

●インタビュー

# 顧客目線で見た 金融サービスのあり方

政府の金融審議会等の委員として、金融政策や金融機関に対し消費者の視点から発言を続けてきた、生活経済ジャーナリストの高橋伸子さんに、顧客に求められる金融サービスのあり方についてインタビューします。

高橋さんは、7年前にフォスター・フォーラム（良質な金融商品を育てる会）という会を立ち上げ、規制当局や事業者団体に対して、金融制度の見直し等を提言されてきました。消費者の視点から見たとき、現在の金融サービスの課題は、どんなところにあるとお考えですか？

高橋 「この7年間の金融市場の動きを振り返ってみて、「良質な金融商品」は育ったかと聞かれたら、残念ながら「イエス」とはいえません。私たちは、当会の設立時に良質な金融商品の判断基準として、4つの視点を提示させてい

えたと感じます。

2つ目は、「コストが明確で適正な水準にあり、それがきちんと表示されていること」です。例えば、銀行に関していえば、これまでの預金・貸出という本業の中で収益を上げることが難しくなり、経営体質を強化するためにファイ・ビジネスへの転換が急務なこととは理解できます。

ただ、前述のように複雑な仕組みの商品が積極的に導入されたことで、運用の外部委託や販売時の説明のためのコストがかさみ、顧客の負担するコストが、顧客に見えない形で実質的に値上げされているのが現状です。

3つ目は、「受託者責任が全うされていること」です。これを言い換えると、利用者の利益を第一に考えて商品が設計され、運用されているということになります。

銀行は本来、決済機能や信用創造機能のほか、預金をしたり、ローンを借りたり、投資信託の手数料を払っている、大切な顧客のためになる金融仲介を行うのが役目です。けれども、目先の利益を求



お答えいただいたのは

## 高橋伸子さん

生活経済ジャーナリスト

めてファイの高い商品を組成し、キャンペーン中の商品重視で売るといふスタンスは、売り手の都合としか言いようがありません。

経営理念の中に「顧客第一」を掲げるのであれば、「自分たちが売りたい商品」ではなく、「顧客ニーズに合った商品」を作って、売らねばなりません。

4つ目は、前に挙げた視点と関連しますが、「適合性の原則に基づいて、商品が組成・提供されていること」です。金融商品取引法の中には、顧客の投資知識・経験・財産の状況だけでなく、その人の資産全体から見てもふさわしくない商品や、運用目的に合わない商品は売ってはいけないということが明記されています。

しかしながら、適合性を十分確認しないまま販売が行われている

のが実態で、その最たるものが毎月分配型投資信託だと思います」

### 自分の親にも勧められる商品を販売しているか

「毎月分配型投資信託の販売スタンスについては、具体的にどんな点が問題だとお考えですか？」

高橋 「例えば、銀行の場合、主な購買層は高齢者だと思うのですが、「毎月の分配金が年金の足しにもなる」というセールストークを使いながら、実は普通分配金と特別分配金があることが十分説明されていません。

分配金を出すことで、投資信託の基準価格が下がっている事実を知らずに運用を続け、さらに税金や手数料を取られている。それが高齢者の実態だと思っております。最近になって、やっとその説明をし

ただきました。  
まず1つは、「商品の仕組みが分かりやすく、専門知識がなくても理解できる」ということです。2000年以降の「貯蓄から投資へ」という政策の中で、規制緩和によって様々な金融商品の組成が可能となり、デリバティブを組み込んだ仕組み商品や通貨選択型投資信託など、複雑な仕組みの商品が広く一般の投資家にも販売されるようになりました。

しかしその結果、仕組みやリスクを理解しないまま商品を購入してしまった顧客と販売金融機関の間で、トラブルになるケースが増  
私が金融機関の人によく伺うのは、リスクのある金融商品を勧めるときに「あなたはご自分の親御さんに、自信を持ってこの商品を勧められるか？」という点です。この問いかけに「うちの母は郵便局の取引だけです。難しい商品は分からないと思います」という返事が返ってくる。それなら、「あなた自身は買いますか？」と聞く  
と「私はお金がないですから」という。

商品を販売する者の倫理観として、これはいかかなものかと思いません。お金があるとかないという問題ではなく、顧客の身になって営業しているかどうかなのです」

商品ラインナップそのものの考え方から、見直さないといけないのかもしれないね。

高橋 「そうなんです。ファイビネスにおいて、銀行は顧客のニーズをきちんと汲み取り、それに則した投資信託なり保険商品を、投



# 顧客の適合性に則した商品提案が必要です

信会社や保険会社に作らせる見識が必要だと思えます。「顧客のニーズに合った商品でなければ、私たちは販売しない」という姿勢で臨んでもらいたいです。

しかし、問題のある投資信託や保険を一番積極的に売っているのは銀行なわけで、投信会社も保険会社も銀行の力に負けてしまい、顧客ニーズに合わないものを作っているように思えてなりません」

顧客ニーズを第一に考えるうえで、金融制度の枠組みから考え直す必要性もあると思います。制度改革を進めるうえで重要なことは何でしょうか？

高橋「金融制度改革は、3つの柱をセットで進めないと成功しないと、私はずっと主張してきました。1つは、消費者のニーズに応じた多様な金融商品が提供されやすいようにルール整備をする。一方で、不正な金融サービスの提供によって顧客に被害が出たら、きちんと救済する仕組みを作る。そして、被害に遭わないように金融経済教育を推進する。この3つです」

## 「分からないものは買わない」が金融経済教育の基本

中でも、最も重視すべきなのは、具体的にどんなことですか？

高橋「消費者の金融経済教育だと思えます。金融経済教育とは、難しい金融理論を教えることではなく「分からないものには手を出さない」、これを教えることが第一歩だと私は思っています。

全国各地の自治体等で行う消費者セミナーなどでは、金融商品を勧められたとき、もし少しでも分からないことがあれば、販売担当者に「分からない」とはっきり言うてくださいますと強調しています。

しかし、消費者はなかなかそれができないんですね。「そんなことも知らないのか」と言われるのが恥ずかしかったり、「こんなに説明してもらったのに、お断りしては申し訳ない」とつい思ってしまう。そのため、非常に複雑な仕組みの商品を勧められているにもかかわらず、「分かりました」といつて判を押してしまう。そこが最大の問題です。

かに信頼を得るかということではないでしょうか

## 高齢者の適合性については販売後も継続して確認

現在、国民生活センターや、消費者生活センターに持ち込まれる金融トラブルの事例としては、

ただ、すべて「分からない」ということになる、だれも金融商品に手を出さなくなるし、預金しか運用するものがなくなってしま

う。だからこそ教育が重要。ある程度の知識を身につければリスクも取れるし、自分の運用のレパートリーを広げられます。そういう基本的なところから始めないといけないのが、日本の金融経済教育の実情なんですね」

現在、日本における金融経済教育は、どのような形で行われているのでしょうか。

高橋「例えば、日銀に事務局がある金融広報中央委員会が中心になって、各自治体で消費者向けの講座を開催したり、金融アドバイザーを派遣するなど、個別の金融機関から独立した中立的な立場で教育を行っています。まずはそういったところで、金融に関する基本的な理解を深めることが必要といえるでしょう。

また、それ以外にも銀行・保険会社など各金融機関の業界団体（全国銀行協会や生命保険協会など）が主催する講座などでも、基本的なものが多いですか？

高橋「新聞等でも報道されているように、やはり高齢者に対するリスク商品の販売にかかわるトラブルが多いですね。その原因としては、説明義務や適合性の原則、すなわち顧客の理解・納得を得られない段階に至っていないのに、手順どおりに一通りの説明をすれば、「リスクは顧客に移転した」という認識を金融機関が持っているところにあると思えます。

6年ほど前の話ですが、私の父がある信託銀行から変額年金保険を購入しました。正確に言うと、「購入させられた」というべきなのですが、80歳の誕生日が来る前に満期になる定期預金があり、販売担当者から「80歳になると入れなくなる商品があります。良い商品ですからぜひお勧めします」と言われて、つい買ってしまったのです。

父としては、まさか信託銀行がそんなリスクの高い商品売り付けるとは夢にも思わず、預金の書替えくらいのつもりで契約したと言っていました。本人は、変額年

本的な知識を身につけることができると思えます」

一方で、個別の金融機関としては、具体的にどんなことができるのでしょうか？

高橋「第三者機関が作った資料を顧客に配るとか、各業界のADR制度（裁判外紛争解決制度）の窓口を顧客にしっかり説明して、何か問題があったときには、きちんと相談ができることを教えてあげべきです。

食品や家電など一般の消費財であれば、自社の商品にお客様相談窓口の連絡先を明記するのは、今や当たり前ですね。金融ADRが創設される以前、金融トラブル連絡調整協議会ができたときは、金融商品についてもまずはそこから始めましょうということ、金融機関に自社の顧客相談室を紹介するよう推奨したり、業界団体の相談窓口などを積極的に宣伝するように促してきました。

しかし、金融機関側がそれを全うしなかったために、自社や業界団体の相談窓口よりも、国民生活センターや消費者生活センター、金保険を買った意識などまったくないのです。

私が父に事実を確認したところ、販売担当者からは、90歳から年金の支払いが開始される説明などもまったくなく、そもそも保険であるという説明すらなかった。父自身が信託銀行に行き、支店長に掛け合って3回交渉したのですが、契約無効はおろか解約もできなかったのです。

その当時、変額年金保険の問題はすでに表面化し始めていたのですが、私は改めて信託銀行の本店のお客様相談室に電話し、「商品内容をまったく理解していない高齢者に、リスクの高い保険商品売り付けるとは何事か。これは預金誤認である」とはっきり言いました。

しかし、それでもまだ支店任せにしようとしたので、そういうことなら事実関係を整理して、弁護士とそれなりの対応をしようと言ったんです。そこでやっと先方も態度を変え、その日のうちに保険会社に連絡を入れて解約できました。

父は長年、上場企業で経理財務を担当してきており、金融に疎い人ではないのですが、それでもこのようなトラブルが実際に起きています。また一般の人は、何かトラブルが起きても裁判を起こすところまではなかなかできないので、ADRが重要です」

——高齢者へのリスク商品の販売については、今後ともトラブルの増加が予想されますか。

高橋「そうですね。特に高齢者の場合は、これまで支店長の立会い

があれば、リスクの高い商品でも販売が行われてきたので、例えば、実際は要介護1ですと後で言っても、「とてもそうは見えませんでした」と言われてしまう。

また、認知症の人の場合は、銀行の人の前ではきちんと話ができている、日ごろはそうでないという人も多々います。それなので、認知症が進んでいるとか、要介護状態にあることに販売担当者も気づかないんですね。そういう状況を金融庁もどこまで分かっているのか疑問です。

人間である以上、加齢とともに症状の度合いは進んでいくものなので、商品を買ったときは仕組みを理解できていても、年とともに理解できなくなるといふ事例は山ほどあります。

ですから、私は適合性の原則を徹底するのであれば、金融機関が「適合性チェックテスト」のようなものを作って、最低1年に1度は顧客にやってもらうとか、商品の仕組みについて、最低限のことが分かっている顧客には、身内の方に注意を促すとか、そういう自助努力が必要だと思えますね。そうしないと、金融機関も自分たちの信頼が守れなくなり、生き残れなくなると思います」

利用者への声を規制当局や金融機関に届けていく

今後、フォスター・フォーラムさんとしては、どのような活動を展開されていく予定ですか。

高橋「これまでお話ししてきたような現実をもとに、私たちは規制当局や金融機関に対して、今まで以上に金融サービスの利用者として、忌憚(きたん)のない意見を発信していくことが必要であると考えています。

具体的には、金融商品や金融サービスの改善のためには、他の商品やサービスと同様、利用者の声が規制当局や金融機関に届くことが欠かせません。しかし、日本では

金融分野で活動されている市民グループや消費者グループは、まだまだ少ないのが現実です。

そこで、具体的には、当会の活動に関心を持つグループや個人と連携するためのネットワークとして、「フォスター・フォーラム・ネットワーク」を立ち上げるとともに、定期的にメールマガジンを発行し、問題意識を共有していく考えです。

もう1つは、金融経済教育への取組みです。これまで7年間の活動の中から、当局や金融機関に働きかけていくことも大事ですが、私たち自身が「賢い消費者」になることも大切だと考えるようになりました。

そのため、今後の活動として、①金融リテラシー確認テストの開発・実施・支援、②金融消費者プログラムの開発、③他の市民グループ・消費者グループとの連携などを通じて、利用者による利用者のための金融経済教育の開発・普及の一助となることができると考えています」

▶高橋伸子 (たかはし・のぶこ) Profile

お茶の水女子大学卒業後、主婦の友社記者を経て1986年に独立し、家計・金融・経済分野を中心にジャーナリスト活動を行う。

金融審議会、情報通信審議会、金融トラブル連絡調整協議会、国民生活センターなどの委員として、消費者問題や企業のガバナンス、コンプライアンスに深く関与。

(株)ベネッセホールディングスおよび日本政策金融公庫の社外監査役も務める。

●フォスター・フォーラムの活動については、ホームページ(<http://www.fosterforum.jp/>)に詳しく掲載されています。