

(資料 1)

金融商品販売業者向けアンケート調査結果

(調査期間 :平成14年10月)

銀行については全国銀行協会正会員及び準会員、証券会社については日本証券業協会会員、生命保険業者については、生命保険協会会員を対象とした。

	対象	回答数	回収率
銀行	185行	178行	96.2%
証券会社	279社	278社	99.6%
生命保険会社	42社	41社	97.6%

Q1 貴社・貴行における金融商品販売法の内容の周知状況について、顧客への実際の対応を念頭に、どのように評価していますか。

A

[左側 :社数]

	銀行		証券		保険		合計	
十分理解している	168	94%	240	92%	33	80%	441	92%
十分な理解ではない(どのような点が不十分か)	9	5%	21	8%	8	20%	38	8%
理解していない	1	1%	0	0%	0	0%	1	0%
合計	178	100%	261	100%	41	100%	480	100%

証券会社については、回答先 278社のうち顧客を持たない会社及び特定顧客のみを対象とする証券会社 17社を除いている。ただし、特定顧客を含む法人顧客を主な対象顧客とする証券会社は含まれる(以下の設問においても、同じ)。

金融商品販売法の周知状況については、銀行、証券会社では、90%以上が、「十分理解している」と回答しており、社内及び行内においては、概ね周知徹底されているという結果となった。一方、生命保険会社については20%が、「十分な理解ではない」と回答しており、周知徹底に向けた一層の努力が求められる。なお、理解が十分ではないとした主な理由としては、「女性職員に対する研修等が不足しており、店頭等での対応について十分なものとはいえない。」、「施行時は、説明会等を実施したが、時間とともに薄れつつあり再度周知徹底が必要」等となっている。

Q2 金融商品販売法によって勧誘方針の公表が義務付けられていますが、どのような内容を記載していますか。(複数回答可)

A

[左側 社数]

	銀行		証券		保険		合計	
顧客の知識・財産・経験の状況に応じた勧誘を行うこと	173	97%	255	98%	39	95%	467	97%
商品やリスクの内容等に関して適切な説明を行うこと	176	99%	253	97%	38	93%	467	97%
顧客に不都合な時間帯や場所での勧誘を行わないこと	175	98%	235	90%	40	98%	450	94%
執拗な勧誘は行わないこと	61	34%	115	44%	22	54%	198	41%
断定的な判断あるいは不利益事実の不告知を行わないこと	158	89%	133	51%	20	49%	311	65%
研修体制の充実や社内(行内)ルールの整備に努めていること	141	79%	198	76%	32	78%	371	77%
相談苦情受付窓口を設置していること	61	34%	114	44%	23	56%	198	41%
相談苦情受付窓口の連絡先(連絡先電話番号等)の明示	66	37%	144	55%	25	61%	235	49%
顧客からの苦情・要望・照会等に誠実に対応すること	43	24%	82	31%	23	56%	148	31%
関係法令を遵守すること	71	40%	203	78%	36	88%	310	65%
その他	24	13%	30	11%	18	44%	72	15%
回答社数	178	100%	261	100%	41	100%	480	100%

金融商品販売業者が策定・公表することとなっている「勧誘方針」については、金融商品販売法施行令第8条において、「勧誘の対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項」、「勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に対し配慮すべき事項」、「前2号に掲げるもののほか、勧誘の適正の確保に関する事項」について定めることとなっている。このため、「顧客の知識・財産・経験の状況に応じた勧誘を行うこと」、「顧客の不都合な時間帯や場所での勧誘を行わないこと」については、ほとんどの金融機関が記載していると回答している。しかしながら、証券会社については、について、記載していると回答していない企業が10%となっている。また、「相談苦情受付窓口の連絡先(連絡先電話番号等)の明示」については、必ずしも法令で義務づけられてはいないものの、証券会社、生命保険会社では、過半数の企業が記載しているとされている。なお、生命保険会社については、41社中15社(37%)が「その他」の事項として、「個人情報適正な管理、プライバシー保護」を記載している。

Q3 金融商品販売によって、説明及び勧誘方針の公表が義務づけられていますが、この内容を確実に実施するために何か独自の取り組みを行っていますか。(複数回答可)

A

[左側 社数]

	銀行		証券		保険		合計	
	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合
営業担当者等への周知	147	83%	226	87%	38	93%	411	86%
役職員全般を対象とする説明会・研修等	113	63%	162	62%	28	68%	303	63%
社内規則、マニュアル、Q&A、ガイドライン等の策定等	151	85%	165	63%	36	88%	352	73%
顧客向けパンフレットの作成	62	35%	111	43%	16	39%	189	39%
商品パンフレット・広告等の見直し	74	42%	43	16%	13	32%	130	27%
その他	24	13%	32	12%	10	24%	66	14%
回答社数	178	100%	261	100%	41	100%	480	100%

「営業担当者等への周知」、「社内規則、マニュアル、Q&A、ガイドライン等の策定等」については、証券会社におけるを除き、80%以上の金融機関が取り組みを行っているとしているが、「顧客向けパンフレットの作成」、「商品パンフレット・広告等の見直し」については、銀行、証券会社、生命保険会社とも過半数以下の企業が取り組んでいるにとどまっている。「その他」の取り組み事項としては、「投信・外貨預金についてリスク説明を受けたことの確認書を徴求」、「投資信託のファンドごとに重要事項説明書の網羅性を確認するための「説明シート」を制定」、「勧誘方針を全役職員が携帯」、「代理店向け説明会の実施」等があった。

Q4 勧誘方針の公表はどのように行っていますか。(複数回答可)

A

[左側:社数]

	銀行		証券		保険		合計	
	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合
店頭ポスター掲示	144	81%	178	68%	38	93%	360	75%
店頭における閲覧	60	34%	124	48%	14	34%	198	41%
ホームページ上に掲載	140	79%	116	44%	33	80%	289	60%
口座開設書類への記載	12	7%	67	26%	0	0%	79	16%
店頭チラシや商品概要説明書等への記載	49	28%	61	23%	13	32%	123	26%
その他	44	25%	54	21%	8	20%	106	22%
回答社数	178	100%	261	100%	41	100%	480	100%

勧誘方針の公表方法については、全体として、店頭ポスター掲示(75%)、ホームページ上に掲載(60%)、店頭における閲覧(41%)という結果となった。証券会社については、「ホームページ上に掲載」と回答している企業が44%と銀行、保険会社と比較して、低い水準となっている。「その他」の事項としては、「テレホンバンキングの音声ガイダンスへの盛り込み」、「顧客向けリーフレットの作成」、「通帳に記載」、「取引残高報告書への記載」等があった。なお、証券会社についてはネット証券等顧客が来店しない販売形式をもつものもあることなどから、「店頭ポスター掲示」の比率が低めとなっていると考えられる。

Q5 金融商品販売法の施行にあわせて、何か消費者相談窓口等の整備 運用の改善等を行いましたか。

A

[左側:社数]

	銀行		証券		保険		合計	
	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合
以前から整備しているが、今般、さらに制度等を改善した	26	15%	30	12%	12	29%	68	14%
以前から整備しており、特に整備等は考えていない	110	62%	95	37%	27	66%	232	49%
今般、初めて整備した	4	2%	18	7%	1	2%	23	5%
現在検討中	10	6%	35	14%	1	2%	46	10%
整備等の予定は無い	28	16%	80	31%	0	0%	108	23%
合計	178	100%	258	100%	41	100%	477	100%

無効回答:3(証券)

「以前から整備しているが、今般、さらに制度等を改善した」とする金融機関は、銀行、証券会社、生命保険会社それぞれ、15%、12%、29%と低い水準にとどまっている。また、銀行、生命保険会社については、60%程度が「以前から整備しており、特に整備等は考えていない」と回答している。何らかの対応を行った事例としては、「相談窓口の行内一本化」、「消費者相談窓口の設置をポスターで周知」、「カスタマーサービスセンターを設置し一元的に電話対応をできるようにした」、「相談窓口をフリーダイヤルにした」等があった。

Q6 金融商品販売法の施行以降、本法への対応等について消費者団体や消費者保護についての有識者等と意見交換等を行い、対応策について何らかの改善を行いましたか。

A

[左側：社数]

	銀行		証券		保険		合計	
すでに話し合いを行い、その方向で整備済み	5	3%	16	6%	3	7%	24	5%
現在、金販法等に関する意見交換の検討中	8	4%	11	4%	1	2%	20	4%
そのような予定はない	165	93%	230	89%	37	90%	432	91%
合計	178	100%	257	100%	41	100%	476	100%

無効回答：4(証券)

全体としては、約90%の金融機関が「そのような予定はない」としている。一方で、何らかの対応を行った事例としては、「消費者団体・有識者との複数回にわたる勉強会・意見交換や、消費生活センター相談員に対するモニターアンケートによる意見聴取を通じ本法律を踏まえた顧客対応の充実を図っている」、「弁護士と意見交換を実施」、「外部監査法人との意見交換を実施」等があった。

Q7 金融商品販売法の事業への影響は何かあったと考えていますか。(複数回答可)

A

[左側：社数]

	銀行		証券		保険		合計	
金融商品が販売しやすくなった	6	3%	23	9%	3	7%	32	7%
金融商品の販売がやりにくくなった	1	1%	21	8%	0	0%	22	5%
金融商品の広告説明がしやすくなった	17	10%	46	18%	3	7%	66	14%
金融商品の広告説明がやりにくくなった	6	3%	8	3%	0	0%	14	3%
販売時における顧客の質問が多くなった	13	7%	40	15%	6	15%	59	12%
販売時における顧客の質問が少なくなった	1	1%	2	1%	0	0%	3	1%
苦情・相談等が増えた	5	3%	11	4%	2	5%	18	4%
苦情・相談等が減った	2	1%	6	2%	0	0%	8	2%
特に影響は無い	143	80%	185	71%	31	76%	359	75%
その他	12	7%	14	5%	2	5%	28	6%
回答社数	178	100%	261	100%	41	100%	480	100%

全体で75%の金融機関が「特に影響は無い」と回答している。その一方で、「金融商品の広告説明がしやすくなった」、「販売時における顧客の質問が多くなった」と回答した金融機関は、それぞれ銀行が10%、7%であるのに対し、リスク商品を多く扱っている証券会社では18%、15%と業界間で差が認められた。

Q8 金融商品販売法に関連する相談事例 (内容が関連すると思われるものも含む。)及び訴訟に発展したもの、あるいはその可能性がある事例があれば具体的にその概要を記載してください。

金融商品販売法に直接関連した事例、及び訴訟に発展したもの、あるいはその可能性がある事例については、各金融機関とも特になくという結果となった。関連すると思われるものとしては、「高齢者への投信販売に関して、手数料やリスクに関する事前説明の有無、適合性の原則の確認について苦情となる事例が多い」、「リスク商品の取り扱いが多くなったことに伴い、相談窓口・担当部署への(商品内容・残高等)質問が増加している」、「為替特約付外貨預金や投信で、リスク説明を行い確認書を徴求したが、損失が発生した際に「損をするとは聞いていない」と苦情になるケースが数件あった」等があった。

(注) 各解答欄の「割合」は個別回答毎に小数点第1位を四捨五入して整数表示しており、単純に合算すると100%とならない場合がある。