

資産運用会社のプロダクトガバナンスとその実務上の課題

野村アセットマネジメント株式会社

リーガル・コンプライアンス部 関川 直輝

金融庁は、パブリックコメント手続を経て、2024年9月26日に「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下「FD原則」という。）の改訂版を公表した。この改訂により、FD原則に金融商品の組成に携わる金融事業者向けの「プロダクトガバナンスに関する補充原則」（以下「補充原則」という。）が追加された。

補充原則は、プリンシプルベース・アプローチを採用し、「プロダクトガバナンス」を「顧客の最善の利益に適った商品提供等を確保するためのガバナンス」と定義したうえで、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品の組成・提供・管理という各段階における顧客の最善の利益に適った商品提供等の実現を図るための品質管理の実践などを求めている。そして、その内容として、プロダクトガバナンスの観点から、①基本理念、②体制整備、③金融商品の組成時の対応、④金融商品の組成後の対応、⑤顧客に対する分かりやすい情報提供についての原則を定める。また併せて、FD原則の改訂により、FD原則の「顧客にふさわしいサービスの提供」においても、注記として組成会社と販売会社との情報連携などの記載が追加された。

野村アセットマネジメントは、早くからプロダクトガバナンスに関する取組み（同等の取組みを含む。）を行う資産運用会社であり、FD原則の改訂版が公表される前に、代表が金融審議会市場制度ワーキンググループにおけるプロダクトガバナンスに関する審議に、委員として参加した経験を持つ。そして、上記FD原則の改訂・補充原則の公表により、プロダクトガバナンスに関する取組みをより一層深めている状況にある。もともと、補充原則は、FD原則よりも行為規範的内容を多く含む原則となっており、他方で、あくまでもプリンシプルベース・アプローチを採用していることから、資産運用会社が補充原則を実践するにあたっては、その実効性などの観点で様々な実務上の課題も存在する。

本報告では、補充原則の内容について概観したうえで、野村アセットマネジメントのプロダクトガバナンスに関する取組みを報告するとともに、上述のプロダクトガバナンスの実践に関する実務上の課題として、①プリンシプルベース・アプローチと想定顧客属性の特定に係る実効性の確保、②想定顧客属性の特定が困難な商品、③情報連携と金融機関の守秘義務との関係、及び、④検証・改善プロセスにおける旧法信託の新法信託化という各課題についての報告を行う。

以上