

「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」

(第 29 回)

平成 25 年 9 月 5 日
9 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
2. その他

以 上

自主規制規則案の新旧対照表

○「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」

(下線部分変更)

改正案	意見募集時（8月26日）	現行
（勧誘開始基準） 第5条の2 協会員は、顧客（個人に限り、特定投資家を除く。以下この条及び <u>次条</u> において同じ。）に対し、次の各号に掲げる販売の勧誘（当該販売の勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し又は電話により行うもの並びに当該販売の勧誘の要請をしていない顧客に対し、協会の本店、その他の営業所又は事務所において行うものに限る。）を行うに当たっては、当該各号に掲げる販売ごとに勧誘開始基準を定め、当該基準に適合した者でなければ、当該販売の勧誘を行ってはならない。 （高齢顧客に対する勧誘による販売） 第5条の3 協会員は、高齢顧客に有価証券等の勧誘による販売を行う場合には、<u>当該協会員</u>の業態、規模、顧客分布 <u>及び顧客属性並びに社会情勢その他の条件を勘案し、高齢顧客の定義</u>、販売対象となる有価証券等、説明方法、受注方法等に関する社内規則を定め、適正な投資勧誘に努めなければならない。	（勧誘開始基準） 第5条の2 協会員は、顧客（個人に限り、特定投資家を除く。以下この条及び <u>第5条の3</u> において同じ。）に対し、次の各号に掲げる販売の勧誘（当該販売の勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し又は電話により行うもの並びに当該販売の勧誘の要請をしていない顧客に対し、協会の本店、その他の営業所又は事務所において行うものに限る。）を行うに当たっては、当該各号に掲げる販売ごとに勧誘開始基準を定め、当該基準に適合した者でなければ、当該販売の勧誘を行ってはならない。 （高齢顧客に対する勧誘による販売） 第5条の3 協会員は、高齢顧客に有価証券等の勧誘による販売を行う場合には、<u>自社</u>の業態、規模、顧客分布、<u>顧客属性及び社会情勢その他の条件を勘案し、販売対象となる有価証券等</u>、説明方法、受注方法等に関する社内規則を定め、適正な投資勧誘に努めなければならない。	（勧誘開始基準） 第5条の2 協会員は、顧客（個人に限り、特定投資家を除く。以下この条において同じ。）に対し、次の各号に掲げる販売の勧誘（当該販売の勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し又は電話により行うもの並びに当該販売の勧誘の要請をしていない顧客に対し、協会の本店、その他の営業所又は事務所において行うものに限る。）を行うに当たっては、当該各号に掲げる販売ごとに勧誘開始基準を定め、当該基準に適合した者でなければ、当該販売の勧誘を行ってはならない。 （第28回WG提示版） （高齢顧客に対する勧誘による販売） 第5条の3 協会員は、高齢顧客に有価証券等の勧誘による販売を行う場合には、自社の業態、規模、顧客分布、顧客属性及び社会情勢その他の条件を勘案し、販売対象となる有価証券の<u>種類</u>、説明方法、受注方法等に関する社内規則を定め、適正な投資勧誘に努めなければならない。

資料 1

○金融商品仲介業者に関する規則

(下線部分変更)

改正案	意見募集時（8月26日）	現行
（投資勧誘の基本原則の徹底等） 第6条 協会員は、次に掲げる事項を遵守するよう金融商品仲介業者に周知し、徹底しなければならない。 （略） 2 協会員は、金融商品仲介業者が「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条に基づき協会員が備える「顧客カード」の活用 <u>並びに</u> 同規則第5条の2及び第5条の3に定めるところにより適切な勧誘を <u>行う</u> 態勢を整備しなければならない。	（投資勧誘の基本原則の徹底等） 第6条 協会員は、次に掲げる事項を遵守するよう金融商品仲介業者に周知し、徹底しなければならない。 （略） 2 協会員は、金融商品仲介業者が「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条に基づき協会員が備える「顧客カード」を活用 <u>するとともに、同規則第5条の2及び第5条の3に定めるところ等</u>により適切な勧誘を <u>行える</u> 態勢を整備しなければならない。	（投資勧誘の基本原則の徹底等） 第6条 協会員は、次に掲げる事項を遵守するよう金融商品仲介業者に周知し、徹底しなければならない。 （略） 2 協会員は、金融商品仲介業者が「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条に基づき協会員が備える「顧客カード」を活用 <u>することにより、及び同規則第5条の2に定めるところ等</u>により適切な勧誘を行える態勢を整備しなければならない。

ガイドライン新旧対照表

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	協会の投資勧誘、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 への勧誘による販売 にかかるガイドライン）	協会の投資勧誘、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）
	○「協会の投資勧誘、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「社内規則」の制定に係る 考え方は、以下のとおりです。	○「協会の投資勧誘、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。
・「判断力」を「理解力」としてはどうか。（以下同じ。） ・第 5 条の 3 を求める内容を適切に盛り込んでいれば、社内規則が独立している必要はなく、既存の社内規則を適宜修正することにより対応することもできることに付言してはどうか。	1. 社内規則の制定 Q 1：高齢顧客に限らず、顧客への <u>投資勧誘</u> 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、高齢顧客に投資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、各社で定める各種ガイドライン等も含むものとします（以下同じ。）。	1. 社内規則の制定 Q 1：高齢顧客に限らず、顧客への <u>勧誘</u> 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、<u>社内規程だけに限らず、各種ガイドライン</u>等も含むものとします（以下同じ。）。
・「協会の業態や組織、規模、取扱商品の種類等」について、規則と平仄を合わせ「組織」を削除してはどうか。	Q 2：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	Q 2：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

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	<u>慎重な投資勧誘による 販売を行う必要があると考えられる顧客の範囲を、年齢を基準として定義してください。この時、目安として、75 歳以上の顧客を対象とし、より慎重な投資勧誘による販売を行う必要がある年齢として 80 歳以上を定めてください。</u> →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等 役席者の <u>事前承認</u> 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。役席者の <u>事前承認</u> によりその範囲外となる商品を勧誘可能とする場合は、その手続き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. 高齢顧客への勧誘による販売商品」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 <u>場所、方法に応じて</u> 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。	<u>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。</u> →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 <u>承認</u> 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 <u>承認</u> によりその範囲外となる商品を勧誘可能とする場合は、その手続き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 <u>場面に応じた勧誘規則</u> 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。
	Q 3：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：Q 2 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れ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、現在の社内規則が本ガイドラインで示す内容より厳しい基準を定めている場合には、<u>改訂の必要はありません。</u>	Q 3：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：Q 2 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れ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、<u>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。</u>
	2. 高齢顧客の定義 Q 1：「高齢顧客」の定義は、どのように定めるべきですか。 A：<u>投資勧誘規則制定の目的は、高齢顧客に投資勧誘による販売を行うに当たっての適正な投資勧誘等を確保することにありますので、勧誘による販売をより慎重に行う必要があると考えられる高齢顧客の範囲を、年齢を基準として定めてください。年齢の目安としては、75 歳以上の顧客を対象とし、より慎重な投資勧誘による販売を行う必要がある年齢として 80 歳以上を定めてください。</u>	2. 高齢顧客の定義 Q 1：「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。<u>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</u>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、<u>勧誘や販売をより注意深く行う必要があると考</u>

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	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。	<u>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。</u> 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。
・例えば、会社経営者、役員等である高齢顧客については、顧客属性や投資意向を十分に把握している場合は、自社の役員等の承認を得ることにより、本ガイドラインの対象外としてはどうか。	Q 2： <u>高齢顧客に対する勧誘による販売に関して、社内手続きを定める場合、すべての高齢者について同じ手続きとする必要はありますか。</u> A：一口に高齢顧客といっても、過去の投資経験や職業その他の経歴、身体 の状況等により、留意すべき事項は異なるものと考えます。特に年齢に関しては、一般的には年齢を重ねると身体 の衰えが顕著となることが多いと考えられます。そこで、社内手続きの設定に際しては、 <u>年齢が上がる毎に、段階的により慎重な勧誘・販売を行う必要があります。</u> <u>具体的には、75 歳以上と 80 歳以上の 2 つの年齢を目安としてより慎重な勧誘による販売を行うための手続きを設けることが必要であると考えます。詳しくは、本ガイドラインの「3. 高齢顧客への勧誘による販売商品」以降の考え方を参考としてください。</u>	Q 2：社内規則を定めるに当たり、「 <u>高齢顧客</u> 」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：「 <u>高齢顧客</u> 」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、Q 1 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「 <u>高齢顧客</u> 」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「 <u>高齢顧客</u> 」に加えることは問題がないと考えます。 <u>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。</u>
・75 歳未満の顧客に対しては何もしないのかという批判に備えて、そもそも協会員は、適合性の原則に基づいた投資勧誘を行わなければならないので、「高齢顧客に勧誘しても問題ないと考えられる商品の範囲」の前に「適合性の原則に基づいて」を挿入してはどうか。	3. 高齢顧客への勧誘による販売商品 Q 1：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る ありますか。また、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、 <u>換金性が乏しい商品</u> を高齢者に勧誘により販売する際には留意が必要であると考えます。したがって、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、それ以外の商品（以下、本ガイドラインにおいて「 <u>勧誘留意商品</u> 」という。）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等、所定の手続き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。 <u>なお、本ガイドラインでいう「勧誘」とは、「個別商品の買付けに関する説明」をいうものと</u>	3. 高齢顧客への勧誘・販売商品 Q 1：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る 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、 <u>償還期限が極めて長い商品等</u> （以下、合わせて「 <u>高リスク商品</u> 」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。 <u>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</u>

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	<u>します。</u> 勧誘を伴わず、高齢顧客が勧誘留意商品を自ら選択し、銘柄及び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、具体的な勧誘留意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、所定の手続きや条件に従って対応する必要があることに留意する必要があります。	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、所定の手続き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。 <u>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。</u>
・「上場株式（外国市場を含む。）、E T F・E T N、R E I T（以上、すべて現物取引に限る。）」とあるが、これらの商品を対象外とする理由を鑑みると、「外国市場を含む」のは、株式に限らず、E T FやR E I Tの場合でも同様と考えるので、「上場株式、E T F・E T N、R E I T（以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。）」としてはどうか。 ・「日経 225 やT O P I Xを参照指標とする投資信託」も勧誘留意商品の対象外としているが、例えば、「日経 225」であれば、一方で、勧誘留意商品とされるレバレッジ投資信託の「ブルベア」等との混同は生じないか。	Q 2：高齢顧客であっても、所定の手続きや条件にかかわらず、勧誘のう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、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（<u>換金性が高いものに限る。</u>） ② 普通社債（いわゆる S B） 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 知名度や流動性が高い通貨建て（<u>平成 25 年 9 月現在、米ドル、ユーロ、オーストラリアドルが該当すると考える。</u>）の①②③に相当する債券及び投資信託 <u>また、上場株式（外国市場を含む。）、E T F・E T N、R E I T（以上、すべて現物取引に限る。）については、価格変動リスクが比較的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、一律に勧誘を制限することは難しいと考えられます。</u> <u>また、日経 225 やT O P I Xを参照指標とする投資信託についても当該参照指標が広く知られており、価格変動についての情報も得やすい商品であると考えられます。</u> <u>したがって、これらの商品（あくまでも一例であり、各社において、上記のうち、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。）については、本ガイドラインで示す勧誘留意商品の対象とする必要はないと考えます。</u>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に関する手続きが必	Q 2：高齢顧客であっても、所定の手続きや条件にかかわらず、勧誘のう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（<u>超長期のものは除く。</u>） ② 普通社債（いわゆる S B） 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 <u>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</u> 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。<u>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）</u>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。 <u>上場（外国市場を含む。）株式、日経 225 やT O P I Xを参照指標とする投資信託（E T Fを含む。）、R E I T（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。</u>したがって、これらの商品については、<u>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。</u>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

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	要な商品とすることは妨げません。その場合は、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。	ましいと考えます。次の Q 3 も参照してください。
・「入院していたり、寝たきりの状態」については削除してはどうか。	Q 3：高齢顧客には勧誘留意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、勧誘留意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勧誘留意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（あわせて面談等と言う。）での会話により、勧誘の適正性を判断すべきと考えます。<u>面談等を行う時に確認すべき事項は、例えば次のようなことが考えられます。</u> ・<u>健康状態に問題はないか（入院していたり、寝たきりの状態ではないか等）</u> ・<u>会話がかみ合うか</u> ・<u>理解力に問題はないか（金融商品に関する理解度）</u> ・<u>投資意向はどうか</u> 等 <u>なお、挨拶だけにとどまり、上記の確認を怠ったり、面談が可能であるにもかかわらず安易に短い電話だけで済ませてしまったりすることがないよう留意することが必要です。</u> <u>面談等の内容については、記録・保存をし、必要に応じてモニタリングに活用する等してください。記録については、媒体や様式等を定める必要はなく、例えば、電話に通話録音機能がある場合は当該録音をもって記録と考えることができます。</u> <u>面談等は取引の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して、体調や投資意向等に変化がないかについて、確認す</u>	Q 3：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。

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	<u>ることが必要であると考えます。</u> なお、本ガイドラインにおいて、事前承認を行う役席者とは、経験、見識に照らし、自社で定める一定の役職以上の者を指し、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）において実質的に承認権限を有する者であればよいと考えます。また、事前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。 <u>役席者自身が高齢顧客を担当している場合は、原則として、例えば当該役席者より上位の別の役席者が事前承認を行うことが望ましいと考えられますが、職務経験や判断力に照らして会社が適正と認めた一定の役職以上の役席者に関しては、自らが担当する高齢顧客に対して勧誘を行うことについて自らが判断（事前承認）することも認められると考えます。</u>	
・役席者の事前承認に関するモニタリングについては、目安として 75 歳以上の顧客も対象となることを示してはどうか。	<u>Q 4：役席者の事前承認以外に設定すべき手続きはありますか。また、それはどのような顧客に適用すべきでしょうか。</u> <u>A：高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行おうとする場合には、Q 3 のとおり、役席者による事前承認が必要と考えます。しかし、高齢者は、一般的に年齢が上がるにつれて、理解力が低下する傾向があると考えられますので、役席者の事前承認以外に、勧誘当日の受注の制限や、役席者による受注、営業担当者（買付に関する説明を行った者）以外の者による約定後の連絡、当該高齢顧客の取引に関するモニタリング等を行うことが考えられます。</u> <u>これらの手続きは、80 歳以上の顧客を目安として対象に含まれるようにしてください。詳しくは「4. 勧誘を行う場所、方法」を参照してください。</u>	（新設）
	4. 勧誘を行う場所、方法 Q 1：外交先で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。 A：録音機能がある電話での勧誘や、複数の者で同時に対応が可能な店頭での勧誘とは異なり、外交先で行う勧誘は説明内容や顧客の反応等の応接記録が残りにくいものです。このことが後日「言った。」「言わない。」等のトラブルの原因となるおそれもあります。そのため外交時の高齢顧客やその家族との会話を記録しておくことが望ましいと考えます。例えば、高齢顧客等の了解を得て、ＩＣレコーダー等に会話を	4. 勧誘を行う場所、方法 Q 1：外交先で高齢顧客に高リスク商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。 A：録音機能がある電話での勧誘や、複数の者で同時に対応が可能な店頭での勧誘とは異なり、外交先で行う勧誘は説明内容や顧客の反応等の応接記録が残りにくいものです。このことが後日「言った。」「言わない。」等のトラブルの原因となるおそれもあります。そこで、<u>外交先で高リスク商品の勧誘を行う場合（あらかじめ役席者の勧誘承認を得ているものとする。この項の Q 2、Q 3 と同じ。）には、高齢顧客の</u>

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
・「前日」を「前日以前」としてはどうか（以下同じ）。	録音することや、帰社後に主な会話内容や高齢顧客等の様子を記録しておくことなどが考えられます。 <u>また、説明しているときには理解しているつもりだったが、翌日になると覚えていない又は商品性等が分らないということが生じることもあるようです。そこで、訪問による勧誘の場合（あらかじめ役席者の事前承認を得ているものとする。この項のQ 2、Q 3とも同じ。）は、原則としてその日のうちに受注を行わず、翌日以降に改めて電話又は外交、店頭により受注することが望ましいと考えます。</u> この場合、受注は前日に勧誘を行った担当営業員ではなく、役席者が行う必要があると考えます。これは、外交先での勧誘時には商品性やリスクを十分に理解しているように思えた高齢顧客が、翌日になると勧誘内容を覚えていないということがないか、理解されているかなど、説明内容を十分に理解した上での買付けであることの確認が必要であると考えからです。なお、前日に勧誘を行った担当営業員が当該高齢顧客に直接電話をかけてはいけないということではありません。高齢顧客が1日検討した結果、追加で質問や相談したいこともあると考えられますので、一旦担当営業員が電話をかけ、質問に回答するなどした後、受注時に役席者に電話を代わって、当該役席者が注文内容の確認を行う等の対応をしてもよいと考えます。 役席者が高齢顧客に直接電話をかける場合は、高齢顧客から不審に思われないように、前日に勧誘を行う担当営業員が「お取引の内容について、明日以降改めて当社の〇〇という者が電話で確認させていただきますので、よろしくお願いいたします。」などと、事前に伝えておくことがとよいと考えます。 役席者自身が高齢顧客を担当している場合は、翌日以降に行う受注は別の役席者（必ずしも前日に勧誘を行った役席者より上位にある者である必要はない。）が行えばよいと考えます。<u>ただし、職務経験や判断力に照らして会社が適正と認めた一定の役職以上の役席者に関しては、自らが担当する高齢顧客に対して勧誘を行い、翌日も自分で受注を行うことを認めてもよいと考えます。</u> 翌日以降に電話で受注を行う場合の留意点はQ 2を、店頭で受注を行う場合の留意点はQ 3を参照してください。<u>また、個別商品の買付に関する説明を受けた高齢顧客が当日中の買付を希望された場合の対応は、Q 6を参照してください（Q 2、Q 3、Q 5も同じ。）。</u> <u>上記のとおり、外交先で勧誘留意商品の勧誘を行う場合には、当日の受注を行わないとすることが望ましいと考えますが、高齢顧客の家</u>	<u>家族（自社の定義における「高齢者」ではない家族に限る。以下同じ。）に同席を依頼し、一緒に説明をお聞きいただき、高齢顧客が勧誘商品の購入を希望する場合には、同席した家族から買付に同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け入れる等が考えられます。なお、高齢顧客との取引に関して同意を得るという趣旨を勘案し、「家族」の定義については各社において定めてもよいと考えます。</u> <u>家族の同席ができない場合は、高齢顧客が勧誘商品の購入を希望する場合でも（「買付指示書」を受け入れた場合も同じ。）</u>、その日のうちに<u>受注を行わず、翌日以降に改めて電話又は訪問、来店により受注することが望ましいと考えます。</u>この場合、受注は前日に勧誘を行った担当営業員ではなく、役席者が行う必要があると考えます。これは、外交先での勧誘時には商品性やリスクを十分に理解しているように思えた高齢顧客が、翌日になると勧誘内容を覚えていないということがないか、理解されているかなど、十分な説明が行われたかについての確認が必要であると考えからです。そのため外交時の高齢顧客やその家族との会話を記録しておくことが望ましいと考えます。例えば、高齢顧客等の了解を得て、I Cレコーダー等に会話を録音することや、帰社後に主な会話内容や高齢顧客等の様子を記録しておくことなどが考えられます。 翌日に受注を行う場合には、前日に勧誘を行った担当営業員が当該高齢顧客に直接電話をかけてはいけないということではありません。高齢顧客が1日検討した結果、追加で質問や相談したいこともあると考えられますので、一旦担当営業員が電話をかけ、質問に回答するなどした後、受注時に役席者に電話を代わって、当該役席者が注文内容の確認を行う等の対応をしてもよいと考えます。 役席者が高齢顧客に直接電話をかける場合は、高齢顧客から不審に思われないように、前日に勧誘を行う担当営業員が「お取引の内容について、明日以降改めて当社の〇〇という者が電話で確認させていただきますので、よろしくお願いいたします。」などと、事前に伝えておくことがとよいと考えます。 役席者自身が高齢顧客を担当している場合は、翌日以降に行う受注は別の役席者（必ずしも前日に勧誘を行った役席者より上位にある者である必要はない。）が行えばよいと考えます。 翌日以降に電話で受注を行う場合の留意点はQ 2を、店頭で受注を行う場合の留意点はQ 3を参照してください。

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	<u>族が同席し、一緒に説明をお聞きいただき、高齢顧客が勧誘留意商品の購入を希望する場合には、同席した家族から買付に同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け入れることで、その場での受注を行ってもよいと考えます。なお、高齢顧客との取引に関して同意を得るのは、ご家族に高齢顧客の様子を見守っていただき、高齢顧客が当該商品について理解した上で買付を行う意向があることを確認していただくことにありますから、「家族」の定義についてはこの趣旨を勘案して各社において定めてよいと考えます。</u>	
	Q 2：電話で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。 A：電話で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行う場合も、<u>外交先での勧誘時と同じく、即日受注を行うことは望ましくないと考えます。</u>また、対面（外交）とは異なり、一般的には電話での会話を高齢顧客とその家族と同時に行うことはできません。 したがって、電話で勧誘留意商品を勧誘する場合も翌日以降改めて電話を行い、前日行った勧誘内容が理解されているかについて確認してから受注することが考えられます。この場合、翌日に受注するのは Q 1 と同じく役席者が行う必要があると考えます。また、電話での会話は高齢顧客の顔色や動作などを確認することができません。よって、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているのかについて確認するためには、「はい。いいえ。」という返事だけではなく、できる限り高齢顧客自身に話をしてもらうことが大切であると考えます。さらに、その会話内容を録音・保存し、事後にモニタリングを行ったり、後日約定内容について高齢顧客やその家族から確認依頼があった場合に活用できるようにしたりしておくことが望ましいと考えます。 したがって、会社で固定電話や携帯電話に録音機能がある場合は、その機能を利用し、録音機能のない電話（担当営業員の個人携帯電話等）での勧誘や受注を原則として禁止するなどの社内規則を定めることが有効であると考えます。 会社の電話に録音機能がない場合も同様に、前日に勧誘を行った担当営業員はその場では受注を行わず、翌日以降に役席者が当該高齢顧客から受注を行うことが考えられます。その理由や留意点等は Q 1 を参照してください。 なお、録音機能のない電話での勧誘や受注を行う場合は、担当営業員及び役席者は高齢顧客との会話日時や主な会話内容、注文内容など	Q 2：電話で高齢顧客に高リスク商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。 A：対面（外交）とは異なり、一般的には電話での会話を高齢顧客とその家族と同時に行うことはできません。したがって、外交先での勧誘時と同じく、電話で高リスク商品を勧誘する場合もその日のうちに受注を行うことは望ましくないと考えます。翌日以降改めて電話を行い、前日行った勧誘内容が理解されているかについて確認してから受注することが考えられます。この場合、翌日に受注するのは Q 1 と同じく役席者が行う必要があると考えます。また、電話での会話は高齢顧客の顔色や動作などを確認することができません。よって、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているのかについて確認するためには、「はい。いいえ。」という返事だけではなく、できる限り高齢顧客自身に話をしてもらうことが大切であると考えます。さらに、その会話内容を録音・保存し、事後にモニタリングを行ったり、後日約定内容について高齢顧客やその家族から確認依頼があった場合に活用できるようにしておくことが望ましいと考えます。したがって、会社で固定電話や携帯電話に録音機能がある場合は、その機能を利用し、録音機能のない電話（担当営業員の個人携帯電話等）での勧誘や受注を原則として禁止するなどの社内規則を定めることが有効であると考えます。 会社の電話に録音機能がない場合も同様に、前日に勧誘を行った担当営業員はその場では受注を行わず、翌日以降に役席者が当該高齢顧客から受注を行うことが考えられます。その理由や留意点等は Q 1 を参照してください。 なお、録音機能のない電話での勧誘や受注を行う場合は、担当営業員及び役席者は高齢顧客との会話日時や主な会話内容、注文内容などを記録する必要があると考えます。記録の方法や、どの程度の内容を

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	を記録する必要があると考えます。記録の方法や、どの程度の内容を記録するかについては、各社の業態や規模、システム等のインフラの状況等に応じて必要な範囲において定めればよいと考えます。	記録するかについては、各社の業態や規模、システム等のインフラの状況等に応じて必要な範囲において定めればよいと考えます。
・店頭での勧誘時における録音、記録・保存についても示してはどうか。	Q 3：店頭で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。 A：投資や相談のために来店された高齢顧客が家族と同伴される場合は、Q 1 の外交時の勧誘の場合と同様に、同伴した家族から買付に同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け取り受注する方法が考えられます。この場合、担当営業員が一人で受注してもよいと考えます。しかし、常に家族の同伴があるとは限りません。その場合は、担当営業員が一人で対応するのではなく、役席者が同席し、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているかについて確認することが考えられます。このとき、役席者自身が積極的な勧誘（説明）者になってしまっは同席の意味がありませんので留意してください。その場で、高齢顧客が勧誘した勧誘留意商品の購入を希望する場合には、<u>高齢顧客が自署した「買付指示書」等を受け入れておけばよいと考えます。家族が同伴されず、かつ役席者が同席できない場合は、その場では勧誘のみにとどめ、翌日以降に電話等で受注することが望ましいと考えます。その場合は、Q 2 に準じた対応を行ってください。</u> <u>なお、勧誘に関する役席者の事前承認を受けていない高齢顧客が予約無くお一人で来店され、役席者も在席していない状況において、当該高齢顧客から勧誘留意商品の買付に関する説明を求められた場合には、要請を受けた範囲での説明を行ってよいと考えます。この場合、役席者の帰席後に当該状況について報告し、今後の対応について相談を行ってください。（Q 5 も参照してください。）</u>	Q 3：店頭で高齢顧客に高リスク商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。 A：投資や相談のために来店された高齢顧客が家族と同伴の場合は、Q 1 の外交時の勧誘の場合と同様に、同伴した家族から買付に同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け取り受注する方法が考えられます。この場合、担当営業員が一人で受注してもよいと考えます。しかし、常に家族の同伴があるとは限りません。その場合は、担当営業員が一人で対応するのではなく、役席者が同席し、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているかについて確認することが考えられます。このとき、役席者自身が勧誘（説明）者になってしまっは同席の意味がありませんので留意してください。その場で、高齢顧客が勧誘した高リスク商品の購入を希望する場合には、<u>高齢顧客が自署した「買付指示書」等を受け入れておけばよいと考えます。その場では勧誘だけで、翌日以降に電話で受注する場合は、Q 2 に準じた対応を行ってください。</u>
	Q 4：インターネット取引についても高齢顧客の取引に関する規則を定める必要はありますか。 A：インターネット取引は顧客自身が I D やパスワードを入力してログインするとともに、銘柄、数量及び金額を入力して行うものですから、勧誘制限の対象にはならないと考えます。	Q 4：インターネット取引についても高齢顧客の取引に関する規則を定める必要はありますか。 A：インターネット取引は顧客自身が I D やパスワードを入力してログインするとともに、銘柄、数量及び金額を入力して行うものですから、勧誘制限の対象にはならないと考えます。<u>なお、高齢顧客の自宅等を訪問し、担当営業員が顧客の I D やパスワードを入力したり、その場で取引を行うことを促したりすべきではないことは言うまでもありません。</u>
	Q 5：小規模の営業所で役席者が常駐していない場合や、高齢顧客から注文を受けた場合に役席者が不在だった場合は、どのように対応すれ	Q 5：小規模の営業所で役席者が常駐していない場合や、高齢顧客から注文を受けた場合に役席者が不在だった場合は、どのように対応すれ

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	ばよいですか。 A：Q 1、Q 2、Q 3 のとおり、家族の同席ができない場合、担当営業員が一人で受注するのではなく、役席者が高齢顧客と確認のうえ受注することが必要であると考えます。しかし、役席者の人数は限られており、常に在席しているとは限りません。その場合、高齢顧客を長時間待たせることは望ましいとは言えません。 そこで、営業所で生じ得る様々な状況を想定し、高齢顧客との取引を適正かつ円滑に受注できるようにしておくことが重要であると考えます。 例えば、課、グループ等のセクションごとに受注する役席者を定める際に、不在時の代行役席者の順位を定めておくことや、営業所内に役席者が常駐していない場合や代行すべき役席者がいない場合には、近隣の営業所や本社・本部組織の役席者が受注できる社内規定を定めておくことなどが考えられます。しかし、役席者の役割は、高齢顧客が当該商品について十分に理解していることについて確認したうえで受注することにありますから、役席者が不在であるからといって、役席者でない者が受注を代行することは適正とは考えられません。また、当然のことですが、受注行為は外務行為に該当するので、外務員登録を行っていない者が受注を行ってははいけません。	ばよいですか。 A：Q 1、Q 2、Q 3 のとおり、家族の同席ができない場合、担当営業員が一人で受注するのではなく、役席者が高齢顧客と確認のうえ受注することが必要であると考えます。しかし、役席者の人数は限られており、常に在席しているとは限りません。その場合、高齢顧客を長時間待たせることは望ましいとは言えません。 そこで、営業所で生じ得る様々な状況を想定し、高齢顧客との取引を適正かつ円滑に受注できるようにしておくことが重要であると考えます。 例えば、課、グループ等のセクションごとに受注する役席者を定める際に、不在時の代行役席者の順位を定めておくことや、営業所内に役席者が常駐していない場合や代行すべき役席者がいない場合には、近隣の営業所や本社・本部組織の役席者が受注できる社内規定を定めておくことなどが考えられます。しかし、役席者の役割は、高齢顧客が当該商品について十分に理解していることについて確認したうえで受注することにありますから、役席者が不在であるからといって、役席者でない者が受注を代行することは適正とは考えられません。また、受注行為は外務行為に該当するので、外務員登録を行っていない者が受注を行ってははいけません。
・「自社の業態、規模、顧客層等」について、規則と平仄を合わせ「顧客層」を「顧客分布」としてはどうか。	<u>Q 6：外交、電話、店頭それぞれのケースで、高齢顧客が勧誘留意商品の勧誘を受けた後、当日中に買付を行いたいと希望された場合はどのように対応したらよいですか。</u> <u>A：高齢顧客に 勧誘 留意商品の勧誘を行った場合は、原則として翌日以降に受注することが適当と考えます。</u> <u>しかし、一律の適用によりトラブルになる可能性があることを考慮し、過去に投資経験がある等、当該高齢顧客が商品内容を十分に理解しており、当日の買付けを要請するやむを得ない事情がある場合については、上記の手続きの例外とできる場合もあると考えます。ただし、例外となるケースを幅広に設定してしまい、社内規則を定めた趣旨が満たされなくなるようなことはあってはいけません。例外とできるケースとしては、例えば次のようなものが考えられますが、各社において自社の業態、規模、顧客層等に照らして適切な設定を行ってください。なお、いずれのケースも、役席者の事前承認があり、かつ、担当営業員において当該高齢顧客の健康状態や当該商品への理解について問題がないと確認している場合に限られることに留意してください。また、下記に示す例の要件を満たしている場合でも、当該高齢顧客が</u>	（新設）

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
・「社会的地位を有している者」は削除してはどうか。 ・外債等のロールオーバーの際、一旦外貨MMFに入金したうえで円転機会を考えていただく場合も多いので、例外として加えてほしい。 ・「市況等の影響を受ける追加型投資信託（初期募集ではないもの）の買付をする場合」は、例示から削除してはどうか。	<u>過去に投資経験のない商品の買付であったり、従来の投資金額に比して急に金額が大きくなったりするような買付を行なおうとする場合には、役席者と即日受注の妥当性について、よく相談するなど慎重な対応を行う必要があると考えます。</u> <u>＜即日受注が可能と考えられる要件＞</u> ・<u>支店長等の役席者が頻繁に接し、顧客属性や投資意向を十分に把握している場合（例えば、会社経営者、役員、その他社会的地位を有している者等）</u> ・<u>勧誘留意商品の勧誘に当たり、翌日の買付けを提案したところ、顧客が当日買付けを要請する場合で、顧客が商品内容を十分理解しており、当日買付けを要請することにやむを得ない事情がある場合（やむを得ない事情とは、例えば、翌日から旅行等で不在となる場合、保有している商品と同一の商品を追加買付けする場合、保有商品が償還となり、いわゆるロールオーバーをする場合、市況等の影響を受ける追加型投資信託（初期募集ではないもの）の買付けをする場合等）</u>	
・「仲の良い営業員」は、抽象的かつ客観性に欠けるので削除してはどうか。	5. 約定結果の確認・連絡 Q 1：高齢顧客との <u>約定後の連絡</u> 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して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ることができると考えます。この連絡は内部管理責任者やその他役席者に限る必要はありませんが、勧誘を行った担当営業員が仲の良い他の営業員に約定連絡を頼み、実質的に高齢顧客の反応の確認を行わないことになっては意味がありませんので、どの営業員（どのチャネル）の担当顧客には誰が連絡するのかをあらかじめ決めておけばよいと考えます。<u>。なお、「4. 勧誘を行う場所、方法」のQ 6で、即日受注が可能となるとした、「支店長等の役席者が頻繁に接し、顧客属性や投資意向を十分に把握している場合」（Q 6）に該当する高齢顧客の取引については担当営業員自身で約定後の連絡を行ってよいと考えます。</u> また、約定後の連絡は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連絡を行なう	5. 約定結果の確認・連絡 Q 1：高齢顧客との <u>約定連絡</u> 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、高リスク商品の購入を勧誘して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、当該高齢顧客の当該取引についての認識や理解度を確認することができると考えます。この連絡は内部管理責任者やその他役席者に限る必要はありませんが、勧誘を行った担当営業員が仲の良い他の営業員に約定連絡を頼み、実質的に高齢顧客の反応の確認を行わないことになっては意味がありませんので、どの営業員（どのチャネル）の担当顧客には誰が連絡するのかをあらかじめ決めておけばよいと考えます。また、約定連絡は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連絡を行なえばよいと考えます。 約定連絡の結果、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（「買うとは言っていない。」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。

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	等、商品性格等に合わせて行えばよいと考えます。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（「買うとは言っていない。」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。	
・「少し」は削除してはどうか。	Q 2：役席者が受注を行う場合は、約定後の連絡も同一の役席者が行ってもよいですか。よい場合は、受注と約定後の連絡を同じ電話において行ってもよいですか。 A：約定後の連絡は担当営業員以外の者であればかまいませんので、受注を行った役席者でも問題がないと考えます。ただし、高齢者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、電話受注の場合でも、一度電話を置き、少し時間を空けた後、再度電話にて約定後の連絡を行う必要があると考えます。	Q 2：役席者が受注を行う場合は、約定結果の連絡も同一の役席者が行ってもよいですか。よい場合は、受注と約定連絡を同じ電話において行ってもよいですか。 A：約定結果の連絡は担当営業員以外の者であればかまいませんので、受注を行った役席者でも問題がないと考えます。ただし、高齢者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、電話受注の場合でも、一度電話を置き、少し時間を空けた後、再度電話にて約定連絡を行う必要があると考えます。
	6. モニタリング Q 1：高齢顧客への勧誘による販売について、モニタリングは必要ですか。必要な場合、どのようなことをすればよいのですか。 A：高齢顧客に関して定めた社内規則が適切に運用されているかについて確認することが大切です。また、形式的な確認にとどまらず、会話の内容や高齢顧客の反応を確認することにより、営業姿勢の見直しやトラブルの未然防止につながる効果も期待できると考えます。 モニタリングは、<u>①取引が所定の承認・約定プロセスに則って行われているか、②適合性や合理性の観点から不適切な取引はないか、を主な点検項目として、各社の業態や規模等の実情に合わせて設定、実施すること</u>が考えられます。 具体的には、取引明細の検証、通話録音の再生、応接記録の参照、受け入れた「買付指示書」等の確認等が考えられます。また、内部管理責任者やその他役席者等が高齢顧客にヒアリングすることも有効な方法であると考えられます。具体的な方法はQ 2～Q 4を参照してください。	6. モニタリング Q 1：高齢顧客への勧誘について、モニタリングは必要ですか。必要な場合、どのようなことをすればよいのですか。 A：高齢顧客に対する投資勧誘規則を定めても、それが正しく履行されているかについて確認することが大切です。また、形式的な確認にとどまらず、会話の内容や高齢顧客の反応を確認することにより、営業姿勢の見直しやトラブルの未然防止につながる効果も期待できると考えます。 モニタリングは、<u>①取引内容の確認、②社内規則の遵守状況の確認、③顧客の体調等の状況の確認、等を点検項目と</u>することが考えられます。 具体的には、取引明細の検証、通話録音の再生、応接記録の参照、受け入れた「買付指示書」等の確認等が考えられます。また、内部管理責任者やその他役席者等が高齢顧客にヒアリングすることも有効な方法であると考えられます。具体的な方法はQ 2～Q 4を参照してください。
	Q 2：取引内容の確認とは、どのようなことをすればよいのですか。 A：高齢顧客との取引について、例えば約定日ごとの取引内容をモニタリングすることは重要です。当該高齢顧客との過去の取引の頻度、金額、商品、預り資産等に照らし、突然高額の取引を行っていたり、わずかな期間に売買を繰り返したりしているケースなど疑問を感じる取引がないかを点検し、必要に応じて通話録音や受注記録等（以下「通話録音等」という。）を確認することにより、高齢顧客に何か重大な変化が生じて	

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	いないか、合理性のある取引か、強引な勧誘を行っていないか等を検証することができるものと考えます。また、ある時点における取引を見るだけではなく、 <u>時系列でみたときに合理性のある取引であるかとの観点から検証することも大切です。</u>	
	Q 3：社内規則の遵守状況の確認は高齢顧客の取引すべてについて行う必要がありますか。 A：担当営業員が適切な勧誘を行っているかについては、高齢顧客が行う勧誘留意商品の取引すべてについて通話録音等の確認を行うことが望ましいと考えます。しかし、現実にはすべての通話録音等を確認することは不可能であると思われます。そこで、通話録音等のモニタリングは検証すべき対象となる顧客や取引を取引内容の確認結果や顧客属性等、一定の基準を定めて抽出したうえで行うことが考えられます。例えば、次のような取引の中から抽出することが考えられます。 ①高額な取引や特に複雑な商品の取引 ②特に年齢の高い顧客の取引 ③取引頻度の高い取引等 なお、上記に該当する取引だけを確認するのではなく、一部は無作為に高齢顧客をサンプル抽出するなどして、一定期間内において、多くの担当営業員の取引が対象となるよう工夫することも有効であると考えます。	Q 3：社内規則の遵守状況の確認は高齢顧客の取引すべてについて行う必要がありますか。 A：担当営業員が適切な勧誘を行っているかについては、高齢顧客が行う高リスク商品の取引すべてについて通話録音等の確認を行うことが望ましいと考えます。しかし、現実にはすべての通話録音等を確認することは不可能であると思われます。そこで、通話録音等のモニタリングは検証すべき対象となる顧客や取引を取引内容の確認結果や顧客属性等、一定の基準を定めて抽出したうえで行うことが考えられます。例えば、次のような取引の中から抽出することが考えられます。 ①高額な取引や特に複雑な商品の取引 ②特に年齢の高い顧客の取引 ③取引頻度の高い取引等 なお、上記に該当する取引だけを確認するのではなく、一部は無作為に高齢顧客をサンプル抽出するなどして、一定期間内において、多くの担当営業員の取引が対象となるよう工夫することも有効であると考えます。
	(削除)	<u>Q 4：モニタリングの結果、高齢顧客の体調等の状況に変化が感じられた場合や、高齢顧客やその家族が取引内容等に不満を表明していることが判明した場合は、どのように対応すべきですか。</u> <u>A：まずは、内部管理責任者が担当営業員にヒアリングを行い、当該高齢顧客について、変化を感じているか、不満を認識しているか等について確認することが考えられます。必要に応じて内部管理責任者やその他の役席者が直接当該高齢顧客やその家族と会話することにより状況を把握することも重要であると考えます。その結果に照らして、今後の取引に制限を加えることなど管理方法を見直すことを検討してください。</u>
	<u>Q 4</u>：通話録音等の保存義務はありますか。保存する場合、何年間保存すればよいです。 A：投資勧誘規則では、通話録音等の保存の可否や保存期間は定めていません。しかし、通話録音等は担当営業員が正しく社内規則を履行しているかの確認（モニタリング）の目的にとどまらず、後日高齢顧客やその家族から、取引当時の状況について質問等を受けた場合の確認	Q 5：通話録音等の保存義務はありますか。保存する場合、何年間保存すればよいですか。 A：投資勧誘規則では、通話録音等の保存の可否や保存期間は定めていません。しかし、通話録音等は担当営業員が正しく社内規則を履行しているかの確認（モニタリング）の目的にとどまらず、後日高齢顧客やその家族から、取引当時の状況について質問等を受けた場合の確認

今回寄せられたご意見等	修正後（第 28 回WG 終了後修正版）	修正前（第 26 回WG 提示版）
	資料として活用できるものと考えられますので、各社の実情に応じて保存期間を定めておくことが望ましいと考えます。	資料として活用できるものと考えられますので、各社の実情に応じて保存期間を定めておくことが望ましいと考えます。

資料 2－2

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） （高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）

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「社内規則」の制定等に係る
考え方は、以下のとおりです。

1. 社内規則の制定

Q 1：高齢顧客に限らず、顧客への投資勧誘に当たっては適合性の原則に則って
行ふ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、記憶力や判断理解力が低下してく
ることもある多とされています。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
顧客に投資勧誘を行う場合には、一般的な適合性の原則に基づいてとどまらず、
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。

また、社内規則とは、各社で定める各種ガイドライン等も含むものとし
ます（以下同じ。）。なお、社内規則は、規定すべき内容が満たされていれば、
必ずしも独立した規則を作成する必要はなく、既存の社内規則を適宜修正する
ことで対応してもよいと考えます。

Q 2：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
情に応じて規定することになりますが、しかし、各社により高齢
顧客への勧誘による販売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高年齢顧客の定義

慎重な~~投資~~勧誘による販売を行う必要があると考えられる顧客の範囲を、年齢を基準として定義してください。この時、目安として~~75~~歳以上の顧客を対象とし、その中でもより慎重な~~投資~~勧誘による販売を行う必要がある顧客を~~年齢として~~80歳以上の顧客とすることが考えられますを定めてください。

→考え方は、「2. 高年齢顧客の定義」を参照してください。

②高年齢顧客に勧誘可能な商品の範囲等

役席者の事前承認を得なくても~~高年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。~~役席者の事前承認により~~その範囲外となる商品~~の~~を勧誘を役席者の事前承認により可能とする場合は、その手続き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. 高年齢顧客への勧誘による販売商品」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・店頭それぞれの場所、方法に応じて定めてください。

→考え方は、「4. 勧誘を行う場所、方法」を参照してください。

Q 3：既に高年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：Q 2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れ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、社内規則を改訂又は新設する必要があるものと考えます。

他方また、現在の社内規則が本ガイドラインで示す内容より厳しい基準を定めている場合には、改訂等の必要はありません。

2. 高年齢顧客の定義

Q 1：「高年齢顧客」の定義は、どのように定めるべきですか。

A：投資勧誘規則第5条の3の制定の目的は、高年齢顧客~~への~~~~に投資~~勧誘による販売を行うに当たっての適正な投資勧誘等を確保することにあります。ので、慎重な勧誘による販売を~~より慎重に~~行う必要があると考えられる高年齢顧客の範囲を、年齢を基準として定めてください。年齢の目安としては、75歳以上の顧客を対象とし、その中でもより慎重な~~投資~~勧誘による販売を行う必要がある顧客を~~年齢として~~80歳以上の顧客とすることが考えられますを定めてください。

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、取引代理人が高年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。

Q 2：高齢顧客への勧誘による販売に関して、社内手続きを定める場合、すべての高齢顧客について同じ手続きとする必要はありますか。

A：一口に高齢顧客といっても、過去の投資経験や職業その他の経歴、健康状態、身体状況等により、留意すべき事項は異なるものと考えます。他方、特に年齢に関しては、一般的には年齢を重ねるとともに身体の衰えが生じ顕著となる場合が多いと考えられることに鑑みれば、そこで、社内手続きの設定に際しては、年齢が上がるごと毎に、段階的により慎重な勧誘による販売を行う必要があると考えます。

具体的には、目安として 75 歳以上と 80 歳以上の 2 つの年齢を基準として、より慎重な勧誘による販売を行うための手続きを設けることが必要であると考えます。詳しくは、本ガイドラインの「3. 高齢顧客への勧誘による販売商品」以降の考え方を参考としてください。

なお、例えば、会社経営者、役員等である高齢顧客について、支店長等の役席者が頻繁に接し、顧客属性や投資意向を十分に把握している場合においては、担当役員等の承認を得て、本ガイドラインの対象外とすることも可能と考えます（ただし、この場合でも、当該高齢顧客が過去に投資経験のない商品の買付けであったり、従来の投資金額に比して急に金額が大きくなったりするような買付けを行おうとする場合には、支店長等の役席者が、必要に応じ顧客の投資意向を再度確認するなど、慎重な対応を行う必要があると考えます。）。

3. 高齢顧客への勧誘による販売商品

Q 1：社内規則において、高齢顧客への勧誘による販売の取引が可能な商品を限定する必要がありますか。また、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がありますか。

A：高齢顧客といっても、過去の投資経験や資産状況等は様々ですが、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、換金性が乏しい商品が高齢顧客に勧誘により販売する際には留意が必要であると考えます。

したがって、適合性の原則に基づいて、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、それ以外の商品（以下、本ガイドラインにおいて「勧誘留意商品」という。）について勧誘を行う場合には、例えば事前に役席者の事前承認を得る等、所定の手続きや条件を定めて慎重に個別に対応する必要があることが望ましいと考えます。

なお、本ガイドラインでいう「勧誘」とは、「個別商品の買付けに関する説明」をいうものとします。

勧誘を伴わず、高齢顧客が勧誘留意商品を自ら選択し、銘柄及び数量を指定して購入を希望する場合には、本ガイドラインに基づく手続きや条件の対象と取引注文を制限する必要はないと考えます。

資料 2－2

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、具体的な勧誘留意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、所定の手続きや条件に従って対応する必要があることに留意する必要があります。

Q 2 : ~~高齢顧客であっても、~~所定の手続きや条件にかかわらず、高齢顧客への勧誘による販売~~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、換金性が高いことなどに該当する商品が考えられます。~~＝例え~~例えば~~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（換金性が高いものに限る。）
- ② 普通社債（いわゆる S B）
- 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 知名度や流動性が高い通貨建て（平成 25 年 9 月現在、米ドル、ユーロ、オーストラリアドルが該当すると考える。）の①②③に相当する債券及び投資信託

また、上場株式~~（外国市場を含む。）~~、E T F ・ E T N、R E I T（以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。）については、価格変動リスクが比較的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の価格が変動に合わせて取引ニーズも存在することなどから、一律に勧誘を制限することには馴染まない難しいと考えられます。

また、値動きが日経 225 や T O P I X ~~を参照指標とする~~の変動率に一致するように設計された投資信託についても、当該~~参照~~指標が広く知られており、価格変動についての情報も得やすい商品であることから、同様と考えられます。

したがって、これらの商品（あくまでも一例であり、各社において、上記のうち、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等もあり得ると考えられるはず。）については、本ガイドラインで示す勧誘留意商品の対象とする必要はないと考えます。

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による販売に関する所定の手続きや条件の対象となる~~が必要な~~商品とすることを~~は~~妨げません。その場合は、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。

Q 3：高齢顧客には勧誘留意商品の勧誘を一切行ってはいけないのですか。役席者が事前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事前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、勧誘留意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、高齢者は突然健康状態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勧誘留意商品の勧誘を行う場合には、あらかじめ役席者の事前に相談し、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。

役席者の事前承認は、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、高齢顧客の健康状態や理解度等を確認したうえで行う必要があることが望ましいと考えます。

役席者は、事前承認に当たって、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（あわせて面談等といえる。）での会話により、勧誘の適正性を判断すべきと考えます。面談等を行う時に確認すべき事項は、例えば次のようなことが考えられます。

- ・健康状態に問題はないか（入院していたり、寝たきりの状態ではないか等）
- ・会話がかみ合うか
- ・理解力に問題はないか（金融商品に関する理解度）
- ・投資意向はどうか 等

なお、挨拶だけにとどまり、上記の確認を怠ったり、面談が可能であるにもかかわらず、挨拶だけにとどまり、安易に短い電話だけで済ませてしまったりすることがないように留意することが必要です。

面談等の内容については、記録・保存をし、必要に応じてモニタリングに活用する等してください。記録については、必ずしも媒体や様式等を新たに定める必要はなく、例えば、電話に通話録音機能がある場合は当該録音をもって記録に代えることができると考えることができます。

面談の実施方法については、取引の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して、健康状態体調や投資意向等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。

なお、本ガイドラインにおいて、事前承認を行う役席者とは、経験、見識に照らし、自社で定める一定の役職以上の者を指し、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）において実質的に承認権限を有する者であればよいと考えます。また、事前承認を行う役席者と

資料 2－2

「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はありません。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。

役席者自身が高齢顧客を担当している場合は、原則として、例えば当該役席者より上位の別の役席者が事前承認を行うことが望ましいと考えられますが、職務経験等や判断力理解力に照らして自会社が適正と認めた一定の役職以上の役席者については、自らが担当する高齢顧客に対して勧誘を行うことについて自らが判断（事前承認）することも認められると考えます。

Q 4：役席者の事前承認以外に設定すべき手続きはありますか。また、それはどのような高齢顧客に適用すべきでしょうか。

A：高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行おうとする場合には、Q 3のとおり、役席者による事前承認が必要と考えます。また~~しかし~~、高齢者は、一般的に年齢が上がるにつれて、記憶力や理解力等が低下する傾向があると考えられますので、役席者の事前承認以外に、勧誘当日の受注の制限や、役席者による受注、担当営業員担当者（買付けに関する説明を行った者）以外の者による約定後の連絡、当該高齢顧客の取引に関するモニタリング等を行うことが考えられます。

これらの手続きは、目安として 80 歳以上の顧客を~~を目安として~~対象に含むま~~れる~~ようにしてください。なお、役席者の事前承認に関するモニタリングについては、目安として 75 歳以上の顧客も対象に含むようにしてください。詳しくは「4. 勧誘を行う場所、方法」から「6. モニタリング」を参照してください。

4. 勧誘を行う場所、方法

Q 1：外交先で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。

A：録音機能がある電話での勧誘や、複数の者で同時に対応が可能な店頭での勧誘とは異なり、外交先で行う勧誘は説明内容や顧客の反応等の応接記録が残りにくいものです。このことが後日「言った。」「言わない。」等のトラブルの原因となるおそれもあります。そのため、外交時の高齢顧客やその家族との会話を記録・保存しておく必要があること~~が望ましい~~と考えます。例えば、高齢顧客等の了解を得て、ICレコーダー等に会話を録音することや、帰社後に主な会話内容や高齢顧客等の様子を記録・保存しておくことなどが考えられます。

また、説明を受けて~~も~~いるときには理解しているつもりだったが、翌日になると覚えていない又は商品性等が分からないということが生じることもあるようです。そこで、訪問による勧誘の場合（あらかじめ役席者の事前承認を得ているものとする。この項のQ 2、Q 3とも同じ。）は、原則としてその日のう~~ち~~に受注を行わず、翌日以降に改めて電話、又は~~又は~~外交又は~~又は~~店頭により受注す

ることが望ましいと考えます。

この場合、受注は前日 以前 に勧誘を行った担当営業員ではなく、役席者が行う必要があると考えます。これは、外交先での勧誘時には商品性やリスクを十分に理解しているように思えた高齢顧客が、翌日になると勧誘内容を覚えていないということがないか、商品性等が理解されているかなど、説明内容を十分に理解した うえ ~~±~~での買付けであることの確認が必要であると考えます。

なお、前日 以前 に勧誘を行った担当営業員が当該高齢顧客に直接電話をかけたいけないということではありません。高齢顧客が1日検討した結果、追加で質問や相談したいこともあると考えられますので、まず ~~一旦~~担当営業員が電話をかけ、質問に回答するなどした後、受注時に役席者に電話を代わって、当該役席者が注文内容の確認を行う等の対応をしてもよいと考えます。

役席者が高齢顧客に直接電話をかける場合は、高齢顧客から不審に思われ たり することが ないように、前日 以前 に勧誘を行う担当営業員が「お取引の内容について、明日以降改めて当社の〇〇という者が電話で確認させていただきますので、よろしく願いいたします。」などと、事前に伝えておくことがよいと考えます。

役席者自身が高齢顧客を担当している場合は、翌日以降に行う受注は別の役席者（必ずしも前日 以前 に勧誘を行った役席者より上位にある者である必要はない。）が行えばよいと考えます。ただし、職務経験 ~~や判断力等~~ に照らして 自 会 社 が適正と認めた一定の職責以上の役席者に関しては、自らが担当する高齢顧客に対して勧誘を行い、翌日 以降 も自分で受注を行うことを認めてもよいと考えます。

翌日以降に電話で受注を行う場合の留意点はQ2を、店頭で受注を行う場合の留意点はQ3を参照してください。また、個別商品の買付 け に関する説明を受けた高齢顧客が当日中の買付 け を希望された場合の対応は、Q6を参照してください ~~（Q2、Q3、Q5も同じ。）~~。

上記のとおり、外交先で勧誘留意商品の勧誘を行う場合には、当日の受注を行わないとすることが望ましいと考えますが、高齢顧客の家族が同席し、一緒に説明をお聞きいただき、高齢顧客が勧誘留意商品の購入を希望する場合には、同席した家族から買付 け に同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け入れることで、その場での受注を行ってもよいと考えます。

なお、高齢顧客との取引に関して 家族の同席・同意を得る 目的 ~~の~~ は、ご家族に高齢顧客の様子を見守っていただき、高齢顧客が当該商品について理解した うえ ~~±~~で買付 け を行う意向があることを確認していただくことにありますから、「家族」の定義についてはこの趣旨を勘案して各社において定め れば ~~±~~ よいと考えます。

Q 2：電話で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。

A：電話で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行う場合も、外交先での勧誘時と同じく、即日受注を行うことは望ましくないと考えます。また、対面（外交）とは異なり、一般的には電話での会話を高齢顧客とその家族と同時に行うことはできません。

したがって、電話で勧誘留意商品を勧誘する場合も翌日以降改めて電話を行い、前日以前行った勧誘内容が理解されているかについて確認してから受注することが考えられます。この場合、翌日以降の受注するのはQ 1と同じく役席者が行う必要があると考えます。また、電話での会話は高齢顧客の顔色や動作などを確認することができません。

よって、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているのかについて確認するためには、「はい。いいえ。」という返事だけではなく、できる限り高齢顧客自身に話をしてもらうことが大切であると考えます。

さらに、勧誘時の会話内容を録音・保存し、事後にモニタリングを行ったり、後日勧誘約定の内容について高齢顧客やその家族から確認依頼があった場合に活用できるようにしたりしておくことが望ましいと考えます。

したがって、会社の固定電話や携帯電話に録音機能がある場合は、その機能を利用し、担当営業員個人の録音機能のない携帯電話等（担当営業員の個人携帯電話等）での勧誘や受注を原則として禁止するなど社内規則に定めることが有効であると考えます。

会社の電話に録音機能がない会社の電話による勧誘の場合も同様に、前日以前に勧誘を行った担当営業員はその場では受注を行わず、翌日以降に役席者が当該高齢顧客から受注を行うことが考えられます。その理由や留意点等はQ 1を参照してください。

なお、録音機能のない会社の電話による勧誘や受注を行う場合は、担当営業員及び役席者は高齢顧客との会話日時や主な会話内容、注文内容などを記録する必要があると考えます。

記録の方法や、どの程度の内容を記録するかについては、各社の業態や規模、システム等のインフラの状況等に応じて事後的なモニタリング及び会話内容の確認に必要な範囲において定めればよいと考えます。

Q 3：店頭で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。

A：投資や相談のために来店された高齢顧客が家族と同伴される場合は、Q 1の外交時の勧誘の場合と同様に、同伴した家族から買付に同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け取り受注する方法が考えられます。この場合、担当営業員が一人で受注してもよいと

考えます。

しかし、常に家族の同伴があるとは限りません。その場合は、担当営業員が一人で対応するのではなく、役席者が同席し、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているかについて確認することが考えられます。

このとき、役席者自身が積極的な勧誘（説明）者になってしまつては同席の意味がありませんので留意してください。

その場で、高齢顧客が勧誘した勧誘留意商品の購入を希望する場合には、高齢顧客が自署した「買付指示書」等を受け入れておけばよいと考えます。

なお、Q 1 のとおり、高齢顧客やその家族又は役席者との会話を録音することや、主な会話や高齢顧客の様子を記録・保存しておくことが考えられます。

一方、家族が同伴されず、かつ役席者が同席できない場合は、その場では勧誘のみにとどめ、翌日以降に電話等で受注することが望ましいと考えられます。その場合は、Q 2 に準じた対応を行ってください。

また~~なお~~、~~勧誘に関する~~役席者の事前承認を受けていない高齢顧客が予約な~~無~~くお一人で来店され、役席者がが~~も~~在席していない状況において、当該高齢顧客から勧誘留意商品の買付けに関する説明を求められた場合には、要請を受けた範囲での勧誘説明を行ってよいと考えます。この場合、役席者の帰席後に当該状況について報告し、今後の対応について相談を行ってください。~~Q 5 も参照してください。~~

Q 4：インターネット取引についても高齢顧客の取引に関する規則を定める必要はありますか。

A：インターネット取引は顧客自身が I D やパスワードを入力してログインするとともに、銘柄、数量及び金額を入力して行うものですから、投資勧誘規則第 5 条の 3 に規定する「勧誘による販売」に該当する行為がなされない限り、同条の適用~~勧誘制限の~~対象にはならないと考えます。

Q 5：小規模の営業所で役席者が常駐していない場合や、高齢顧客から注文を受けた場合に役席者が不在だった場合は、どのように対応すればよいですか。

A：Q 1、Q 2、Q 3 のとおり、家族の同席ができない場合、担当営業員が一人で受注するのではなく、役席者が高齢顧客の~~と~~商品内容についての理解力を確認のうえで受注することが必要であると考えます。しかし、役席者の人数は限られており、常に在席しているとは限りません。その場合、高齢顧客を長時間待たせることは望ましいとは言えません。

そこで、小規模の営業所等で生じ得る様々な状況を想定し、高齢顧客との取引を適正かつ円滑に受注できるようにしておくことが重要であると考えます。

例えば、課、グループ等のセクションごとに受注する役席者を定める際に、不在時の代行役席者の順位を定めておくことや、営業所内に役席者が常駐して

資料 2－2

いない場合や代行すべき役席者がいない場合には、近隣の営業所や本社・本部組織の役席者が受注できる社内規定を定めておくことなどが考えられます。

しかし、役席者の役割は、高齢顧客が当該商品について十分に理解していること等について確認したうえで受注することにありますから、役席者が不在であるからといって、役席者でない者が受注を代行することは適正とは考えられません。

また、当然のことですが、受注行為は外務行為に該当するので、外務員登録を行っていない者が受注を行ってははいけません。

Q 6：外交、電話、店頭それぞれのケースで、高齢顧客が勧誘留意商品の勧誘を受けた後、当日中に買付けを行いたいと希望された場合はどのように対応したらよいですか。

A：高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行った場合は、原則として翌日以降に受注することが適当と考えます。

しかし、一律の対応適用によりトラブルになる可能性があることを考慮し、過去に同種の商品への投資経験がある等、当該高齢顧客が商品内容を十分に理解しており、当日の買付けを要請するやむを得ない事情がある場合については、上記の手続きの例外として認めることができる場合もあると考えます。

ただし、例外となるケースを幅広に設定してしまい、高齢顧客への勧誘による販売に関する社内規則を定めた趣旨が満たされなくなるようなことはあってはいけません。

例外として認めることができるケースとしては、例えば次のようなものが考えられますが、各社において自社の業態、規模、顧客分布層等に照らして適切な設定を行ってください。

なお、いずれのケースも、役席者の事前承認を得ていることがあり、かつ、担当営業員において当該高齢顧客の健康状態や当該商品への理解について問題がないことをと確認している場合に限られることに留意してください。

また、次のケースの下記に示す例の要件を満たしている場合でも、当該高齢顧客が過去に投資経験のない商品の買付けであったり、従来の投資金額に比して急に金額が大きくなったりするような買付けを行なおうとする場合には、役席者と即日受注の妥当性について、よく役席者と相談し、必要に応じ役席者が顧客の投資意向を確認するなど、慎重な対応を行う必要があると考えます。

<即日受注を例外としてと認めることができる可能と考えられるケース要件>
・例えば、会社経営者、役員等で、支店長等の役席者が頻繁に接し、顧客属性や投資意向を十分に把握している場合（例えば、会社経営者、役員、その他社会的地位を有している者等）

・勧誘留意商品の勧誘に当たり、翌日以降の買付けを提案したところ、顧客が当日買付けを要請する場合で、顧客が商品内容を十分理解しており、かつ、

当日の買付けを要請することにやむを得ない事情がある場合（~~やむを得ない事情とは、~~例えば、翌日から旅行等で不在となる場合、保有している商品と同一の商品を追加買付けする場合、保有商品が償還となり、いわゆるロールオーバー（一時的に同一通貨建てのMMFに入金する場合を含む。）をする場合、~~市況等の影響を受ける追加型投資信託（初期募集ではないもの）の買付けをする場合等~~）

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~~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~~べきことができる~~と考えます。この連絡は内部管理責任者やその他役席者に限る必要はありませんが、~~勧誘を行った担当営業員が仲の良い他の営業員に約定連絡を頼み、実質的に~~高齢顧客の反応の確認を行~~わないことになっては意味がありませんので~~行うという趣旨に照らして、どの営業員（どのチャネル）の担当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。

~~なお、「4. 勧誘を行う場所、方法」の Q 6 で、即日受注が可能となるとした「支店長等の役席者が頻繁に接し、顧客属性や投資意向を十分に把握している場合」（Q 6）に該当する高齢顧客の取引については担当営業員自身で約定後の連絡を行ってよいと考えます。~~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話内容を録音・記録・保存しておくことが考えられます。

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（「買うとは言っていない。」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。

Q 2：役席者が受注を行う場合は、約定後の連絡も同一の役席者が行ってもよいですか。よい場合は、受注と約定後の連絡を同じ電話において行ってもよいですか。

A：約定後の連絡を行う者は担当営業員以外の者であればかまいませんので、受注を行った役席者でも問題がないと考えます。

ただし、高齢者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、電話受注の場合でも、一度電話を置き、~~少し~~時間を空けた後、再度電話にて約定後の連絡を行う必要があると考えます。

6. モニタリング

Q 1：高齢顧客への勧誘による販売について、モニタリングは必要ですか。必要な場合、どのようなことをすればよいのですか。

A：高齢顧客に関して定めた社内規則が適切に運用されているかについて確認することが大切です。また、形式的な確認にとどまらず、会話の内容や高齢顧客の反応を確認することにより、営業姿勢の見直しやトラブルの未然防止につながる効果も期待できると考えます。

モニタリングは、①取引が所定の承認・約定プロセスに則って行われているか、②適合性や合理性の観点から不適切な取引はないか~~を~~を主な点検項目として、各社の業態や規模等の実情に合わせて設定、実施することが考えられます。

具体的には、取引~~明細~~内容の~~検証~~確認、通話録音の再生、応接記録の参照、受け入れた「買付指示書」等の確認等が考えられます。また、内部管理責任者やその他役席者等が高齢顧客にヒアリングすることも有効な方法であると考えられます。具体的な方法はQ 2～Q 4を参照してください。

Q 2：取引内容の確認とは、どのようなことをすればよいのですか。

A：高齢顧客との取引について、例えば約定日ごとの取引内容をモニタリングすることは重要です。当該高齢顧客との過去の取引の頻度、金額、商品、預り資産等に照らし、突然高額の取引を行っていたり、わずかな期間に売買を繰り返したりしているケースなど疑問を感じる取引がないかを点検し、必要に応じて通話録音や受注記録等（以下「通話録音等」という。）を確認することにより、高齢顧客に何か重大な変化が生じていないか、合理性のある取引か、強引な勧誘を行っていないか等を検証することができるものと考えます。また、ある時点における取引を見るだけでなく、時系列で~~見~~たときに合理性のある取引であるかとの観点から検証することも大切です。

Q 3：社内規則の遵守状況の確認は高齢顧客の取引すべてについて行う必要がありますか。

A：担当営業員が適切な勧誘を行っているかについては、高齢顧客が行う勧誘留意商品の取引すべてについて通話録音等の確認を行うことが望ましいと考えます。しかし、現実にはすべての通話録音等を確認することは~~困難な場合も不可~~能であると思われます。そこで、通話録音等のモニタリングは検証すべき対象となる顧客や取引を取引内容の確認結果や顧客属性等、一定の基準を定めて抽

資料 2－2

出したうえで行うことが考えられます。例えば、次のような取引の中から抽出することが考えられます。

- ①高額な取引や特に複雑な商品の取引
- ②特に年齢の高い顧客の取引
- ③取引頻度の高い取引等

なお、上記に該当する取引だけを確認するのではなく、一部は無作為に高齢顧客をサンプル抽出するなどして、一定期間内において、多くの担当営業員の取引が対象となるよう工夫することも有効であると考えます。

Q 4：通話録音等の保存義務はありますか。保存する場合、何年間保存すればよいですか。

A：~~投資勧誘規則では、通話録音等の保存の要否や保存期間は定めていません。~~
~~しかし、~~通話録音等は担当営業員等が正しく社内規則を履行しているかの確認（モニタリング）の目的にとどまらず、後日高齢顧客やその家族から、取引当時の状況について質問等を受けた場合の確認資料として活用できるものと考えられますので、各社の実情に応じて十分な保存期間を定めておくことが望ましいと考えます。

以 上

資料 2－3

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） （高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）

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「社内規則」の制定等に係る考え方は、以下のとおりです。

1. 社内規則の制定

Q 1：高齢顧客に限らず、顧客への投資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、記憶力や理解力が低下してくることもあったとされています。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、高齢顧客に投資勧誘を行う場合には、適合性の原則に基づいて、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。

また、社内規則とは、各社で定める各種ガイドライン等も含むものとし（以下同じ。）。なお、社内規則は、規定すべき内容が満たされていれば、必ずしも独立した規則を作成する必要はなく、既存の社内規則を適宜修正することで対応してもよいと考えます。

Q 2：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：協会員の業態や規模、取扱商品等により、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することになりますが、各社により高齢顧客への勧誘による販売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

慎重な勧誘による販売を行う必要があると考えられる顧客の範囲を、年齢を基準として定義してください。この時、目安として 75 歳以上の顧客を対象とし、その中でもより慎重な勧誘による販売を行う必要がある顧客を 80 歳以上の顧客とすることが考えられます。

→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等

役席者の事前承認を得なくても高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲を定めてください。その範囲外となる商品の勧誘を役席者の事前承認により可能とする場合は、その手続き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. 高齢顧客への勧誘による販売商品」を参照してください。

③勧誘場所や方法に応じた勧誘

対面（外交）・電話・店頭それぞれの場所、方法に応じて定めてください。

→考え方は、「4. 勧誘を行う場所、方法」を参照してください。

Q 3：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：Q 2 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れ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、社内規則を改訂又は新設する必要があるものと考えます。

他方、現在の社内規則が本ガイドラインで示す内容より厳しい基準を定めている場合には、改訂等の必要はありません。

2. 高齢顧客の定義

Q 1：「高齢顧客」の定義は、どのように定めるべきですか。

A：投資勧誘規則第 5 条の 3 の制定の目的は、高齢顧客への勧誘による販売を行うに当たっての適正な投資勧誘等を確保することにあります。慎重な勧誘による販売を行う必要があると考えられる高齢顧客の範囲を、年齢を基準として定めてください。年齢の目安としては、75 歳以上の顧客を対象とし、その中でもより慎重な勧誘による販売を行う必要がある顧客を 80 歳以上の顧客とすることが考えられます。

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。

Q 2：高齢顧客への勧誘による販売に関して、社内手続きを定める場合、すべての高齢顧客について同じ手続きとする必要はありますか。

A：一口に高齢顧客といっても、過去の投資経験や職業その他の経歴、健康状態等により、留意すべき事項は異なるものと考えます。他方、一般的には年齢を重ねるとともに身体の衰えが生じる場合が多いと考えられることに鑑みれば、社内手続きの設定に際しては、年齢が上がるごとに、段階的により慎重な勧誘による販売を行う必要があると考えます。

具体的には、目安として 75 歳以上と 80 歳以上の 2 つの年齢を基準として、より慎重な勧誘による販売を行うための手続きを設ける必要があると考えます。詳しくは、本ガイドラインの「3. 高齢顧客への勧誘による販売商品」以降の考え方を参考としてください。

なお、例えば、会社経営者、役員等である高齢顧客について、支店長等の役席者が頻繁に接し、顧客属性や投資意向を十分に把握している場合においては、担当役員等の承認を得て、本ガイドラインの対象外とすることも可能と考えます（ただし、この場合でも、当該高齢顧客が過去に投資経験のない商品の買付けであったり、従来の投資金額に比して急に金額が大きくなったりするような買付けを行おうとする場合には、支店長等の役席者が、必要に応じ顧客の投資意向を再度確認するなど、慎重な対応を行う必要があると考えます。）。

3. 高齢顧客への勧誘による販売商品

Q 1：社内規則において、高齢顧客への勧誘による販売が可能な商品を限定する必要があるですか。また、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がありますか。

A：高齢顧客といっても、過去の投資経験や資産状況等は様々ですが、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、換金性が乏しい商品が高齢顧客に勧誘により販売する際には留意が必要であると考えます。

したがって、適合性の原則に基づいて、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いうえで、それ以外の商品（以下、本ガイドラインにおいて「勧誘留意商品」という。）について勧誘を行う場合には、役席者の事前承認を得る等、所定の手続きや条件を定めて慎重に対応する必要があると考えます。

なお、本ガイドラインでいう「勧誘」とは、「個別商品の買付けに関する説明」というものとします。

勧誘を伴わず、高齢顧客が勧誘留意商品を自ら選択し、銘柄及び数量を指定して購入を希望する場合には、本ガイドラインに基づく手続きや条件の対象と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、具体的な勧誘留意商品を示して説明するこ

資料 2－3

とは勧誘に該当すると考えられますので、所定の手続きや条件に従って対応する必要があることに留意する必要があります。

Q 2：所定の手続きや条件にかかわらず、高齢顧客への勧誘による販売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、換金性が高いことなどに該当する商品が考えられます。例えば、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（換金性が高いものに限る。）
- ② 普通社債（いわゆる S B）
- 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 知名度や流動性が高い通貨建て（平成 25 年 9 月現在、米ドル、ユーロ、オーストラリアドルが該当すると考える。）の①②③に相当する債券及び投資信託

また、上場株式、E T F・E T N、R E I T（以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。）については、価格変動リスクが比較的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の価格変動に合わせた取引ニーズも存在することなどから、一律に勧誘を制限することには馴染まないと考えられます。

また、値動きが日経 225 や T O P I X の変動率に一致するように設計された投資信託についても、当該指標が広く知られており、価格変動についての情報も得やすい商品であることから、同様と考えられます。

したがって、これらの商品（あくまでも一例であり、各社において、上記のうち、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等もあり得ると考えられる。）については、本ガイドラインで示す勧誘留意商品の対象とする必要はないと考えます。

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による販売に関する所定の手続きや条件の対象となる商品とすることを妨げません。その場合は、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。

Q 3：高齢顧客には勧誘留意商品の勧誘を一切行ってはいけないのですか。役席者が事前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事前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、勧誘留意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、高齢者は健康状態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勧誘留意商品の勧誘を行う場合には、あらかじめ役席者の事前承認を得ることが有効であると考えます。

役席者の事前承認は、勧誘の都度、勧誘しようと考えている商品に照らして、高齢顧客の健康状態や理解度等を確認したうえで行う必要があると考えます。

役席者は、事前承認に当たって、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（あわせて面談等という。）での会話により、勧誘の適正性を判断すべきと考えます。面談等を行う時に確認すべき事項は、例えば次のようなことが考えられます。

- ・健康状態に問題はないか
- ・会話がかみ合うか
- ・理解力に問題はないか（金融商品に関する理解度）
- ・投資意向はどうか 等

なお、上記の確認を怠ったり、面談が可能であるにもかかわらず、挨拶だけにとどまり、安易に短い電話だけで済ませてしまったりすることがないように留意することが必要です。

面談等の内容については、記録・保存し、必要に応じてモニタリングに活用する等してください。記録については、必ずしも媒体や様式等を新たに定める必要はなく、例えば、電話に録音機能がある場合は当該録音をもって記録に代えることができると考えます。

面談の実施方法については、取引の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して、健康状態や投資意向等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。

なお、本ガイドラインにおいて、事前承認を行う役席者とは、経験、見識に照らし、自社で定める一定の役職以上の者を指し、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）において実質的に承認権限を有する者であればよいと考えます。また、事前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。

役席者自身が高齢顧客を担当している場合は、原則として、例えば当該役席者より上位の別の役席者が事前承認を行うことが望ましいと考えられますが、職務経験等に照らして自社が適正と認めた一定の役職以上の役席者については、自らが担当する高齢顧客に対して勧誘を行うことについて自らが判断（事前承認）することも認められると考えます。

Q 4：役席者の事前承認以外に設定すべき手続きはありますか。また、それほどのような高齢顧客に適用すべきでしょうか。

A：高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行おうとする場合には、Q 3のとおり、役席者による事前承認が必要と考えます。また、高齢者は、一般的に年齢が上がるにつれて、記憶力や理解力等が低下する傾向があると考えられますので、役席者の事前承認以外に、勧誘当日の受注の制限や、役席者による受注、担当営業員（買付けに関する説明を行った者）以外の者による約定後の連絡、当該高齢顧客の取引に関するモニタリング等を行うことが考えられます。

これらの手続きは、目安として 80 歳以上の顧客を対象に含むようにしてください。なお、役席者の事前承認に関するモニタリングについては、目安として 75 歳以上の顧客も対象に含むようにしてください。詳しくは「4. 勧誘を行う場所、方法」から「6. モニタリング」を参照してください。

4. 勧誘を行う場所、方法

Q 1：外交先で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。

A：録音機能がある電話での勧誘や、複数の者で同時に対応が可能な店頭での勧誘とは異なり、外交先で行う勧誘は説明内容や顧客の反応等の応接記録が残りにくいものです。このことが後日「言った。」「言わない。」等のトラブルの原因となるおそれもあります。そのため、外交時の高齢顧客やその家族との会話を記録・保存しておく必要があると考えます。例えば、高齢顧客等の了解を得て、ICレコーダー等に会話を録音することや、帰社後に主な会話内容や高齢顧客等の様子を記録・保存しておくことなどが考えられます。

また、説明を受けているときには理解しているつもりだったが、翌日になると覚えていない又は商品性等が分からないということが生じることもあるようです。そこで、訪問による勧誘の場合（あらかじめ役席者の事前承認を得ているものとする。この項のQ 2、Q 3とも同じ。）は、原則としてその日に受注を行わず、翌日以降に電話、外交又は店頭により受注することが望ましいと考えます。

この場合、受注は前日以前に勧誘を行った担当営業員ではなく、役席者が行う必要があると考えます。これは、外交先での勧誘時には商品性やリスクを十分に理解しているように思えた高齢顧客が、翌日になると勧誘内容を覚えていないということがないか、商品性等が理解されているかなど、説明内容を十分に理解したうえでの買付けであることの確認が必要であると考えからです。

なお、前日以前に勧誘を行った担当営業員が当該高齢顧客に直接電話をかけてはいけないということではありません。高齢顧客が 1 日検討した結果、追加で質問や相談したいこともあると考えられますので、まず担当営業員が電話をかけ、質問に回答するなどした後、受注時に役席者に電話を代わって、当該役

資料 2－3

席者が注文内容の確認を行う等の対応をしてもよいと考えます。

役席者が高齢顧客に直接電話をかける場合は、高齢顧客から不審に思われたりすることがないように、前日以前に勧誘を行う担当営業員が「お取引の内容について、明日以降改めて当社の〇〇という者が電話で確認させていただきますので、よろしくお願いいたします。」などと、事前に伝えておくことがよいと考えます。

役席者自身が高齢顧客を担当している場合は、翌日以降に行う受注は別の役席者（必ずしも前日以前に勧誘を行った役席者より上位にある者である必要はない。）が行えばよいと考えます。ただし、職務経験等に照らして自社が適正と認めた一定の職責以上の役席者に関しては、自らが担当する高齢顧客に対して勧誘を行い、翌日以降も自分で受注を行うことを認めてもよいと考えます。

翌日以降に電話で受注を行う場合の留意点はQ 2を、店頭で受注を行う場合の留意点はQ 3を参照してください。また、個別商品の買付けに関する説明を受けた高齢顧客が当日中の買付けを希望された場合の対応は、Q 6を参照してください。

上記のとおり、外交先で勧誘留意商品の勧誘を行う場合には、当日の受注を行わないとすることが望ましいと考えますが、高齢顧客の家族が同席し、一緒に説明をお聞きいただき、高齢顧客が勧誘留意商品の購入を希望する場合には、同席した家族から買付けに同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け入れることで、その場での受注を行ってもよいと考えます。

なお、高齢顧客との取引に関して家族の同席・同意を得る目的は、ご家族に高齢顧客の様子を見守っていただき、高齢顧客が当該商品について理解したうえで買付けを行う意向があることを確認していただくことにありますから、「家族」の定義についてはこの趣旨を勘案して各社において定めればよいと考えます。

Q 2：電話で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。

A：電話で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行う場合も、外交先での勧誘時と同じく、即日受注を行うことは望ましくないと考えます。また、対面（外交）とは異なり、一般的には電話での会話を高齢顧客とその家族と同時に行うことはできません。

したがって、電話で勧誘留意商品を勧誘する場合も翌日以降改めて電話を行い、前日以前行った勧誘内容が理解されているかについて確認してから受注することが考えられます。この場合、翌日以降の受注はQ 1と同じく役席者が行う必要があると考えます。また、電話での会話は高齢顧客の顔色や動作などを確認することができません。

資料 2－3

よって、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているのかについて確認するためには、「はい。いいえ。」という返事だけではなく、できる限り高齢顧客自身に話をしてもらうことが大切であると考えます。

さらに、勧誘時の会話内容を録音・保存し、事後にモニタリングを行ったり、後日勧誘の内容について高齢顧客やその家族から確認依頼があった場合に活用できるようにしておくことが望ましいと考えます。

したがって、会社の固定電話や携帯電話に録音機能がある場合は、その機能を利用し、担当営業員個人の携帯電話等での勧誘や受注を原則として禁止するなど社内規則に定めることが有効であると考えます。

録音機能がない会社の電話による勧誘の場合も、前日以前に勧誘を行った担当営業員はその場では受注を行わず、翌日以降に役席者が当該高齢顧客から受注を行うことが考えられます。その理由や留意点等はQ 1を参照してください。

なお、録音機能のない会社の電話による勧誘や受注を行う場合は、担当営業員及び役席者は高齢顧客との会話日時や主な会話内容、注文内容などを記録する必要があると考えます。

記録の方法や、どの程度の内容を記録するかについては、各社の業態や規模、システム等のインフラの状況等に応じて事後的なモニタリング及び会話内容の確認に必要な範囲において定めればよいと考えます。

Q 3：店頭で高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行うためのルールは、どのようなものが考えられますか。

A：投資や相談のために来店された高齢顧客が家族と同伴される場合は、Q 1の外交時の勧誘の場合と同様に、同伴した家族から買付けに同意する旨を「買付指示書」に署名していただいた後、高齢顧客から「買付指示書」を受け取り受注する方法が考えられます。この場合、担当営業員が一人で受注してもよいと考えます。

しかし、常に家族の同伴があるとは限りません。その場合は、担当営業員が一人で対応するのではなく、役席者が同席し、担当営業員の勧誘内容を高齢顧客が十分に理解しているかについて確認することが考えられます。

このとき、役席者自身が積極的な勧誘（説明）者になってしまっただけでは同席の意味がありませんので留意してください。

その場で、高齢顧客が勧誘した勧誘留意商品の購入を希望する場合には、高齢顧客が自署した「買付指示書」を受け入れておけばよいと考えます。

なお、Q 1のとおり、高齢顧客やその家族又は役席者との会話を録音することや、主な会話や高齢顧客の様子を記録・保存しておくことが考えられます。

一方、家族が同伴されず、かつ役席者が同席できない場合は、その場では勧誘のみにとどめ、翌日以降に電話等で受注することが考えられます。その場合は、Q 2に準じた対応を行ってください。

資料 2－3

また、役席者の事前承認を受けていない高齢顧客が予約なくお一人で来店され、役席者が在席していない状況において、当該高齢顧客から勧誘留意商品の買付けに関する説明を求められた場合には、要請を受けた範囲での勧誘を行ってよいと考えます。この場合、役席者の帰席後に当該状況について報告し、今後の対応について相談を行ってください。Q 5 も参照してください。

Q 4：インターネット取引についても高齢顧客の取引に関する規則を定める必要はありますか。

A：インターネット取引は顧客自身が I D やパスワードを入力してログインするとともに、銘柄、数量及び金額を入力して行うものですから、投資勧誘規則第 5 条の 3 に規定する「勧誘による販売」に該当する行為がなされない限り、同条の適用対象にはならないと考えます。

Q 5：小規模の営業所で役席者が常駐していない場合や、高齢顧客から注文を受けた場合に役席者が不在だった場合は、どのように対応すればよいですか。

A：Q 1、Q 2、Q 3 のとおり、家族の同席ができない場合、担当営業員が一人で受注するのではなく、役席者が高齢顧客の商品内容についての理解力を確認のうえで受注することが必要であると考えます。しかし、役席者の人数は限られており、常に在席しているとは限りません。その場合、高齢顧客を長時間待たせることは望ましいとは言えません。

そこで、小規模の営業所等で生じ得る様々な状況を想定し、高齢顧客との取引を適正かつ円滑に受注できるようにしておくことが重要であると考えます。

例えば、課、グループ等のセクションごとに受注する役席者を定める際に、不在時の代行役席者の順位を定めておくことや、営業所内に役席者が常駐していない場合や代行すべき役席者がいない場合には、近隣の営業所や本社・本部組織の役席者が受注できる社内規定を定めておくことなどが考えられます。

しかし、役席者の役割は、高齢顧客が当該商品について十分に理解していること等について確認したうえで受注することにありますから、役席者が不在であるからといって、役席者でない者が受注を代行することは適正とは考えられません。

また、当然のことですが、受注行為は外務行為に該当するので、外務員登録を行っていない者が受注を行ってははいけません。

Q 6：外交、電話、店頭それぞれのケースで、高齢顧客が勧誘留意商品の勧誘を受けた後、当日中に買付けを行いたいと希望された場合はどのように対応したらよいですか。

A：高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行った場合は、原則として翌日以降に受注

することが適当と考えます。

しかし、一律の対応によりトラブルになる可能性があることを考慮し、過去に同種の商品への投資経験がある等、当該高齢顧客が商品内容を十分に理解しており、当日の買付けを要請するやむを得ない事情がある場合については、上記の手続きの例外として認めることができる場合もあると考えます。

ただし、例外となるケースを幅広に設定してしまい、高齢顧客への勧誘による販売に関する社内規則を定めた趣旨が満たされなくなるようなことはあってはいけません。

例外として認めることができるケースとしては、例えば次のようなものが考えられますが、各社において自社の業態、規模、顧客分布等に照らして適切な設定を行ってください。

なお、いずれのケースも、役席者の事前承認を得ていること、かつ、担当営業員において高齢顧客の健康状態や商品への理解について問題がないことを確認している場合に限られることに留意してください。

また、次のケースの場合でも、当該高齢顧客が過去に投資経験のない商品の買付けであったり、従来の投資金額に比して急に金額が大きくなったりするような買付けを行おうとする場合には、即日受注の妥当性について、役席者と相談し、必要に応じ役席者が顧客の投資意向を確認するなど、慎重な対応を行う必要があると考えます。

＜即日受注を例外として認めることができると考えられるケース＞

- ・勧誘留意商品の勧誘に当たり、翌日以降の買付けを提案したところ、顧客が商品内容を十分理解しており、かつ、当日の買付けを要請することにやむを得ない事情がある場合（例えば、翌日から旅行等で不在となる場合、保有している商品と同一の商品を追加買付けする場合、保有商品が償還となり、いわゆるロールオーバー（一時的に同一通貨建てのMMFに入金する場合を含む。）をする場合等）

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。この連絡は内部管理責任者やその他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。

資料 2－3

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話内容を録音・記録・保存しておくことが考えられます。

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（「買うとは言っていない。」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。

Q 2：役席者が受注を行う場合は、約定後の連絡も同一の役席者が行ってもよいですか。よい場合は、受注と約定後の連絡を同じ電話において行ってもよいですか。

A：約定後の連絡を行う者は担当営業員以外の者であればかまいませんので、受注を行った役席者でも問題がないと考えます。

ただし、高齢者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、電話受注の場合でも、一度電話を置き、時間を空けた後、再度電話にて約定後の連絡を行う必要があると考えます。

6. モニタリング

Q 1：高齢顧客への勧誘による販売について、モニタリングは必要ですか。必要な場合、どのようなことをすればよいのですか。

A：高齢顧客に関して定めた社内規則が適切に運用されているかについて確認することが大切です。また、形式的な確認にとどまらず、会話の内容や高齢顧客の反応を確認することにより、営業姿勢の見直しやトラブルの未然防止につながる効果も期待できると考えます。

モニタリングは、①取引が所定の承認・約定プロセスに則って行われているか、②適合性や合理性の観点から不適切な取引はないかを主な点検項目として、各社の業態や規模等の実情に合わせて設定、実施することが考えられます。

具体的には、取引内容の確認、通話録音の再生、応接記録の参照、受け入れた「買付指示書」等の確認等が考えられます。また、内部管理責任者やその他役席者等が高齢顧客にヒアリングすることも有効な方法であると考えられます。具体的な方法はQ 2～Q 4を参照してください。

Q 2：取引内容の確認とは、どのようなことをすればよいのですか。

A：高齢顧客との取引について、例えば約定日ごとの取引内容をモニタリングすることは重要です。当該高齢顧客との過去の取引の頻度、金額、商品、預り資

資料 2－3

産等に照らし、突然高額取引を行っていたり、わずかな期間に売買を繰り返したりしているケースなど疑問を感じる取引がないかを点検し、必要に応じて通話録音や受注記録等（以下「通話録音等」という。）を確認することにより、高齢顧客に何か重大な変化が生じていないか、合理性のある取引か、強引な勧誘を行っていないか等を検証することができるものと考えます。また、ある時点における取引を見るだけでなく、時系列で見たときに合理性のある取引であるかとの観点から検証することも大切です。

Q 3：社内規則の遵守状況の確認は高齢顧客の取引すべてについて行う必要がありますか。

A：担当営業員が適切な勧誘を行っているかについては、高齢顧客が行う勧誘留意商品の取引すべてについて通話録音等の確認を行うことが望ましいと考えます。しかし、現実にはすべての通話録音等を確認することは困難な場合もあると思われます。そこで、通話録音等のモニタリングは検証すべき対象となる顧客や取引を取引内容の確認結果や顧客属性等、一定の基準を定めて抽出したうえで行うことが考えられます。例えば、次のような取引の中から抽出することが考えられます。

- ①高額な取引や特に複雑な商品の取引
- ②特に年齢の高い顧客の取引
- ③取引頻度の高い取引等

なお、上記に該当する取引だけを確認するのではなく、一部は無作為に高齢顧客をサンプル抽出するなどして、一定期間内において、多くの担当営業員の取引が対象となるよう工夫することも有効であると考えます。

Q 4：通話録音等の保存義務はありますか。保存する場合、何年間保存すればよいですか。

A：通話録音等は担当営業員等が正しく社内規則を履行しているかの確認（モニタリング）の目的にとどまらず、後日高齢顧客やその家族から、取引当時の状況について質問等を受けた場合の確認資料として活用できるものと考えられますので、各社の実情に応じて十分な保存期間を定めておくことが望ましいと考えます。

以 上

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)の概要 (高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン)

資料3

- ・高齢化の進展
- ・苦情やあっせん事例の増加
(含む高齢顧客の家族からの申出)
- ・協会員における高齢顧客への対応、取組みにバラツキ



業界として目線を合わせた勧誘・販売 ルールの制定

高齢顧客の定義

- ◆ 75歳以上を目安として高齢顧客を定義
- ◆ 80歳以上を目安としてより慎重な勧誘による販売を行う必要がある顧客を定義

勧誘留意商品の選定

- ◆ 高齢顧客への勧誘に際し、「勧誘可能な商品」と「勧誘留意商品」※の範囲を選定
※「勧誘可能な商品」⇒役席者の事前承認なしに勧誘可能な商品
「勧誘留意商品」⇒「勧誘可能以外の商品」
- ◆ 勧誘可能商品の例
 - 価格変動が比較的小さく、複雑でなく、換金性が高い商品
国債、地方債、政府保証債 等
 - 周知性の高い商品
上場株式、日経225連動投資信託 等
- ◆ 勧誘留意商品の勧誘・販売は、役席者による事前承認のフローを規定

役席者による事前承認

- ◆ 75歳以上(目安)の高齢顧客に対する勧誘留意商品の勧誘にあたっては役席者による事前承認が必要
- ◆ 役席者は高齢顧客との面談等により、健康状態等を確認
- ◆ 面談等の内容を記録・保存

翌日以降の受注

- ◆ 80歳以上(目安)の高齢顧客には勧誘の翌日以降の受注を原則とする
- ◆ 受注は担当営業員とは別の役席者が行う
- ◆ 即日受注が可能なケースもあり
(例)
 - ・ 勧誘時に家族が同席し、同席した家族が、高齢顧客の商品に対する理解度や買付け意向を確認できる場合
 - ・ 顧客が商品内容を十分理解し、かつ、当日買付けを要請することにやむを得ない事情がある場合
(翌日旅行等で不在になる場合等)

約定後の連絡

- ◆ 80歳以上(目安)の高齢顧客には約定後に約定結果を連絡
- ◆ 約定後の連絡は、担当営業員とは別の者が行う
- ◆ 約定後の連絡は、受注から時間をおいて行う

モニタリング

- ◆ 高齢顧客に関する社内規則の遵守状況についてモニタリングを行う
(主な点検項目)
 - ・ 取引が所定の承認・取引プロセスに則って行われているか
 - ・ 適合性や合理性の観点から不適切な取引はないか