

顧客本位の業務運営を形骸化させるな

田中 唯

2017 年 3 月から始まった「顧客本位の業務運営に関する原則」は、今年で 9 年目を迎えます。金融庁から「顧客のために業務遂行をしなさい」と基本的なことを指導されるほど、今の金融業界は顧客をおざなりにしている、と厳しい目を向けられていることを真摯に受け止め、当該原則に取り組んでいる金融事業者はどれほどいるのでしょうか。

「金融」とは「お金を融通する」ことであり、社会のインフラ事業の一つです。高い倫理観を持ち、理想を掲げ、顧客や社会のために貢献する業界です。しかし、実態は自社利益優先のため、顧客をないがしろにし、売れる商品売り、流行が終われば適当な理由をつけ次の流行商品に乗り換えさせる。規制や法改正によって既存の商品が扱えなくなれば、より複雑な仕組みの商品を組成して販売する。このような行為を繰り返すから、金融庁から当該原則に取り組む指導を受けているのです。金融事業者が生き残るために、顧客が犠牲になることは絶対にあってはなりません。

2024 年 9 月 26 日に発表された当該原則の改訂版は、細かい文言の修正と各原則の注記の追加および補充原則が新たに追加されています。改訂版では、金融事業者が独自で取り組んでいる内容だけではなく、業態の異なる金融事業者と連携を取ってどのように顧客と向き合っているかを公表する内容になっています。「金融業界全体で顧客本位とは何かを今以上に考えよ」という金融庁からのメッセージだと思いませんか。一金融事業者だけでは分からないこと、対応できないことはあります。だからこそ、垣根を超えた連携が今必要なのではないでしょうか。「金融事業者の利益のため」ではなく、「顧客の最善の利益のため」に今まさに理想論ではなく、金融業界は顧客本位の業務運営に真摯に取り組むべきだと思います。

本来の「顧客本位の業務運営」の公表は、顧客が取引をする金融事業者を選択できる指標となるべきものです。しかし、「金融事業者リストに掲載させるために早くデータを揃えよう」「とりあえず対応表の漏れはないようにしておこう」と金融庁の顔色を伺うような姿勢になっていては本末転倒です。毎年公表が求められているということは、毎年自分たちの存在意義や顧客に対する姿勢を改めて考える機会となり、提供する商品やサービスをより質の良いものに変えていくきっかけにもなります。「金融庁が指導するから」ではなく、自社を内観することが、ひいては金融業界全体の改善・発展につながる取り組みとして、各社が当該原則に真摯に向き合うことが求められていると思います。