の業務運営（フィデューシャリー・デューティー）が、金融事業者にとって、これまで以上に重要な経営課題として認識されるようになった。その実現に向けて取組方針を公表した事業者は、アセットマネジメントOne(株)（以下、当社）も含めて1,561社（18年12月末現在）に上っている。本稿では、本原則の内容と当社の取組みを中心に紹介する。

### 1. はじめに

2017年3月に金融庁が公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下、本原則）において、フィデューシャリー・デューティーとは「他者の信認に応えるべく一定の任務を遂行する者が負うべき幅広い様々な役割・責任の総称」と定義されている。

平成27事務年度金融行政方針（15年9月金融庁）では、「投資信託・貯蓄性保険商品等の商品開発、販売、運用、資産管理それぞれに携わる金融機関等が、真に顧客のために行動しているかを

検証するとともに、この分野における民間の自主的な取組みを支援することで、フィデューシャリー・デューティーの徹底を図る」とし、具体的には各金融事業者に以下の取組みを促していくこととされた。

投資運用業者：系列販売会社との間の適切な経営の独立性の確保、顧客の利益に適う商品の組成・運用等

保険会社：顧客のニーズや利益に真に適う商品の提供等

販売会社：顧客本位の販売商品の選定、顧客本位の経営姿勢と整合的な業績評価、



高野 浩一（たかの ひろかず）

アセットマネジメントOne(株) 経営企画部 フィデューシャリー・デューティー推進室長。1993年4月、日本興業銀行（現みずほ銀行）入行。2012年よりDIAMアセットマネジメントにて経営企画業務に従事。16年に同社、みずほ信託銀行（資産運用部門）、みずほ投信投資顧問、新光投信が統合して発足したアセットマネジメントOne(株)において17年1月より現職。