

投信窓販におけるコンプライアンス管理

久保並城

銀行の投信窓販をきっかけに、投信が個人投資家に身近なものとして受け入れられるようになってきた。新しい投資家層の拡大にともない、販売会社はコンプライアンス（法令順守）強化に取り組んでいる。本稿では、NRI（野村総合研究所）の投信口座管理システム「BESTWAY」での取り組みについて述べ、投信窓販におけるコンプライアンス管理の方向性について考察する。

投信窓販の拡大と投資家の保護

1998年12月に解禁された銀行での投信窓販は安定して実績を伸ばし、2003年6月末現在で、窓販による投信純資産額は約14兆円と、全投信純資産額の30%以上を占めるまでになった。こうした安定成長を支えているのは、銀行をはじめとした新規参入金融機関の中長期保有を前提とした営業であり、その努力がこれまで投信を保有したことのない新しい投資家層に受け入れられたことである。投資家層の拡大は証券市場全体の活性化につながり、投信窓販の社会的意義はますます大きなものになってきた。

このような状況にあわせて、監督官庁は投資に対する自己責任意識を投資家に浸透させることや、投資家保護のために金融機関を監督することを目的としたさまざまな施策を講じてきた。具体的には、目論見書の事前交付、各種優遇措置利用・乗換勧誘に対するガイドライン提示、金融商品の販売に関する法律制定（勧誘方針の公表、重要事項説明の徹底）などがあげられる。こうしたコンプライアンス強化への取り組みは、金融商品販売自由化の流れのなかで、今後も一層重要視されるこ

とが確実であり、状況に合わせて継続的に改善されていくものと思われる。

窓販コンプライアンスの仕組み作り

金融機関は投信窓販に新規参入する際、各種通達や監督官庁との質疑をベースに、販売マニュアル（ルールガイドライン）を作成してコンプライアンスの実現を図ってきた。このマニュアルには、投信販売を行う上での関連法規の説明をはじめ、販売会社独自のルールや行動規範、アフターフォローまでが細かく記載されている。そのためマニュアルに従って販売活動を行えば、ほぼ完璧なコンプライアンスが実現できるはずである。ところが実際の販売活動は販売員のスキルに依存する部分が多分にあり、マニュアルの運用については販売現場の自主性に任されているケースも散見される。こうなると、販売チェックリスト程度しかコンプライアンス強化を支援するものがなく、販売が適切に行われるよう管理するのは困難である。

また監督官庁による検査が、具体的な行動管理や実態把握、改善指導を中心とするようになってきたこともあり、システム的にコンプライアンス強化を支援してほしいというニ

ーズが金融機関から多数寄せられている。

「BESTWAY」でのコンプライアンス管理

NRIでは、口座管理、商品管理、販売管理、販売支援など、投信窓販を総合的に支援するパッケージシステム「BESTWAY」を提供しており、銀行を中心に多くのお客様にご利用いただいている。コンプライアンスの強化というニーズに対して、BESTWAYではフロントコンプライアンスとバックコンプライアンスの2種類の機能を提供している。

フロントコンプライアンスでは、窓口・渉外における販売業務、すなわち顧客カード作成、商品説明、勧誘方針説明、重要事項説明、適合性原則チェック、優遇措置利用チェック、乗換勧誘チェック、目論見書確認チェック、短期売却チェックなどをシステムとしてサポートしている。また、一連の業務のなかで守るべき販売ルールや説明内容は事前にシステムに設定しておき、販売員の個人スキルに依存することなく、誰でも確実に投資家の立場に立った販売業務を遂行できるようにしている。さらに、投資家への説明責任を記録という形で保存する「投資信託売買に関する注意事項説明同意書」の印刷機能も備えている。システムへのアクセスはすべてログ（監査証跡）として保存することで、アクセス履歴監査を実現し、不正アクセスの防止も図っている。

バックコンプライアンスでは、定型的な確認業務を支援する目的で、顧客の投資行動の

履歴から得られるデータ（売買傾向、損益など）を利用したチェックを行う機能を提供している。また、ここで使用したデータをデータベースからダウンロードすることで、異例取引（例外的な取引）のチェックや販売傾向分析など、問題意識に応じた非定型のチェックにも対応できるようにしている。

義務からサービスへ

コンプライアンスという言葉が「法令順守」と訳されるように、コンプライアンスは金融機関としての義務を果たすためのものと考えられている。このことから、コンプライアンス管理の目的は、おもに販売行動が適法に行われたかどうかを確認することであり、起きた問題にどう対処するかを判断し、同様の問題が発生していないか確認するための“事後チェック”として実施されているのが現状である。

この考えを一步進めて、問題を発生させないために“事前に”何を実施すべきか、言い換えれば、投資家の理解を得るため、適切なサービスを提供するために何をすべきかを考えることが重要となる。この観点からは、各種取引に対する適切な説明、“事前チェック”を実施することが、顧客サービスを一義としたコンプライアンス管理の要諦となる。 ■

久保並城（くぼなみき）

BESTWAY事業部 企画/開発グループマネージャー
専門は金融関係のシステム設計・構築