

明日 への 話題

プロダクトガバナンスへの期待



学習院大学
教授

かんさく ひろゆき
神作 裕之

プロダクトガバナンスは、資産運用会社等の金融商品の組成者に対し、顧客の最善の利益に適った商品を提供するために個別商品ごとに品質管理を行うことを求める。資産運用立国実現プランでは、今年の夏を目途にプロダクトガバナンスに関する原則を策定するものとされた。金融審議会市場制度ワーキング・グループは、7月2日、「顧客本位の業務運営に関する原則（改訂案）」を公表した。新たに追加される補充原則において組成者のプロダクトガバナンスに係る原則を定めるとともに、従来の原則に注を追加してプロダクトガバナンスに係る販売業者の側の行為規範を提案している。

プロダクトガバナンスとは、2018年に施行されたEUのMiFID IIに由来する考え方である。顧客の知識・経験・財産状況、投資目的、年齢層、流動性に係るリスク許容度等に鑑み顧客を類型化し、想定顧客層ごとに適合的な金融商品を組成する。組成段階だけでなく、販売時および販売後も、想定と現実が合致しているかどうかを検証し、場合によっては商品設計や販売方法等の見直しがなされる。組成会社や販売会社のビジネスモデルや販売方法に応じてそのあり方は大きく異なり得る。組成会社・販売会社間で建設的なコミュニケーションを行うことによって、製販全体として顧客の最善の利益の実現に向けて取り組むことが期待されている。もっとも、プロダクトガバナンスは不可能を強いるものではない。業者はコストや実務面のフィージビリティにも配慮し、シンプルなインデックス投資を行う金融商品については最低限の必要な対応を行う一方、複雑または高リスクの金融商品については慎重かつ重点的に取り組むなど、プロダクトガバナンスのコストとベネフィットが釣り合ったものであることが想定されている。

昨年11月の法改正により、顧客の最善の利益を勘案し誠実公正に業務を遂行する法的義務が金融事業者等に広く横断的に課された（金融サービスの提供及び利用環境の整備に関する法律2条1項）。金融商品の組成や販売に関わる業者は、このことを念頭にプロダクトガバナンスを実践する必要がある。もっとも、その最終目標である顧客の最善の利益の実現は、業者のビジネスモデルや販売方法などに大きく依存し、個々の金融事業者に広い裁量が認められる。業者の工夫と業界の協力により、顧客の真のニーズに沿った金融商品が想定顧客に販売され、想定市場において公正な競争がなされることを期待する。