

「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」

(第 37 回)

平成 28 年 2 月 25 日
10 時 00 分 ~
協会 第 1 会議室

次 第

1. 「高齢顧客との取引」に関するアンケート結果について
2. 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」の見直し提案について
3. 「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」を受けた対応（インターネット取引に関する Q A
の明確化）について
4. その他

以 上

「約定結果の確認・連絡」の見直しについて（意見照会結果）

平成 28 年 2 月 25 日

(1) 「約定結果の確認・連絡」の制度について、見直し要否

見直しを行うべき	6 社	現行制度を維持すべき	11 社
----------	-----	------------	------

① 見直しを行うべき理由

- (ア) 現行制度は、高齢顧客から理解しがたいとの声もあり、潜在的意見も考えるとより多くの声が想定されるため。
- (イ) 現行制度においても役席者の受注等により、通常の取引に比較して、複数の人間が高齢者取引に関与しており、顧客に不信感を持たれたり、煩わしさを訴えられたりしていることから、過剰な規制に感じられるため。
- (ウ) 高齢者顧客に対し、翌日以降の受注措置をとっており、高齢顧客の取引認識の確認が約定前に行われているものとする。
- (エ) 現行制度は「高齢顧客における取引認識の確認」という制度趣旨に対する有効手段となり得ていないと考える。
- (オ) 契約締結時交付書面の交付など、法令上で一定の規制が課せられており、架電連絡との重複感があるため。

② 現行制度を維持すべき理由

- (ア) 既に一定期間経過し、実務に定着していること。(現行で問題ない)
- (イ) そもそもルール全体が複雑であるとも考えられるので、顧客および業者双方の負担を軽減する観点から運用に柔軟性を持たせるという意味で、見直しを行わなくとも、現在の「実務対応」でも有効と考える。
- (ウ) 高齢顧客の取引認識を複数の者で確認することは、その後の苦情対応等の際にも有用であると考えられる。
- (エ) 約定結果に対する理解度の確認は、約定に関の一連のフローの中で完結する方が、ルールとして平易であり徹底も図りやすい。
- (オ) 当社では、「約定結果の確認・連絡」をした結果、「購入した商品と違う」という申し出に接した事案はないことから、当該手続は不要ではないかとの意見がある。一方で、「担当者以外からの約定結果の確認・連絡」があるからこそ、丁寧な対応がなされているとの意見も否定できない。
- (カ) ガイドラインの「約定結果の確認・連絡」は、高齢顧客が十分な理解がないまま勧誘留意商品を買付けしてしまうことや、そもそも約定したことを認識していないことなどを早期に発見するために約定と近接したタイミングで実施することとしていると理解している。その意味では現行制度は維持すべきと考えるが、当社では、社内ルール施行後、勧誘留意商品の約定結果について、高齢顧客から「買い付けた覚えはない」等という申し出は受けていない。

これは、勧誘留意商品について、80歳以上の高齢顧客に勧誘により販売を行う場合は、勧誘前の役席者の承認や、勧誘翌日以降の受注といった対応を行うことにより、担当営業員の勧誘自体が丁寧かつ慎重に行われるようになっていることの成果であると認識している。

前述のとおり、現在の勧誘・約定の手続きを経て行われた取引について「買い付けた覚えはない」等という申し出を受けていないことから、高齢顧客は少なくとも「約定の直後は、取引内容を認識されている」ということが推量される。また、一部の高齢顧客からは、何度も同じような内容の連絡があることや、担当営業員以外から連絡があることについて、意見を受けることもある。監督指針にも記述されているとおり、高齢顧客に対しては商品販売後も丁寧なフォローアップを行っていくべきであるため、継続的に高齢顧客と接する中で、取引に関する認識や、投資意向、健康状態の変化などについても把握に努めており、「約定結果の確認・連絡」で期待されていた効果はこのフォローアップを行うなかで代替できる、もしくはより充実したものとできるのではないかと考える。例えば、役席者による定期的な面談等の際（勧誘前承認に係る面談等を含む）に、前回面談等時以降の取引に関し、約定内容や商品理解等に関する高齢顧客の認識を確認し、当該商品の現況等を説明することで、効果の高いフォローアップとなるのではないかと考える。

よって、約定直後に連絡する従来の方法に加えて、上記の面談等の際における確認の方法も選択できることとしてはどうか。

（２）「約定結果の確認・連絡」の制度趣旨（高齢顧客における取引認識の確認）を踏まえた具体的な見直し案（各社意見）について

① 現行制度の廃止

- ・「約定結果の確認・連絡」の制度を廃止。

② 現行制度の変更（各社の裁量）

- ・「約定結果の確認・連絡」については、各協会員に任せることとしてはどうか。（80歳以上の高齢顧客対象及び担当営業員以外の者による連絡は撤廃）
現行の「約定結果の確認・連絡」に関するＱ１とＱ２に代えて、以下のＱＡを新設してはどうか。

Ｑ．高齢顧客への約定後の連絡について、どのようなことに留意すべきでしょうか。

勧誘留意商品の勧誘後に受注し、担当営業員があらためて約定結果を連絡する際は、高齢者がかかえる特有の問題として、その健康状態によっては少し時間が経つとその前のことを覚えていないということもあり得ますから、当該高齢顧客に買付の認識があるか確認する必要があると考えられます。約定の連絡に際し、例えば「まだ買うと決めたわけではなかった」といったことが表明された場合は、担当営業員は直ちに内部管理責任者等に対応について相談する必要があります。なお、外交、電話、店頭のいずれのケースにおいても、約定後の連絡時の会話内容を録音・記録・保存し、事後検証できる体制とすることが必要と考えられます。

③ 現行制度を変更する（担当営業員からの連絡を認める）

- ・勧誘を行った担当営業員が「約定結果の確認・連絡」を行ったとしても、高齢顧客の当該取引を行ったことの認識は確認できると思料する。従って、「約定結果の確認・連絡」における、「高齢顧客には誰が約定後の連絡を行うのか」については、削除していただきたい。

- ・「約定結果の確認・連絡」を撤廃すべきと考えるが、即時撤廃が困難な現状であれば、せめて担当営業員からの連絡を認めていただきたい。担当営業員は通常から顧客と接触しており、顧客の不信感を緩和することができるし、顧客の煩わしさが多少なりとも軽減されられる。

④ 現行制度を変更する（一定の例外要件を設ける）

- ・高齢顧客の買付の意思のエビデンスがあることから、以下の場合には、「約定結果の確認・連絡」は不要としていただきたい。

- （１）高齢顧客及び同席した家族から、買付に同意した「買付指示書」を受け入れた場合
- （２）録音機能のある電話機から前日以前に勧誘を行った担当営業員以外の役席者が受注した場合

⑤ 現行制度を廃止し、新制度を創設

・取引を忘れやすい高齢者であっても、ごくわずかな時間で忘れてしまう事例は少ない。現行の制度では、「認識していなかった」という事例があったとすれば、当該事例は勧誘の以前にそもそも適合性の問題があったと疑わざるをえない。ガイドラインの趣旨にのっとれば、もう少し時間を空けて認識の確認を行ったり、例として紹介されているアフターフォロー等を義務付けるなどの工夫が必要なのではないか。

⑥ 現行制度を維持しつつ、柔軟な対応を認める

・ガイドラインの「約定結果の確認・連絡」に関する記述に、いくつかの方法を記載し、各社において有効と考える方法が選択できるようにすればどうか。

(3) その他意見

① 約定後連絡について

・「約定結果の確認・連絡」の趣旨は「高齢顧客が当該取引を行ったことについての認識を確認すること」であり、ガイドライン及びパブコメには①「高齢者はその健康状態によっては少し時間が経つとその前のことを覚えていないということもあり得ますから(中略)約定後の連絡を行なう必要があると考えます。」、②「複数の者が高齢顧客と接することにより、確実な確認が行えるものと考えます」との記載がある。

上記制度趣旨を勘案すると、現行の「約定結果の確認・連絡」の制度の方が望ましいと考える。

・顧客より不満が多いのは、対応の仕方に問題があるのではないか。事前に担当営業員が顧客に説明した上で、他の営業員から連絡する等の工夫を行えば不満は減少するのではないか。

・高齢者ガイドラインを導入後、「約定結果の確認・連絡」を行った事により、高齢顧客における取引認識の確認が効果的に果たされた事例の有無について各社からヒアリングを行うことも本件を検討するに当たり有用と考える。

・仮に、定期的なアフターフォロー等の代替を検討する場合は、既に独自のアフターフォロー態勢を整備している社もある状況を十分に考慮し、その実施方法を画一的に拘束するようなルール化とならないようにしてほしい。

② 高齢者ガイドラインについて

・勧誘可能商品の通貨（米ドル、ユーロ、豪ドル）以外の見直しの検討もお願いしたい。

以上

平成 28 年 2 月 25 日

「約定結果の確認・連絡」の見直し案について

「約定結果の確認・連絡」については、実務に定着していること等の理由により、現行制度を維持する意見が多い。一方で、担当営業員による確認する方法や定期的面談等の際に確認を行う方法を認める等の現行制度の見直し・柔軟化を求める意見もある。

そのような意見を踏まえ、現行の「約定結果の確認・連絡」の制度は維持しつつ、本制度の趣旨である「高齢顧客の取引認識の確認」、「複数の者による取引認識の確認」の条件を満たした方法についても選択を可能とするといった見直しを検討してはどうか。以下は、検討するにあたっての事務局案である。

現行ガイドライン	事務局案
5. 約定結果の確認・連絡 Q 1：目安として 80 歳以上の高齢顧客への勧誘による販売を行った場合、高齢顧客との約定後の連絡について、誰が、いつ、どのような確認を行えばよいですか。 A：外交、電話、店頭のいずれのケースにおいても、勧誘留意商品の勧誘後に受注に至った場合には、勧誘を行った担当営業員以外の者が、当該高齢顧客に約定結果を連絡することにより、当該高齢顧客が当該取引を行ったことについての認識を確認すべきと考えます。この連絡は役席者に限る必要はありませんが、高齢顧客の反応の確認を行うという趣旨に照らして、顧客には誰が約定後の連絡を行うのかをあらかじめ決めておけばよいと考えます。 また、約定後の連絡は必ずしも約定当日に行う必要はなく、例えば初期募集の投資信託の場合には募集期間中のいずれかの日に約定後の連絡を行う等、商品の性格等に合わせて行えばよいと考えます。 なお、外交、電話、店頭のいずれのケースにおいても、約定後の連絡時の会	5. 約定結果の確認・連絡 Q 1：目安として 80 歳以上の高齢顧客への勧誘による販売を行った場合、高齢顧客との約定後の連絡について、誰が、いつ、どのような確認を行えばよいですか。 A：外交、電話、店頭のいずれのケースにおいても、勧誘留意商品の勧誘後に受注に至った場合には、勧誘を行った担当営業員以外の者が、当該高齢顧客に約定結果を連絡することにより、当該高齢顧客が当該取引を行ったことについての認識を確認すべきと考えます。この連絡は役席者に限る必要はありませんが、高齢顧客の反応の確認を行うという趣旨に照らして、顧客には誰が約定後の連絡を行うのかをあらかじめ決めておけばよいと考えます。 また、約定後の連絡は必ずしも約定当日に行う必要はなく、例えば初期募集の投資信託の場合には募集期間中のいずれかの日に約定後の連絡を行う等、商品の性格等に合わせて行えばよいと考えます。 また、取引ごとの「約定結果の確認・連絡」に代えて、一定期間における複数の取引を纏めて行うこと、例えば役席者による事前承認実施前的高齢顧客との面談等の際に、前回面談等の実施日から今回面談等の実施日までの期間における取引について、高齢顧客が当該取引を行ったことの認識を確認することも考えられます。 その際の実施時期（サイクル）については、顧客の属性等に応じて実施時期を定める等して実施することが必要であると考えます。

話内容を録音・記録・保存しておくことが必要と考えられます。 約定後の連絡において、当該高齢顧客が約定内容のすべて又は一部を覚えていない、あるいは認識が異なる（「買うとはっていない。」等）ことが判明した場合は、直ちに内部管理責任者又はあらかじめ自社で定めた役席者に報告し、対応について相談する必要があると考えます。	なお、外交、電話、店頭のいずれのケースにおいても、約定後の連絡時の会話を録音・記録・保存しておくことが必要と考えられます。 約定後の連絡において、当該高齢顧客が約定内容のすべて又は一部を覚えていない、あるいは認識が異なる（「買うとはっていない。」等）ことが判明した場合は、直ちに内部管理責任者又はあらかじめ自社で定めた役席者に報告し、対応について相談する必要があると考えます。 塗りつぶし箇所が意見を踏まえた変更箇所
--	--

以上

高齢者ガイドラインのインターネット取引に関するＱＡの改正について（意見照会結果）

平成 28 年 2 月 25 日

(1) 事務局改正案の修正要否

必要ある	6 社	必要ない	11 社
------	-----	------	------

<WGメンバーからの修正意見等>

当初事務局案	修正箇所・修正案	修正理由	事務局 回答
A：インターネット取引における高齢顧客の取引に関しての規制については、インターネットにより発注する行為そのものではなく、発注の前段階としての勧誘行為の有無について考えることとなります。 高齢顧客がインターネットにより発注するか否かに関わらず、担当営業員が高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うのであれば、当該勧誘行為については、役席者による事前承認等が必要と考えます。	A：インターネット取引における高齢顧客の取引に関しての規制については、インターネットにより発注する行為そのものではなく、発注の前段階として、投資勧誘規則第5条の3に規定する『勧誘による販売』に該当する行為の有無について考えることとなります。 高齢顧客がインターネットにより発注するか否かに関わらず、担当営業員が高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うのであれば、当該勧誘行為については、役席者による事前承認等が必要と考えます。	インターネットでの発注の前段階での行為である「勧誘」としてどこの条文を意識しているのか根拠を明示した方が法的安定性に優れていると考える。	ご指摘を踏まえ、「勧誘行為」を「投資勧誘規則第5条の3に規定する『勧誘による販売』」に該当する行為に修正します。 P 6 の事務局修正案をご参照ください。
一方、担当営業員による勧誘後、高齢顧客が自発的な意思によりインターネット取引を選択し発注する行為については、顧客自身がIDとパスワードを入力してログインするとともに、「銘柄」及び「数量又は金額」を入力して行うものですから、翌日以降の役席者による受注や、約定結果の確認・連絡の手続きは必要ないと考えます。	一方、担当営業員による勧誘後、高齢顧客が自発的な意思によりインターネット取引を選択し発注する行為については、顧客自身がIDとパスワードを入力してログインするとともに、「銘柄」及び「数量又は金額」を入力して行うものですから、受注に関しては本ガイドラインの適用はなく、翌日以降の役席者による受注や、約定結果の確認・連絡の手続きは必要ないと考えます。	役席者による翌日受注等の手続が不要という結論を断ずる一步手前の部分で、それが「本ガイドラインが要求する」役席者による翌日受注等の手続であることを明示した方が法的安定性に優れていると考える。	ご指摘を踏まえ、「受注に関しては本ガイドラインの適用はなく、」を追記します。 P 6 の事務局修正案をご参照ください。

また、当然のことですが、当該手続き（翌日以降の役席者による受注等）を回避するために、担当営業員が高齢顧客をインターネット取引に誘導することが本ガイドラインの趣旨に反していることは言うまでもありません。	また、その後、当然のことですが、当該手続き（翌日以降の役席者による受注等）勧誘前の役席者による承認は受けたものの、翌日以降の役席者による受注等の手続きを回避するために、担当営業員が高齢顧客をインターネット取引に誘導することが本ガイドラインの趣旨に反していることは言うまでもありません。	これは勧誘に該当する行為が既に一部実行されているもので、その限りでは「勧誘」に該当する行為についてガイドラインの適用があるものの、その後途中で投資家が自らインターネット取引を選んで発注した場合はガイドラインの適用はない、という原則を示した上で、しかしながら殊更にインターネットに誘導した場合は趣旨を逸脱する、という流れにした方が明確だと考える。	ご指摘を踏まえ、「当然のことですが、当該手続き（翌日以降の役席者による受注等）」を「勧誘前の役席者による承認は受けたものの、翌日以降の役席者による受注等の手続き」に修正します。 P 6の事務局修正案をご参照ください。
役席者による事前承認等を得た、担当営業員による勧誘に伴う取引が、インターネットにより発注されている場合は、当該取引が担当営業員による誘導が行われたものでないか等のモニタリングを実施することが考えられます。	役席者による事前承認等を得た、担当営業員による勧誘に伴う取引が、インターネットにより発注されている場合は、当該取引が担当営業員による誘導が行われたものでないか等のモニタリングを実施することが考えられます。 （削除）	・潜脱行為は、他のプロセスでもやってはいけない行為であり、本件のみ言及することに違和感がある ・インターネットにより発注されている取引が、営業員からの勧誘によるものか否かの因果関係の特定が難しく、モニタリングの実施が困難である為。	・他に潜脱行為があれば、本Q Aにて記載させていただくことを検討いたしましたが、他に想定されないため、原案通りとします。 ・本潜脱行為については、モニタリングを実施することが必要であると考えられ、実施が困難とも考えられない為、原案通りとします。
	【修正案1】本ガイドラインを回避するため、営業員がインターネット取引による発注に誘導していないか等のモニタリングを実施することが考えられます。 【修正案2】役席者による事前承認等を得た、担当営業員による勧誘に伴う取引が、担当営業員による誘導によりインターネッ	原文だと「～場合」とあり、場合を特定する必要があるように読め、モニタリングの方法自体に制約があるかのような誤解を招く文章になっている。モニタリングの方法は業者に任せられていると理解しており、誤解の無い文章とする必要があると考える。	ご指摘を踏まえ、修正案2に修正します。 P 6の事務局修正案をご参照ください。

	トで発注されていないか等のモニタリングを実施することが考えられます。		
担当営業員が高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行わず、高齢顧客がウェブサイト上の表示・サービスに基づき、自発的にインターネット取引を行う場合について、現在（平成 27 年 10 月時点）、協会員が提供しているウェブサイト上の表示・サービスの類型は、担当営業員が行う勧誘とは同等・同質の行為とまでは認められないと考えられるため、本ガイドラインの適用対象にはならないと考えます。	担当営業員が高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行わず、高齢顧客がウェブサイト上の表示・サービスに基づき、自発的にインターネット取引を行う場合について、現在（平成 27 年 10 月時点）、協会員が提供しているウェブサイト上の表示・サービスの類型は、担当営業員が行う勧誘とは同等・同質の行為とまでは認められないと考えられるため、本ガイドラインの適用対象にはならないと考えます。（削除）	協会員の一時点のウェブ上の表示等についてガイドラインの適用はない、と貴会が事実認定を行っており（全ての協会員の行為を網羅したのかとの疑問も生じる）、その根拠も明確にされず、今後の行動の指針を示すというガイドラインの役割に照らして違和感がある。そこで根拠を明確にして（例えば特定の投資商品への投資を促すような積極的な働きかけがあるか否か・かかる働きかけがなくむしろ自発的な意思で投資家が任意に行動しているか）、現状の協会員の各種ウェブの表示等が勧誘に該当しないとの判断の経緯を示すことも考えられなくもないが、それはむしろ司法的なアプローチに見えてしまい、踏み込み過ぎの印象を与える。なお、かかる事実認定の方向性を採らず、投資勧誘規則第 5 条の 3 に規定する「勧誘による販売」といえる何らかの基準に触れるのであれば有用な回答となり得る。	本段落は、本年 10 月 14 日に開催したネット懇談会の要請を受けて、記載したものです。 また、本段落は、投資勧誘WGでの検討結果であり、当該Q&Aをご覧になる方への理解に資するための重要なポイントであることから、記載することが望ましいと考えています。 一方、「認定の根拠が明確ではない」旨のご指摘を踏まえ、本件の検証に用いた「4つの行為基準（検討の開始、商品の選定、情報の入手、購入の判断）」により「勧誘」への該当性が問題となること、また、少なくとも日証協事務局では同等・同質の表示等は「確認“できていない”」との表現に修正いたします。 P 6 の事務局修正案をご参照ください。

なお、現時点では想定していない新技術によるウェブサイト上の新たな表示・サービスについては、勧誘に該当する場合がありますので、ご注意ください。	なお、現時点では想定していない新技術によるウェブサイト上の新たな表示・サービスについては、勧誘に該当する場合がありますので、ご注意ください。（削除）	ウェブサイト上の表示等が勧誘に該当する場合もありうる、とするだけで、「新技術」において何が判断基準となってくるか、指針を示していないに等しい。このような「免責的」な規定を置くことも見られないこともないが、少しでも基準が示されない以上は削除した方が座りが良いように思われる。何らかの基準を提示するものであれば検討の余地がある。	ご指摘及び前段落の修正も踏まえ、以下に修正します。 「また、現時点で確認できていない新技術等によるウェブサイト上の新たな表示・サービスの類型については、担当営業員が行う勧誘と同等・同質の行為と認められる場合には、本ガイドラインの適用対象となりうる場合がありますので、ご注意ください。」
	なお、現時点では想定していない新技術によるウェブサイト上の新たな表示・サービスについては、<u>担当営業員が行う勧誘と同等・同質の行為と認められる場合には、本ガイドラインの適用対象となりうる場合がありますので、ご注意ください。</u>	本ガイドラインにおける「勧誘」の定義は、「個別商品の買付に関する説明」であるのは明確化されているが、検討の経緯を踏まえずに本文章を見た場合、広義の勧誘等と混同するおそれがある。本Q Aはガイドラインの適用要否であり、左記のように回答する方が望ましいと考える。	P 6 の事務局修正案をご参照ください。
	<u>ただし、現在、担当営業員が行う勧誘と同等・同質の広告を行っている場合、なお、</u> 現時点では想定していない新技術によるウェブサイト上の新たな表示・サービスについては、勧誘に該当する場合がありますので、ご注意ください	本WGにおいて類型を検証したまでであり、全ての協会員がWEB上の表示等を精査したものではない為、日証協のGLに本ガイドラインの適用対象にはならないと規定してしまう（言い切ってしまう）ことに危うさを感じる。実際には、営業員が行う勧誘と同等・同質の取引を強烈に誘引するターゲティング広告等が行われている可能性がないわけではないという観点から、左記のとおり修正する必要があると考える。	

(2) その他 意見・質問等

意見・質問	事務局 回答
・改正案は、現行の回答をWGの検証結果等を踏まえより丁寧に記載しているにすぎず、Q Aの回答としては書き過ぎ感があるように感じる。仮に修正するのであれば、最後の「なお、現時点…」以下のセンテンスを追加することで足りると考える。	・本件については、ガイドライン上の記載が不明確であるとの問題提起もあり、現行Q Aをより明確化する観点から記述を行っておりますので、その点をご理解いただければと思います。
・本件の潜脱行為（営業員によるインターネットへ誘導）に関するモニタリング方法は各社に任せられているとの理解だが、それでよいか。 ・例えば、『ネット取引と店頭取引の両方で投信取引を行っている高齢者取引を抽出し、店頭での勧誘記録を精査して潜脱行為の兆候がないかモニタリングする』ような方法が考えられると思うが、その理解で良いか。	・ご理解のとおりです。 ・本件のモニタリングについては、各社が適当である考えられる方法により行われる必要があると考えます。
・ワーキングで整理した既存8類型について、ワーキングに参加していない協会員にも理解できるように明示いただきたい。	・他の協会員に本件における理解に資する為に、担当営業員が行う勧誘とは同等・同質の行為であるかどうかの判断プロセスである4つの行為（検討の開始、商品の選定、情報の入手、購入の判断）を記載させていただきます。

(3) 修正意見等を踏まえた事務局修正案について

<事務局修正案>

A：インターネット取引における高齢顧客の取引に関しての規制については、インターネットにより発注する行為そのものではなく、発注の前段階としての勧誘行為が投資勧誘規則第5条の3に規定する『勧誘による販売』に該当する行為の有無について考えることになります。

高齢顧客がインターネットにより発注するか否かに関わらず、担当営業員が高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うのであれば、当該勧誘行為については、役席者による事前承認等が必要と考えます。

一方、担当営業員による勧誘後、高齢顧客が自発的な意思によりインターネット取引を選択し発注する行為については、顧客自身がIDとパスワードを入力してログインするとともに、「銘柄」及び「数量又は金額」を入力して行うものですから、受注に関しては本ガイドラインの適用はなく、翌日以降の役席者による受注や、約定結果の確認・連絡の手続きは必要ないと考えます。

また、当然のことですが、当該手続き（翌日以降の役席者による受注等）~~勧誘前の役席者による承認は受けたものの、翌日以降の役席者による受注等の手続きを回避するために、担当営業員が高齢顧客をインターネット取引に誘導することが本ガイドラインの趣旨に反していることは言うまでもありません。役席者による事前承認等を得た、担当営業員による勧誘を伴う取引が、インターネットにより発注されている場合は、当該取引が担当営業員による誘導が行われたものでないか担当営業員による誘導によりインターネットで発注されていないか~~等のモニタリングを実施することが考えられます。

担当営業員が高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行わず、高齢顧客がウェブサイト上の表示・サービスに基づき、自発的にインターネット取引を行う場合について、~~現在（平成27年10月時点）協会が提供しているウェブサイト上の表示・サービスの類型は、高齢顧客が行う、検討の開始、商品の選定、情報の入手、購入の判断の過程において、担当営業員が行う勧誘とは同等・同質の行為でない限りにおいては、とまでは認められないと考えられるため、本ガイドラインの適用対象にはならないと考えます。~~なお、平成27年10月時点においては、上記に該当する表示・サービスの類型は確認されていません。

また、~~なお、現時点で確認できていない~~は想定していない新技術等によるウェブサイト上の新たな表示・サービスの類型については、勧誘に該当する場合もありますので、~~担当営業員が行う勧誘と同等・同質の行為と認められる場合には、本ガイドラインの適用対象となりうる場合もありますので、~~ご留意ください。

塗りつぶし箇所が意見を踏まえた変更箇所

以上