「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」

（第 27 回）

平成 25 年８月５日
１３ 時 ３０ 分 ～
協 会 第１会議室

次　　第

１．高齢顧客との取引にかかる自主規則規則（案）及びガイドライン（案）についてのご意見等

２．その他

以　　上

資料

第 27 回「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」検討課題

Ⅰ．投資勧誘規則の制定について

１．規則の案文

（高齢顧客との取引）
第５条の３　協会員は、高齢顧客（協会員が、自社の業態、規模、顧客分布及び社会情勢その他を勘案し、定義した顧客）との取引に関し社内規則を定め、適正な投資勧誘に努めなければならない。

（１）規則の案文に関する意見等

【主な意見】
・「社内規則を作るべし」とあるだけでは条文の建付けとして薄く、抽象的でも基準や方向性の骨子について言及すべきである。
・高リスク商品の勧誘を制限すると、顧客から説明を受ける機会を奪うことになるので、独占禁止法上の問題が生じるおそれがないか慎重に検討する必要がある。
・「非勧誘」も含まれているように誤認するので、「勧誘による販売」に対する規則の制定と理解できるように記載してはどうか。
・「高齢顧客との取引」を「高齢者への勧誘取引」としてはどうか。また、「高齢顧客との取引に関し」を「高齢顧客に対する勧誘に関し」としてはどうか。
・「高齢顧客との高リスク商品の取引」としてはどうか。
・「協会員は、高齢者との取引に関し、自社の業態、規模、顧客分布、顧客属性及び社会情勢その他を勘案した社内規則を定め、(略)」としてはどうか。
・「協会員は、高齢顧客（略）との取引に関し顧客保護の観点から社内規則を定め、顧客の意向に配慮しつつ適正な（略)。」としてはどうか。
・高齢顧客を含む個人顧客取引を行わない協会員もいることから「協会員は、高齢顧客との取引を行う場合は、（略）努めなければならない」としてはどうか。
・「高齢顧客との取引に関し、その投資判断力等に配慮した上で対象商品や勧誘方法等、社内規則を定め（略）」としてはどうか。
・「信用取引以外の売り付けの勧誘を除く」との表現を追加してほしい。
・特定投資家は本規制の対象外とする旨、明記してほしい。

＜確認事項＞
・規則を制定することでよいか。
・「勧誘」行為に限定して規則を制定することでよいか。
・用語の変更、追加について

（2）その他について

【主な意見等】
・WG検討スケジュールは、事案の重要さとは裏腹に、異例のスピードでの議論が求められており、拙速な整理がされないか危惧している。各社態勢整備期間を十分確保することが極めて重要である。各社のベストプラクティスを寄せ合い、現実的な案で整理するとのスタンスで議論を進めてほしい。
・当該規制は、金融商品仲介業者も対象となるのか。
・解約取引は規制の対象外か。

Ⅱ．ガイドライン案について

１．社内規則の制定

○社内規則で定めるべき事項に関する意見等

【主な意見】
・各社の柔軟な対応が可能な規定としてほしい。また、ガイドラインにおいても多様な事例を記載してほしい。
・既存社内規則が本ガイドラインより相当厳しい基準であれば、ガイドラインに合わせるため、既存社内規則の基準を緩和する必要があるか。

＜確認事項＞
・上記意見を踏まえ、ガイドラインにおいてミニマム・スタンダードとともに、各社においてベストプラクティスの取組みを行うことについても示すことでよいか。

２．高齢顧客の定義

（1）高齢顧客の定義に関する意見等

【主な意見】
・高齢顧客の定義の数値的な基準について、ガイドラインにおいて定める方が好ましいが、一定の条件のもと、対象外することを可能とすべきである。
・目線を合わせることは必要であることから、一律のまたはある程度の目安となる基準をガイドラインにおいて示してほしい。
・各社の高齢者年齢が一定の差で収束するような具体的なガイドラインが必要である。
・「65 歳、75 歳」という例示は健康保険制度を基準としたものである。今回の議論は精神面、事理弁識能力の境界線の問題であり、数字が独り歩きする可能性もあることからガイドラインに記載しないほうがよい。

＜確認事項＞
・高齢顧客の定義について、年齢以外の条件を示すことでよいか。

（2）「段階的な管理方法」に関する意見

【主な意見】
・年代が上がるごとに「商品の範囲を限定していくことや段階的な管理方法を定めること」と並列で記載してはどうか。
・例えば、仕組債などの複雑な商品とそれ以外の商品とを分け、後者の勧誘・販売に当たっては、前者より高齢顧客の定義を緩和（例：70 歳以上と 80 歳以上）としてもよいか。
・金融商品の種類によって（商品のリスク度合いによって）、設定を変えることは問題ないか。

＜確認事項＞
・各社において段階的な管理方法を定めることをガイドラインにおいて示すことでよいか。

（3）高齢顧客の年齢基準に関する意見等

【主な意見】
Ａ：「○○歳以上を高齢者とする」と定めるべき。
・目線を合わせることは必要であることから、一律の基準を示してほしい。
・目線を合わせる以上、具体的な基準、例えば年齢を示してほしい。
Ｂ：「少なくとも○○歳以上の顧客にはガイドラインの勧誘フローを適用すべき」のように最低限の基準だけを定めるべき。
・各社の高齢者年齢が一定の差で収束するような具体的なガイドラインが必要である。
Ｃ：考え方のみを示し、基準は各社に委ねるべき。
・年齢基準は、規模・体制・苦情等の状況を勘案して既に定めているので、各社が実情に合わせて定めることが適当である。
・高齢者の方も理解力・判断力の差が大きいので、一律の年齢を示すべきではない。

＜確認事項＞
・上記Ａ～Ｃのいずれがよいか。

（4）「取引代理人制度」について

・高齢の取引代理人を相手方として取引する場合についても、社内規則の対象としてはどうか。
・取引代理人が高齢者に該当しない場合、ガイドラインの対象外とするのか。
・顧客ではなく、取引代理人が高齢者である場合には、どのような対応を求めているのか。
・取引代理人制度については、法定代理人である成年後見人、補助人、補佐人制度を超えて認められるか。そのガイドラインはあるか。他社状況等が知りたい。

＜確認事項＞
・取引代理人の年齢等が自社で定める高齢顧客の定義に該当する場合は、当該代理人に対する勧誘行為もガイドラインの対象としてよいか。

３．高齢顧客への勧誘・販売商品

（１）高齢顧客への勧誘・販売可能商品の範囲を定めるべきか。また、定める場合、どのような点に留意し、その範囲をどのように定めるべきか。

○全体的な意見

・「高リスク商品について勧誘を行う場合には、役席者の事前承認など、所定の手続や条件を定めて個別に対応」とあるが、基本的に勧誘不可なのか、それとも、社内で定めた手続等に則れば勧誘可能なのかについてレベル感が伝わってこない。手続等を定めてさえおけば、勧誘可能という安易な考え方にならないよう表現の工夫が必要ではないか。
・顧客保護の趣旨を鑑み、ガイドラインの例外とする商品は認めるべきではない。
・ガイドラインにおいて対象商品を限定列挙すべきである。
・一定額以上の取引のみを本規制の対象とすべきである。

＜確認事項＞

・勧誘可能商品の範囲を以下の個別意見を踏まえて、ガイドラインにおいて示すことでよいか。
・役職者の事前承認等は例外対応であり、原則として勧誘禁止であることを示すことでよいか。

○高齢顧客への勧誘・販売可能商品の対象範囲に関する意見

Ａ：リスクに関する意見

・価格変動が大きいが広く周知されている株式、日経 225 投信は一律に禁止できないとあるが、リスクを基準に考えるのか、基準が曖昧だと思う。
・価格変動が小さく、仕組みが複雑でないラップ口座は対象となるか。
・上場新株予約権付社債、預託証券、受益証券発行信託の受益証券、投資証券、債券等は対象となるのか。
・高リスク商品の客観的な定義はあるか。

＜確認事項＞

・上場商品を除外する理由はリスクの観点ではないことを示すことでよいか。
・「高リスク商品」という呼称は変更することでよいか。

Ｂ：複雑さに関する意見

・「複雑な仕組みの商品」とは、投資勧誘規則に定める複雑な仕組債・投信等を指すのか。
・顧客のニーズに合わせてオーダーメイドで商品の諸条件を決めて受注、約定するような公募によらない仕組債のケースは対象外であると考えてよいか。

＜確認事項＞

・「複雑な仕組みの商品」には、日証協規則における「店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債、投資信託」が含まれるが、その範囲に限られないと考えてよいか。
・その場合、考え方を示すことでよいか。例えば、「高齢顧客にとって、リスクや商品性が複雑のため理解が容易でないと自社において判断する商品」としてはどうか。

Ｃ：償還期限に関する意見

・換金性の高い超長期債の国債、地方債等は対象外とすべきである。
・追加型投信の場合、償還まで長期又は無期限だが、常時換金可能であり、対象外と考えてよいか。
・償還期限が極めて長い商品とは具体的に何年以上のものを指すのか。あるいは「何歳を超える場合」等、到達年齢で判断するのか。

＜確認事項＞

・「償還期限が極めて長い」を「換金性が乏しい」に変更することでよいか。

Ｄ：投資信託の取扱いに関する意見

・投資信託は投信協会の定めるカテゴリー等を参考にするべきである。
・日経 225 や TOPIX 以外の指標を参照指標とする投資信託も対象外とすべきである。
・通貨選択型投信も商品性が広く認知されているため、対象外とすべきである。
・株式、REIT が対象外となる一方、投信が公社債、インデックス物に限定されるのは、主旨が一貫していないと考えられる。

＜確認事項＞

・日経 225 や TOPIX を参照する投資信託を対象外とすることでよいか。
・それ以外の指標を参照するインデックス投資信託等については対象とすることでよいか。

○その他

・勧誘可能商品として「米ドル、ユーロ、オーストラリアドル等、知名度や流動性が高い通貨建ての債券及び投資信託」とあるが、この「等」には何を含むのか。各社により考え方が異なる可能性があり、通貨もしくは考え方の定義を明確にした方がよいと考える。
・「役席者の承認を要する商品」と「家族の同席・第三者による約定連絡を要する商品」は一対でないことでよいか。
・ファンドラップのように、書面による契約フローが定着しており、勧誘から実際の約定まで一定の猶予期間がある取引等については、必ずしも本ガイドラインで定めるフローのとおりでなくても問題はないか。
・顧客属性が一定の条件を満たした場合、年齢が基準に抵触していても、高齢者規制の対象外とすることは可能か。

＜確認事項＞

・外国為替について、対象外（勧誘制限なし）とする通貨を定めることでよいか。定める場合、その範囲をどのように定めるか。
・ファンドラップは規制対象としてよいか。また、安定商品で運用する場合は規制対象外としてよいか。
・一定年齢以上の高齢顧客であっても本ガイドラインの対象外とする規定（例えば、担当営業員が頻繁に接触している会社経営者等）を認めてよいか。

（2）ガイドライン案における「勧誘」の定義を定めるべきか。また、定める場合、どのような点に留意し、どのような定義とすべきか。

【主な意見】
・「勧誘」の定義を具体的に協会員に示す必要があると考える。
・単なる商品の紹介は「勧誘」に含めるべきではない。
・アフターフォロー（保有商品の時価等の連絡）による追加購入は「勧誘」であっても、取引を制限させるべきではない。
・「勧誘」を「個別商品の説明を行う行為で、顧客からの個別商品を指定した自発的な申出以外」と定義すべきである。

【主な質問】
・営業店で「勧誘」後、顧客が自らコールセンター等に架電して取引する場合も対象とすべきか。また、コールセンターで「勧誘」後、後日受注する際も役席者による対応が必要か。
・高リスク以外の商品を勧誘している際、顧客から高リスク商品の説明を求められ、それに応じて説明を行った場合は、「勧誘」に該当しないと考えてよいか。
・例えば支店で開催する株式セミナーへの出席等、具体的な個別銘柄の勧誘を伴わない勧誘は本規則の対象外という理解でよいか。
・「銘柄や数量を指定して購入を希望する場合には、取引を制限する必要はない」（＝勧誘にあたらない）とされているが、投資信託や債券などは商品の説明を受けて数量を決定する場合もある。顧客が銘柄のみ指定した場合は「勧誘」に該当するか。

＜確認事項＞
・「勧誘」の定義は、「顧客への個別商品の買付に関する説明」とし、以下の考え方を示してはどうか。
　＊保有商品の時価等の連絡（アフターフォロー）は勧誘に該当しない。ただし、当該保有商品の追加買付に関する説明は勧誘に該当する。
　＊保有していない商品について買付を前提とした商品説明を求められた場合の説明は、勧誘に該当する。
　＊顧客が自発的に銘柄名を指定する注文は勧誘に該当しない。

（3）勧誘の事前承認を行う「役席者」の定義は定めるべきか。また、定める場合、どのような点に留意し、どのような定義とすべきか。

【主な意見】
・営業セクションの長に限らず、管理能力のある者を「役席者」とすべきである。
・「役席者」自らが高齢顧客を担当している場合、他の「役席者」の承認を必須とすべきではない。
・成約までの間に複数回の勧誘を行うことがあるため、「役席者」の事前承認は「勧誘の都度」ではなく、「勧誘を行う場合」とすべきである。
・「役席者」の事前承認は、顧客の投資目的（最大リスク許容度）に照らした妥当性も確認とすべきである。
・「役席者」の事前承認だけでなく、受注時承認でも認められる運用としてほしい。
・約定結果の確認やモニタリングによる事後検証で個別対応可能であり、「役席者」の事前承認は不要ではないか。

＜確認事項＞
・「役席者」自らが高齢顧客を担当する場合、他の「役席者」の承認は必要か。
・「役席者」の定義は、「経験、見識に照らし、自社で定める一定の役職以上の者」としてはどうか。

（4）役席者による「定期的」な面談について、その期間を定めるべきか。また、定める場合、どのような点に留意し、どの程度の期間とすべきか。

【主な意見】
・定期的な面談は１年に１度程度でよいと考える。
・定期的な面談は理解度が懸念される高齢顧客に限定すべきと考える。
・「定期的に面談する」とあるが、この表現だと取引を行わない顧客に対しても定期的な面談を求めているものと解釈されてしまう。よって、「面談等は取引の都度行う必要はありませんが、体調や理解力に変化がないかについて把握できない場合は、面談等して十分に確認することが必要であると考えます」としてはどうか。

＜確認事項＞
・「面談等は取引の都度又は顧客の属性等に応じて面談の実施時期を定める等して、体調や理解力に変化がないかについて、確認することが必要であると考えます。」としてはどうか。

参考１

高齢顧客に対する勧誘・販売に関する自主規制規則等の制定について（案）

平成 25 年 7 月 25 日

１．目的

協会員が高齢顧客に対して金融商品等の勧誘及び販売を行うに当たり、一般的な適合性の原則にとどまらず、高齢者固有の身体的な特性や、資金性格等に十分配慮した対応が行われるよう自主規制規則の制定及びガイドラインの策定を行うこととする。

２．背景

少子高齢化、長引く景気低迷等により、高齢者への資産の集中が顕著となっており、協会員においても高齢顧客との取引比重が高まっている。その一方で、高齢顧客との取引について、本人又はその家族から苦情が申し立てられる機会が増えている。特に認知症と疑われる高齢顧客との取引に関しては、訴訟に発展するケースも見られ、それに関するマスコミ報道等により、業界全体における信頼性の低下が危惧される状況となっている。この状況を脱し、高齢顧客及びその家族が安心して投資できる環境整備が急務となっている。

３．自主規制規則の制定の方針

自主規制規則の制定に当たっては、次の点に留意することとする。

- 高齢顧客との取引に関しては、既にほとんどの協会員が社内規則を定めていると考えられるため、自主規制規則は詳細かつ具体的な基準を定めることは行わず、各社の自主的な対応を促す内容とする。
- ただし、各社の社内規則において定めるべき事項や考え方について、ガイドラインにより示すこととする。

４．自主規制規則の案文

高齢顧客との取引に関しては、「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」に設けることが適当と考える。例えば、第５条の２（勧誘開始基準）の後に、第５条の３（高齢顧客との取引）を新設してはどうか。また、規定は次のような内容としてはどうか。

（高齢顧客との取引）

第５条の３　協会員は、高齢顧客（協会員が、自社の業態、規模、顧客分布及び社会情勢その他を勘案し、定義した顧客）との取引に関し社内規則を定め、適正な投資勧誘に努めなければならない。

５．自主規制規則のガイドライン

上記規則改正に伴い、ガイドラインを策定する。ガイドラインでは、協会員が定める社内規則に盛り込むべき事項や、社内規則の制定に当たっての考え方について、具体例を示すことが適当であると考える。

以上

参考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（案）
（高齢顧客との取引にかかるガイドライン）

平成 25 年　月　日

○「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」（以下「投資勧誘規則」という。）第５条の３（平成 25 年　月　日施行）に規定する高齢顧客との取引に関する社内規則についての考え方は、以下のとおりです。

１．社内規則の制定

Ｑ１：高齢顧客に限らず、顧客への勧誘に当たっては適合性の原則に則って行うべきものと考えていますが、なぜ高齢顧客に限定して社内規則を定める必要があるのですか。

Ａ：一般的に高齢者は、身体的な衰えに加え、記憶力や判断力が低下してくることも多いとされています。また、高齢者には新たな収入の機会が少なく、保有資産は今後の生活費であることも多いと考えられます。見た目には何ら変化がなく、過去の投資経験が豊富な顧客で、勧誘時点における理解も十分であったと思える顧客が、数日後には自身が行った取引等を全く覚えていなかったという事例も見られます。その結果、本人やその家族から苦情の申立てがなされ、あっせんや訴訟となってしまうケースも生じています。そこで、高齢顧客に勧誘を行う場合には、一般的な適合性の原則にとどまらず、より慎重な対応を行うため、各社の実情に応じた社内規則を定める必要があると考えます。なお、社内規則とは、社内規程だけに限らず、各種ガイドライン等も含むものとします（以下同じ。）。

Ｑ２：社内規則を定めるに当たり、どのような内容を規定すればよいですか。

Ａ：協会員の業態や組織、規模、取扱商品の種類等により、高齢顧客との取引の実態は異なるものと考えられます。したがって、社内規則についても各社の実情に応じて規定してください。しかし、各社により高齢顧客との取引に関する考え方が大きく異なってしまうことは、複数の協会員と取引を行う高齢顧客が戸惑うことにもつながりかねないことから、ある程度目線を合わせることは必要であると考えます。

　そこで、社内規則を定めるに当たっては、少なくとも次に掲げる事項について、本「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」（以下「本ガイドライン」という。）を参考として、各社の実情に応じて規定してください。

①高齢顧客の定義

各社において、勧誘、販売において留意する必要があると考えられる顧客の範囲を、年齢やその他の顧客属性等を基準として定義してください。

→考え方は、「２．高齢顧客の定義」を参照してください。

②高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲

役席者の承認を得なくても、高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲を、明確に定めてください。例外として、役席者の承認によりその範囲外となる商品を勧誘可能とする場合は、その手続や対象となる商品についても定めてください。

→考え方は、「３．高齢顧客への勧誘・販売商品」を参照してください。

③勧誘場所や方法に応じた勧誘規則

対面（外交）・電話・店頭それぞれの場面に応じた勧誘規則を定めてください。

→考え方は、「４．勧誘を行う場所、方法」を参照してください。

Ｑ３：既に高齢顧客との取引に関する社内規則を定めていますが、本ガイドラインの考え方と一致しない場合は、社内規則を改訂する必要がありますか。

Ａ：Ｑ２のとおり、社内規則は各社の実情に応じて定めていただけばよいと考えますが、既に定められている社内規則が、本ガイドラインの考え方に沿ったものとなっていない場合や、規定すべき事項が不足していると考えられる場合は、改訂又は新設する必要があるものと考えます。また、現在の社内規則が既に本ガイドラインで示す各事項を満たしたものとなっており、かつ、より厳しい基準を定めている場合には、検証を行い、複数の年齢基準に基づく複数階層の規則立てとすることや、規則の見直しの必要性の有無について検討することが考えられます。

２．高齢顧客の定義

Ｑ１：「高齢顧客」に、定義はありますか。

Ａ：投資勧誘規則において、「高齢顧客」の定義は定めていません。世間一般では 65 歳以上を高齢者、さらに区分を設けて 75 歳以上を後期高齢者と称していますが、投資勧誘規則では、「協会員が、自社の業態、規模、顧客分布及び社会情勢その他を勘案し、定義した顧客」としています。規則制定の目的は、高齢顧客への適正な投資勧誘を実現することにありますので、勧誘や販売をより注意深く行う必要があると考えられる高齢顧客の範囲を、年齢やその他の顧客属性等を基準として各社において定めてください。

なお、取引代理人制度を定めている場合は、口座名義人だけではなく、取引代理人が高齢である場合についても、社内規則の対象とする必要があると考えます。

Ｑ２：社内規則を定めるに当たり、「高齢顧客」の定義は、一定の年齢を基準として定めればよいのですか。

Ａ：「高齢顧客」の定義を定めるうえで、年齢は重要な基準となると考えます。高齢者の体調等の状況は個人により異なり、かつ、ある日突然体調が変化することも珍しくありません。しかし、顧客により対応方法を変えていくことは困難ですので、ある一定の年齢以上の方には、一律の対応方法を採用することが妥当であると考えます。当該年齢については、Ｑ１のとおり、自社における諸条件を勘案して定めることがよいと考えます。ただし、極端に高い年齢を設定して取引制限のかかる顧客を少なくしたり、反対に非常に広い年齢層の顧客を「高齢顧客」と定義して実質的な管理ができない状況となってしまうことがないよう留意してください。また、定めた年齢に達していなくても、その他の顧客属性や投資経験、取引状況等を勘案し、一定の基準を満たす顧客を「高齢顧客」に加えることは問題がないと考えます。

なお、複数の年齢基準を設けて、例えば年齢が上がるごとに勧誘可能な商品の範囲を限定していくなど、段階的な管理方法を定めることも考えられます。

３．高齢顧客への勧誘・販売商品

Ｑ１：社内規則において、高齢顧客の取引が可能な商品を限定する必要がありますか。また、限定する場合、勧誘を伴わない高齢顧客の自発的な注文については制限する必要はありますか。

Ａ：高齢顧客といっても、過去の投資経験や資産状況等により、取引が可能な商品の範囲は異なると考えられます。しかし、一般的には価格変動が大きな商品や、複雑な仕組みの商品、償還期限が極めて長い商品等（以下、合わせて「高リスク商品」という。）は高齢者には不向きであると考えます。したがって、ほとんどの高齢顧客に勧誘しても問題がないと考えられる商品の範囲をできるだけ具体的に定めたうえで、それ以外の高リスク商品について勧誘を行う場合には、例えば事前に役席者の承認を得るなど、所定の手続や条件を定めて個別に対応することが望ましいと考えます。

勧誘を伴わず、高齢顧客が高リスク商品を自ら選択し、銘柄や数量を指定して購入を希望する場合には、取引を制限する必要はないと考えます。

しかし、高齢顧客から、例えば「投資信託を買いたいのだが、何かお勧めの商品はないか。」との質問に対して、具体的な高リスク商品を示して説明することは勧誘に該当すると考えられますので、所定の手続や条件に従って対応することに留意する必要があります。

なお、非勧誘の取引であっても、後日、本人やその家族から注文時の状況等を尋ねられることもありますので、電話に録音機能がある場合はその保存を、ない場合は応接記録等を作成・保存しておくことが望ましいと考えます。

Ｑ２：高齢顧客であっても、所定の手続や条件にかかわらず、勧誘のうえで取引が可能と考えられる商品にはどのようなものがありますか。

Ａ：すべての高齢顧客に適する商品を特定するのは容易ではありませんが、一般的には、価格変動が比較的小さいこと、仕組みが複雑ではないこと、償還期限が短い又は換金性が高いこと、などに該当する商品が考えられます。一例を挙げると、次のような商品が考えられます。

① 国債、地方債、政府保証債等（超長期のものは除く。）
② 普通社債（いわゆるＳＢ）
③ 公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を指向する投資信託
④ 米ドル、ユーロ、オーストラリアドル等、知名度や流動性が高い通貨建ての①②③に相当する債券及び投資信託

ただし、上記はあくまでも一例であり、例えば国内商品に限定する考え方、あるいは、上記の商品に該当していても信用リスクが高いものは対象外とする考え方もあり得ると考えられます。年齢以外の条件を加えることにより、もう少し広い範囲の商品勧誘を可能とする（株式投資経験のある高齢顧客には一部の株式型投資信託の勧誘可能等）など、各社において適正と考えられる商品の範囲を定めてください。

上場（外国市場を含む。）株式、日経225やＴＯＰＩＸを参照指標とする投資信託（ＥＴＦを含む。）、ＲＥＩＴ（以上、すべて現物取引に限る。）については、価格変動リスクは大きいものの商品性が広く周知されていることや時々刻々価格が変動することなどから、一律に勧誘を禁止すること、また、その場での約定を禁止することは難しいと考えられます。したがって、これらの商品については、本ガイドラインで示す勧誘・販売フローの対象とはしません。なお、これらの商品に関する高齢顧客との取引についても、社内規則において勧誘制限の対象とする場合は、円滑な取引にできる限り支障が出ないように工夫しておくことが望ましいと考えます。次のＱ３も参照してください。

Ｑ３：高齢顧客には高リスク商品の勧誘を一切行ってはいけないのですか。役席者が承認することにより勧誘してもよいのですか。また、その場合、役席者はどのような点に留意して勧誘の承認を行えばよいのですか。

Ａ：一口に高齢顧客といっても、十分な投資経験と投資資金を保有し、高リスク商品への投資を望んでいる顧客もいらっしゃいます。このような顧客に対しては、投資の意向等を十分に確認のうえ、必要な投資情報の提供等を行ってよいものと考えます。しかし、高齢者は突然体調に変化が生じることもあり、また、普段接している担当営業員からは理解力等に問題がないように思えても、別の者の目で見ると言動に不安な点が見られることもあり得ます。そこで、担当営業員が高齢顧客に対して高リスク商品の勧誘を行う場合には、あらかじめ役席者に相談し、勧誘についての承認を得ることが有効であると考えます。

役席者の承認は、勧誘の都度、高齢顧客の体調や理解度等を勧誘しようと考えている商品に照らして行うことが望ましいと考えます。

役席者は、承認に当たって、単に担当営業員からの申告だけで判断するのではなく、役席者自らが高齢顧客との面談や電話での会話により、高齢顧客の体調の状況、投資や商品に関する理解力を確認することが必要であると考えます。なお、面談等は取引の都度行う必要はありませんが、定期的に面談する等して、体調や理解力に変化がないかについて、十分に確認することが必要であると考えます。

なお、本ガイドラインにおいて、勧誘承認を行う役席者とは、いわゆる管理職者に限定するものではなく、社内組織（課、グループ等のセクション）において実質的に営業セクションの長として配置されている者であればよいと考えます。また、勧誘承認を行う役席者と「４．勧誘を行う場所、方法」において受注を行う役席者が同一の者である必要もありません。各社において、それぞれの場面における役割に照らして、役席者の選定を行えばよいものと考えます。

高齢者に対する勧誘・販売フロー（案）

参考３

	対面（外交）での勧誘・販売	電話での勧誘・販売	店頭での勧誘・販売
①勧誘開始基準	高齢者への勧誘開始基準の設定 ・年齢基準の設定 ・勧誘・販売可能商品の限定 ・高リスク商品を勧誘しようとする場合には、役席者が事前面談等を実施した上で、勧誘の可否を判断	高齢者への勧誘開始基準の設定 ・年齢基準の設定 ・勧誘・販売可能商品の限定 ・高リスク商品を勧誘しようとする場合には、役席者が事前面談等を実施した上で、勧誘の可否を判断	高齢者への勧誘開始基準の設定 ・年齢基準の設定 ・勧誘・販売可能商品の限定 ・高リスク商品を勧誘しようとする場合には、役席者が事前面談等を実施した上で、勧誘の可否を判断
②受注方法	【担当営業員】 〇以下のいずれかの方法により受注 ・家族同席の上、買付指示書（同席した家族の署名入り）を徴求【④へ】 ・家族の同席が困難な場合は、即日受注せず、翌日以降改めて受注【③へ】	【担当営業員】 ・即日受注の禁止	【担当営業員】 ・役席者の同席又は家族の同席 ・買付指示書の徴求
③勧誘翌日以降の受注	（対面・電話の録音機能あり）：【役席者】対面（録音）又は録音機能付電話により受注し、録音を保存 （電話のみ録音機能あり）：【役席者】録音機能付電話により受注し、録音を保存 （録音機能なし）：【役席者】受注記録（受注日時、商品名、数量等）を保存	（電話の録音機能あり）：【役席者】録音機能付電話により受注し、録音を保存 （録音機能なし）：【役席者】受注記録（受注日時、商品名、数量等）を保存	（対面・固定電話の録音機能あり） （固定電話の録音機能あり） （録音機能なし）
	約　定		
④約定連絡の方法	【担当営業員以外の者】 約定後、営業担当以外の者より、約定連絡（録音機能付固定電話で通話・保存） 【担当営業員以外の者】 ・約定後、営業担当以外の者より、約定連絡（電話） ・約定連絡の記録（連絡者名、日時等）を保存	【担当営業員以外の者】 約定後、営業担当以外の者より、約定連絡（録音機能付固定電話で通話・保存） 【担当営業員以外の者】 ・約定後、営業担当以外の者より、約定連絡（電話） ・約定連絡の記録（連絡者名、日時等）を保存	【担当営業員以外の者】 約定後、営業担当以外の者より、約定連絡（録音機能付固定電話で通話・保存） 【担当営業員以外の者】 ・約定後、営業担当以外の者より、約定連絡（電話） ・約定連絡の記録（連絡者名、日時等）を保存
⑤モニタリング	【内部管理責任者等】対面・通話録音を確認 【内部管理責任者等】通話録音を確認 【内部管理責任者等】買付指示書、受注記録等を確認	【内部管理責任者等】通話録音を確認 【内部管理責任者等】約定連絡記録等の確認	【内部管理責任者等】対面・通話録音を確認 【内部管理責任者等】通話録音を確認 【内部管理責任者等】買付指示書、約定連絡記録等を確認