

「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」

(第 30 回)

平成 26 年 12 月 3 日
13 時 00 分 ~
協会 第 4 会議室

次 第

1. 自主規制規則の見直しに関する提案（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドラインにおける「約定結果の確認・連絡」の対応について）
2. その他

以 上

自主規制規則の見直しに関する検討計画について（抜粋）

平成 26 年 7 月 15 日
日 本 証 券 業 協 会

本協会では、本年 4 月 22 日から 5 月 21 日までの間、協会員等に対して「本協会の自主規制規則の見直しに関する提案」の募集を行った。

この間に協会員よりお寄せいただいた自主規制規則の見直しに関する提案は、以下の 8 件（協会員 7 社からの提案）である。

今般、同提案を受け、下記のとおり、検討計画を取りまとめた。

記

○規制の見直しの検討に着手する事項

項番	提案事項	提案の概要	検討計画 (本年 12 月までに結論を得る予定)
1	「協会員の投資勧誘、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よる販売に係るガイドライン）」の見直しについて	○ 「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」において、非対面取引（コールセンターやインターネット）においても高齢顧客の適合性を確認するなど、明確化してはどうか。	⇒ 「インターネット取引における自主規制のあり方に関する懇談会」において検討する。
2	【「協会員の投資勧誘、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よる販売に係るガイドライン）」】	○ ガイドラインでは、高齢顧客が取引を行なったことについての認識を確認するために「約定結果の確認・連絡」を行うこととし、当該行為を行う者は担当営業員以外の者としている。 当該「約定結果の確認・連絡」は不要ではないか。また、連絡するとしても担当営業員からの連絡を認めてもよいのではないか。	⇒ 「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」において検討する。
3 ～	省略		

以 上

「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」に関する現況調査結果について

平成 26 年 12 月 3 日

1. 「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」に基づく対応を行うことにより、高齢顧客との取引において生じた変化の有無とその内容について（変化有り 17 社、変化無し 14 社）

【意見の概要】

- ・ガイドライン導入以降は、担当営業員による顧客への丁寧な対応が増え、将来的な苦情の防止につながると前向きに捉えているところが多い。
- ・「変化あり」と回答した社からは、高齢顧客本人や家族との面談増加や営業責任者の顧客対応の増加等、顧客の意向確認の機会が増え、より適切な商品の提案ができるようになったという面と、高齢顧客に対する勧誘がより慎重になり、取引件数の減少につながったという面がみられた。
- ・「変化なし」と回答した社の多くは、ガイドライン導入以前から高齢顧客に対して慎重な対応を行う社内ルールを定めており、ガイドラインによる影響はないとの見方をしている。

【主な意見】

○変化あり

社名	意見等
A 社	・即日受注要件を満たすだけに留まらず、高齢者取引の安定化を踏まえた家族の同席・同意を求める機会が増えた。
B 社	・高齢者、及びそのご家族・法定相続人に対するプロファイリング意識が高まった。 ・高齢者ご本人のご意向を確り確認することで、当該高齢者にも考えていただく時間ができた。
C 社	・お客さまとの接点をより能動的に持つようになり、特に役席者（支店長席を含む）とお客さまがお話しする機会が増えた。
E 社	・高齢顧客にお勧めする商品は「比較的仕組みがわかりやすい商品」や「比較的安定性の高い商品」が中心となり、かつ長期にわたって保有いただくことが増えている。
F 社	・顧客本人及びそのご家族の意向を伺う機会が増え、勧誘可能商品を中心とした提案により入金買付が増えたという支店もある。 ・ルールがスタートした当初は、高齢顧客との取引が減少したものの、現在は概ね以前の水準に戻っている。

社名	意見等
G 社	・ 高齢者取引に対する社員の意識が変わり、勧誘が丁寧になり、かつ取引が慎重になった。 ・ 面談が必要な商品が増加し幅広い案内が出来なくなった。
H 社	・ 高齢顧客との取引において目立った変化は生じていないが、高齢顧客との取引件数は僅かに減少した。
K 社	・ 勧誘留意商品の取引件数が減少した。

○変化なし

社名	意見等
M 社	・ 従来から役席者の同席や、家族同席（可能な場合のみ）を規程に定め、丁寧な対応に努めており、特に大きな変化は感じていない。
S 社	・ 高齢顧客への勧誘については従来から慎重な対応をルール化しているが、ガイドラインに沿いより厳格なルールに修正を行った。対応前後で大きな変化はみられず、高齢者の取引比率も高齢顧客と全体との比率でも大きな変化なし。一方、高齢顧客御家族との接点等は明らかに増えているので、苦情防止等にはつながると認識している。
T 社	・ 「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」が示される以前から、行内のリスク商品販売ルールにて、高齢者に対してリスク商品を提案する際には慎重な対応が義務づけられていたこともあり、特に目立った変化は生じていない。ただし、高齢者に勧誘留意商品を提案する場合は、役席者による事前面談等が必要となったことから、営業店役席者と顧客が接する機会が以前より増加した。お客さまとの接点をより能動的に持つようになり、特に役席者（支店長席を含む）とお客さまがお話する機会が増えた。

2. 「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」に基づく対応を開始した後に、高齢顧客又はそのご家族からの取引又は勧誘に関する苦情件数の増減とその理由について（増加 2 社、減少 5 社、変わらず 23 社）

【意見の概要】

- ・苦情件数は、若干減少傾向がみられた社もあるが、特に変わらないとの回答が大部分であった。苦情には遅行性があり、足許の苦情はガイドライン対応開始以前のものとみられる。ガイドライン導入以前から高齢顧客対応を行っている社の中には、高齢顧客に対する苦情の減少が顕著にみられるところもある。
- ・苦情件数が増加と回答した 2 社は、苦情内容がガイドライン対応の業務フローに関するものであり、勧誘時の説明不足等に起因するものではない。

【主な意見】

○増加した

社名	意見等
A 社	・ 80 歳以上の一部の顧客から、「約定結果の確認・連絡」に関する業務フローについて不信感を訴えられたケースがある。

○減少した

社名	意見等
K 社	・ 高齢顧客からの苦情件数については、現時点では特段の変化はみられないものの、第三者（主にご家族）からの苦情件数については若干の減少傾向がみられた。
E 社	・ 「高齢のお客様との取引に関するガイドライン」実施前と実施後を比較すると、75 歳未満の顧客に係る苦情の減少以上に、75 歳以上の顧客に係る苦情件数は減少している。
P 社	・ 高齢者ルール of 徹底により、高齢者取引の苦情・トラブルは減少した。

○変わらない

社名	意見等
H社	・高齢顧客またはその家族からの苦情件数に変化はない。
M社	・対応方法の変更内容に関する質問を営業店で数件受けたと聞いているが、苦情は受けていない。
F社	・営業員が高齢顧客へ提案する商品の選定や提案時の説明について、従来より慎重になってきており、また、上席者のチェックが常に入るため、その牽制効果により高齢顧客に対する強引な勧誘も減少してきているが、未だ高齢者の苦情件数が顕著に減少するには至っていない。
L社	・勧誘留意商品の苦情は減ったが、高齢顧客の苦情の総件数は、あまり変わっていない。ただし、勧誘留意商品で「買った覚えが無い。」という約定否認はほとんど無くなった。
S社	・70歳以上の高齢顧客の金融商品に係る苦情の件数において突出した変化はない。

3. 「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」における「5. 約定結果の確認・連絡」に係る顧客からの苦情や不満等の内容について

【意見の概要】

- ・一部の顧客からは評価する声がある一方で、多くの顧客からは①担当者以外からの約定結果の連絡は抵抗があり不信感を持つ、②複数者（担当者、役席者等）による複数の連絡・確認（事前面談、受注、約定後の連絡）が増えて面倒、過剰対応である、との不満の意見が寄せられた。

【主な意見】

社名	意見等
C社	・「成約した担当者が信用されていないから、電話がかけられてくるのではないか」という顧客の不信感を感じられることがある。
F社	・多くの高齢顧客から、「毎回、上司から連絡があり面倒だ」、「また、上司に代わるのか」との不満や、「もう、判っているのに何の為の確認なのか」との不審の声を頂戴している。また、「担当者が何か不正を働いたのか」との疑念を抱かれてしまったこともあった。
K社	・事前承認における管理職の都度確認や、担当者以外からの約定後連絡も電話で確認され、何度も確認され混乱する。
G社	・取引内容よりも、商品を十分理解している顧客であっても、75歳以上を一律に年寄り扱いするこのルールに不満。
E社	・理解していると答えているにも関わらず、何度も連絡がくることについて、馬鹿にされていると感じ、非常に不愉快である。
U社	・高齢顧客への確認・連絡が複数回になることもあり、「ご丁寧に連絡ありがとう」との声がある一方で、「取引報告書で内容確認できるので何度も連絡する必要はないのでは」との声もある。
A社	・高齢顧客に対する勧誘留意商品の受注に際し、当該商品によっては、役席者が行う注文内容の確認やリスク等の重要事項の説明で実質的に約定が完結することとなる。また、この時点で買付の意思確認や認識確認も済んでおり、あらためて行われる「約定結果の確認・連絡」の手続きが高齢顧客から理解されづらい状況にある。
B社	・苦情・不満ではないが、「約定結果の確認・連絡」は不要である、との声が当該高齢者より多数ある勧誘留意商品の取引件数が減少した。
V社	・事前に販売員が、契約時に高齢顧客に対して別の行員が後日、約定結果を連絡する旨説明する等して、不安感や不満等を抱かせないよう工夫している営業店もある。

4. その他「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」に係る顧客から評価する声又は苦情や不満等の内容について

【意見の概要】

- ・評価する声としては、①高齢顧客及びその家族との接点の増加、営業担当者以外（上席）の関与の増加により対応が丁寧になった、②翌日受注により購入を検討する時間的余裕が生まれ、家族を含め顧客に安心感を与えたこと、が挙げられる。
- ・不満の声としては、高齢顧客が経験豊富であっても時間を要し手続きが面倒であること、当日買付けができず不便であること、年寄り扱いされることについて差別的であるとの不快感等が挙げられる。

【主な意見】

○評価する声

社名	該当手続等	意見等
F 社	制度全般	・ 高齢顧客の家族が取引に関心を持たれるようになった。
E 社	制度全般	・ 役責者の関与等の機会が増えることにより、担当者以外にも質問することができるようになり、丁寧に対応されていると感じている。
K 社	制度全般	・ 世の中の動きでもあり、安心して取引が出来る。
V 社	勧誘事前承認	・ 担当の販売員だけでなく他の行員（支店長を含む）との接点が増え、高齢顧客へ安心感を与えている様子。
F 社	勧誘事前承認	・ 上席者から連絡することで、従来以上の信頼関係を築くことが出来た。
F 社	翌日受注	・ 安心感があるとして歓迎する声が多い。

○不満の声

社名	該当手続等	意見等
I 社	制度全般	・ 顧客から「手続きが面倒になったね。」「仕組みが難しい。」といった声が挙がったと聞いている。
E 社	制度全般	・ 年齢で一律区切るような規制は高齢者による投資を排除することを目的としているのではないかと感じる。

社名	該当手続等	意見等
A 社	勧誘事前承認	・担当者とは異なる役席者の勧誘前の訪問により、過度に緊張されたり、圧迫感を感じられたり、不審に思われる方がいる。
K 社	勧誘事前承認	・管理職の都度面談について、何度も確認をするのは失礼である。
C 社	翌日受注	・「何回も面倒なので今日手続きして欲しい」「持ち帰り検討を促されるのは気が重い・わずらわしい」「また来ないといけ ないの」等、不便を訴える方がいる。
K 社	翌日受注	・投信の買付を勧誘翌日に受注したお客様より、買付当日の相場上昇により基準価格が上昇したことからの不満の声があった。

今後の検討事項について

平成 26 年 12 月 3 日

○ 高齢者ガイドラインの対象となるインターネット取引についての検討

- ・ 高齢者ガイドラインの制定（平成 25 年 10 月 29 日）に伴い、高齢顧客によるインターネット取引についても、その表示や運用のあり方について検討の余地があるのではないかと
の意見が多数の会員より寄せられた。また、ウェブサイト上の表示は同ガイドラインの「勧
誘」に該当するのではないか、インターネット取引における本人確認は十分になされてい
るかなどの意見が寄せられた。
- ・ これらの意見を受け、平成 26 年 6 月 17 日、「インターネット取引における自主規制のあ
り方に関する懇談会」を設置し、有識者を交え意見交換を行った（平成 26 年 7 月～10 月
に 3 回）。
- ・ 同懇談会において、インターネット取引における高齢者ガイドラインの適用に関し、明
確化等を図ることについて検討を行う方向性が示されたことから、本ワーキングにおい
て検討をお願いしたい。

以 上