

1. 会合名	「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」(第33回)
2. 日 時	平成27年4月30日(木) 午前10時00分～11時20分
3. 議 案	<p>1. 「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」中間報告を受けた検討事項(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ついて)</p> <p>2. その他</p>
4. 主な内容	<p>1. 「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」中間報告を受けた検討事項(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ついて)</p> <p>第32回会合(平成27年3月26日開催)において、対面又はコールセンター等によりガイドラインの「勧誘」を受けた後、顧客自らが発注手段としてコールセンター又はインターネット取引を選択し、発注する取引(以下、ハイブリッド取引という。)における高齢者ガイドラインの適用に関し議論を行った。会合終了後、WGメンバー等に意見募集を行った。</p> <p>事務局にて、寄せられた意見についてとりまとめ、別紙のとおり説明を行った。その後大要以下のとおり意見交換が行われ、ハイブリッド取引における「勧誘当日の受注制限(熟慮期間)」、「役席者による受注」、「約定後の連絡」、「受注時の手続きに関するモニタリング」については、対応する必要があるとの事務局対応案に同意が示された。</p> <p>また、ハイブリッド取引におけるガイドライン以外の対応の検討については、高齢者取引全般での対応が必要であるとの意見であったことから、今後「インターネット上で完結する取引」について検討した後に、改めて検討することとなった。</p> <p>その後、インターネット上で完結する取引のガイドラインにおける「勧誘」への該当性について検討するために、事務局から協会各社が投資信託に関しインターネットで一般的に提供しているコンテンツを8種類示し、別紙のとおり説明を行った。</p> <p>今後、WGメンバー等に意見募集を行い、寄せられた意見をもとに、それぞれのコンテンツについて、高齢者ガイドラインにおける「勧誘」への該当性について検討を行っていく予定である。</p> <p>(主な意見等)</p> <p>○ハイブリッド取引における高齢者ガイドラインの適用について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者ガイドラインは適合性の原則に重点が置かれたものであり、ハイブリッド取引の議論もその観点が重要であると考え。昨今の判例で、インターネット取引については適合性の原則に留意すべきとの見解が示されて

いる。そうした中で、ハイブリッド取引については高齢者ガイドラインにおける「勧誘当日の受注制限（熟慮期間）」、「役席者による受注」、「約定後の連絡」といった各種手続きを適用対象外とするということであれば、対内的には対面営業の協会員に対してそのように整理することとした納得のいく理由、対外的には高齢顧客の家族はガイドラインを認識しているので、勧誘行為があった場合のクレーム対応や例外対応等、実務対応を示しておく必要があると考える。ハイブリッド取引について各種手続きを不要とする理由を単にシステム対応でコストがかかるということでは理解が得られないのではないか。

- ・今回の議論について留意すべきは、ハイブリッド取引は、個別商品の買付けに関する説明は行われないので、ガイドラインの適用対象ではないと考えるのか、それとも、個別商品の買付けに関する説明は行われるものの、取引の性質に鑑みて特別な取り計らい（勧誘当日の受注制限（熟慮期間）などを設けない）を行うというロジックなのか認識しながら議論する必要があると考える。

⇒対面又はコールセンターにおいて勧誘行為はあったかどうかという問題と、勧誘行為はあったが発注手段が異なる（コールセンター又はインターネット取引）場合はどうかという問題の2点ある。ハイブリッド取引は勧誘（個別商品の買付けに関する説明）があったことを前提にしている。その上で発注行為として、コールセンターあるいはインターネットを利用した場合はどのように整理していくかを今議論している。インターネットの表示が勧誘に該当するかどうかの議論は本日の2つ目の議題である。どのような表示が勧誘に該当する可能性があるかを今後議論していただきたい。

- ・モニタリングについては、すべての取引について行っているので、受注時の手続きに関するモニタリングについて必要ないとあえて決める必要はないと考える。

⇒ガイドライン適用に関し、各種手続きを個々に切り離して議論しているため、受注時の手続きに関するモニタリングについては必要ないことを確認したものである。ガイドラインへの記載については別途検討したい。（事務局）

- ・潜脱行為はすべての場面において当然やってはいけない行為であり、その旨をガイドライン4．Q4に追記することは違和感がある。協会員通知で考え方を示せば良いのではないか。

⇒本件議論の端緒として、「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」（インターネット懇談会）においてガイドライン4．Q4の記述が誤解を招くとの意見があった。本WGで議論した結果によって誤解

を解くことにつながるよう方法論を検討していきたいと考える。(事務局)

- ・潜脱行為の禁止についてハイブリッド取引に言及した場合、顧客が勧誘を受けた後、自らの意思により店頭に来店した顧客との違いはどう考えるのか。現行ガイドラインでは、潜脱行為（営業員が顧客に当日受注の例外対応を教える）があったとしても、顧客自身が自発的に購入意思を示したならば例外対応（当日）として受注できると認識している。

⇒例外対応についても潜脱行為がないことが前提である。対面でも同様の問題がある中で、ハイブリッド取引にのみ潜脱行為に言及するのは整合性がとれないとの考え方は理解できる。

- ・事前承認が下りなかった顧客に対し、インターネットで取引ができないようにする必要があると思われる。

⇒担当営業員が勧誘できない顧客が自ら購入意思を示した場合は、顧客による自発的な注文（客注）という扱いになるのではないかと。(事務局)

- ・高齢者ガイドラインは適合性の原則の話なので、勧誘できない顧客に対しインターネット取引をさせていいのか。後日顧客と争いになった場合、抗弁できるのか。

⇒高齢者ガイドラインは勧誘による販売に関するガイドラインであり、勧誘が行われなかった顧客が、自らの意思によりインターネットで購入することを止めるのは、財産権の侵害に当たるとと思われる。顧客本人が判断していることの是非については、ガイドラインの中で議論することではないと思われる。

- ・高齢者ガイドラインの制度趣旨は、一般的な適合性の原則に加え、より慎重に投資者保護を図るため、事業者に義務を課すものである。争いとなった時は、金商業者に不利な状況になると思われる。勧誘不可の顧客にインターネットで制限をかけなかった場合に、適合性の原則がチャンネルごとに変わってもいいのかという問題が生じるのではないかと。

⇒本WGにおける議論は、顧客に対する勧誘行為について制限を設けることであって、顧客の取引自体に制限を設けるものではないと理解している。

○インターネット上の表示における「個別商品の買付けに関する説明」への該当性の検討について

- ・インターネット上の表示で勧誘の該当性を議論していくと、現行のガイドラインに広く波及するのではないかとと思われる。議論の進め方として、類似行為であるDMが勧誘ではないからインターネットの表示も勧誘でないとする考え方、インターネットの表示が勧誘だからDMも勧誘になるという考え方、のどちらを優先的に議論するのか。

⇒高齢者ガイドラインは対面の行為をもとにして作られている。一義的には対

面での行為に照らしてインターネットではどうかという考え方のアプローチになると思われるが、それが勧誘であると整理された場合、対面に立ち返ってガイドラインの適用対象について再検討することも起こり得ると考える。最初の段階では、制限を設けず議論していただきたいと考えている。
(事務局)

- ・インターネットの表示の仕方について、「一般的な勧誘」に該当するのか、または「高齢者ガイドラインにおける『個別商品の買付けに関する説明』」に該当するのか、どちらを議論するのか。
- ⇒高齢者ガイドラインにおける勧誘(『個別商品の買付けに関する説明』)の該当性である。「6. 顧客に即した商品名等の表示(ターゲティング広告)」については、消費者委員会等での会合において勧誘に該当するのではないかとの提言が出されていると聞いている。今後法令等で勧誘行為と位置付けられた場合に問題が残るため、現時点では議論しないこととしたい。(事務局)
- ・議論が進むと「一般的な勧誘」と「高齢者ガイドラインの勧誘」が混同してしまうおそれがあるので、議事運営において留意していただきたい。高齢者ガイドラインにおいて着目している、高齢者の体力、理解力の衰えに留意した上で、インターネット上の表示が高齢者にどのように影響を与えているか議論していきたいと考える。
 - ・インターネット上の表示についての議論の進め方として、一般の顧客であれば勧誘に該当しないが、高齢顧客には該当するかという観点で検討していくことになるのか。当社の場合、年齢や適合性により対象者を特定し、メールで案内する場合は勧誘と考えている。
- ⇒先ほどの議題(ハイブリッド取引における高齢者ガイドラインの適用について)で、結論を先送りした「ハイブリッド取引におけるガイドライン以外の対応の検討について」を想定している。本WGは高齢者ガイドラインにおける勧誘に該当するかどうかを議論するものであり、本日示したインターネットの表示例について、一般の顧客なら問題ないが高齢顧客には留意が必要との意見が多数あれば、対応策として望ましい表示のあり方を検討していくことになると思われる。(事務局)
- ・高齢者ガイドラインにおける勧誘概念に絞って議論するのであれば、「6. 顧客に即した商品名等の表示(ターゲティング広告)」についても検討した方が良いと考える。消費者契約法の見直しとの関係であれば、ターゲティング広告だけでなく、広告全体に関わる話となる。
 - ・今日の説明で、議論すべき内容が膨大であると感じたが、今後のWGのスケジュール感はどのように考えているのか。
- ⇒長期にわたる議論は想定していないが、インターネット懇談会から検討依頼

	<p>があったものなので、検討状況を報告する必要がある。結論の有無にかかわらず、6月末までに一定の整理をしたいと考えている。(事務局)</p> <p>2. その他</p> <p style="text-align: right;">以 上</p>
5. その他	※本議事要旨は暫定版であり、今後、内容が一部変更される可能性があります。
6. 本件に関する 問い合わせ先	自主規制企画部（03-3667-8470）