

今月の焦点

海外経済金融

脆弱な顧客に対する公平な取り扱い

～英国 FCA の金融包摂への新たな取り組み～

高島 浩

英国の金融当局の一つである金融行為規制機構（以下「FCA」という）は、本年7月「金融機関の脆弱な顧客に対する公平な取り扱いに関するガイダンス」（案）を公表した。これは、病気になるしはライフタイムイベントに遭遇した顧客が金融サービスから排除されることを防止する金融包摂の実現に向けた FCA の新たな取り組みである。

折しも、本年6月福岡で開催された G20 財務大臣・中央銀行総裁会議においても、高齢者の金融包摂に関する対応が主要議題となっており、日本の金融機関においても留意の必要なものとなっている。

英国成人の5割を占める脆弱な顧客

FCA は、2016年12月より17年4月にかけて英国の消費者の金融サービスに対する調査を実施し、18年6月に都市住民と地方住民の間の金融に対する意識等についての分析結果を発表した。

この調査の中で、健康問題、パートナーの死別等のライフタイムイベント、経済状況、金融知識をベースに、英国成人の金融サービスに対する脆弱性について調査

を行った。結果は、英国成人の50%が実際ないしは潜在的に金融取引の脆弱性を抱えているという極めて深刻な状況が浮き彫りになった（図表1参照）。

FCA は、今回の調査およびその他の研究を踏まえて、脆弱性がもたらす顧客との取引において、以下の悪影響が生じる可能性が高いとしている。

- ① 顧客の金融サービスからの排除
- ② デジタルサービスからの排除
- ③ より有利な商品への切り替え困難
- ④ 詐欺行為、多重債務などの潜在的な悪影響等

新たなガイダンスの目的

公表されたガイダンス案は、①脆弱な顧客がその他の顧客と少なくとも同等の結果となるサービスを受けることができること、および、②金融業界全体で脆弱な顧客が公平に扱われることとなること、を目的としている。

そのうえで、金融機関の組織文化に脆弱な顧客に正しく対応するということの重要性が深く根付いていることが重要であると判断し、役員層から窓口担当者ま

図表1：英国成人のうち脆弱な顧客の割合

健康	：身体的・精神的な健康不安を有する者	5%
ライフタイムイベント	：生活の一大イベントを直近経験した者	19%
経済状況	：財務・精神的ショックへの耐久力が低い者	30%
金融能力	：金融知識等に不安を有する者	17%
上記の事象に一つでも該当する者		50%

（注）2017年にFCAが英国成人12.8万人を対象に調査実施した結果

で金融機関の組織内で浸透させることを期待している。

また、金融機関が自ら責任をもって取り組み、状況の変化に応じた柔軟性のある対応を求めている。

ガイドランスの概要

ガイドランスは、以下の3点について原則を定めている。

- ① 脆弱な顧客のニーズを理解すること
- ② スタッフのスキルや能力
- ③ 実務的な行動をとること

そのうえで、金融機関がそれぞれ項目についてモニタリング・評価を行い、そこで発見された教訓を学び改善を行っていくための原則も示している。

また、それぞれ項目について優良事例と不適切な事例を明示し、取り組み可能な手法についてもリストアップを行っている。

ガイドランスの内容と主な手法

ガイドランスのそれぞれの項目には、項目に関連する潜在的悪影響、ガイドランス内容、優良事例等の紹介、および金融機関がとりうる手法について詳細に記載されている。

それぞれの項目についてのエッセンスは以下の通りとなる。

- (1) 脆弱な顧客のニーズを理解すること

ガイドランスにおいては、脆弱性の主要因、そのインパクトを理解し、脆弱性が引き起こす顧客体験や結果への影響を考慮する必要があるとしている。また、脆弱な顧客のニーズの理解を促進する手法として、外部調査の活用、顧客データによるセグメンテーション、

脆弱性に対する内部ポリシーの作成などの手法を例示している。

- (2) スタッフのスキルや能力

FCAは、金融機関のスタッフが必要なスキルや能力を有することが、脆弱な顧客が受ける潜在的な悪影響を軽減できる要素であるとし、①脆弱な顧客一人ひとりのニーズを理解する能力、および、②そのニーズに的確に対応するためスキルに関してガイドランスを設定している。

また、こうしたスキルや能力を向上させる手法として、優良事例を踏まえて研修プログラムの充実、スタッフ間の経験の共有、専門スタッフの採用等の手法を例示している。

- (3) 実務的な行動をとること

実務における取り組みについては、a. 商品・サービスのデザイン、b. カスタマーサービス、および c. コミュニケーションの3つに分けて整理している。

- a. 商品・サービスのデザイン

複雑な商品・サービスなどは、脆弱な顧客にとって理解が難しく、結果として悪影響が生じる可能性がある。そのため、商品・サービスの正負のインパクトを考慮すること、および、商品・サービスのデザイン各段階において、脆弱な顧客のニーズを踏まえるようガイドランスでは定めている。

また、これを実現する手法として、デザインの段階からこうした顧客層を踏まえたものとするアプローチや、フォーカスグループによる定性評価手法などマーケティング理論の活用等の手法を例示している。

b. カスタマーサービス

適切で責任のあるカスタマーサービスを提供することは、脆弱な顧客が期待するサービス内容とその他の顧客へのサービス内容との差を埋めることが可能になる。そのため、ガイドランスでは、柔軟性のあるサービスの提供、専門家によるサービスの提供、および、それを支える業務プロセスの構築を求めている。

また、より良いカスタマーサービスを提供する手法として、「脆弱性チャンピオン（脆弱な顧客の対応で窓口担当者をサポートする管理者）」の設置など、具体的な手法を例示している。

c. コミュニケーション

適切なコミュニケーションは通常取引においても重要だが、脆弱な顧客への対応にあたってはより重要になる。顧客が商品・サービスを理解することを補助する追加的なステップや、脆弱な顧客が求める情報に配慮することをガイドランスで求めている。

また、主要文書の読みやすさの評価、窓口担当者が時間をかけて説明することが可能になるようにした手続きなどがあるとしている。

以上が、FCA が求めるそれぞれの項目に関するガイドランスや対応手法である。

加えて、FCA は一度きりの対応では定着が難しいと判断し、モニタリング・評価に関するガイドランスも定め、金融機関全体としての対応を求めている。また、その手法として自己評価などのPDCA手法を例示している。

ガイドランスの内容は顧客のニーズに沿って良い対応をするという至極当たり前な内容ものである。あえてガイドランスを提案し、英国のリテール業務を行う金融機関に対応を求めたのは、地方を中心に銀行の店舗が少なくなる一方、高齢化等で脆弱な顧客が増加しているなか、金融機関の組織文化が十分にこうした状況に配慮したものとなっていないという問題意識の表れともいえる。

G20 福岡ポリシー・プライオリティ

本年、日本は G20 の議長国として、さまざまなイニシアティブを提案した。G20 財務大臣・中央銀行総裁会議では、議長国として高齢者によって直面する課題に取り組むことを G20 の優先課題とし、その方策として、「高齢化と金融包摂のための G20 福岡ポリシー・プライオリティ」を承認した。このイニシアティブでは、高齢化を個人、社会及び経済に機会と課題をもたらすものと定義し、以下の 8 つの優先項目を取りまとめた

- ① データとエビデンスの活用
- ② デジタルと金融リテラシーの強化
- ③ 生涯にわたるファイナンシャルプランニングのサポート
- ④ カスタマイズ：高齢者の多様なニーズへの対応
- ⑤ イノベーションの推進：包摂的なテクノロジーの活用
- ⑥ 高齢者を守ろう：高齢者への経済的虐待や詐欺への対応
- ⑦ 分野横断的なアプローチ・連携
- ⑧ 特に重要となる対象：脆弱性への対応

これまで、金融包摂の議論は発展途上国における金融サービスの在り方の議論

が中心であったが、今回 G20 では、先進国においても、人口動態の変化が持続可能な形で金融包摂を実現する上で新たな課題があると指摘し、高齢化は先進国と発展途上国を問わず、個人、社会、および経済に機会と課題をもたらしていると整理している。そのうえで、現在の高齢化世代と将来の世代の両方にとって、よりよい社会を実現するために、金融機関のみならず、政策立案者、消費者団体などの関係者の連携が必要であるとしている。

このレポートは、高齢者の金融取引の悪影響への対応に加えて、テクノロジーの活用や、様々な分野での連携による課題解決の方法を提案している。他業態の高齢者サービスに学ぶなどの柔軟な姿勢が必要なのであろう。

日本のリテールビジネスへの示唆

本邦金融機関も、デジタル化の取り組みを加速化させている。また、顧客も、店舗を訪問する回数が減少し、通常の利用はネットないしはスマホで行うことが増えている。逆に言えば、店舗を訪問することは、ある意味ライフタイムイベントがあったなど、特別なサポートを必要としていることになる可能性が高くなっている。

金融庁が8月に公表した令和元事務年度の方針「利用者を中心とした新時代の金融サービス」においても、高齢者等への対応を含む多様な金融サービス利用者のニーズへの対応を重点項目としている。この中では、「高齢化と金融包摂のためのG20 福岡ポリシー・プライオリティ」に言及の上、金融サービスの分野においてデジタル化が急激に進展する中、金融機関は、個々人の生活の多様性に十分留意しながら、金融サービスの向上を図り、信頼

感・安心感の確保が重要であるとまとめている。

邦銀の店舗形態の変化について、新時代の店舗や共同店舗など先進性や利便性に着目した店舗についての報道が増えている。また、窓口待ち時間の削減など効率性に力点を置いた取り組みもなされている。これらの取り組みは、銀行の店舗にワクワクさを求めることや、店舗を訪れることの煩わしさを解消するということに重点が置かれているきらいがあるのではないかと考えられる。

FCA のガイダンスや G20 の提起を踏まえた金融庁の方針は、顧客のニーズに答えるという地味ではあるが、普段の努力を重ねているかということ問いかけているものである。デジタル化などの議論を進めるうえで見過ごしてはならない重要な論点であると考えられる。

【参考文献】

- ・ FCA(2018), “The financial lives of consumers across the UK -Key findings from the FCA’s Financial Lives Survey 2017”
- ・ FCA(2019), “Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers”
<https://www.fca.org.uk/publications/guidance-consultations/gc19-3-guidance-firms-fair-treatment-vulnerable-customers>
- ・ 金融庁 (2019)「利用者を中心とした新時代の金融サービス～金融行政のこれまでの実践と今後の方針～(令和元事務年度)」
<https://www.fsa.go.jp/news/r1/190828.pdf>