

複雑な仕組債等の販売勧誘に係る「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」等の一部改正(案)に関するパブリックコメントの募集について

2023年2月15日日本証券業協会

# 1. 検討の経緯



	投資勧誘WG	広告WG	金融庁	備考
2022/5	5/9 第63回会合  ● 注意喚起文書発出の検討  ● 現行ガイドライン等の見直しの必要性を検討することについて合意  5/20 合理的根拠適合性審査アンケート		5/27 <b>資産運用業高度化プログレスレポート</b> 公表 ● EB債の購入意義について指摘 ● 実質コストを開示する等、顧客向けの情 報提供の充実が望ましい	
2022/6	6/13 注意喚起文書		6/22 市場制度WG中間整理公表  ● コスト開示等の観点で商品説明が不十分 6/30 モニタリング結果公表  ● 商品性と販売体制の双方に課題	
2022/7	7/15 第65回会合 <ul><li>● 各種ガイドライン改定の検討</li><li>● 仕組債に係るリスクの過小評価への検討</li></ul>			当面の主要課題
2022/8		8/4 第42回会合  ● 広告等指針の改正検討の合意  意見照会  8/25 第43回会合  ● 意見照会結果を受けた対応の 方向性について合意	8/2 <b>証券モニタリング基本方針</b> 公表 8/31 <b>金融行政方針</b> 公表 ● 経営陣において継続の可否を検討しているか ● 真の顧客ニーズを踏まえた販売となるのか検討しているかモニタリング	
2022/9	9/5 第66回会合 <ul><li>広告WGにおける検討状況報告</li><li>仕組債に関する課題と対応方針説明</li></ul>			自主規制企画分科会及 び自主規制会議で仕組債 に関する検討状況報告
2022/11	11/21 第67回会合 ● 夏以降の動向を踏まえた対応方針の整理			
2022/12	12/20 第68回会合 ● ガイドライン等改定案の検討		12/9 <b>顧客本位TF「中間報告」</b> 公表 ● 組成コストの開示につき制度面での対応	
2023/1	1/20 第69回会合 ● ガイドライン等改定案の検討			
2023/2	2/7 第70回会合  ● ガイドライン等改定案の検討  ガイドライン等の改定案とりまとめ	2/3 ガイドラインとの調整  ● 投資勧誘WGで検討した各種 ガイドラインを受けての最終案に ついて合意		
		:	lanan Securities Dealers Association All	Pights Posonyod 1

### 2. 仕組債に関する日証協のガイドライン等



### 仕組債に対する特別な自主規制規則の概要 (一般債に課されないが仕組債に課される規制)

### 合理的根拠適合性

協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第3項

当該協会員にとって新たな有価証券の販売を行うに当たっては、合理的根拠適合性(対象 顧客の存在、対象顧客の範囲、販売方法)について確認しなければならない。仕組債につい ては、より詳細な検証が求められている。

#### 勧誘開始基準

協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第5条の2

各社において販売ごとに定める勧誘開始基準に適合する顧客に限り、仕組債の勧誘を行うことができる。

#### 広告等の適正な表示

広告等の表示及び景品類の提供に関する規則第8条

協会員が行う広告等の表示に関し必要な事項を「広告等に関する指針」で定める。仕組債における広告等の留意事項を示している。

#### 注意喚起文書の交付

協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第6条の2

仕組債を販売しようとするときは、リスクに関する注意喚起等を明瞭かつ正確に表示した「注意 喚起文書」を交付するとともに、その内容について顧客に説明しなければならない。

#### 重要事項の説明

協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第4項

仕組債を販売しようとするときは、リスク、最悪シナリオを想定した想定損失額等の重要な事項 について、顧客に十分な説明を行うとともに、理解を得るよう努めなければならない。

#### 確認書の徴求

協会員の投資勧誘、顧客管理等 に関する規則第8条 仕組債を販売しようとするときは、顧客が上記「重要事項」等を理解し、当該顧客の判断と責任において買付けを行う旨の確認を得るため、当該顧客から確認書を徴求する。

- ※「合理的根拠適合性」、「勧誘開始基準」、「広告等の適正な表示」、「注意喚起文書の交付」、「重要事項の説明」については、それぞれの 考え方を示したガイドラインを作成している(次頁参照)。
- ※仕組債とは、店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債をいう。

## 2. 仕組債に関する日証協のガイドライン等



	関係ガイドライン	現ガイドラインで定めている主な事項	
合	理的根拠適合性ガイドライン (協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第3項の考え方)	・「新たな有価証券等」の考え方	
	新たな有価証券等の販売に当たっては特性やリスクを十分に把握し、適合する顧客が想定できないものは販売してはならないとする投資勧誘規則第3条第3項の考え方を示したガイドライン	・「事前検証」の方法・視点   ・「事前検証」の実施者 	
勧	誘開始基準ガイドライン (協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第5条の2の考え方)	・「勧誘開始基準」の「基準」に係る考え方	
	特定の有価証券等の販売の勧誘を行うに当たっては、それぞれ勧誘開始基準を定め、適合した者でなければ勧誘を行ってはならないとする投資勧誘規則第5条の2の考え方を示したガイドライン	・「勧誘開始基準」の対象取引・商品   ・「勧誘開始基準」の管理態勢・確認頻度等 	
広	告等に関する指針	・商品の仕組みをわかりやすく表示する ・初回利率を過度に強調しない	
	協会員の広告等に関する法定記載事項や留意事項を示すもの。債券全般の広告等に係る表示事項及び留意事項に加え、仕組債など個別銘柄の広告等に係る留意事項についても記載。	・元本の安全性について誤解を与える表示は 行わない等	
注	意喚起文書ガイドライン (協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第6条の2の考え方)	・注意喚起文書の参考様式	
	特定の有価証券等の販売に係る契約を締結しようとするときは、あらかじめ、顧客に注意喚起文書を交付しなければならないとする投資勧誘規則第6条の2の考え方を示したガイドライン	・注意喚起文書の交付タイミング等	
重	要事項説明ガイドライン(協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第4項の考え方)	・仕組債の重要事項	
	有価証券の売買その他の取引等においては重要な事項について顧客に十分な説明を行うとともに、理解を得るよう努めなければならないとする投資勧誘規則第3条第4項の考え方を示したガイドライン	・E Bの重要事項 ・最悪のシナリオを想定した想定損失額等	

### これまでの仕組債の販売勧誘に関連する協会員通知

店頭デリバティブ取引等に関する確認書(参考様式)

2020年12月:協会員通知「仕組債の販売勧誘に係る説明態勢等の留意事項について」

仕組債の販売勧誘に係る説明態勢等の留意事項の周知ともに、販売勧誘態勢や顧客対応の検証・見直しを指示。

2022年 3月:協会員通知「『重要情報シートに関するQ&A』の内容の追加等について(仕組債の『重要情報シート』)」

仕組債に係る重要情報シートの使用及び作成に当たっての考え方や留意点、具体的な記載例について取りまとめ周知。

2022年 6月:協会員通知「店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債の適切な販売勧誘について」

FINMACに寄せられる苦情相談等の状況に鑑み、複雑な仕組債の勧誘・販売における留意事項を取りまとめ、注意喚起。

・スキームについて説明を受け、理解した旨等

### 3. 仕組債をめぐる現状・課題



状況

#### ①販売状況の変化

- 地域金融機関での販売が増加するなど仕組債を取り扱う協会員のすそ野の広がり
- 公募・売出し形態の販売の 増加、仲介業者を通じた販 売・ネット取引による販売など 販売形態の多様化
- 外国株や複数銘柄を参照するなど、より複雑な商品性を有するものの増加

### ② FINMACに寄せられる 苦情相談の状況

- 顧客の投資経験・投資目 的に照らして販売が適切で はなかったとする顧客からの 申し出
- 早期償還により繰り返し仕 組債を購入することとなった 顧客からの申し出
- 複雑さ等から仕組債のリスク を過小評価していたと考えら れる顧客からの申し出

#### ③ 金融庁の動向

- 多くの公表物において問題 提起等
  - ▶ 証券モニタリング基本方針公表(2022/8/2)
  - ★金融行政方針公表 (2022/8/31)
  - ▶ 顧客本位タスクフォース中間報告(2022/12/9)

#### 4 マスコミの報道

- 販売対象となる顧客の適切 性に着目した指摘
- 早期償還という商品性に着 目した指摘
- 顧客の認識や理解に関する 指摘等

#### 課題

顧客本位の 業務運営の推進

#### 適切な顧客選別の 必要性

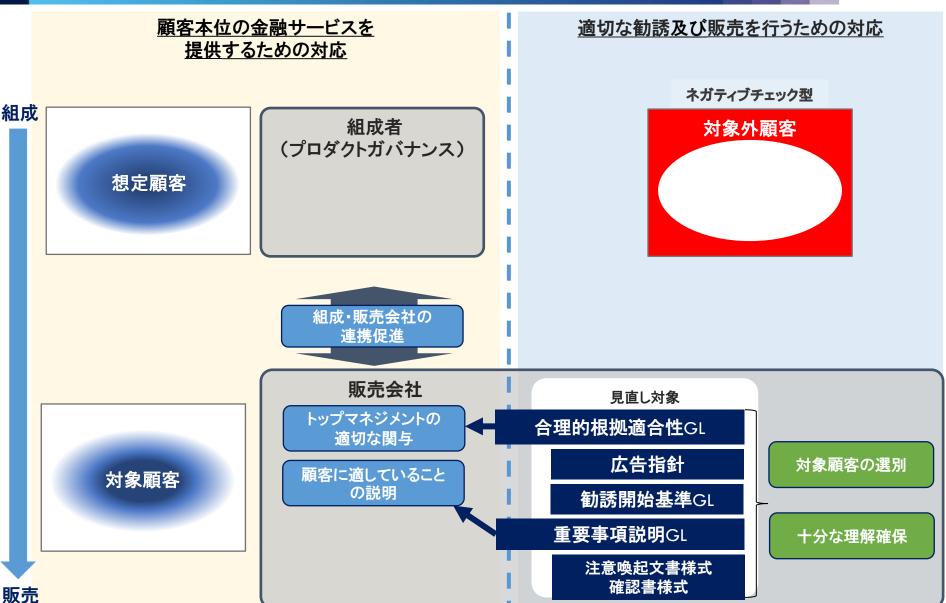
商品性・リスクに対する顧客の理解度向上

社内教育等の 拡充 販売形態等の 多様化への対応

- ▶ 適合性の原則を踏まえ適切な販売勧誘を実現していくためには、ルールベース(ガイドライン等)での更なる施策が必要となる
- ▶ 他方、顧客本位の業務運営はプリンシプルベースであり、真の顧客本位を追求するためには、ルールベースのガイドライン等だけで対応するのは困難
- 顧客本位の業務運営(プリンシプルベース)での対応と法令・自主規制(ルールベース)での対応を整理・組み合わせながら検討する必要がある

# 4. 仕組債の組成・販売勧誘の適正化に向けた対応イメージ





### 5. ガイドライン改正のポイント



#### 課題

顧客本位の 業務運営の推進

#### 適切な顧客選別 の必要性

#### GL改正対応

トップマネジメントの関与 (合理的根拠適合性GL)

- 複雑でリスクが高い商品については、トップマネジメントが合理的根拠 適合性の検証に適切に関与
- 販売対象顧客と購入顧客との乖離や苦情の状況等をトップマネジメントが把握し、必要に応じて検証態勢や販売勧誘態勢を見直し
- 仕組債が顧客に適している旨の説明 (重要事項説明GL)
- 販売対象顧客の属性、顧客の資金の性質、商品性等に照らして、 当該仕組債の購入が顧客に適している旨とその理由の説明

各社におけるベストプラクティスの追求

(合理的根拠適合性GL、勧誘 開始基準GL) • GLに記載の内容にとどまらず、顧客本位の業務運営の観点から、各社においてベストプラクティスを目指して創意工夫を行う必要がある旨を記載

勧誘開始基準の具体化 (勧誘開始基準GL)

- 勧誘対象に含まれない顧客(一定の投資経験のない顧客、安定 運用を目的としている顧客等)を具体的に例示
- 投資目的のみではなく、投資経験、顧客の理解力、リスク許容度等 その他の事項を総合的に勘案して基準を設定する旨を記載

- 販売商品の検証 (合理的根拠適合性GL)
- 自社で取り扱った仕組債のリスクリターンを分析した上で販売しようと する仕組債のリスクリターンの妥当性を検証するなど定量的かつ一貫 した方法で検証することを記載
- 仕組債の理論価格を入手し、販売価格との妥当性を検証するなど 定量的かつ合理的な方法で検証することを記載
- 適合する顧客の確認について、コンプライアンス部門の関与を必須とすることを記載

販売対象顧客の選定 (合理的根拠適合性GL)

- 販売対象顧客の選定の基準(想定顧客属性との整合性、リスク許容度、参照指標の見通しをもつことができる投資経験や知見等)を 具体的に例示
- 販売対象顧客に適合しないことが明らかな顧客に対しては勧誘を行わないことを記載

### 5. ガイドライン改正のポイント



Е	::	в	3
ā	末	Π.	Ħ

#### GL改正対応

(重要事項説明GL)

- 顧客に説明すべき重要事項(「複雑な仕組債」であること、ノックイン 条件、早期償還条件等)の追加
- 重要事項の理解を妨げるものとして、当該仕組債が高金利、高格付、政府保証付、確定利付であることを過度に強調することのないよう留意することを追加

商品性・リスクに対する 顧客の理解度向上 顧客の理解に資する 広告表示 (広告指針)

の説明事項

• 仕組債の商品説明書などの広告表示の具体的留意点(「複雑な 仕組債」である旨明示、ノックイン条件やノックアウト条件の分かりや すい表記等)の追加

注意喚起文書の交付頻度 の変更 (投資勧誘規則)

顧客の正しい理解のため

• 注意喚起文書の交付省略規定の見直し

注意喚起文書・確認書を 顧客の理解しやすい表示 に見直し (注意喚起文書・確認書参考

様式)

• 注意喚起文書・確認書の参考様式について、行動経済学の知見等も取り入れ、顧客の理解しやすい表示や形式的な確認を防ぐチェック方法になるよう見直し

社内教育等の拡充

役職員への周知・教育 (合理的根拠適合性GL) • 仕組債の商品性や販売方法等について社内周知にとどまらず、必要 に応じて営業員への研修を実施することを記載

• 営業員への研修内容について顧客による行動特性(リスクを過小評価/リターンを過大評価する傾向等)や自社に寄せられた仕組債に関する苦情の状況等を踏まえたプログラムとすることを記載

販売形態等の 多様化への対応 インターネット販売・仲介・ 顧客紹介を利用する場合 の留意点 (合理的根拠適合性GL)

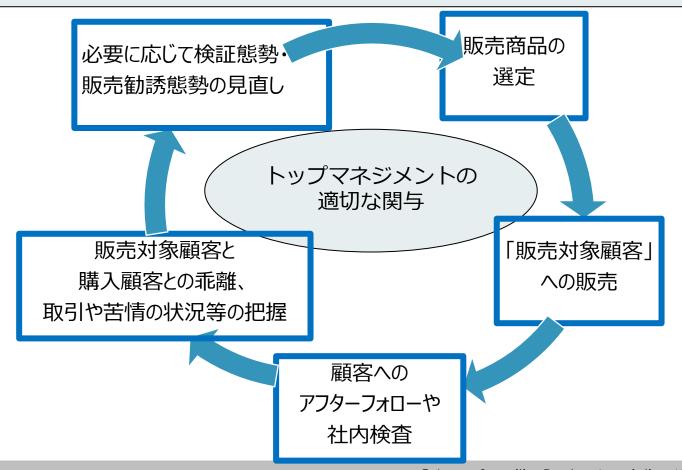
• インターネット販売・仲介・顧客紹介を利用する場合にも販売対象 顧客以外への販売が広がらないようにするための留意点を記載

## 【参考】 PDCAサイクルを通じた販売勧誘態勢の構築



### 合理的根拠適合性ガイドラインを踏まえた対応

- トップマネジメントが適切に関与し、販売勧誘態勢に係るPDCAサイクルの実効性を高め、より適切な販売勧誘態勢を構築。
- 各種ガイドラインは各社共通で遵守すべきプロセス等を定めているが、各社は自社の状況に応じて顧客本位の業務運営の実現を目指す必要がある。



### 【参考】販売対象顧客の適切な設定



重要事項説明GL

プリンシプルベースの対応

個別商品・個別顧客に 合わせた対応 4. 仕組債の購入が顧客

に適している旨の説明

以下の点に照らして当該

仕組債の購入が顧客に適

していると考えられる旨

販売対象顧客の属性

リスクとリターンや流 動性などの商品性

• 顧客が保有する金融資

• 顧客の資金の性質

産に占める割合

とその理由

#### 勧誘開始基準GL

ルールベースの対応 商品群ごとの対応

- <勧誘開始基準(例)>
- 保有金融資産: 〇円以上の顧客
- 年齢:○歳未満の顧客
- 投資経験: 〇〇の投資経験がある顧客
- 投資目的:〇〇の顧客

#### 以下の顧客は他の基準を満たして も対象外

- 一定の投資経験がない顧客
- 安定運用目的など損失発生の場 合にライフプランの実現が困難 になる顧客

### 対象外顧客

ネガティブチェック型

#### 合理的根拠適合性GL

プリンシプルベースの対応 個別商品・個別顧客に合わせた対応

#### 1.「商品群」ごとに勧誘開始基準を設定 2. 組成者が想定する顧客属性を受け取る 3. 販売対象顧客を設定

#### <想定顧客属性(例)>

絞り込み

- (1) 高い利回りを得るため、高いリスクを許容する
- ② リスク性商品への投資に充てるための余裕資 産を十分に保有する顧客
- ③ 満期(〇年)まで本商品を保有できる顧客
- ④ 適切な知識や投資経験を有する顧客
- (5) 長期の安定的な資産形成を目的としていない

(日証協重要情報シートQ&Aより)

想定顧客

属性

販売対象

顧客

#### <販売対象顧客>

設定

- 想定顧客属性と整合的
- リスク・リターンに即した投資 目的•投資意向
- 保有金融資産のうち、リスク性 金融資産の割合が〇割未満
- ・ デリバティブ取引に類するとい う商品性やリスクとリターンを 理解できる投資経験や知見・知

販売対象顧客に明らかに該当し ない場合は勧誘対象に含めない

勧誘実施

実際の 販売顧客

以下の基準により販売対象顧客を

- 保有金融資産が一定金額以上

参照指標の動向について見通し をもつことができる投資経験や 知見 知識

# 【参考】顧客の適切な理解に向けた措置



		JSDA
販売勧	動誘時の流れ	関係ガイドライン等の主な改正点
注意の交	喚起文書 付	【投資勧誘規則第6条の2 (交付省略の対象外とする)】 ・ 販売の都度、注意喚起文書を交付  【注意喚起文書参考様式 (内容の追加)】 ・ 大きな損失が発生する可能性がある旨 ・ 不明な点や理解できない内容がある場合には、再度説明を求めることあるいは勧誘の中止を求めることも検討すべき旨
説明	用資料等	【広告等に関する指針(広告等作成に係る留意点の追加)】  ・ 銘柄の前に「複雑な仕組債」  ・ 名称の付近にリスク特性を表示する  ・ 仕組債への投資が向かない顧客の属性を表示  ・ ノックイン条件及びノックアウト条件に関する留意事項  ・ 金利の表示方法、発行体の格付、保証者に関する留意事項
重要	事項説明	【重要事項説明 G L (説明すべき重要事項の追加)】  「複雑な仕組債」である旨  投資が向かない顧客の属性及び資金の性質  ノックイン条件及びノックアウト条件  ノックイン及びノックアウトが生じた場合と生じなかった場合の違い  早期償還後に再度勧誘する場合も説明を簡略化しない旨  重要事項の理解を妨げるような説明(高金利、高格付、保証付、確定利付等)をしない旨  説明の際に顧客が正しくリスクを理解していることに不安が残る場合には、勧誘を継続すべきか慎重に検討すべき旨
確認	書の徴求	【確認書参考様式(行動経済学の知見等も取り入れた参考様式の改訂)】  ・「はい・いいえ」の選択方式  ・「いいえ」を選択するべき設問  ・ 最悪シナリオを想定した損失額の割合等について、確認書上に具体的な割合等を顧客が記載  ・ 重要事項 G L の改正内容を踏まえ確認書の確認事項を改正



#### 【合理的根拠適合性とは】

- ✓ 販売しようとする有価証券等が少なくとも一定の顧客にとって投資対象としての合理性を有するものであることを求める考え方
  - ⇒新たな有価証券等を顧客に販売する場合にあっては、当該有価証券等が少なくとも一定の顧客にとって投資対象としての合理性を有するものであることを事前に検証し、合理的な根拠に基づき当該有価証券等に適合する顧客が想定できないものは、販売してはならない

#### 1. 合理的根拠適合性の検証を行う者

#### <u>(1)経営陣の関与</u>

- 複雑な仕組債等を始めとする複雑でリスクが高い商品については、経営陣(代表取締役又は代表執行役)が適切に関与することが必要
- 例えば、複雑でリスクが高い商品の自社の収益に占める割合が一定以上の場合や経営戦略(方針)の変更により複雑でリスクが高い商品の取扱いを開始・拡大する場合には、経営陣が検証結果を確認する等、検証プロセスに直接関与

#### (2) 合理的根拠適合性の検証を行う部署

- 商品部門やトレーディング部門がリスク等を確認
- 適合する顧客の確認は、セールスマネージメント部門及びリーガル部門やコンプライアンス部門が加わって行う ことが望ましい
- ただし、複雑な仕組債等に適合する顧客の確認に関しては、少なくともコンプライアンス部門が関与する必要

#### (3) 商品供給元業者等との連携

当該有価証券等のリスク等の正確な確認や当該有価証券等に適合する顧客として想定される対象顧客の範囲 について、当該有価証券等の商品供給元業者等に確認することが必要



#### 2. 合理的根拠適合性の検証のプロセス

- (1)検証が必要な「新たな有価証券等」の判断
- 複雑な仕組債等の場合には、新たに販売しようとする複雑な仕組債等が既に検証済みの複雑な仕組債等とは スキーム(仕組債等のタイプ、参照する金融指標の別など)が異なるときや、スキームが同様であっても、参照 指標に係る市況やノックインレベル等の各種条件が異なることによりリスク特性に重大な変化が生じるときには 、「新たな有価証券等」として検証
- 検証済みの有価証券等のリスク等に重大な変化があったと考えられる場合には、必要に応じて、当該有価証券 等を再検証

#### (2)有価証券等の特性やリスクの検証

- ① リスクの種類と大きさの検証
- 顧客の被るリスクとして、どのようなものがあり、そのリスクがどのような際に生じるのか、また、その大きさは顧客にとって合理的なものであるか等を検証
- 特に複雑な仕組を有するものについては、価格変動リスク、信用リスク、流動性リスク等について各種のシミュレーションや比較・分析を行う等して慎重に検証する
- 複雑な仕組債等については、社内の検証プロセス及び検証責任者を明確にし、自社がこれまで取り扱った仕組債のリスクとリターンを分析した上で、新たに販売しようとする仕組債のリスクとリターンの妥当性を検証するなど、定量的かつ一貫した方法で検証

#### ② 費用とパフォーマンスの検証

- 顧客が支払うこととなる費用について、商品特性や取引慣行等に照らして検証
- 複雑な仕組債等については、組成会社又は自社組成部門等から理論価格を入手し、販売価格との差額の 妥当性を検証するなど定量的かつ合理的な方法で検証
- 顧客が得られるパフォーマンスについて、商品特性等に比して合理的なものであるかを検証



#### 2. 合理的根拠適合性の検証のプロセス(つづき)

- (3)一定の顧客にとって合理性を有することの検証
- ① 販売対象顧客の検証
- 上記(2)の検証結果を踏まえ、販売対象となるべき顧客の有無及び範囲を検証
- 複雑な仕組債等については、組成者における想定顧客属性を商品供給元業者等に確認したうえで、自社の顧客に照らし、当該複雑な仕組債等に適合する顧客が想定されるかを十分に検証する必要
- 複雑な仕組債等に関しては、少なくとも、例えば、想定顧客属性と整合的か、最大想定損失額を踏まえた損失を 許容できるか、店頭デリバティブ取引に類するという商品性やリスクとリターンを理解できるか、参照指標の動向 について見通しをもつことができるか等の観点から、顧客属性や金融資産の状況、投資経験、リスク許容度等 を勘案して、少なくとも以下のような基準により自社における販売対象となる顧客の有無及び範囲を検証
  - ✓ 想定顧客属性と整合的な顧客
  - ✓ リスクとリターンに即した投資目的・投資意向を有している顧客
  - ✓ 保有金融資産の額が一定金額以上の顧客
  - ✓ 保有金融資産のうち、リスク性金融資産の割合が●割未満の顧客
  - ✓ デリバティブ取引に類するという商品性やリスクとリターンを理解できる投資経験や知見・知識を 有する顧客
  - ✓ 参照指標の動向について見通しをもつことができる投資経験や知見・知識を有する顧客
- ② 勧誘・販売に係る制限の検討
- 販売する有価証券等について、法令・規則とは別に制限を付す必要があると判断した場合、当該制限の内容に ついて検討



#### 2. 合理的根拠適合性の検証のプロセス(つづき)

#### (4)販売方法の確認

- 上記(2)、(3)の検証結果、及び、販売は公募とするのか、私募又は私売出しとするのか等を踏まえ、販売チャネル(インターネット販売を行うかを含む。) や必要となる販売用資料(目論見書、契約締結前交付書面、広告等) の適切性について確認
- 「販売対象顧客」に適合しないことが明らかな顧客に対しては勧誘を行わない

#### 3. 社内教育等

#### (1)検証結果等の社内周知

当該有価証券等の商品性やリスク特性を含む検証の結果、販売対象と想定した顧客の範囲や妥当と考える販売方法について、社内に明確に伝達

#### <u>(2)営業員への研修</u>

- 必要に応じ、社内等への周知に留まらず、営業員(仲介の委託先の社員等を含む。)への研修等を実施
- 特に複雑な仕組債等については、商品自体のリスクや商品性だけでなく、当該複雑な仕組債等の勧誘を受ける 顧客による行動特性(リスクを過小評価/リターンを過大評価する傾向等)や自社に寄せられた仕組債に関す る苦情の状況等を踏まえた研修プログラムも有効
- また、必要に応じて研修内容に関するテストを行い、営業員の理解度を確認

#### 4. 事後の確認・見直し

- 複雑な仕組債等を始めとする複雑でリスクの高い商品を取り扱う協会員においては、経営陣は、販売対象顧客 と購入顧客との乖離、当該商品に係る取引や苦情の状況等について定期的に把握し、必要に応じて合理的根 拠適合性の検証結果を確認、検証態勢の見直しを行う必要
- 特に、当該販売対象顧客と購入顧客との乖離が数多くみられる場合には、当該乖離を解消するよう、合理的根拠適合性に係る見直しのみならず、販売勧誘態勢に係る見直しについても販売方法(対面・ネット等)に応じて検討



#### 5. 販売形態等に応じた対応

#### (1)金融商品仲介業者等との連携

- 金融商品仲介(銀行仲介を含む。)や金融サービス仲介による販売の委託元となる協会員は、販売対象顧客を 始め合理的根拠適合性の検証結果について、仲介の委託先に共有し、自社の想定する販売対象顧客以外へ の販売が広がらないよう、十分に留意
- 必要に応じて、仲介の委託先の社員等に研修等を実施
- <u>仲介の委託先に共有した販売対象顧客と、実際に購入した顧客の属性に乖離が生じていないかを定期的に検証し、乖離が生じている場合には、必要に応じて委託先との間で勧誘態勢等の見直しについて協議</u>

#### (2)顧客紹介元業者等との連携

- 関係会社等から顧客紹介を受けて金融商品の提供を行うビジネスモデルを採用する協会員においては、当該 関係会社等の役職員が個別商品の示唆や説明など顧客紹介行為の範囲を超えて顧客紹介がなされることな いよう当該関係会社等と連携する必要
- 紹介先協会員において複雑な仕組債等が顧客に案内されることが想定される場合には、自社における当該商品の販売対象顧客の考え方について顧客紹介元となる当該関係会社等に共有するなど、販売対象顧客に合った顧客紹介が行われるよう配慮

#### (3)インターネットによる販売

- <u>インターネットによる販売においても、特に複雑な仕組債等については、検証した販売対象顧客の範囲に沿った</u>販売がされるよう、画面上での顧客の意思表示の仕組みや表示等を工夫(※)する必要
  - ※例えば、顧客から確認書を徴求する際に、インターネット取引の画面を通じて当該複雑な仕組債等の販売 対象顧客の範囲をわかりやすく示したうえで、顧客自身が当該範囲に合致しているか否かについて意思表示 を行う仕組み等



#### 6. その他

- 合理的根拠適合性の検証や社内教育等のあり方について各協会員に共通すると考えられる「考え方」を示しているが、協会員においては、合理的根拠適合性の導入の背景・趣旨を鑑み、自社の顧客層や販売形態等を踏まえ、適切に"当該有価証券等の特性やリスクを十分に把握し、当該有価証券等に適合する顧客"を検証するよう努めることが必要
- 顧客本位の業務運営の徹底においては、特に店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債及び店頭デリバティ ブ取引に類する複雑な投資信託については、「考え方」で示された内容にとどまらず、顧客本位の良質なサービ スを提供するためのベスト・プラクティスを目指して、各協会員において主体的に創意工夫を発揮していくことが 必要

### 7.勧誘開始基準ガイドラインの概要



#### 【勧誘開始基準とは】

- ✓ 勧誘開始基準は、当該取引の勧誘を要請していない顧客の中で、訪問、電話、店頭において勧誘を行ってよい 範囲を予め定めておくもの
  - ⇒勧誘開始基準を満たさない顧客に対しては、結果として契約締結に至るかどうかに関わらず、勧誘を行うことは できない

#### 1. 勧誘開始基準の設定

- 一つ一つの商品ごとでなく、同様のリスク特性を有すると考えられる取引等を同じリスクグレード群として、そのグレード群ごとに基準を設けることも可
- 複雑な仕組債等については、銘柄ごとのスキームや設定されている各種条件(参照指標、ノックインレベル、早期償還水準等)の差異によるリスクの内容等を勘案して複数の勧誘開始基準を設けること等が考えられる
- 具体性を欠く基準やどのような顧客でも満たすこととなる基準では「勧誘開始基準」設定の趣旨に反するので、 実効性のある基準とするよう留意する必要

#### 2. 勧誘開始基準の要件

- (1)顧客の年齢・取引経験
- 年齢基準を設定する際は、一定の年齢基準だけをもって判断するのではなく、取引経験や財産の状況等も考慮した基準を設けることや、一定の年齢以上の顧客については顧客本人やご家族と面談して理解力等を確認することを条件とすることをもって「勧誘開始基準」とする方法も考えられる
- 取引経験については、過去に同様な取引を行っていることやデリバティブ取引の経験があるといった基準を設けることが考えられる
- ただし、過去に同様の取引の経験が無ければ勧誘禁止としなければならないということではなく、他の取引経験 も含め、顧客との面談などにより理解力等の確認を行うことを条件とすることも考えられる
- 複雑な仕組債等については、少なくとも、一定の投資経験がない顧客は、たとえ他の基準を満たしていたとして も、勧誘対象に含まれることのないように基準を設定

### 7. 勧誘開始基準ガイドラインの概要



#### 2. 勧誘開始基準の要件(つづき)

- (2)顧客の財産の状況
- 最低投資金額が高額となる商品や換金性が低い商品に係る取引については、金融資産額等について一定以 上の資力がある顧客を対象とすることが考えられる

#### (3)顧客の投資目的・投資方針

- 多くの場合「投資元本の安全性確保」を投資目的や投資方針としている顧客や「今後の生活資金による投資」 である場合などには不適合
- 複雑な仕組債等については、例えば退職金等により財産の状況の基準を満たしていたとしても、安定運用を目的としているなど大きな損失が発生した際には想定していた生活の維持又はライフプランの実現が困難となるような顧客が勧誘対象に含まれることのないように基準を設定する必要
- 投機目的の顧客であっても投資目的のみを基準として勧誘開始基準を設定することは適切ではなく、顧客の理解力やリスクの許容度等も考慮した基準を作成
- 複雑な仕組債等については、「投資者の年齢・取引経験」、「投資者の財産の状況」及びその他事項を総合的に 勘案し、勧誘開始基準を設定するよう留意

#### 3. 勧誘開始基準の確認体制

• 数値のみでは測れない項目については、営業担当者の主観のみで判断するのではなく、管理職者等が営業担当者に対し、顧客の近況についてヒヤリングを行う、場合によっては管理職者等が直接顧客と面談を行う等により、「勧誘開始基準」を満たしているかの確認や承認を行うことが考えられる

### 7. 勧誘開始基準ガイドラインの概要



#### 4. 顧客への販売に当たっての留意点

- <u>勧誘開始基準を満たしていても、当該顧客に当該商品の販売を行うことが適当であるか慎重な検討が必要なケ</u> <u>ースがある</u>
- 「販売対象顧客」は、勧誘開始基準に比べ、より具体的・より限定的な基準により設定するため、複雑な仕組債等については、勧誘開始基準に適合していることをもって、直ちに複雑な仕組債等の勧誘を行うことが適当であると判断するのではなく、「販売対象顧客」に適合しないことが明らかな顧客は勧誘対象として適切な顧客とは言えないことに留意する
- 販売に当たっては、重要事項説明ガイドラインにおいて「重要な事項」として示されている当該仕組債等の購入が顧客に適していると考えられる理由があるかを慎重に検討し、当該顧客への説明と確認を行ったうえで販売
- 当該顧客の投資判断の基礎となる、当該複雑な仕組債等の参照指標の動向についての当該顧客の見通し を確認
  - ※参考指標の動向の見通しが分からない顧客又は見通しを持ち合わせていない顧客は、販売対象として 適切な顧客とは言えないことに留意
- <u>勧誘開始基準を満たした顧客について、一定の投資ニーズ(例:「キャピタルゲインではなくクーポンを求めるニーズ」、「高い利回りを求めるニーズ」、「債券に投資したいというニーズ」)があること</u>だけをもって複雑な仕組債等の販売を行うことのないよう留意

#### 5. 金融商品仲介業者等を利用している場合の留意点

• 金融商品仲介(銀行仲介を含む。)や金融サービス仲介による販売の委託元となる協会員は、自社の「勧誘開始基準」を仲介の委託先に共有し、自社で勧誘可能な顧客以外への勧誘が広がらないよう、十分に留意する必要

### 7. 勧誘開始基準ガイドラインの概要



#### 6. その他

- <u>勧誘開始基準の説明や、基準の設定・運用のあり方について各協会員に共通すると考えられる「考え方」を示しているが、協会員においては、勧誘開始基準の導入の背景・趣旨を鑑み、自社の顧客層や販売形態等を踏まえ、商品のリスク特性や顧客の性質に応じた勧誘開始基準のもと、適切な勧誘が行われるよう努めることが必要</u>
- 顧客本位の業務運営の徹底においては、特に店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債及び店頭デリバティ ブ取引に類する複雑な投資信託については、「考え方」で示された内容にとどまらず、顧客本位の良質なサービ スを提供するためのベスト・プラクティスを目指して、各協会員において主体的に創意工夫を発揮していくことが 必要



#### 【重要事項の説明とは】

✓ 有価証券の売買等に関し、重要な事項について、顧客に十分な説明を行うとともに、理解を得るように努めなければならないとするもの

複雑な仕組債等の一定の商品については、説明すべき重要事項をガイドラインで示している

⇒営業員の一方的な説明でなく、顧客が理解できるような説明が求められている

#### 1. 複雑な仕組債の重要事項

- 契約締結前交付書面に記載されているリスク、手数料等の他、例えば次の事項を説明
  - ① 販売する商品が「複雑な仕組債」であること
  - ② <u>当該仕組債への投資が向かない顧客の属性及び資金の性質</u>
    ※投資が向かない顧客の属性及び資金の性質については、商品特性等に応じ、端的にわかりやすい
    内容となるよう留意。例えば、「投資初心者向けの商品ではありません」及び「長期の安定的な資産形成に適した商品ではありません」と説明することが考えられる
  - ③ 以下の点に照らして、当該仕組債の購入が顧客に適していると考えられる旨とその理由
    - ✓ 合理的根拠適合性ガイドラインに基づき検証した当該仕組債の販売対象顧客の属性
    - ✓ リスクとリターンや流動性などの商品性
    - ✓ 顧客の資金の性質
    - ✓ 顧客が保有する金融資産に占める割合(例えば、顧客が保有する金融資産(又は顧客の自社での 預り資産)に占める当該仕組債の割合、及び顧客が保有する金融資産(又は顧客の自社での預り 資産)に占める複雑な仕組債等の高リスク商品の割合)
    - ※③は、顧客ごとに個別性が高い内容であるため、必ずしも当該事項を記載した書面を交付する方法により説明する必要はない。インターネット取引において個別の顧客への勧誘を伴わない場合には、当該 仕組債の購入が自らに適していることを顧客自身が確認する方法とすることも考えられる。
  - ④ <u>ノックイン条項が付されている場合、ノックイン条件(参照指標が複数の場合、それぞれの指標に対する</u> ノックイン条件)及びノックインが生じた場合と生じなかった場合の償還損益及び償還方法の違い



#### 1. 複雑な仕組債の重要事項(つづき)

- 契約締結前交付書面に記載されているリスク、手数料等の他、例えば次の事項(つづき)
  - ⑤ 早期償還条項が設定されている場合、その旨、早期償還となる条件(ノックアウト条件、発行体によるコール条項等)及び早期償還した場合にはその後の金利が受け取れなくなり、同等の条件での投資ができるとは限らない旨
  - ⑥ <u>当該仕組債</u>の対象となる金融指標等の水準等(必要に応じてボラティリティの水準を含む。以下同じ。)に 関する最悪シナリオ(過去のストレス時のデータ等合理的な前提を踏まえたもの。以下同じ。)を想定した 想定損失額(試算額)
  - ⑦ <u>⑥で想定した</u>前提と異なる状況になった場合、更に損失額が拡大する可能性があること(どのような場合になるのかの説明を含む。)
  - ⑧ 中途売却する場合における売却額(試算額)の内容(金融指標等の水準等に関する最悪シナリオを想定した中途売却額(試算額)及び実際に中途売却する場合には、試算した売却額より下回る可能性がある旨を含む。)
  - ⑨ 勧誘した店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債に係る取引に応じなくとも、そのことを理由に今後の融資取引に何らかの影響を与えるものではない旨(顧客(個人を除く。)と融資取引を行っている場合に限る。)



#### 2. EBの商品性に係る説明事項

- 「1. 複雑な仕組債の重要事項」のほか、次の事項を説明
  - ※日経平均リンク債など株式市場の相場により償還条件が決まるものについても同様
    - (1)EBの商品内容
    - ✓ EBは、主に、対象銘柄に係るオプションを内包している商品であり、将来の対象銘柄の株価の動向によっては、債券というよりは対象銘柄を現物で購入するのと同様の経済効果を持つことについて十分な説明を行う必要
    - ✓ 当初価格(発行条件設定の基礎となった対象銘柄の価格又は当該価格に準ずるものとして各社において定める価格をいう。)、権利行使価格、利率、償還期限等について十分な説明を行う必要
    - ✓ 他社株への転換に係る事項(権利行使価格と勧誘時における対象銘柄の株価の水準(勧誘時の株価、前場の終値、前営業日の終値等をいう。以下同じ。)の乖離幅、ノックイン条項その他の権利行使に係る特約等)について十分な説明を行う必要
    - ✓ 投資判断時の対象銘柄の株価水準によってはEBに係る発行条件が当初価格の決定時点と比較して顧客にとって不利なものとなること及び当初価格と勧誘時における対象銘柄の株価の水準との乖離幅について 十分な説明を行う必要
    - (2)EBのリスク等
    - ✓ 株式で償還する場合、そのときの株価によっては実質的な償還金額が投資元本を下回るリスクがあること について十分な説明を行う必要
    - ✓ EBの投資効果について、将来の対象銘柄の株価の変動が与える影響についてグラフを利用するなどにより顧客が理解しやすいような方法で説明を行う必要
    - ✓ その際、EBは、対象銘柄を現物で購入する場合と同様に、対象銘柄の株価の下落に伴い損失も拡大する リスクがあることについて十分な説明を行う必要
    - (3)その他
    - ✓ 利息、償還差損益等に係る税務上の取扱い及び中途換金に関する事項等について説明を行う必要



#### 3. 複雑な仕組債の説明上の留意点

- <u>複雑な仕組債を販売する場合には、単に顧客に対して重要事項を説明するのではなく、説明の際に顧客が正し</u> くリスク等の説明内容を理解しているか確認し、顧客の理解に不安が残る場合には勧誘を継続すべきか慎重に 検討
- 重要事項の理解を妨げるものとして、当該仕組債が高金利、高格付、政府保証付、確定利付であることを過度に強調すること、ノックイン水準が低いこと等を理由にノックインが発生する可能性が低いことを過度に強調し、安心感を与えるような説明を行うこと又は早期償還後に再度勧誘する場合に説明を簡略化することのないよう留意

#### 4. 「最悪シナリオを想定した想定損失額(償還時)」の説明

- 「最悪シナリオを想定した想定損失額(償還時)」については、当該取引によりどの程度の損失が生じる可能性があるかを顧客に分かりやすく説明を行うことが必要
- 説明の方法は、次の2つの方法が考えられる。
  - ① ヒストリカルデータによる説明 参照する金融指標の過去の値動き(トラックレコード等)に照らした場合にどのくらいの損失が生じる可能 性があるか
  - ② 損失シミュレーションによる説明
    - 参照する金融指標が下がった(上がった)ときにどの程度損失が生じるか(金融指標の下落(上昇)水準を複数設定し、それぞれどの程度損失が生じるか)
    - ※参照すべき過去のレコードがない場合や商品性からみてヒストリカルデータによる計測がそぐわないもの除き、①ヒストリカルデータによる説明が原則
- ①ヒストリカルデータは、あくまでも過去の経験値に基づく算出であることを踏まえ、前提と異なる状況になった場合にはさらに損失額が拡大する可能性があること(どのような場合になるのかの説明を含む。)についても併せて記載する必要



#### 5. 「最悪シナリオを想定した中途売却額(解約清算金)」の説明

- 「最悪シナリオを想定した中途売却額(解約清算金)」についても、「原則として①ヒストリカルデータによる説明 を記載する必要
- 中途売却における条件(違約金の有無、どの時点での売却を想定するかなど)を留意事項として明示するなどの工夫が必要
- 複雑な仕組債等について、当該商品に十分な流動性がないなどの理由で、中途売却額(解約清算金)の適切かつ十分な説明が真に困難と考えられる場合には、②損失シミュレーションによる説明で想定される理論的な価格水準を示すなどしたうえで、算出が困難であることの理由を明記し、理論的な価格水準を上回る損失が生ずることがあることについて説明する方法も考えられる

## 9. その他の改正の概要



#### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第6条の2

• 複雑な仕組債及び複雑な投資信託について、販売に係る契約の締結前1年以内に同種の有価証券に係る注意喚起文書を交付している場合には、交付の省略ができるとしているところ、同種の有価証券を販売する場合であっても、契約を締結しようとする都度、注意喚起文書を交付することとする。

#### 「広告等に関する指針」

- 複雑な仕組債の商品説明書など広告等における表示ついて、以下の内容を示す。
  - 銘柄名の前に「複雑な仕組債」、付近にリスク特性を表示する旨及びこれらの表示の考え方
  - 「仕組債への投資が向かない顧客の属性」等を表示する旨
  - ノックイン条件及びノックアウト条件に関する留意事項
  - 金利の表示方法、発行体の格付、保証者に関する留意事項

#### 注意喚起文書参考様式

- 複雑な仕組債等の注意喚起文書の参考様式に以下の内容を盛り込む。
  - 大きな損失が発生する可能性がある旨
  - 不明な点や理解できない内容がある場合には、再度説明を求めることあるいは勧誘の中止を求めることも検討すべき旨

#### 確認書参考様式

- 複雑な仕組債等の確認書の参考様式に以下の内容を盛り込む。
  - 「理解・確認しました」のみのシングルチェックを「はい・いいえ」に改める。
  - 「いいえ」を選択するべき設問を設ける。
  - 最悪シナリオを想定した損失額の割合等について、確認書上に具体的な割合等を顧客から記載してもらう。
  - 重要事項GLの改正内容を踏まえ確認書の確認事項を改正する。

# 10. ガイドライン等見直しに関するスケジュール



時期	内容
2月9日	自主規制企画分科会における審議
2月14日	自主規制会議における審議
2月15日	本規則等改正案に関するパブリックコメントの募集開始
3月16日	本規則等改正案に関するパブリックコメントの募集締切
パブリック・コメント募集期間後※	パブリックコメントの結果を踏まえ、4月の自主規制企画分科会及び自主規制会 議における審議を経て規則等を改正(4月18日改正)
規則の一部改正の施行日及び ガイドライン改定の適用日	7月1日施行(又は適用)

※ パブリックコメントにおいて特段のご意見が寄せられなかった場合には、自主規制会議における改めての審議は行わず、 議長一任事項として原案どおり規則等改正を行うこととする。

#### 【その他の対応】

- ✓ 複雑な仕組債等の組成コストの開示やリスク・リターンの分析・開示のあり方について、本協会の「『重要情報シート』に 関するQ&A」等により6月末までに協会員に周知するよう検討
- ✓ 社内検査・アフターフォローのあり方を取りまとめた資料作成を検討



#### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第6条の2

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
顧客の理解度 向上の必要性	注意喚起文書の交付頻度を高める	• 複雑な仕組債及び複雑な投資信託について、販売に係る契約の締結前1年以内に同種の有価証券に係る注意喚起文書を交付している場合には、交付の省略ができるとしているところ、同種の有価証券を販売する場合であっても、契約を締結しようとする都度、注意喚起文書を交付することとする。

#### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第3項の考え方」(合理的根拠適合性ガイドライン)

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
顧客本位の業 務運営の推進	自社の顧客層や 販売形態を踏まえ た対応	<ul><li>顧客本位の業務運営の実現が強く求められており、各社における取組方針に従い、自社での取り扱いを検討する必要がある旨を示す。</li><li>「考え方」に示された内容のみを実践すれば十分であると安易に考えるのではなく、自社の顧客層や販売形態等を踏まえ、適切に"当該有価証券等の特性やリスクを十分に把握し、当該有価証券等に適合する顧客"を検証する必要がある旨を明記する。</li></ul>
顧客本位の業 務運営の推進	経営陣の関与	<ul><li>・ 仕組債を始め複雑でリスクが高い商品については、経営陣(代表取締役、代表執行役)が適切に関与することが必要な旨を示す。</li><li>・ 経営陣は、販売対象顧客と購入顧客との乖離、当該商品に係る取引や苦情の状況等について定期的に把握し、必要に応じて合理的根拠適合性の検証結果の確認や検証態勢の見直しを行う必要がある旨を示す。</li></ul>



### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第3項の考え方」(合理的根拠適合性ガイドライン)つづき

協会員の投資勧誘、		
課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
適切な顧客選別の必要性	販売対象顧客の選定	<ul> <li>仕組債については、想定顧客属性と整合的か、最大想定損失額を踏まえた損失を許容できるか、店頭デリバティブ取引に類するという商品性やリスクとリターンを理解できるか、参照指標の動向について見通しをもつことができるか等の観点から、顧客属性や金融資産の状況、投資目的、投資経験、リスク許容度等を勘案して、販売対象となる顧客の有無及び範囲を検証する必要がある旨を示す。</li> <li>仕組債については、販売対象顧客の有無及び範囲を検証する基準として以下を示す。</li> <li>想定顧客属性と整合的な顧客</li> <li>複雑な仕組債等のリスケ・リターンに即した投資目的・投資意向を有している顧客</li> <li>保有金融資産の額が一定金額以上の顧客</li> <li>保有金融資産の額が一定金額以上の顧客</li> <li>デリバティブ取引に類するという商品性やリスクとリターンを理解できる投資経験や知見・知識を有する顧客</li> <li>参照指標の動向について見通しを有することができる投資経験や知見・知識を有する顧客</li> <li>「販売対象顧客」に適合しないことが明らかな顧客は勧誘対象として適切な顧客とは言えないことに留意すべき旨、「販売対象顧客」以外への販売が広がらないよう十分に留意する必要がある旨を示す。</li> </ul>
適切な顧客選 別の必要性	販売商品の検証	<ul> <li>既に検証済みの商品とはスキーム(仕組債のタイプ、参照指標等)が異なる場合や、スキームが同様でも参照指標に係る市況、ノックインレベル等の各種条件が異なることによりリスク特性に重大な変化が生じるときには、「新たな有価証券等」として検証を行うことが考えられる旨を示す。</li> <li>販売しようとする仕組債のリスクリターンの妥当性を検証するなど定量的かつ一貫した方法で検証する旨及び仕組債の理論価格を入手し、販売価格との妥当性を検証するなど定量的かつ合理的な方法で検証する旨を示す。</li> <li>仕組債に適合する顧客の確認には、少なくともコンプライアンス部門が関与する必要がある旨を示す。</li> </ul>



#### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第3項の考え方」(合理的根拠適合性ガイドライン)つづき

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
適切な顧客選 別の必要性	役職員等に対する 周知・教育	• 検証結果の社内周知・営業員等への社内研修の内容や方法を例示するとともに、特にリスク過小評価(リターン過大評価)の可能性など顧客の行動特性等を踏まえた研修となるようにする旨を示す。
販売形態等の 多様化に対応 した制度整備	インターネットでの 販売を踏まえた対 応	<ul><li>インターネット販売においても、販売対象顧客と購入顧客との乖離が数多くみられる場合には、当該乖離を解消するよう、販売勧誘態勢に係る見直しについても検討を行うことが考えられる旨を示す。</li></ul>
販売形態等の 多様化に対応 した制度整備	仲介を利用する販売形態を踏まえた 対応	<ul> <li>自社の勧誘開始基準、及び販売対象顧客を始め合理的根拠適合性の検証結果を仲介の委託先に共有し、自社の販売対象顧客以外への勧誘・販売が広がらないよう、十分に留意する必要がある旨を示す。</li> <li>自社の販売対象顧客を始め合理的根拠適合性の検証結果については、必要に応じて、仲介の委託先の社員等にも研修等を行うことが考えられる旨を示す。</li> <li>仲介の委託先に共有した販売対象顧客と、実際に購入した顧客の属性に乖離が生じていないかを定期的に検証し、乖離が生じている場合には、必要に応じて委託先との間で勧誘態勢等の見直しについて協議することが考えられる旨を示す。</li> </ul>
販売形態等の 多様化に対応 した制度整備	顧客紹介を利用する販売形態を踏まえた対応	• 関係会社等から顧客紹介を受けて金融商品の提供を行うビジネスモデルを採用する協会員においては、当該関係会社等の役職員が個別商品の示唆や説明など顧客紹介行為の範囲を超えて顧客紹介がなされることないよう当該関係会社等と連携し、必要に応じて仕組債の販売対象顧客の考え方を顧客紹介元となる関係会社等に共有すること等により、販売対象顧客に合った顧客紹介が行われるよう配慮する旨を示す。



#### 「広告等に関する指針」

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
顧客の理解度 向上の必要性	より理解しやすい 表示	<ul> <li>複雑な仕組債等の商品説明書など広告等における表示ついて、以下の内容を示す。</li> <li>銘柄名の前に「複雑な仕組債」、付近にリスク特性等を表示する旨及びこれらの表示の考え方</li> <li>「仕組債への投資が向かない顧客の属性」を表示する旨</li> <li>ノックイン条件及びノックアウト条件に関する留意事項</li> <li>金利の表示方法、発行体の格付、保証者に関する留意事項</li> </ul>

#### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第5条の2の考え方」(勧誘開始基準ガイドライン)

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
顧客本位の業 務運営の推進	自社の顧客層や 販売形態を踏まえ た対応	<ul> <li>顧客本位の業務運営の実現が強く求められており、各社における取組方針に従い、自社での取り扱いを検討する必要がある旨を示す。</li> <li>「考え方」に示された内容のみを実践すれば十分であると安易に考えるのではなく、自社の顧客層や販売形態等を踏まえ、商品のリスク特性や顧客の性質に応じた勧誘開始基準のもと、適切な勧誘が行われる必要がある旨を明記する。</li> </ul>



#### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第5条の2の考え方」(勧誘開始基準ガイドライン) (つづき)

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
適切な顧客選別の必要性	勧誘開始基準 の具体化	<ul> <li>勧誘開始基準の設定にあたり、勧誘対象とすべきでない顧客類型として、以下を具体的に示す。</li> <li>少なくとも一定の投資経験がない顧客</li> <li>例えば安定運用を目的としているなど大きな損失が発生した際には想定していた生活の維持又はライフプランの実現が困難となるような顧客</li> <li>顧客が勧誘開始基準に適合していることをもって、直ちに販売を行うことが適当であると判断するのではなく、当該顧客が個々の有価証券ごとに検証した「販売対象顧客」に適合しないことが明らかな顧客に対しては勧誘を行うべきではない旨を示す。また、販売に当たっては、当該仕組債等の購入が顧客に適していると考えられる理由があるかを慎重に検討し、当該顧客への説明と確認を行ったうえで、顧客の投資判断の基礎となる、当該仕組債の参照指標の動向についての当該顧客の見通しを確認することも考えられ、一定の投資ニーズがあることだけをもって販売を行うべきでない旨を示す。</li> </ul>
販売形態等の 多様化に対応 した制度整備	仲介を利用する販 売形態を踏まえた 対応	• 自社の勧誘開始基準、及び販売対象顧客を始め合理的根拠適合性の検証結果 を仲介の委託先に共有し、自社の販売対象顧客以外への勧誘・販売が広がらない よう、十分に留意する必要がある旨を示す。



#### 「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第3条第4項の考え方」(重要事項説明ガイドライン)

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
顧客本位の業 務運営の推進	顧客に適している <i>こ</i> との説明	<ul> <li>仕組債を販売する際の説明に係る「重要な事項」として、「販売対象顧客の属性、商品性、資金の性質や顧客が保有する金融資産に占める割合に照らして、当該仕組債の購入が顧客に適していると考えられる旨とその理由」を示す。</li> </ul>
顧客の理解度 向上の必要性	より理解しやすい 説明	<ul> <li>仕組債を販売する際の説明に係る「重要な事項」として以下の内容を示す。</li> <li>当該商品が「複雑な仕組債」である旨</li> <li>当該仕組債への投資が向かない顧客の属性及び資金の性質</li> <li>ノックイン条件・ノックアウト条件、ノックイン・ノックアウトが生じた場合と生じなかった場合の違い等</li> <li>早期償還後に再度勧誘する場合も説明を簡略化すべきではない旨を示す。</li> <li>重要事項の理解を妨げるような説明(高金利、高格付、保証付、確定利付であること、参照指標の動向についての営業員の見通しの過度な強調)をすべきではない旨を示す。</li> <li>説明の際に顧客が正しくリスクを理解していることに不安が残る場合には、勧誘を継続すべきか慎重に検討すべき旨を示す。</li> </ul>
販売形態等の 多様化に対応 した制度整備	インターネットでの 販売を踏まえた対 応	<ul> <li>インターネット販売においても、仕組債の販売対象顧客の範囲に沿った販売がされるよう、画面上での顧客の意思表示の仕組みや表示等を工夫する必要があると考えられる旨を示す。</li> <li>具体例として、上記「確認書」対応の一環で、インターネット取引の画面を通じて仕組債の販売対象顧客の範囲をわかりやすく示したうえで、顧客自身が当該範囲に合致するか否かについて意思表示を行う仕組みが考えられる旨を示す。</li> </ul>



#### 注意喚起文書参考様式

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
顧客の理解度 向上の必要性	より理解しやすい 表示	<ul><li>複雑な仕組債等の注意喚起文書の参考様式に以下の内容を盛り込む。</li><li>大きな損失が発生する可能性がある旨</li><li>不明な点や理解できない内容がある場合には、再度説明を求めることあるいは勧誘の中止を求めることも検討すべき旨</li></ul>

#### 確認書参考様式

課題	協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
顧客の理解度 向上の必要性	理解度確認方法 の改善	<ul> <li>複雑な仕組債等の確認書の参考様式に以下の内容を盛り込む。</li> <li>「理解・確認しました」のみのシングルチェックを「はい・いいえ」に改める。</li> <li>「いいえ」を選択するべき設問を設ける。</li> <li>最悪シナリオを想定した損失額の割合等について、確認書上に具体的な割合等を顧客から記載してもらう。</li> <li>重要事項GLの改正内容を踏まえ確認書の確認事項を改正する。</li> </ul>



#### その他(改正制度の円滑な実施のための施策)

協会員に おける対応	ガイドライン等の見直し箇所
社内検査の充実	• 協会員通知において、投資勧誘規則第27条に定める「社内検査規則の整備等」に関し、仕組債 に係る社内検査等の考え方を示す。
アフターフォロー	• 協会員通知において、仕組債についてもアフターフォローが重要である旨を周知する。