

## 日本のマネロン対策、次の一手

【連載】第7回

# 継続的顧客管理の問題点と今後の対応



KPMG/あずさ監査法人  
金融アドバイザー・事業部  
エグゼクティブ・アドバイザー  
**尾崎 寛**

### 難しい全顧客のリスク評価

2021年8月に公表されたFATF第4次対日相互審査の結果は、G7の中でも見劣りする内容であったが、現在、政府の行動計画に従って、官民は連携してマネロン等対策の高度化に取り組んでいる。特に、銀行・信金・信組をはじめとする金融機関においては、金融庁のマネロンガイドラインへの対応期限（24年3月末）に向けて、ガイドラインFAQ（注1）等を参

照しながら対応を進めている。第4次審査報告書において「リスク理解が限定的である」と指摘された金融機関においても、この2年半でリスク理解は深まり、リスクに応じた対応も一定の進捗はあると考えられる。しかし、まだ対応すべきことは多い。なかでもマネロン等対策の中核的な項目であるリスクベースでの継続的顧客管理については、特に課題が多く、道半ばであろう。継続的顧客管理の一連の流れは、全顧客について顧客リスク評価を実施し、かつ、

リスクに応じた頻度・深度により顧客リスク評価の見直しを行った上で、リスクに応じたリスク低減措置を実施するというものだ。しかし、この全顧客のリスク評価がネックになっている。その最大の理由は、「顧客から必要な情報が入手できない」と、「そもそも連絡が取れない顧客が存在する」ことのようにある。

### 顧客情報取得が困難でない他国

全国銀行協会が22年1月に公

表した「継続的顧客管理に関する海外状況調査報告書」（注2）によれば、米国、英国、ドイツ、スウェーデン、オーストラリア、香港、シンガポール、インドの調査対象国・地域において、「既存顧客から最新の情報を取得すること」に、「難しさを抱えていない」国が4カ国（英国、スウェーデン、オーストラリア、シンガポール）、「さほど難しさを抱えていない」国が4カ国（米国・地域（米国、ドイツ、香港、インド）であった。つまり、調査対象となったすべての国で、日本の金融機関が直面しているような困難さは発生していない。その理由には、次の3点が挙げられる。第一に、措置の適用方法や程度は国によって異なるものの、顧客が最新情報を提供しない場合、当該国の法律、規制当局の姿勢、またはその両方に基づき、顧客の口座利用を制限する、または口座を閉鎖する権限を銀行が持っている。第二

## アプリや店頭での顧客情報更新も

に、オンラインバンキングやバンキングアプリが普及している。第三に、デジタルID（注3）が普及している国（スウェーデン、シンガポール、インド）において、口座開設時および継続的な顧客情報提供時のデジタルIDの使用は、通常のプラクティスになっている。

また、口座管理維持手数料を課している国が8カ国中5カ国あり、利用者は合理的な理由なく複数の口座を保持していない。一部の国では、銀行は顧客に直接連絡するのではなく、第三者に依存して情報を検証できる仕組み（注4）が存在していることも背景にある。

これら複数の要因により、すべての調査対象国で、口座開設プロセスと継続的顧客管理の両方が容易になっている。他方、こうした法制度やIT・デジタル化の状況の違いによって、日本では金融機関による継続的顧客管理が進んでいない。

日本の金融機関は、第4次審査報告書においても、「ほとんどの金融機関は、新規顧客について、その属性を総合的に評価し顧客リスク格付けを付すための適切な顧客管理（CDD）の仕組みを整備しているが、既存顧客については情報更新手続きの途上である」と指摘されている。また、報告書は「口座の売買や不正利用の蔓延は、金融機関が直面している深刻な問題である。これらの要素はすべて、CDDの質および有効性にさらなる懸念を生じさせている」とも指摘している。

特殊詐欺被害額は22年に8年ぶりに増加に転じ、370億8000万円（注5）となった。クレジットカードの不正利用額も前年比32%増で、史上最高の436億7000万円（注6）である。それらの不正に取得された

資金が、売買・譲渡された銀行口座を經由してマネー・ロンダリングされている可能性が大きい。

各金融機関においては、まずは金融庁が公表しているFAQを参考に、リスクに応じた簡素な顧客管理（SDD）を活用し、情報更新に応じない、もしくは連絡が取れないという情報も含めて、対応期限である24年3月末までに、すべての顧客のリスク評価の見直しを行う必要がある。併せて、マイナンバーカードのICチップ内にある基本4情報（氏名、住所、性別、生年月日）の活用や、郵送アンケートのみに頼らない情報入手の複線化などにも取り組む必要がある。例えば、バンキングアプリや店頭での情報更新、与信担当者と連携などが考えられる。

継続的顧客管理において特に大事なものは、コンプライアンス部門だけに任せておくのではなく、経営陣の旗振りの下、組織

横断的に取り組むことである。

その上で、業界団体や監督当局と連携して、低リスク顧客のリスク評価方法のより一層の簡素化の検討や、顧客から情報を金融機関に提供する仕組み・制度の構築などについて、中期的に対応していく必要がある。

（注）1 金融庁「マネロン・テロ資金供与対策ガイドラインに関するよくあるご質問（FAQ）」（22年8月）

2 <https://www.zenginkyo.or.jp/news/2022/h012801/>

3 デジタル化された本人確認証明書データ。

4 英国では、銀行が事前に同意を得た顧客を対象に、サービスプロバイダー（信用情報会社等）が提供する電子的な「身分証明と確認」サービスを使用して、継続的顧客確認を行っている。

5 警察庁「令和4年における特殊詐欺の認知・検挙状況等について（確定値版）」（23年5月23日）

6 日本クレジットカード協会「クレジットカード不正利用被害の集計結果および数値の訂正について」（23年3月31日）