

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

平成 23 年 2 月 1 日
令和 5 年 4 月 18 日改訂

○「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条の2（平成 23 年 4 月 1 日施行）の考え方は、以下のとおりです。

問 1 「勧誘開始基準」が規定されることとなった経緯は、何か。

「勧誘開始基準」は、平成 22 年 9 月 13 日付で金融庁から公表された「デリバティブ取引に対する不招請勧誘規制等のあり方について」の中で、金融庁から自主規制による販売勧誘ルールの強化として、求められているものの一つであります。

この中では、「適合性の原則等の具体化」として、「個人顧客にとって分かりにくい、店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債や投資信託については、適合性の原則等を具体化する自主規制ルールの策定を求める。」とされ、具体的には、「商品のリスク特性や顧客の性質に応じて勧誘を行うか否かの基準を設定（勧誘開始基準）、投資者へ販売する商品としての適否を事前検証（合理的根拠適合性）など」が求められています。

これは、一部のデリバティブ取引に類するリスク特性をもった複雑な商品が、多額の資産を有さず、高度な理解力も有していないと思われる高齢者に販売され、想定外の大きな損失を被った等の苦情が、消費者団体等に多数寄せられていたことが背景にあります。

当該苦情の内容はそれぞれに様々なものがあると言えますが、こうした苦情が多数発生していたことについては、投資者と協会員との信頼関係の醸成、維持及び向上において好ましい状況とはいえません。

本協会の規則において定める「勧誘開始基準」は、前出の金融庁による公表が求める「商品のリスク特性や顧客の性質に応じて勧誘を行うか否かの基準を設定（勧誘開始基準）」することを具現化するとともに、協会員自らが勧誘する顧客を限定することによりこうした苦情が発生する蓋然性が高い投資勧誘を行わないようにする目的があります。

以降に勧誘開始基準の説明や、基準の設定・運用のあり方等について各協会員に共通すると考えられる「考え方」を示していますが、協会員においては、前述の

勧誘開始基準の背景・趣旨を鑑み、「考え方」に示された例示等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よう努める必要があります。

また、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（以下「複雑な仕組債等」といいます。）について、「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必要があります。

問2 「勧誘開始基準」は「取引開始基準」とは異なるのか。異なる場合、何が異なるのか。

「勧誘開始基準」は、「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条の2に規定するとおり、「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です。したがって、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ません。

一方、「取引開始基準」は、協会員が顧客との間で取引契約の締結を行うことに係る基準であることから、勧誘を行うかどうかに関わらず、当該基準を満たさない顧客と取引契約を締結することはできません。また、「取引開始基準」を満たすかどうか分からない顧客に対して勧誘を行い、後日、当該顧客が「取引開始基準」を満たさないことが判明した場合であったとしても、結果として契約締結に至らなければ、規則違反となることはありません。

したがって、例えば、一定の基準に該当する顧客には勧誘も顧客の自発的申し出による取引（いわゆる客注）も行わないと判断した場合には、「勧誘開始基準」と「取引開始基準」を双方導入することにより、顧客適合性等に十分配慮した勧誘態勢を構築することも考えられます。

なお、ここでいう「勧誘」とは、「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条の2にあるとおり、「当該取引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及び当該取引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」に限り、顧客の売付けに係るものを除く。」を指します。また、顧客の範囲は、特定投資家を除く、個人に限ります。金融商品取引法第38条第4号で規定される不招請勧誘規制は訪問又は電

話に限られますが、ある商品の相談や購入を目的として来店した顧客に対して、顧客が想定していない別の商品を勧誘する場合には適合性等に十分配慮する必要があると考えられることから、当該取引の勧誘を要請していない来店客への勧誘もその対象としていることに注意が必要です。

問3 「勧誘開始基準」とは、どのような基準を定めることを想定しているのか。
具体的な数値基準を設けなければならないのか。

「勧誘開始基準」は、商品のリスク特性や顧客の性質に応じたものが求められます。適合性の原則や昨今のトラブル事例などを考慮した場合、以下の要件を踏まえた、勧誘基準を作成することが考えられます。

1. 投資者の年齢・取引経験

「勧誘開始基準」の設定対象となる取引は、デリバティブ取引に類するリスク特性をもった複雑な商品であることから、一定の理解力や判断力を有する顧客が対象となると考えられます。そこで、年齢や取引経験による基準を設けることが考えられます。

一般的には加齢とともに理解力や判断力は低下していくと考えられますし、過去の報道等では、独居高齢者や認知症高齢者に対する財産被害が相次いでいることなども挙げられていたことなどに鑑み、高齢者については、入念な確認を行うことを義務付けるなど、年齢を意識した基準の策定が有効であると考えられます。

もちろん、一定の年齢であるからといって、理解力がない、又は低いということではなく、個人差もあります。したがって、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」とするなどの方法も考えられます。

また、取引経験については、例えば、過去に同様の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などが考えられます。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いと考えます。取引経験も理解力や判断力を測る基準と考えられますので、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ます。

特に、複雑な仕組債等については、少なくとも、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することができない顧客や参照指標の動向についての見通しをもち得る知見・知識を有しない顧客が勧誘対象に含まれないよう、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する必要があります。

なお、取引経験については、時間とともに変化していくものであることから、例えば、何年も前の口座開設時等に作成した顧客カードの登録情報等により、機械的に判断するだけではなく、各社において、合理的と考える期間内に取得した情報に基づき判断することが必要であると考えられます。

2. 投資者の財産の状況（主な収入形態や金融資産の状況）

「勧誘開始基準」の設定対象となる取引については、一定以上の収入又は金融資産残高を有する投資者にのみ適合するようなものがあるものと考えられます。例えば、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、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ます。

なお、財産の状況は、自社における保護預り資産の額に限らず、顧客の金融資産や収入全体で評価する方法も考えられますが、これらは正確な把握が難しい事項でもありますので、過大評価とならぬよう留意する必要があります。

3. 投資者の投資目的・投資方針

「勧誘開始基準」の設定対象となる取引については、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であると考えられます。特に、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があります。

また、投機目的であったとしても、投資者にはそれぞれリスクに対する許容度があると思われますので、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作成が考えられます。特に複雑な仕組債等については、「1. 投資者の年齢・取引経験」、「2. 投資者の財産の状況（主な収入形態や金融資産の状況）」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する必要があります。

なお、投資目的・投資方針についても時間とともに変化していくものであることから、既存の顧客についても、その変化には十分な注意が必要であると考えられます。また、投資資金の性格によっても異なる場合があることにも留意する必要があります。

4. その他

上記のほか、商品のリスク特性を勘案して協会員が必要と考える事項、例えば、事前に顧客と面談する、等の基準を設けることが考えられます。

なお、あまりに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ことになりますので、実効性のある基準とするよう、留意する必要があります。

問4 「勧誘開始基準」は取引や商品ごとに定めなければならないのか。包括的に設定しても良いか。

「勧誘開始基準」の設定対象となる複雑な仕組債等にも多くの種類があり、その商品性やリスクの内容も同じではありません。しかし、一つ一つの商品ごとに詳細な開始基準を定めると、運用が困難となり実効性を失うことにもつながりかねないことから、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、社内で定めた手続きに基づいて、勧誘可能な顧客として管理することを妨げるものではありません。このような場合、予めリスク特性等ごとに「勧誘開始基準」の分類を設けておき、新しい商品を取り扱う際にはどの分類に属するかを定めるという方法も考えられます。

複雑な仕組債等については、スキームの差異によりリスクの内容等も変わるため、当該差異より生じるリスクの差異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ます。

協会員において、販売する商品の商品性やリスクの内容に応じて、投資者保護の観点から、有効な基準を設定することが望ましいと考えます。

問5 「勧誘開始基準」を満たしているかの確認は、どのような体制で行うべきか。

「勧誘開始基準」として想定される事項には、問3にもあるように数値のみでは測れないものや、時々刻々変化していくものも含まれます。これらの点を考えると、数値のみでは測れない複雑な仕組みの理解に関する項目については、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（実質的に営業社員を管理している者であり、営業部門・内部管理部門のいずれに属していても可、以下同じ。）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ったり、場合によっては管理職者等が直接顧客と面談を行ったりする等して、「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ます。

また、数値基準が設定されておらず、確認することが容易ではない項目を設け、管理職者等による確認を義務付ける場合は、当該確認が行われたことが後日検証できるよう、協会の業務方法やシステム環境に応じた管理態勢を併せて整備することが適当であると考えられます。

問6 「勧誘開始基準」を満たしている顧客への販売にあたり留意すべき事項はありますか。

「勧誘開始基準」は、その基準に適合した顧客でなければ勧誘を行ってはならないとするものであり、また、一定のリスクグレード群ごとに基準を設定することが認められていることから、勧誘開始基準に適合していても、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ースがあると考えられます。

なお、「協会の投資勧誘、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）」に基づく「販売対象顧客」は、勧誘開始基準とは別に、個々の有価証券等ごとに検証するものですので、一般的には、「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されるものです。特に、複雑な仕組債等については、個々の有価証券等ごとに「販売対象顧客」を慎重に設定することが求められています。したがって、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してください。また、販売に当たっては、「協会の投資勧誘、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）」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、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当該顧客の見通しを確認する必要があると考えられます。その際、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してください。したがって、勧誘開始基準に適合した顧客について、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」）があることだけをもって販売を行うことのしないよう留意する必要があります。

問7 「勧誘開始基準」は、どのような頻度で確認すべきか。

「勧誘開始基準」は、当該取引の勧誘を行おうとする時点における情報により、勧誘の都度、当該顧客が基準を満たしていることを確認することが望ましいと考えられます。最も、既に一定の取引範囲に対して「勧誘開始基準」を満たすことを確認しており、管理職者等の確認や承認を得て勧誘可能な顧客としての認定がなされている等の手続きがなされており、その後、継続的に取引を行っている場合などは、勧誘の都度同様の手続きまでは行わなくても良い場合もあると考えられます。

ただし、高齢者の場合には、年とともに理解力や判断力が低下してしまう場合がありますし、顧客によっては、その投資目的や投資方針が変わってしまうこともあると考えられますので、勧誘可能な顧客について、定期的に見直しを行うことが重要であると考えられます。

なお、勧誘可能な顧客とされている顧客に対し、商品の案内を始めた後に、当該顧客の状況に大きな変化が見られた場合には、当該取引の具体的な勧誘は行わず、改めて社内で定めた手続きに則り確認を行い、その後も勧誘可能な顧客として扱って良いかを判断する必要があると考えられます。なお、再確認の結果、新たな事実に基づき、「勧誘開始基準」に合致しないと判断された場合には、当該顧客を勧誘可能な顧客ではないと認定し、その結果を記録するなどしておくことが望ましいと考えます。

問 8 金融商品仲介業者等を利用している場合の「勧誘開始基準」は、どのように考えるべきか。

金融商品仲介（いわゆる銀行仲介を含む。）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があります。

以 上