

「顧客本位の業務運営」を めぐって

ソニーフィナンシャルグループ株式会社
代表取締役社長 兼 CEO
元金融庁長官
遠藤 俊英



金融庁は2017年に「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下、「原則」）を公表した。この「原則」はプリンシプルベースの新たな行政手法を採用したものであり、内容的にも「顧客本位」というそれまで行政が関与してこなかった民間企業の経営判断領域に入り込むものであった。私は金融庁時代には「原則」の採択を金融機関に促す側にあり、民間金融機関に転じてからはそれを受け止める側に回った。そうした経験を通じて感じることをつづつてみたい。

「原則」が導入された背景には、国民の資産形成に資する商品としての投資信託をめぐり、販売会社による手数料稼ぎの回転売買、顧客に売りやすいテーマ型投信の乱立、資産運用会社のガバナンスの欠如等々が問題視されていたことがある。問題視はされても、投資信託の製造も販売も金融機関のビジネスそのものであり、経営判断に行政が直接介入することはできない。そこで出てきたのがプリンシプルベースの行政手法だ。「原則」採択の諾否および採択した場合に各金融機関が公表する「取組方針」の具体的内容は各金融機関に任せられる。各金融機関の顧客に対する姿勢、態勢、サービス内容などを自ら「見える化」してもらい、それを見比べることで、顧客が金融機関を選択する仕組みを構築しようとした。「顧客本位」であるか否かは行政が評価するのではなく顧客が