

# 地域活性化学会金融部会・東京リスクマネジャー懇談会共同開催

## 産学官金連携リスクマネジメント態勢の構築

(百五総合研究所と三重大学の取組み)

小野浩幸、瀧本和彦、狩野幹人、栗谷修輔

挨拶

小野浩幸

(地域活性化学会 金融部会長  
山形大学 教授)

報告者

瀧本和彦

(株百五総合研究所理事)

狩野幹人

(三重大学 准教授)

司会

栗谷修輔

(東京リスクマネジャー懇  
談会 副代表、キャピタ  
スコンサルティング株式  
会社 プリンシパル)

主催

東京リスクマネジャー懇  
談会、地域活性化学会金融  
部会

### 一 開会挨拶

**小野** 本日は、東京リスクマネジャー懇談会と地域活性化学会金融部会の共同開催になります。地域活性化学会は発足13年目の新しい学会ですが、会員は約1000人程度となっています。金融部会は、地域のプレイヤーとしての金融機関に着目し、実務事例を中心に研究を深めるために2年ほど前に作られました。過去9回の研究会では、全国のユニークな事例を取り上げ、金融による地域活性化の可能性を様々な角度から探ってきました。

た。今回(10回目)は、地域経済エコシステムの産学官金連携の可能性を探るとともに、そのリスクマネジメントについて普段触れることが少ない大学側の視点を交え考える内容となっています。

### 二 前提としての環境

**瀧本** 百五総合研究所と三重大学が取り組んだ産学官金連携リスクマネジメント態勢の構築について発表します。その前提となる環境について、3つに整理しました。



●地域活性化学会 金融部会長  
小野浩幸氏

### 社会環境の課題

地域では、生産年齢人口の減少、若者の定着率は低下、企業の後継者不足による廃業が進んでいます。また地域企業や地公体では、生産性の向上に向けたDXが進んでいません。カーボンニュートラルにおいても、C

# TOPIC

改めて考える

## 顧客本位の業務運営

### Ⅰ 成年年齢引下げに係る顧客本位の業務運営のためのチェックポイント

十六銀行リスク管理部弁護士

永田明良・藤川雄太

#### 一 はじめに

現在、大多数の金融機関が「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し、様々な取組みを進めている。金融機関は、この取組みを通じ、商品本位の画一的なセールスではなく、顧客の目線で考え顧客に寄り添って対応できる姿勢を身につけ、「顧客から選ばれる」金融機関となることを目指している。そのためには、不断に、自分たちにとってどのような顧客がいるのかを把握し、顧客ごとの特性に合った対

応とはどのようなものかを検討することが大切になる。

こうしたなか、本年4月1日から施行される改正民法により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられる。これにより、18歳、19歳の人たち（以下、今回の成年年齢引下げにより新たに成年とされる人々を「新成年」という）は、これまで親の同意が必要だった取引を、自分ひとりで行えるようになる反面、「未成年者取消権」による保護は受けられなくなる。このため、クレジットカードやローン取引を中心に、新成年を心配

する声も多く聞かれる。

金融機関としては、これに限らず、およそ商品・サービスの提供にあたり、「顧客本位の業務運営」の観点から、新成年が安心して取引できる環境を整えて、取引機会の増加を待ちたいところである。

本稿では、改めて「顧客本位の業務運営に関する原則」の内容を確認したうえで、新成年を中心に若年層との取引について、想定される場面ごとに留意点を整理していく。

なお、本稿の意見にわたる部分は筆者らの個人的見解である。

り、筆者らがこれまでに所属した組織や現に所属する組織の見解ではないことをお含みおきいただきたい。

#### 二 「顧客本位の業務運営に関する原則」の主な内容

「顧客本位の業務運営に関する原則」は、金融機関において、何が顧客のためになるかを真剣に考え、より良い金融商品・サービスの提供に取り組み際の要点を提示するもので、具体的には、次の7項目を掲げている。

# TOPIC

改めて考える

## 顧客本位の業務運営

### ② 高齢顧客に対する顧客本位の業務運営のためのチェックポイント

河野・川村・曾我法律事務所弁護士

古澤陽介

急速に高齢化が進むなか、わが国では、家計の金融資産の約3分の2を60歳以上の世帯が保有しており、金融事業者の金融商品・サービスの提供対象として高齢者が重要な位置を占めている。そして、地域社会における生活インフラとして重要な役割を担う金融事業者には、顧客本位の業務運営の観点から、高齢顧客の様々な課題やニーズに一層応えていくことが期待されている。本稿では、日本証券業協会策定の「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第5条の3の考え方」（高齢顧客への勧誘に係るガイドライン）等の概略を紹介しつつ、

高齢顧客に対する顧客本位の業務運営の観点から、留意点等を述べる。

#### 一 契約時編

【事例】 高齢顧客への勧誘による販売に際して、どのような手続きをとる必要があるか。また、価格変動が大きな商品や複雑な仕組みの商品または換金性が乏しい商品（勧誘留意商品）を勧誘により販売する際には、どうか。

まずは各社において定められた社内規則に従った手続きをとる必要がある。高齢顧客ガイド

ラインでは、75歳（目安）以上の顧客を「慎重な勧誘による販売を行う必要がある顧客」と、80歳（目安）以上の顧客を「より慎重な勧誘による販売を行う必要がある顧客」としたうえで、顧客の記憶力および理解力等や収入、保有資産といった個別の状況に応じて、担当役員等の承認を得て、その年齢にかかわらず高齢顧客ガイドラインの対象外とすることも可能である。一律の対応に終始するのではなく、顧客の個別の状況に応じたきめ細やかな対応を行っていくことは、まさに顧客本位の業務運営への取組みに他ならない。また、75歳（目安）以上の顧

客に対して、担当営業員が勧誘留意商品を勧誘する場合には、役席者の事前承認を得る必要がある。80歳（目安）以上の顧客については、それ以外に、勧誘当日の受注の制限や役席者による受注、担当営業員以外の者による取引内容の連絡・確認を行う必要がある。このような慎重な手続きをとることは、高齢顧客本人にとっても適合性の原則に基づいた適切な投資判断を行うことができるという意味において、顧客本位の業務運営に関する原則の一つである顧客の最善の利益の追求にもつながるものである。

# アフターコロナにおける債権管理・回収の要点（下）

## ——アフターコロナの債権回収

ファイナンススタイリスト・行政書士 黒木正人



### はじめに

どんなに融資の基本を説いたところでコロナ禍の前では、伝統的な融資審査は無効であった。これから起きる倒産からくる損失を最小限にとどめるためには、債権管理回収の知識は欠かせない。本稿では、いち早く危機を察知するための倒産の兆候を感じ、次いで債権回収のファーストステップである期限の利益喪失の事例、その後最初に行うべき預金相殺の考え方や債権回収で一番多額の回収ができる担保不動産からの回収方法、最後にサービサーを活用した不良債権オフバランスと事業再生支援についてコロナ禍との関連を踏まえ解説する。

### 1 一般的な倒産の兆候

倒産には必ず兆候があるといわれる。その兆候をいち早く見抜いて早期の段階において債権回収につなげるのが理想なのだろうが、実際にはそう簡単にはいかない。倒産が発生し、後からそういえばあの時に倒産の兆候があつたと思うのだが、人の記憶は20分後に42%忘れ、1日で66%、2日で72%忘れるといわれるように、倒産の現場にあまり居合わせるものがなくなつた現在では、倒産の兆候を感じることがはなかなか困難かもしれない。

一般的な倒産の兆候を図表1

に挙げてみたが、その中から筆者が経験した特徴のある兆候を2つ挙げてみる。1つは売上高の急拡大により倒産に至るケースである。売上高が増えれば業績が好調かと思われるが、実は急激な売上拡大で倒産した例をいくつも見てきている。売上高の急な増加に資金繰り、組織体制が追いつかないというのが倒産の理由である。具体的には、売上入金のサイクルと仕入れ、外注・人件費等の支払いのタイミングのズレにより支払いが困難になる、売上と同時に膨張していた固定費を成長が止まった時期を機に賄い切れなくなり倒産に至る、中には売上急拡大の要因が不正な循環取引を行っていたケースもあつた。

次は実はまったく根拠のない倒産の兆候なのだが、筆者は企業を訪問する時に必ずトイレを借りるようにしている。なぜなら経験上、倒産した企業のトイレはなぜか汚いので、それ以来融資取引を開始する前には、トイレをチェックするようになってきたのである。またある程度の規模の会社で神棚が祀っていない会社や神が枯れているような会社にも注意をしている。そうした会社からは、よくわからないが倒産の匂いを感じ、不思議とそれが当たるのである。

### 2 アフターコロナの倒産

アフターコロナの倒産は大きく2つに分けられる。1つがコロナの影響がなくても倒産する