

投資信託等の乗換え勧誘時の説明義務に関するガイドライン

平成 14 年 1 月 24 日
令和 3 年 11 月 15 日改訂
日本証券業協会

1. ガイドラインの趣旨

「金融商品取引業等に関する内閣府令」第 123 条第 1 項第 9 号及び「協会の従業員に関する規則」第 7 条第 24 号（これらを併せて以下「ルール」という。）に規定する投資信託受益証券等（以下単に「投資信託等」という。）の乗換え勧誘行為に係る説明義務は、長期保有を基本とする商品が多数存在しており、商品性も多岐にわたる投資信託等について、十分な説明もないままに乗換えが行われることを防止するため、乗換えを勧誘するに際し、当該乗換えを行うことが顧客のニーズに適合しているか、顧客の利益に資するものかを当該顧客が判断するための重要な事項について説明することを義務付けるものである。

このガイドラインは、投資信託等の乗換え勧誘行為に係る説明義務について、その説明の内容、説明義務の履行に係る社内管理態勢の構築等の考え方を示すことにより、ルールの円滑な実施を図ることを目的とする。

2. 対象となる乗換えの勧誘等

(1) 対象となる乗換えの勧誘行為

ルールに規定する乗換えの勧誘行為は、顧客が現在保有している投資信託等の解約若しくは投資口の払戻し又は売付け若しくはその委託等（以下単に「解約」という。）を行い、併せて他の投資信託等の取得又は買付け若しくはその委託等（以下単に「取得」という。）を行うことを当該顧客に勧誘する行為を指している。したがって、「解約」と「取得」をセットで（乗換えの）勧誘をする行為が該当する。

なお、実際の「解約」と「取得」の約定が同時に行われたかどうかによって判断されるものではない。

（注）乗換え勧誘に該当すると考えられる事例として次のような場合が挙げられる。

- ① 当初は、新規の資金で投資信託の買付けを勧めていたが、顧客が買付け資金を手当てできないということなので現在保有している投資信託を売却して買付けることを勧めた場合
- ② 営業員が電話、訪問などで売り・買いをセットで勧誘し、実際の買付け及び売付けはインターネットで発注し、取引する場合
- ③ 売り・買いをセットで勧誘しているが、買付けする投資信託の買付け資金が一旦MR F、MMF等の規制対象外となっている投資信託を経由して充当される場合
- ④ 顧客から資金運用に関する相談を持ち掛けられ、相談に応じる中で投資信託の売り・買いをセットで勧誘した場合
- ⑤ 売り・買いをセットで勧誘しているが、当該投資信託の買い代金は他の商品の売り代金（あるいは別途の資金）で充当している場合（あるいは、売り代金が一旦顧客に返金されて、買い代金として再度入金される場合）

また、乗換え勧誘に該当しない事例としては次のような場合が挙げられる。ただし、実際の顧客への勧誘状況によっては乗換え勧誘に該当する場合も有り得る。

- ① 当初は、新規の資金で投資信託の買付けを勧め、その結果顧客が投資信託を買付けて受渡が終了した後、顧客より資金が必要であることを相談され、別の投資信託の売却を勧めた場合
- ② 新規の資金で投資信託の買付けを勧誘し、顧客がそれに応じて、約定が成立した場合で、その受渡日（払込日）までの間に顧客の判断で（営業員からは売付けの勧誘をすることなしに）当該投資信託の買付け代金に充当するために別の投資信託を売却した場合
- ③ 明らかに営業員からの勧誘がなく、顧客から銘柄指定により乗換える旨の指示があった場合

（2）対象となる投資信託等

ルールにおいて対象となる投資信託等は、「投資信託及び投資法人に関する法律」に規定する投資信託若しくは外国投資信託の受益証券、投資証券又は外国投資証券（外国投資法人債券を除く。）である。ただし、次のものは対象外とされる。

- ① 「金融商品取引業等に関する内閣府令」第 65 条第 2 号イからハマまでに掲げるもの（例：MMF・中期国債ファンド・MR F）及びこれらと同様

の性質を有するもの（例：外貨建MMF）

- ② 金融商品取引所又は店頭売買有価証券市場に上場されているもの（例：
株価指数連動型投資信託（E T F）・不動産投資信託（R E I T））

（注）例えば、FFF（フリーファイナンシャルファンド）については上記①に
該当するFFFであれば対象外となる。

3. 説明の内容等

乗換えを勧誘するに際しては、以下の点に留意して、顧客の投資判断に影響
を及ぼすと考えられるそれぞれの重要な事項について説明を行う必要がある。

- ・ 乗換え勧誘に該当する場合、あらかじめ、当該乗換えに係る「解約する
投資信託等」と「取得する投資信託等」の商品性、顧客のニーズや利益
等を勘案し、当該乗換えが顧客の投資方針に適したものとなるのか、顧
客にどのようなリスクが生じることとなるのか、顧客にどのような費用
が生じるのか、顧客は乗換えの目的等を正しく理解できるのか等を総合
的に検討する。
- ・ 上記の検討の結果、顧客に乗換え勧誘を行うことが合理的であると判断
した場合には、取得する投資信託等の目論見書による説明に加えて、顧
客が自らの投資方針に照らして合理的であるかを判断するために必要
となる事項について説明する。
- ・ 乗換え勧誘をする際の説明内容及びそれに要する資料や説明時間は、顧
客の属性や投資経験及び投資信託等の性質等によって異なることから、
勧誘を受ける顧客の理解度に応じて適当であると考えられる方法によ
り行う。

4. 社内管理態勢の構築

顧客による投資信託等の取得・解約は日常的に行われており、各社において
必要なモニタリングが行われていると考えられるが、特に乗換え勧誘に関して
は、法令、監督指針及び協会規則等の趣旨を踏まえて、顧客への説明が適切に
行われているかについてモニタリングを行う。

各社において、自社の業容や勧誘方法（店頭・訪問・電話等）に照らして、
説明義務が適切に履行されるとともに、顧客のニーズに適合するか、また、顧
客の利益に資する乗換え勧誘が行われているかについて、個々の勧誘や取引に
着目するのみではなく、勧誘や取引について一定の幅を持たせた検証を行うこ
とのできる態勢を構築する。

5. その他

(1) 投資信託等に係る全般的な社内管理態勢の整備

投資信託等には長期保有を基本とする商品が多数存在することに鑑み、また、顧客本位の営業姿勢の徹底を図る意味から、本ガイドラインにおける説明義務の社内管理に止まらず、投資信託等の全般的な社内管理態勢を整備することが望ましい。具体例としては、次のようなものが考えられる。

① 社内規則等の整備

【内容】投資の基本方針及び投資対象が類似する投資信託等との乗換え、あるいは、投資対象に関わらず短期間での乗換えの反復については、特に、乗換えに係る経済合理性、顧客のニーズや利益を十分踏まえた営業姿勢を徹底する旨を定めた社内規則等を整備する。

② モニタリングの実施

【内容】顧客の適合性、乗換えに係る経済合理性及び顧客のニーズや利益を十分踏まえた営業姿勢の履行を確保するため、特に、類似ファンド間の乗換え、短期間での乗換えの反復などに関するモニタリングを実施する。

(2) 他の法令、規則等との関係

① 目論見書による説明

一般的に、顧客に投資信託等の取得の勧誘を行う場合には、乗換え勧誘に係る「重要な事項」以外の事項についても目論見書の内容に基づき説明を行う必要がある。

② 適合性の原則との関係

乗換え勧誘に係る「重要な事項」の説明は、適合性原則を踏まえたうえで行われるものであるとの観点から、顧客の投資経験、投資目的、資力等を十分に把握し、顧客の意向と実情に適合した投資勧誘を行う必要がある。また、社内において取引開始基準を定めている場合には、当該基準に適合していることを確認し、投資勧誘を行う必要がある。

以上