
高齢顧客への勧誘における販売に係る「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」等の一部改正及び「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）の制定について

日証協 平成25年10月29日

本協会では、高齢顧客への勧誘による販売に係る適正な投資勧誘に資するため、「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」及び「金融商品仲介業者に関する規則」の一部改正を行うとともに、「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）の制定を行った。

本件の規則改正等は本年12月16日に施行する。ただし、施行の日から平成26年3月15日までの間は、本規則第5条の3中『社内規則を定め』とあるのは、『社内規則を定めるなど態勢の整備に努めるとともに』と読み替えるものとする。

本規則改正の趣旨骨子及び新旧対照表並びに「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）は以下のとおりである。

高齢顧客への勧誘による販売に係る「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」等の一部改正及び「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）の制定について

平成 25 年 10 月 29 日
日本証券業協会

1. 改正の趣旨

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であるとされており、高齢者に対する投資勧誘においては、本人やその家族から苦情やあっせんの申立て等がなされる事例も生じている。

については、高齢顧客に投資勧誘を行う場合においては、適合性の原則に基づいて、慎重な対応を行う必要があると考え、高齢者に対する勧誘等に関する協会の態勢について「投資勧誘のあり方に関するワーキング・グループ」において検討を行ったところである。

今般、同ワーキング・グループにおける検討結果等を踏まえ、高齢顧客への勧誘による販売に係る適正な投資勧誘に努めるため、「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」等の一部改正及び「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）の制定を行うこととする。

2. 改正の骨子

(1) 「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」の一部改正について

- ① 協会は、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、当該協会の業態、規模、顧客分布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、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こととする。（第5条の3）
- ② 上記①の改正に伴い、第5条の2における「顧客」の定義を第5条の3に準用する。（第5条の2）

(2) 「金融商品仲介業者に関する規則」の一部改正について

上記（1）の改正に併せ、協会は、金融商品仲介業者が「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条に基づき協会が備える「顧客カード」の活用並びに同規則第5条の2及び第5条の3に定めるところ等により適切な投資勧誘を行う態勢を整備しなければならないこととする。（第6条第2項）

(3) 「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）の制定について

「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条の3について、協会における社内規則等の整備に資するため、高齢顧客への勧誘による販売に係る社内規則において規定すべき事項や運用に係る留意事項等についての考え方を示す。

3. 施行の時期

この改正は、平成25年12月16日から施行する。ただし、施行の日から平成26年3月15日までの間は、第5条の3中「社内規則を定め」とあるのは、「社内規則を定めるなど態勢の整備に努めるとともに」と読み替えるものとする。

以 上

「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」の一部改正について

平成 25 年 10 月 29 日

(下線部分変更)

新	旧
<p>(勧誘開始基準)</p> <p>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 <u>及び次条</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、協会員の本店、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。</p> <p>1 ㄱ (現行どおり) 3</p> <p>(高齢顧客に対する勧誘による販売)</p> <p>第5条の3 <u>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、当該協会の業態、規模、顧客分布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、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。</u></p> <p align="center">付 則</p> <p>この改正は、平成 25 年 12 月 16 日から施行する。ただし、施行の日から平成 26 年 3 月 15 日までの間は、第5条の3中「社内規則を定め」とあるのは、「社内規則を定める</p>	<p>(勧誘開始基準)</p> <p>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、協会員の本店、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。</p> <p>1 ㄱ (省 略) 3</p> <p align="center">(新 設)</p>

新	旧
など態勢の整備に努めるとともに」と読み替えるものとする。	

「金融商品仲介業者に関する規則」の一部改正について

平成 25 年 10 月 29 日

(下線部分変更)

新	旧
<p>(投資勧誘の基本原則の徹底等)</p> <p>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。</p> <p>1 ↳ (現行どおり)</p> <p>4</p> <p>2 協会員は、金融商品仲介業者が「協會員の投資勧誘、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 <u>及び</u> <u>第 5 条の 3</u> に定めるところ等により適切な投資勧誘を <u>行う</u> 態勢を整備しなければならない。</p> <p style="text-align: center;">付 則</p> <p>この改正は、平成 25 年 12 月 16 日から施行する。</p>	<p>(投資勧誘の基本原則の徹底等)</p> <p>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。</p> <p>1 ↳ (省 略)</p> <p>4</p> <p>2 協会員は、金融商品仲介業者が「協會員の投資勧誘、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</u>、<u>及び</u> 同規則第 5 条の 2 に定めるところ等により適切な投資勧誘を <u>行える</u> 態勢を整備しなければならない。</p>

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
(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10月29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12月16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

Q1：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るとされています。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、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ります。

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(以下同じ。)。また、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。

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高年齢顧客の定義

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、その手続きや条件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

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。

④約定後の連絡

約定後の連絡について担当営業員以外の者から行うことを定めてください。

→考え方は「5. 約定結果の確認・連絡」を参照してください。

⑤モニタリング

上記②から④の手続等についてモニタリングを行うことを定めてください。

→考え方は「6. モニタリング」を参照してください。

Q3：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、社内規則を改定する必要がありますか。

A：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、社内規則を改定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の考え方に沿っており、かつ規定すべき事項が充足している場合やより厳しい基準を定めている場合には、改定等の必要はありません。

2. 高年齢顧客の定義

Q1：「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。また、口座名義人が高齢顧客であり、取引代理人が高齢でない場合については、各社の代理人制度の実情に応じて規定してください。

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：高齢顧客の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、必要に応じて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かどうか。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るかどうか。

A：価格変動が大きな商品や、複雑な仕組みの商品又は換金性が乏しい商品を高齢顧客に勧誘により販売する際には、その適合性について留意する必要があります。

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、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」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「数量又は金額」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。

Q2：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：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及び換金性が高いことなどに該当する、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
- 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 上記①②③に相当する「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ます。）」の債券及び投資信託

※ 「公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を指向する」投資信託の該当性は、投資信託の目論見書に記載された「ファンドの目的・特色」等を参考に各社において判断してください。

取引所金融商品市場又は外国金融商品市場に上場されている、又は上場される株式、転換社債型新株予約権付社債、ETF・ETN（レバレッジ型及びインバース型を含む。）、REIT、新株予約権証券及び有価証券関連市場デリバティブ取引等（上場先物・オプション取引）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（なお、信用取引、新株予約権証券の売買その他の取引及び有価証券関連市場デリバティブ取引等（上場先物・オプション取引）は、投資勧誘規則第6条に規定する取引開始基準に従う必要があります。）。

また、値動きが日経平均株価（日経225）や東証株価指数（TOPIX）の変動率に一致するよう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（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。

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：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高齢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、勧誘の都度、役席者の事前承認を得る必要があると考えます。この手続きは、目安として75歳以上の顧客を対象に含むようにしてください。

役席者の事前承認は、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（あわせて「面談等」という。）により、健康状態や理解力等を確認し、勧誘の適正性を判断したうえで、行う必要があると考えます。

面談等は、勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して実施することが必要であると考えます。

面談等における確認事項としては、例えば次のものが考えられます。

- ・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

面談等の際に上記の確認を怠ったり、面談等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。

また、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。

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、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（勧誘を行った者）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適当であると考えます。

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、役席者に電話を代わって、当該役席者が受注し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。

なお、受注時の会話内容は録音・記録・保存しておくことが必要と考えられます。

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。

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、原則として当日の受注を行わないこととすることが適当であると考えますが、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、高齢顧客から当該「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。

Q2：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、原則として即日受注を行うことは適当ではないと考えます。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等を行い、前日以前に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適当であると考えられます。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。

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、勧誘時や受注時の会話内容を録音・記録・保存し、事後にモニタリングを行ったり、後日勧誘等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必要と考えられます。

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適当であると考えられます。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を同伴される場合は、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適当であると考えられます。その場合、担当営業員が勧誘した勧誘留意商品の購入を高齢顧客がその場で希望する場合には、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。

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、役席者は専ら担当営業員による適正な勧誘が行われているか、高齢顧客が説明を十分に理解しているかについての確認を行う者となる必要があ

ります。

なお、Q1と同じく、店頭での勧誘においても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必要と考えられます。

一方、家族の同伴がなく、かつ役席者が同席できない場合、担当営業員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適当であると考えられます。その場合は、Q2に準じた対応を行ってください。

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。Q5も参照してください。

Q4：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IDとパスワードを入力してログインするとともに、「銘柄」及び「数量又は金額」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。

Q5：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：Q1、Q2、Q3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。

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、外務員登録を受け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。

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必要と考えられます。

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、高齢者はその健康状態によって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必要があると考えます。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応じて実施し、例えば支店で実施する日次、月次の点検及び一定期間ごとの検査・監査等を組み合わせて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。

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はなく、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

高齢顧客への勧誘による販売に係る「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」等の一部改正及び「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）の制定に関するパブリック・コメントの結果について

平成 25 年 10 月 29 日

日本証券業協会

本協会では、高齢顧客への勧誘による販売に係る「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。）等の一部改正及び「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」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）の制定について、平成 25 年 9 月 13 日から同年 9 月 27 日までの間、パブリック・コメントの募集を行いました。

この間に寄せられた意見・質問（290 件、63社、3名）及びそれらに対する考え方は、以下のとおりです。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
○規則・ガイドライン全般に関する意見・質問等【38 件】			
1	全般	高齢顧客の定義を 75 歳としたことは慧眼である。さらに「ガイドライン概要」で示された作業工程は「家族の同席」などが記載され丁寧なものである。役席者による事前承認でチェックがされることが期待される。さらに 80 歳以上では成約後の発注を翌日とし、高齢者に再考の余裕をおき、最後のモニタリングによる評価と、間違いの生じる余地のない工程であろうと見ている。	ご意見ありがとうございます。
2	全般	N I S A 開始を目前に控え、投資経験のない消費者、特に高齢消費者被害が憂慮されている折、「高齢顧客に対する勧誘による販売」に関わる規則とガイドラインの新設は時宜を得た取り組みと高く評価している。特に、バラツキをなくし、消費者がどの事業者と取引をしても、勧誘・販売が公正・適切に行われるようにしようという視点は重要と思われる。なお、75 歳以上の後期高齢者に勧誘可能な商品を勧誘する場合、協会原案の 80 歳以上の高齢者に勧誘留意商品を勧誘する場合の手続き等の一部を適用する必要があると考えている。後期高齢者に対して	ご意見ありがとうございます。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		は、本人の意思から出された注文以外に関しては、極めて慎重な対応が必要と思っている。	
3	全般	規則の制定は当然と考える。	ご意見ありがとうございます。
4	全般	<p>私は現在 82 歳の女性である。若い時より、政治・経済に関心を持ち、人生は自由な精神生活こそが最大の幸せであると、その為には先ず経済的な自立が何より第一義であると、経済の勉強にもなると思い、20 代より株式投資を始めた。以来、金融商品との関わりは約 60 年になる。もちろん、仕事を中心の生活なので、副次的な事とはいえ、政治・経済・社会の時代の流れを読み、更に予測する事は若い時よりの日常の関心事であり、仕事とも関連し、私にとって切っても切れない慣性となっている。</p> <p>これまで半世紀以上に亘る、特に経済上の経験は、損得や月謝も払いながら自然に信念として得たことは、あくまでも自分で考え、理解、納得し、判らぬものには手を出さない、すべて自己責任で決断するということである。そのためには、慣性となっているとはいえ、更に自分の周りに 360 度アンテナを張り、積極的に情報の収集にも気を配って、金融関係のセミナーはもちろんのこと、文化的な催事や話題性の高いものにも触れる機会を増やし、時代の流れをキャッチする感覚を磨く様つとめている。高齢者とのトラブルが絶えない現状に鑑みると、貴協会の今回の素案は確かにそこまでしない訳にはいかないものか、と一応は是認する。</p> <p>ただし、一部の条件付き例外者を除いてのことである。その一部の者のための条件付きながらの自由度は人権の尊厳上、必須のものであることを申し入れる。</p> <p>再考してほしいことの一つとして、一部の条件付きで、その条件の一つとして担当者の例えば上司が面会してその顧客の判断を下す時、その上司が果たして適任者か否かの問題も、かなり社会的に信用度の高い一流の、例え</p>	<p>本ガイドラインでは、高齢顧客の定義について年齢を基準として社内規則に定めることを求めています。顧客属性、投資意向、投資経験などについて、十分に把握している場合については、各社の実情に照らし、本ガイドラインの対象外とすることも可能としています。</p> <p>また、本ガイドラインでは、高齢顧客に勧誘留意商品の勧誘を行う場合には、「役席者による事前承認」を求めています。事前承認を行う役席者は、経験、見識に照らし、自社で定める一定の役職以上の者であることを求めています。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>ば証券会社の社員でも見られることがあるということを申し添えておく。</p>	
5	全般	<p>自己責任において株式売買・資産管理を十二分に認識している高齢顧客に対し家族の受注確認を求めるような行為は、常々「自己責任、自己責任」と声高に唱える方々にこそ「自己責任」に対する理解力が欠如しているのではないかと疑わしい。</p> <p>75歳、80歳、85歳等の方々は戦後の日本の復興を作りあげた方々であり、人に笑われながらもコツコツと貯え、管理してきた資産の運用に家族の受注確認を求められ、資産内容を家族に開示した地点で家族間に生前の財産分与を求める係争行為が起こる可能性も考えられ、そうなれば誰が責任をとれるのか。</p> <p>もし、私自身（78歳）に置き換えこの様な受注確認を求められるならば、対面営業ではなく、金融業者として多々の免責を受けていると感じられるネット証券への口座移管、全商品の売却等を検討するのではないかとと思われるぐらいである。</p> <p>高齢顧客として定義されている年齢層が、日本の上場株式売買金額においてかなりのシェアを占めていることを考えると、この提案は株式市場や日本経済にも多大な影響が及ぶことは避けられない問題であり、軽々しく短期間で論じられるものではないと考える。</p>	<p>高齢顧客からの苦情・あっせんの申立てが相当数あること、また、高齢化が今後も進展することから、今般、業界としての目線合わせのため、規則・ガイドラインを制定したいと考えます。</p> <p>なお、本ガイドラインでは、高齢顧客の定義について年齢を基準として社内規則に定めることを求めています。顧客属性、投資意向、投資経験などを十分に把握している場合においては、各社の実情に照らして、本ガイドラインの対象外とすることも可能としています。</p>
6	全般	<p>地方へ行けば行くほど、東京を離れば離れるほど、顧客の高齢化は進んでいる。言い換えれば、地方は高齢化先進地域であり、顧客の高齢化最前線でもある。そして今後益々、高齢顧客の割合が増し、人口の減少も予想されるのが地方である。</p> <p>このような環境の中で、我々地方証券会社は生きている。そして、特定の地域で50年以上営業を続けている証券会社は少なくない。正に地場証券として地域社会と共に生きている。</p>	<p>各社において既に高齢顧客の取組み、対応がなされていることは承知していますが、高齢顧客からの苦情・あっせんの申立てが相当数あること、また、高齢化が今後も進展することから、今般、業界としての目線合わせのため、規則・</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>過去十数年、顧客の高齢化には真摯に対応してきた。高齢化という地域社会の大きな変化を受け、我々も見直すところは見直し、徐々に改善しながら顧客との距離を調整してきた。その過程で、顧客が我々にお求めになる役割として、金融資産運用の主治医的な存在がある。高齢の顧客には、身近に投資相談ができる証券会社の存在が期待されているようで、もし高齢者ご自身に大事なあった場合のこと等もお考えになり、ご夫婦やご家庭と共にご相談いただくケースも散見される。地域社会における地場証券会社の役割と高齢投資家世帯の自己責任とのバランスは時間をかけ進化しながら確立されている。</p> <p>このように、我々地方証券会社には、高齢化社会に急増する高齢顧客への対応力が既に形成されている。従って、このノウハウを有効に使える、特段に高齢顧客への勧誘による販売に対する規制を強化する必要は無いと考える。</p> <p>なお、仮に何らかの規制強化が実施されることとなっても、高齢投資家の自由な証券投資を阻害し、制約することの無いよう、細心の注意を払うことと、高齢投資家の意向や要望をアンケート調査により汲み取っていただければ幸甚である。</p>	<p>ガイドラインを制定したいと考えます。</p> <p>なお、本ガイドラインでは、高齢顧客の定義について年齢を基準として社内規則に定めることを求めています。顧客属性、投資意向、投資経験などを十分に把握している場合においては、各社の実情に照らして、本ガイドラインの対象外とすることも可能としています。</p> <p>本ガイドラインの適用対象外とする顧客の選定や、即日受注できるケースの設定等により、状況に応じた対応が行えるものと考えます。</p> <p>本ガイドラインの趣旨、例示を勘案のうえ、各社の実情に応じて社内規則等を</p>
7	全般	<p>今回提示された「改正の趣旨」及び「ガイドライン案」は、結論的にあたかも高齢顧客との取引について排除する方向を意図しているように感じられる。つまりは、誰のための「改正」で何を「改正」しようとしているのか本質が見えてこない。個別の症状に対する対処療法のようなものである。特に「ガイドライン案」の全面見直しを要請する。</p> <p>例えば、今回新設の第5条の3には「当該協会の業態、規模、顧客分布等の条件を勘案し」としているにもかかわらず、「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</p>	<p>定めてください。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>せることは必要である」とし「少なくとも次に掲げる事項についてはガイドラインを参考として」と続け、統一性を要求する一方で、最後に「各社の実情に応じて」とあり、会員の裁量についてのスタンスが曖昧で矛盾を感じるガイドラインとなっている。</p> <p>さらに、このガイドラインには、約定連絡方法まで例を上げるなど非常に細かい指摘があり、会員の裁量などが入り込む余地はない。また、「目線を合わせる必要がある」とする根拠も不明瞭。(あるいは実際に高齢顧客が戸惑っている等の調査結果があるのか。)</p> <p>硬直的な行為規制は、却って顧客の投資機会を阻害し資産形成を妨害することにもつながる。</p> <p>実質的には高齢認定に係る要件は千差万別で個人差が激しく、年齢のみを基準として高齢者と定義することは実効性がない。</p> <p>よって第5条の3は、「高齢顧客の定義、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」を削除した上で、社内規則等は各協会の裁量に任せるべきである。そして「ガイドライン案」はそれに沿ったものに見直すべきである。</p> <p>また当業界では、2011年に改正された協会の投資勧誘等に関する規則第5条の2の新設により、複雑な商品に関する勧誘開始基準を定めた際、高齢顧客への勧誘についての社内ルールを各社とも別途新設している模様であり、当社においてもこれまで有効に機能していると考えており、さらなる追加ルールの必要性は特段感じていない。</p>	
8	全般	<p>複数の社員が入替わり面談等をしたり、翌日以降に受注や約定連絡を行ったりすることは却って顧客の不信感を増長し、折角築き上げた信頼関係を阻害する。</p> <p>よって、勧誘から約定連絡、アフターフォローまで必要に応じて役席者のみの承認・確認等で十分である。</p>	<p>複数の者が高齢顧客と接することにより高齢顧客の適合性を確認できると考えます。</p> <p>また、高齢顧客に価格変動</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>また一連の「案」は自己保全の例ばかりで、勧誘する商品がまるで高齢顧客にとって不都合な商品だという前提で想定された例で、これを仮に高齢者に公開すれば「年齢差別」という批判を浴びることも考えられる。</p>	<p>が大きな商品や複雑な仕組みの商品等を勧誘により販売する場合には、慎重に対応する必要があることから、「勧誘留意商品」を定義しているものです。</p>
9	全般	<p>協会員規則の一部改正案については、特に高齢者を年齢で一律に定義し有価証券等の勧誘を制限することには問題があると考えます。</p> <p>高齢者の金融商品投資に関する知識の度合いは、投資経験や職務経歴等により個人差が大きく、心身の機能についても生活習慣や環境、家族や社会的背景によって大きな差が生ずることは医学的にも証明されている。また、厚生労働省は、企業等が高齢者（60歳以上）を募集・採用する際の指針として年齢上限を定めることを禁止している。これは高齢者を年齢のみで判断するのではなく、個々人の能力を面談等により客観的に判断するよう求めているためである。2008年6月に表示が義務化され違反に対する反則金制度も導入された高齢運転者標識（所謂もみじマーク）も、翌2009年4月には努力義務となり反則金も課さないよう改正された。これも高齢者が年齢のみをもって画一的に区別されることに対する抵抗が強いことを表していると思われる。人間を年齢のみで区別、判断することは高齢者個々人の長い人生経験や能力を無視することになりかねない。</p> <p>高齢顧客に対する投資勧誘については、適合性の原則に則り、顧客の知識や能力等を総合的に考慮し、各社がそれぞれの基準により、適正な勧誘を行うべき性質のものであると認識する。</p>	<p>本ガイドラインでは、目安として75歳以上の顧客を高齢顧客とし、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歳以上の顧客として所要の社内規則に定めることを求めています。役員者が頻繁に接し、顧客属性、投資意向、投資経験などを十分に把握している場合においては、各社の実情に照らして、本ガイドラインの対象外とすることも可能としています。</p>
10	全般	<p>実態とかけ離れたガイドラインが問題であり、実務に根差さない販売・勧誘方法を定めることは経営に大きな影響を及ぼしかねない。</p>	<p>高齢顧客に対する適切な勧誘・販売態勢の確保と投資機会の提供とのバランス</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>規則では当該協会の業態、規模、顧客分布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、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としているにもかかわらず、画一的なガイドラインとなっている。業界横断的な共通の目線は大切だと思うが、このことが画一的なガイドラインを設定することではないと考える。</p> <p>検討プロセスについて、現状のまま進めることは大きな禍根を残すと考える。当事案は、単に自主規制規則の策定という範疇にとどまらず、証券会社の経営に大きな影響をおよぼす可能性のある事案であり、特に対面営業を主とする中小証券会社の意見等を丁寧に聴取した上で進めるべきであると考えている。</p>	<p>スを検討し、本ガイドラインを作成しています。</p> <p>なお、来年1月からはNISA制度が導入され、投資未経験者、投資初心者である高齢顧客も含めてNISA口座における取引が開始されることから、速やかに社内規則等を整備する必要がありますと考えています。</p>
11	全般	<p>各社それぞれ各社の事情、お客様の事情によってとるべき方法は異なる事柄なので、ガイドラインを示して規制することにはなじまないと思う。</p> <p>超高齢顧客の注文の発注は、受注から一日待つという規制も、相場環境の変化で翌営業日には大きく値段が変わる可能性のあるものもあるので、一日待つということが必ずしもトラブルを防ぐことにはならないと思う。市場によって値段の代わる商品を取り扱う以上、タイミングは重要なので、このような規制は不要だと思う。</p>	<p>本ガイドラインの趣旨等を勘案のうえ、各社の実情に応じて社内規則等を定めてください。</p> <p>なお、本ガイドラインでは、時々刻々の価格変動を伴う商品の多くは「勧誘可能商品」と示しています。</p>
12	全般	<p>現在、対面営業において70歳以上の顧客は33%である。</p> <p>顧客のなかには家族から痴呆防止のため取引させてあげてくださいといったケースや投資を楽しみにして取引をしている顧客もいる。すべて規則でしぼるのではなく、各社において社内ルールのもと行うべきでないか。</p>	
13	全般	<p>適合性の原則に関する検証は、特に高齢顧客だから必要なのではなく、全ての取引において必要なことであると考えている。高齢顧客について特別にガイドラインを設定することは不要であると考えている。</p>	<p>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るとされており、特に投資勧誘</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
14	全般	<p>今回の「ガイドライン」の意義は、どこにあるのか。日本証券業協会の指導・指針を基に、適正な本人確認及び顧客の属性等調査・確認を行い、顧客本人から受注している。また、昨年度より、投資目的を記載した書面を通知することなどによる、投資方針の共有、乗換え勧誘の際の確認書の受入れなど、「乗換えに係る経済合理性」等を踏まえた営業姿勢を確保するため、顧客の「投資確認書」を顧客より徴求していることなど、「適合性の原則」に沿った顧客対応をしてきたが、さらに、このような「ガイドライン」を出すということは、今までの協会の指導・指針に大きな不備があるということか。</p> <p>また、クリックひとつで、重要事項等に対する顧客の理解・確認が済まされ新たな取引が可能となっているインターネット取引との間に格差があり過ぎるのではないか。</p>	<p>を行う場合には、適合性の原則に基づいて、慎重に対応すべきであることから、一定年齢以上の顧客については本ガイドラインに基づく対応を求めることとしたものです。</p> <p>インターネット取引は顧客自身がIDとパスワードを入力してログインするとともに「銘柄」及び「数量又は金額」を入力して行うものであり、本ガイドラインの対象とはなりません。</p>
15	全般	<p>社会の高齢化や株式保有者の年齢分布など考えると、投資家保護と高齢者とのトラブル防止に向け、一定のガイドラインを設ける必要性はあると思う。</p> <p>しかしながら、ガイドラインにもあるように、個々の状況が多様であるため高齢顧客の定義は極めて難しいのが実態で、少なくとも年齢で区切ることの妥当性には疑問が残る。そのような意味で、当該顧客自身が「高齢であり判断力にいささかの不安がある」旨の申告し、業者はその顧客への対応につき初めてこのガイドラインに従うなどするのが妥当ではないかと思料する。</p> <p>また、元々これまで起こってきた高齢者とのトラブルは、高齢者との取引を安易に考え、適切な対応をこななかった一部の業者によるところが多く、これが社会を騒がせている事件・事故にもなってきた。今次のような規則等が制定されるのは、高齢者でも安心して取引できるサービスを推進し、他社との差別化を図っている弊社としては羽をもちられることになりかねない。まずは、事故を</p>	<p>なお、本協会としては、引き続き投資者の保護や金融商品取引及び市場の公正性・健全性の確保等を図る観点から適切に自主規制業務を行ってまいります。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		起こした会員会社の処分を徹底することも、自主規制団体としての義務ではないかと考える。	
16	全般	一般的に高齢者は、記憶力や理解力の低下、認知症の発症などの事例が認められるものの、最近では、若年性認知症も多く認められるなど、判断能力を年齢で線引きを行うことに疑問を感じる場所である。証券投資は、「自己責任の原則」が基本となっており、この「自己責任の原則」を持っている投資家のみが投資を行うことが出来るのではないかと。従って、顧客が「自己責任の原則」で証券投資を行っておれば、クレームの出しようもないと思われるし、この「自己責任の原則」をもっと前面に出し、アピールを行うことが必要ではないかと考える。その為の「書面」の受入れは必要かと考える。	
17	全般	ガイドラインに述べられている「例」とは何を意味するのか、「例」の拘束範囲・拘束力等についても明確な定義が必要と考える。	社内規則で定めるべき事項の「高齢顧客の定義」及び「高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲等」につきましては、本ガイドラインにおいてミニマムスタンダードを示しています。 したがって、これらの事項について、各社においてより厳しい基準を定めている場合には、改定等の必要はありません。 なお、社内規則で定めるべきそれ以外の事項（「勧誘場所や方法に応じた勧誘」、「約定後の連絡」、「モニタリング」）につきましては、本ガイドラインの趣旨、例示を勘案のうえ、各

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
			社において定めてください。
18	全般	<p>本ルールを遵守した結果、顧客とトラブルになる場合、あるいは本ルールに対する顧客からのクレーム等を考慮し、年齢以外の顧客属性等を加味した運用は可能か。</p> <p>また本ルールに反する勧誘行為があったと認められる場合は、証券事故と認められるか。</p> <p>(顧客からの要望もあれば、高齢であっても現役の企業経営者や医師、弁護士等一般的に判断力等があるとされる職業については、本ルールの対象から除外する等の運用は必要であるため。)</p> <p>(適合性、自己責任の原則から、売買否認に対しては当社に法令違反等が認められない場合は証券事故とはならないと認識している。今般の規則改正に伴ってガイドラインに沿った規則を制定した場合、規則違反として証券事故とする必要があるため。)</p>	<p>本ガイドラインでは、高齢顧客の定義について年齢を基準として社内規則に定めることを求めています。顧客属性、投資意向、投資経験などを十分に把握している場合には、各社の実情に照らして、本ガイドラインの対象外とすることも可能としています。</p> <p>証券事故の認定については、個別事案により判断が異なります。</p>
19	全般	日証協として、本件にかかる啓蒙チラシ（顧客配布可能なもの、PDFファイルで可）を作成してほしい。	自社における取組みについてご説明し、ご理解をいただくよう努めてください。
20	全般	高齢者対応のガイドライン制定については各金融機関においても周知・対応を行うが、従来から規制が強化される高齢者対応が規定されることにより、苦情等の発生も懸念される。規定改定の趣旨について『高齢顧客への勧誘による販売に係る適正な投資勧誘に努めるため、当局より一定の“ガイドライン”が示され、それに伴い行内ルールを一部改定した』という説明をして差し支えないか。	<p>来年1月からはNISA制度が導入され、投資未経験者、投資初心者である高齢顧客も含めてNISA口座における取引が開始されることから、規則の施行日は原案のままとします。</p>
21	全般	高齢者向けにこのような施策を行うことの必要性は高いと考えており本件規制の方向性について賛成するものの、一方で、本件規制は、一定の年齢に達した顧客に対して一律に一時的な取扱いを定めるものであり、健康で	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>意思判断能力に何ら問題のない高齢顧客に対しても不利益をもたらしかねないものである。従って、この規制を施行するに当たっては、個社・個別担当者ごとではなく、証券業界全体として高齢者に対する十分な説明をした上で理解を得ることが必要であると考えられる。</p> <p>そのためには、単にクレーム・紛争の件数が多いという曖昧なイメージだけでなく、ガイドラインに記載する年齢に達した高齢顧客の取引人口や取引総数に比して、実際に発生したクレーム・紛争の件数が占める割合が他年齢層と比べてどの程度高く、特別の取扱いをしなければならない理由として合理性があるのかについて、客観性ある外部機関の報告書に取り纏め、広く一般に説明していくことが必要であると考え。そうでなければ、一部の判断能力の衰えた高齢顧客のために、健康で判断能力に問題のない高齢顧客にまで本規制を一律に課すことについて、トラブルに発展する可能性があり、これが多発した場合には却って証券業界全体の信頼を貶めることにもつながりかねないと考え。</p> <p>高齢者向けのこのような施策を行うことの意義は大きい。周知についても十分にご対応いただきたいと考える。したがって、施行に当たっては十分な周知期間を設けていただきたいと考える。</p>	
22	全般	<p>投資勧誘規則においては「勧誘」について、訪問・電話等による積極的勧誘と広く一般的な勧誘の2つの概念が存在するが、新設する5条の3においては前者の積極的勧誘を指すものと考えられる。</p> <p>ガイドライン案においては、インターネット取引について本規定の適用対象外である旨を記載しているが、規則の条文上の手当てを行わない場合、上位規定で一般的な勧誘を適用対象に含めながら下位規定で適用対象から外すことになり、ガイドラインの記載根拠が不明確になると考えられる。</p>	<p>本ガイドラインにおいては「勧誘」を「個別商品の買付けに関する説明」と定義しており、投資勧誘規則第5条の2における「勧誘」の概念と同じではありません。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		投資勧誘規則第5条の2における勧誘の定義に係る括弧書きにおいて、「当該販売の勧誘の要請をしていない顧客に対し、…行うものに限る。」とされているが、「次条において同じ。」の一文を追加すべきである。	
23	全般	<p>本ガイドラインでいう「勧誘」を「個別商品の買付けに関する説明」と定義づけているが、この定義は、「こちらから能動的に個別顧客に個別商品の提案等を行った場合」とするなり、現行投資勧誘規則第5条の2と同様「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、協会員の本店、その他の営業所又は事務所において行うものに限る。)」という条件をつけるべきである。</p> <p>コールセンターでの投資信託の受動的な受注においても、会話の中で顧客から買付け商品の内容について質問されることは少なからずあり、それに応じて説明を行うことを「勧誘」として役席者による事前承認の対象とすることは、実務上現実的でないばかりか、顧客保護に寄与せず、また著しく顧客利便性を阻害する。さらに、契約締結前交付書面の記載事項に関する「説明」義務の履行は「個別商品の買付けに関する説明」にはあたらないという奇妙な解釈がなされない限り、事実上すべての受注が「勧誘」を伴うものとなり、事前承認手続きを要することになってしまう。</p>	<p>本ガイドラインにおいては「勧誘」を「個別商品の買付けに関する説明」と定義しており、投資勧誘規則第5条の2における「勧誘」の概念と同じではありません。</p> <p>なお、コールセンターにおける高齢顧客に対する勧誘留意商品の買付けに関する説明については、本ガイドラインが適用されることとなります。</p>
24	全般	協会規則改正案にある「…勧誘による販売を行う場合には…」や「高齢者顧客の勧誘による販売に係るガイドライン」等の“販売”との表現は、今回の規則改正が買付勧誘を意味するものだと理解でよいか。また、売却に係る注文受注の制限等はガイドライン等の対象外とする理解でよいのか。	<p>本ガイドラインにおいては「勧誘」を「個別商品の買付けに関する説明」と定義しています。</p> <p>よって、売却に関する説明は、「勧誘」の対象外であると考えます。</p>
25	全般	本ガイドラインは、勧誘による販売に係るガイドラインであるため、勧誘による売却は、本ガイドラインの対象	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		外であることを確認したい。	
26	全般	売却（決済）についても、当ガイドラインが適用されるのか。	
27	全般	当社において高齢者（90歳）であるため取引の縮小を提案し、92歳で取引を終了された。その後、他社にて取引を始められ、当社での取引縮小について訴訟を起こされた経緯がある。もし、同様のケースが起こった場合、規則であるからで済むのか。	今回の規制・ガイドラインの制定目的は、高齢顧客の取引を排除・縮小させることではありません。
28	全般	現在、全国でIFA（インディペンデント・ファイナンシャル・アドバイザー）が増加している。主に営業員を持たないネット証券などが販路の拡大などを目的に行っていると言える。しかしながら、従来の税理士や行政書士などの専門家による証券仲介業と違い、今回のIFAは証券会社の元営業員が報酬面の魅力により転身するケースが多い。一部かもしれないが、その中には営業姿勢が悪い為に証券会社を退職した者もいると聞く。IFAをネット業者が本当にこの規制どおりに管理できるのだろうか疑問である。	本規則の改正に伴い、自主規制規則「金融商品仲介業者に関する規則」が改正され、本ガイドラインの適用を受けることとなります。また、金融商品仲介業者の法令遵守については、委託元の協会員が徹底すべきものであることにも留意してください。
29	全般	金融商品仲介業者の顧客が高齢顧客となる場合の取り扱いについては、異なる取扱いが想定されるので、別途、ガイドラインを示していただきたい。 例えば、金融商品仲介業者の顧客が高齢者である場合、勧誘について事前承認する役席者は、仲介業者の役席者でよいか。また、役席者が不在の場合、あるいは仲介業者が個人の場合の事前承認は、所属証券会社の役席者が行うのかということを示してほしい。	今回の規則改正では、協会員に対して高齢者への勧誘による販売に関する社内規則の制定を義務付けています。また、協会員は金融商品仲介業者に対して、本協会の規則を周知し、その遵守を徹底しなければならないこととされています。したがって、協会員は本規則の趣旨を踏まえ、所属金融商品仲介業者の規模や組織形態、現在委託元の協会員において
30	全般	約定後の連絡は担当営業員以外の者が行うと記載されているが、仲介業者の場合、個人事業主として営業員が1名だけ（事業主本人）の取扱は、個人事業主を「一定の職責以上の役責者」として勧誘行為や翌日以降の受注及び約定結果連絡も行う事が可能としてよいか。	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
			<p>実施している勧誘及び取引に係る承認の手順等を勘案して、高齢顧客への勧誘による販売に関するルールや諸手続きを定めてください。</p> <p>なお、仲介業者が個人の場合における役席者による事前承認、役席者による受注、約定後の連絡は、委託元の協会が行うことが適当であると考えられます。</p>
31	施行時期	<p>多くの金融機関では、現状、高齢顧客に対する販売・勧誘ルールを定めるなど適切な対応に努めているが、今回の改正を踏まえた社内規則や社内体制を整備するための準備期間が少ないため、本年12月16日とされている施行開始時期について、一定程度後ろ倒し（例えば平成26年4月等）を検討してほしい。</p>	<p>来年1月からはNISA制度が導入され、投資未経験者、投資初心者である高齢顧客も含めてNISA口座における取引が開始されることから、規則の施行日は原案のままとします。</p>
32	施行時期	<p>施行時期を考慮してほしい。</p>	<p>なお、施行日までにシステム対応等が間に合わない協会員については、代替措置により、順次対応してください。</p>
33	施行時期	<p>今回の高齢者に対する規制は、全ての証券会社に大きな影響があると言える。特に比較的少数で対応している中小証券に負荷が大きい。であるにも関わらず、今回の規制に関しては決定方法が甚だ一方的である。</p> <p>多くの証券会社の意見を聴収する機会もパブリックコメントのみ。パブリックコメントの締め切りから、2週間後に自主規制会議が開催され、12月から実際の施行となるようであるが、このような形で決定された規制を業界の自主ルールと言うのは大いに疑問を感じる。施行時期は延期して、業界内での議論を行うべきである。監督官庁側がどうしても12月からの施行にこだわるのであれ</p>	<p>なお、施行日までにシステム対応等が間に合わない協会員については、代替措置により、順次対応してください。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		ば、協会の自主規制という形ではなく、金融庁のルールとして施行してほしい。	
34	施行時期	平成 25 年 12 月 16 日より施行とあるが、猶予期間を設けてほしい。現在、N I S A 対応に追われており、システム対応が間に合わない。もちろん、それまでは運用でカバーすることを前提としている。	
35	施行時期	面談等の内容を記録するための電話録音機能を導入したため及び社内周知徹底にあたって相当の日数を要するため、施行日の繰り下げを再考してほしい。	
36	施行時期	本規制改正に対応するには、規定の改定だけでなく人員構成の見直し等広範に影響があるため、猶予期間を半年ほど取ってほしい。	
37	施行時期	施行日は 12 月 16 日の予定とあるが、できる限り先に延期をしてほしい。 (規程の制定・役職員や顧客への周知のために、相当な時間を要するため。また、本件は証券会社の経営に非常に重大な影響を及ぼすものと思われるので、現場からの意見を汲み取って、慎重に議論してほしい。)	
38	施行時期	高齢者取引に関して社内規程を整備し、それに沿って運用をしている場合には、本ガイドラインに沿った運用の義務付けを猶予する期間を設けてほしい。	
ガイドライン 1. 社内規則の制定【8件】			
39	1. Q1	個人投資家を顧客として想定していない金商業者の場合は、本ガイドラインで求められる社内規則の制定等は不要と言う理解でよいか。	ご理解のとおりです。
40	1. Q1	ガイドラインでは、「金融機関の目線のある程度あわせる」とあるが、記載内容に対しどの程度目線を合わせるべきか。 ①75 歳以上もしくは 80 歳以上をもって高齢者としなければならないとの理解でよいか。 ②高齢者は、75 歳以上の段階で販売可能商品と、80 歳以上の段階で販売可能商品に分けて設定すべきとの理解	社内規則で定めるべき事項のうち「高齢顧客の定義」及び「高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲等」につきましては、本ガイドラインにおいてミニマムスタンダードを示しています。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		か。	
41	1. Q 1	<p>Q&Aでは各社対応と幅を持たせるような回答になっているが、ガイドライン等を検証すると、幅がなく各社の実情等を考慮する余地がない。</p> <p>(理由：弊社も高齢者の勧誘等については、社内規定等の整備及び社員教育の充実の必要性を感じており着手したところであるが、今回のガイドラインについては各社の実情等を考慮する余地がまったく感じられない。今回の高齢者の勧誘等のガイドラインについては、弊社だけでなく顧客の意向等（高齢者＝認知力の不足と捉えることにより、顧客と弊社の間には摩擦が生まれる可能性もある）を考慮する必要があると思われる。また、地域性や会社の基本姿勢、営業形態等（弊社は、投資信託の乗り換え手数料を無料にしている）など、実態が異なっている中で、ある程度の目線を合わせる必要性に疑問を感じている。</p>	<p>本ガイドラインでは、目安として75歳以上の顧客を高齢顧客とし、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歳以上の顧客としています。</p> <p>高齢顧客の年齢により、勧誘可能商品を分けていませんが、高齢顧客の年齢により、勧誘可能商品の範囲を設定するような運用も可能であると考えます。</p>
42	1. Q 1	<p>「①高齢顧客の定義」において、「目安として75歳以上の顧客を対象とし、…80歳以上の顧客とすることが考えられます。」とあるが、75歳及び80歳という年齢設定は義務であるのか、各社裁量による決定（特に年齢基準の引上げ）が認められるのか、ガイドラインの文言上で明らかにしてほしい。</p> <p>本件規制は極めて硬直的な対応であるとの批判を高齢顧客より受けることも想定されるが、その場合、本件規制に係る対応の適用範囲となる高齢顧客の年齢基準を引き上げた上で、年齢に拘わらず顧客の実情に応じて適切と考えられる対応、すなわち従来の適合性原則に基づく対応を本件規制対応の事前規制として自主的に設定した方が妥当である場合も考えられる。この場合に、個社裁量として認められる範囲を明確化していただきたいと考える。</p>	
43	1.	高齢者に対する社内規定を作成するにあたり、①高齢顧	ご理解のとおりです。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
	Q 1	客の定義から⑤モニタリングは「必ず規定する」という理解でよいか。 また例えば現在弊行では70歳以上を高年齢顧客と位置付けているが、「業界として目線を合わせた勧誘による販売」が背景となっていることを勘案した場合、本ガイドラインの目安である75歳に変更した方がよいか。	なお、現在の社内規則において、本ガイドラインより厳しい基準を定めている場合には、改定等の必要はありません。
44	1. Q 2	基本的には各金融機関が自身の実情に応じて社内規則を規定することになるが、「各社により高年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、複数の協会員との取引を行う高年齢顧客が戸惑うことにもなりかねないことから、ある程度目線を合わせる必要がある」としており、日証協において社内規則の参考例を作成いただきたい。	各社においては、既に各社の実情に応じて社内規則等を定めていることから、本協会において社内規則の参考例を作成する考えはありません。 本ガイドラインの趣旨等を踏まえ、各社において社内規則等を定めてください。
45	1. Q 2	社内ルール上、訪問、店頭、電話などの接触方法など販売チャンネル毎に定める必要性があるのか。	販売チャンネルにより高年齢顧客への対応が異なることも想定されることから、そのような場合は必要に応じて販売チャンネルごとに社内規則等を定めてください。
46	1. Q 2	本ガイドラインの考え方に沿った社内規則がある場合は、新たに作る必要は無いとされている。それは当然のことだが、新設であれ、既存の社内規則であれ、ばらつきが出る恐れがある。協会で、認証することが必要と思われる。特に、勧誘可能な商品の例示に関しては、慎重な認証が必要と思われる。	投資勧誘規則第5条の3が制定されることにより、協会監査において、自主規制規則の遵守状況について検証したいと考えます。
ガイドライン 2. 高年齢顧客の定義【27件】			
47	2. Q 1	年齢の定義の目安として75歳、80歳とあるが、顧客への説明をするための何か根拠となるものがあれば示して欲	社内規則で定めるべき事項のうち「高年齢顧客の定

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		しい。	義」及び「高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲等」につきましては、本ガイドラインにおいてミニマムスタンダードを示しています。
48	2. Q 1	慎重な勧誘を行う高齢者定義に関し、75歳以上を目安としているが、国民生活センター等で出される高齢者被害の報告書等（金融取引に限らず）を見ますと、おおむね、70歳以上の高齢者となっている。特に、金融取引は複雑で理解しにくい分野であること、また、NISAで多くのソフィスティケートされていない消費者が新たに市場に参加してくることを考慮すると、少なくとも、高齢者の定義として、70歳以上が望ましく、またより慎重な勧誘による販売を行う顧客は、後期高齢期の75歳以上とすべきではないかと思われる。	本ガイドラインでは、目安として75歳以上の顧客を高齢顧客とし、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歳以上の顧客としています。
49	2. Q 1	年齢によってより慎重に扱うことは理解できるが、75歳以上の顧客対応方法と80歳以上の顧客対応方法をそれぞれ社内規定に盛り込む必要があるのか。基本的に高齢顧客の対応の規定は一本化が望ましいと考える。	苦情・あっせんの申立ての状況や、各社における顧客分布、社会情勢等を総合的に勘案し、高齢顧客の定義を目安として75歳以上としました。
50	2. Q 1	年齢を75歳以上と定め、80歳以上を別分類することなどの形式的な規則では、本改正の趣旨の実効性を担保できない。 本来、年齢に加え、投資選好、投資経験、資産状況など様々な要件を総合的に勘案して慎重な勧誘行為を行うべきかどうかを判断するのが顧客に対する誠実な対応であることから、ここでは年齢を「80歳を目安とした高齢顧客」という表記にとどめ、より具体的な上記要件等を盛り込むべきである。	また、本人以外（家族）からのあっせんの申立てにおける顧客の年齢が80歳以上の場合がほとんどであったことから、目安として80歳以上の顧客については、より慎重な対応を行うこととしました。
51	2. Q 1	高齢の方の能力は、個人差が非常に大きく、高齢顧客の定義を単純に年齢で線引きすることは無理だと思う。	なお、役席者が頻繁に接し、顧客属性、投資意向、投資経験などを十分に把握している場合においては、本ガイドラインの対象外とすることも可能とし
52	2. Q 1	この規則で75歳以上を高齢者と定義するのではなく、各社の管理態勢に応じて、各社の判断で高齢者という年齢を定義することを考える。	
53	2. Q 1	高齢者にも人それぞれ違いがある。一概に年齢で区別するのは荒っぽいのではないか。	
54	2.	現在、高齢者等には、リスクの高い商品の勧誘禁止等慎	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
	Q 1	<p>重な対応を行っており 75 歳以上対象で、さらに、後期高齢者として 80 歳以上を区別することは芳しくないと考える。顧客の健康状態や物事への判断力、理解度等は個人差が大きいことから、「一律的な年齢の設定」は、差別行為につながりかねないため、相応しくないと考え、これは現場では混乱しかねないと思われる。</p>	<p>ています。</p>
55	2 . Q 1	<p>弊社では現時点で高齢者顧客の定義を社内規則には規定していない。しかし、今回のガイドラインと同様に 75 歳以上を高齢顧客、80 歳以上を超高齢顧客として位置づけるという認識は全社員が持ち合わせている。従前より弊社では、日本株式に特化した営業を行ってきた。この時点では顧客の年令で線を引くのではなく、年令に関係無く取引を継続していく上で顧客自身がどうであるかを最優先に考えてきた。とは言うものの、時代の流れ、また 2 年前から投資信託の取扱いを始めた事から、前記の認識を新たにしたというものである。</p> <p>それに伴って、超高齢顧客に投資信託を勧誘する際には、顧客本人以外の家族の方が同席、もしくは、営業担当者の上長が同席する。あるいは以前から行っているアテンション顧客の抽出基準項目を増やす等々の社内ルールを作り、営業部門・管理部門が一体となり取り組んでいる。ただ、顧客よりよくお叱りを受けるのが「年寄り扱するな！」である。「規制緩和の時代といいながら、規制強化ばかりじゃないか！」とも言われる。もちろん、様々な顧客がいらっしゃるので一定の目安は必要だと思う。</p> <p>「高齢顧客取引」については、何年も前から言われ続けてきた事なので、会社側も顧客側も認識は出来ていると思う。</p> <p>実際、弊社ではトラブル等は一切ない。高齢化社会の現在、定年も伸びて、70 歳まで働こうという流れが国の方針になっている。</p> <p>弊社はもちろん、対面営業を行っている証券会社はどこ</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>も、顧客の高齢化について真剣に考えていると思う。</p> <p>会社主義でなく、投資家の利益を最優先に考えた行動を取れば何事も問題なく、また高齢といえども楽しんでお取引頂けると確信している。次の世代に財産もスムーズに引き継がれると考える。</p> <p>すなわち、「高齢者顧客の定義」として目安的なものだけを設けるのはよいが、そこから先は各社各様の社内ルールによる対応が望ましいと思われる。</p>	
56	2. Q 1	<p>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している。</p> <p>※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あるが、現状では、80歳以上の高齢顧客に対しては、各社で商品別等、かなりの制限を設けていると考えられるが、上記記載のガイドライン対象外とするということについては、従来の制限は、一律的に撤廃する等、各社の判断に委ねるということでのよいのか。</p>	<p>社内規則で定めるべき事項のうち「高齢顧客の定義」及び「高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲等」につきましては、本ガイドラインにおいてミニマムスタンダードを示しています。</p> <p>したがって、これらの事項について、各社においてより厳しい基準を定めている場合には、改定等の必要はありません。</p>
57	2. Q 1	<p>高齢顧客の範囲を年齢を基準として定める要請の中で、「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歳以上とする」との2つの年齢を基準としての考え方を提示しているが、当社は既に76歳以上を高齢顧客として、より慎重な勧誘を行っている。</p> <p>より慎重な勧誘を行うために、役席者の面談等を義務付けているが、その行為がしつこい等のお怒りの指摘があるのも事実である。</p> <p>協会案では、75歳と80歳に区分されているが、80歳以上を更に慎重な勧誘とした場合には、1回の勧誘で2回以上の確認となるので、高齢顧客については、2つの年</p>	<p>社内規則で定めるべきそれ以外の事項（「勧誘場所や方法に応じた勧誘」、「約定後の連絡」、「モニタリング」）につきましては、本ガイドラインの趣旨、例示を勘案のうえ、各社において定めてください。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>年齢基準を設ける必要はないと考える。</p> <p>また、社内ルールとして一律 76 歳以上と定めても問題ないか。</p>	
58	2. Q 1	<p>高齢者の定義として、年齢の基準を設ける際の目安を提示（75 歳、80 歳）しているが、既に高齢者としての基準を設定している場合（例えば 76 歳、78 歳など）は、既存の設定を認めてほしい。</p>	
59	2. Q 1	<p>高齢顧客の取引代理人が高齢者に該当しない場合、当該取引代理人への勧誘であれば、勧誘留意商品であっても、本ガイドラインの適用除外とすることもできるという趣旨であることを確認したい。</p>	<p>取引代理人が高齢者に該当しない場合であっても、口座名義人の年齢により本ガイドラインの対象顧客とすることも妨げません。</p>
60	2. Q 2	<p>「会社経営者、役員等である高齢顧客について、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」とあるが、担当役員等の承認は、顧客の個別取引を対象とするものではなく、社内規則において対象外とできる要件を具体的に規定し包括的な承認を得ておくとの対応でもよいか。</p>	<p>本ガイドラインの対象外とする顧客の要件を定めただうえで、担当役員等が、対象顧客一人一人について適正性を判断する必要があると考えます。</p>
61	2. Q 2	<p>特定の顧客を本ガイドラインの対象外とする手続きとして、「担当役員等の承認」とあるが、これは「営業担当役員」のことか。</p> <p>また、営業担当役員が、個別の顧客の属性について承認するのは、現実的ではないと思われるが、担当役員の承認は例示と考えてよいか。</p>	<p>本ガイドラインの対象外とすることについては、協会員において慎重に判断する必要があると考えています。</p> <p>「担当役員等」は営業部門担当役員、内部管理部門担当役員のいずれでも差し支えありませんが、対象顧客一人一人について適正性を判断する必要があると考えます。</p>
62	2.	<p>本ガイドラインの対象外とする顧客の承認者は担当役員</p>	<p>承認者を担当役員に限定</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
	Q 2	等とあるが、担当役員でなくても ブロック長、地区担当本部長等その営業単位を統括する立場であれば良いとの解釈でよいか。	するものではありませんが、本ガイドラインの対象外とすることについては、協会員において慎重に判断する必要があると考えています。 なお、幅広に解釈しすぎた結果、本ガイドラインの趣旨が損なわれないよう留意してください。
63	2 . Q 2	「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」と例示しているが、①「会社経営者、役員等である高齢顧客について、」は削除すべきではないか、②「支店長等の役席者」は、「役席者」に改めるべきではないか、③「担当役員承認」は「支店長等の承認」に改めるべきではないか。	「会社経営者、役員等」は、日常的に企業経営に携わっていることから、十分な理解力があることが多いと考えられ、支店長等の役席者が頻繁に面談等を行っている場合には対象外とできることを例示したものです。
64	2 . Q 2	高齢顧客が自らの取引について、ガイドラインの適用除外を望む場合、証券会社において、顧客からの自発的な除外申請であることや、当該顧客の投資判断能力等に問題がないことを確認できるのであれば、当該顧客への勧誘による販売に関し、本ガイドラインの対象外とすることができるのか。	本ガイドラインの対象外にすることができる顧客の範囲については、「会社経営者、役員等」に限るものではありませんが、この例に照らし適当と考えられる顧客の範囲を各社の実情に応じて定めていただくものと考えます。
65	2 . Q 2	ガイドライン案にある本ガイドラインの適用対象外とできる高齢顧客の例示について、会社経営者、役員等以外の顧客であっても実情に応じて適用対象が意図できるような柔軟かつ合理的な規制となるように配慮してほしい。	ただし、幅広に認めすぎた結果、本ガイドラインの趣旨が損なわれないよう留意してください。
66	2 . Q 2	「会社経営者、役員等」を削除してほしい。該当個所は、会社経営に直接関与している現役の経営者、役員等を想定していると思料するが、顧客面談等を通じ「無職」であるものの勧誘を行う上で資金的、理解力等適合性上問	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		題がないと判断できる高齢者も相当数存在することから「会社経営者、役員等」という表現を削除してほしい。	
67	2. Q 2	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とあるが、経営者、役員であっても役職だけで実際はどうかという場合も多々あるし、役職者でないから対象外ではないという基準はおかしいのではないかと。	
68	2. Q 2	「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」とあるが、「役員等」には役員以外であっても経済や証券知識が豊富で勧誘に対して適合している顧客も含まれると解釈するがそれでよいか。	
69	2. Q 2	本ガイドライン許容対象外の例として、会社経営者、役員等であってかつ一定の要件を満たす場合が掲げられているが、この「経営者・役員等」は、ある程度日常的にビジネス情報に接している者の例と捉えることができ、従ってそのような属性を有していると合理的に考えられる者であれば、規定された一定要件の充足をもって対象外と考えることができるか。	
70	2. Q 2	例えば、会社経営者、役員等である高齢顧客・・・と記述されているが、通常の高齢顧客についても同様に、本ガイドラインの対象外とすることが可能なようにすべきと考える。	
71	2. Q 2	高齢顧客の例外として、会社経営者、役員等が挙げられているが、明確な基準を示してほしい。 (実際には、農家や商店経営者、元役員など様々な職業のお客様がおられ、また、無職の方でも投資判断力が充分ある高齢のお客様が数多くおられるため、対象内・対	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		象外の判断が非常に難しいと思われる。また、基準があいまいで、主観による判断となると、差別や人権侵害ととられ、トラブルにつながる危険性もあると思われる。）	
72	2. Q 2	「なお、例えば、会社経営者、役員等である高齢顧客について、～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」とあるが、例え、現時点は無職であっても、多くの保有資産を持ち、投資経験の長い方は多数おられる。 職業等により、ガイドラインの適用除外を設ける必要性はなく、高齢顧客に対して慎重な勧誘を行うことが大事ではないか。	
73	2. Q 2	「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」とあるが、 ①「会社経営者、役員等」と「頻繁に接し」は両方満たす必要があるか。 ②「会社経営者、役員等」でなくても現役で働いている高齢顧客であり、役席者が頻繁に接している場合であれば対象外としてよいか。 ③「頻繁に接し」とは最低どれくらいの頻度で接していることを想定しているか。また、「接し」の中には、電話でのコンタクトも含まれるか。	①両方満たす必要があります。 ②本ガイドラインの対象外にすることができる顧客の範囲については、「会社経営者、役員等」に限るものではありませんが、この例に照らし適切と考えられる顧客の範囲を各社の実情に応じて定めればよいものと考えます。 ③頻度については、各社の実情に応じて各社において定めてください。
ガイドライン 3. 高齢顧客への勧誘による販売商品【131件】			
74	3. Q 1	勧誘留意商品を定義し、勧誘留意商品の例を提示すべきであると考え。当規則の目的を踏まえていることを前提に、各社の高齢顧客管理・商品特性・販売活動・社内規定等実態に即した、例外規定も盛り込めるようにしてもらいたい。	各社の目線を合わせていただくため、高齢顧客に勧誘可能な商品の範囲等について、ミニマム・スタンダードを示しています。
75	3 .	勧誘を伴わない場合として、「勧誘留意商品を自ら選択	顧客から数量又は金額の

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
	Q 1	し、銘柄及び数量を指定して購入を希望する場合」とあるが、数量の指定までをも条件とするのはあまり現実に即しているとはいえず、銘柄の指定が個別具体的であれば、数量につき過大とならないよう留意して販売することを前提として、勧誘を伴わない場合と考えることはできないか。	指定があれば、本ガイドラインで定義する「勧誘」に該当しないこともあると考えられます。
76	3. Q 1	『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」とあるが、例示を増やしてもらいたい。 この例で、顧客の投資目的に合致した数種類の勧誘留意商品に係る販売用資料をDM等により配布した結果、当該顧客から連絡があり銘柄・数量を指定して購入する場合は、「勧誘を伴っていない」との整理でよいのか。	本ガイドラインで定義する「勧誘」に該当するか否かは、個別事例に即して実質的に判断されるべきものと考えますが、ご質問のケースは本ガイドラインで定義する「勧誘」に該当しないと考えられます。
77	3. Q 1	「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るので、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る。」としているが、顧客に何の説明もせずパンフレットやレポート等を配布しただけでその資料を見て顧客が注文を発注した場合には、インターネット証券がホームページに商品案内を掲載しているものを顧客が見て発注する行為と同様と考えられることから、当該配布資料を見て顧客から受注する場合には勧誘に該当しないと解釈するがそれではよいのか。	なお、例えば、高齢顧客からの求めに応じて質問に回答する、又は資料を送付するのみで、その前後を通じて当該商品の買付けに関する説明を行わない場合には、「勧誘」に該当しないと考えられます。
78	3. Q 1	「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、「ファンドA」と「ファンドB」で迷っている場合、両商品の商品性を説明するのは「勧誘」に該当するのか。また、国内株式ファンドでの運用は希望されているが、銘柄が決まっていない場合、取扱ファンドの説明は勧誘行為に該当するのか。	本ガイドラインで定義する「勧誘」に該当するか否かは、個別事例に即して実質的に判断されるべきものと考えますが、ご質問のケースは本ガイドライン

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
79	3. Q 1	顧客の投資目的に合致した数種類の勧誘留意商品に係る販売用資料をDM等により配布し、当方から顧客に連絡した場合には「勧誘」となるのか。また、当該顧客がそのうちの1銘柄について買付の意思を示したが数量を指定しない場合は「個別商品の買付けに関する説明」に該当するのか。実務的に判断の難しいところなので回答いただきたい。	で定義する「勧誘」に該当すると考えられます。
80	3. Q 1	「勧誘」の定義について、高齢顧客が自ら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の対象外とあるが、銘柄を複数指定して説明を求められた場合も、同様に本ガイドラインの対象外と解釈して差し支えないか。	
81	3. Q 1	当初勧誘を行っていたが購入にいたらず、一定期間を経て注文が入った場合については、勧誘ではなく顧客の自発的な注文であるという認識でよいか。	個別事例に即して実質的に判断されるべきものと考えますが、顧客からの自発的な注文に先立って行われた「勧誘」との関連性が相当程度認められる場合には、本ガイドラインで示す勧誘に係る手続き（「翌日以降の受注」等）が必要になると考えられます。
82	3. Q 1	商品説明を受けた高齢顧客が、説明を受けた時点では投資の決断をせず、その後、商品説明を行った担当営業員またはそれ以外の営業員に自分から電話をかけて当該商品の購入を申し込んできた場合、顧客が熟慮の上で自ら銘柄等を指定して取引を希望しており、本ガイドラインの対象外と考えられるがどうか。	
83	3. Q 1	顧客に勧誘留意商品について説明を行い、後日、当該顧客が自発的に当該商品について、銘柄・数量を指定して購入を希望してきた場合は、本ガイドラインの対象外として取り扱ってよいことを確認したい。	
84	3. Q 1	「勧誘」とは「個別商品の買付けに関する説明」と規定されているが、目論見書等に記載されている一般的な内容にかかる顧客からの質問に応じて回答することは「勧誘」に該当しないものと考えてよいか。	本ガイドラインで定義する「勧誘」に該当するか否かは、個別事例に即して実質的に判断されるべきものと考えます。
85	3. Q 1	勧誘とは「個別商品の買付けに関する説明」とあるが、「買付け」に関する説明の範囲が明確でない。例えば、顧客から具体的な銘柄（勧誘留意商品）を示して商品説明を	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		求められた場合、あるいは、「新興国に投資する投資信託がないか。」との問い合わせを受けて、取り扱っている個別商品の銘柄名だけを説明することも該当するか。	
86	3. Q 1	説明の前に顧客が銘柄と数量を指定して購入の希望を示した場合は、その後販売に際して説明したとしても、それ以前に購入意思が固まっていたものとして、勧誘に該当しないという理解でよいか。	
87	3. Q 1	高齢顧客から、「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、具体的な商品を説明する場合は「勧誘」に該当するとしても、役席者の事前承認は必要ないことを確認したい。	個別商品の買付けに関する説明が行われるのであれば、本ガイドラインで定義する「勧誘」に該当すると考えられることから、当該説明前に役席者の承認が必要になると考えます。ご質問は、高齢顧客が来店された場合のことであると推察しますが、このような場合に誰がどのように対応するのかについて、自社の組織形態や人員配置に照らして、あらかじめ態勢を整備してください。
88	3. Q 1	商品選定について大事なのは、「高齢者顧客」に対してだけでなく全ての顧客が対象であること、つまり、流動性及び換金性が低いものはもちろん、仕組みが複雑な商品は年齢に関係なく、理解が出来ている顧客以外には勧誘販売してはいけないと理解している。 よって弊社は、もともと仕組みが複雑な商品は基本的には取り扱わず、投資信託においても、シンプルなものだけに限定している。 当然、以前は理解出来ていても、年齢によって理解力が劣っていく事がある。	各社により高齢顧客への対応が異なることにより、複数の金融機関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、ある程度の目線を合わせるために、規則・ガイドラインを制定することとしました。 なお、現在の社内規則が本

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		各社独自の社内ルールに則り、定期的に顧客面談を行う事により十分クリア出来ると思う。	ガイドラインの考え方に沿っており、かつ規定すべき事項が充足している場合やより厳しい基準を定めている場合には、改定等の必要はありません。
89	3 . Q 2	ガイドラインでは、「金融機関の目線のある程度あわせる」とあるが、記載内容に対しどの程度目線を合わせるべきなのか。 Q 2 で示された商品については「勧誘留意商品」の対象にする必要はないとされているが、一方で各社の判断によって「勧誘留意商品」とする考え方もあるとされている。ある程度目線が異なってもよいとの理解でよいか。	
90	3 . Q 2	本ルールが対象となる商品については、例示から大きく逸脱するものでなければ、自社の判断に任せてほしい。	
91	3 . Q 2	勧誘による販売可能商品の該当性を判断するにあたっては、一般的には、価格変動が比較的小さい、仕組みが複雑でない、換金性が高いという基準を用いているのにもかかわらず、「知名度」は影響するのか。	例えば、テレビやラジオ等で価格情報が報道される指標（日経平均株価、東証株価指数）などは、情報入手が容易であることから、高齢顧客が投資判断を行いやすいと考えられます。
92	3 . Q 2	株式について商品性が広く周知されていることから、一律の制限がなじまないのであり、また、日経 225 に連動する投資信託は指標がよく知られており、一律の制限になじまないのであれば、たとえば主として国内株式に投資し、日経 225 をベンチマークとして運用する投信についても、一律の制限になじまないと考えてよいか。	本ガイドラインで示しているのは「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」であり、当該指標をベンチマークとしているもののすべてを指しているものではありません。
93	3 . Q 2	上場株式・日経 225 ・ T O P I X 等は本ルールの対象にならないため、信用取引、先物・オプション取引についても勧誘留意商品とならないという認識でよいか。	信用取引、新株予約権証券の売買その他の取引及び有価証券関連市場デリバティブ取引等（上場先物・オプション取引）は、本協
94	3 . Q 2	複雑な投信や仕組債など商品性の理解が難しいものの勧誘が問題なのであって、貴協会の考え方にもあるように、	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>上場株式などを除外していることは、よく理解できる。しかしながら、上場株式等の現物取引のみを除外して、信用取引が除外に含まれていないのは以下の点から納得的ではない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・信用取引は、顧客が自らのリスク許容度に応じて行っているものであり、「商品性の理解が難しい」というものではない。 ・信用取引も現物取引同様、その時々相場場で発注・約定に至るものであり、又、期日もあることから、当日は受注できない、あるいは、受注時に人を代える等の対応は現実的ではない。かえって、トラブルの元となりかねない。 ・当然ながら、顧客は「現物取引」とは異なるボリュームリスクを負うが、証券会社としても、特に信用取引は信用供与であることから、現物取引とは異なる顧客管理を行っており、従来から顧客属性やリスク管理に十分留意している。 <p>このガイドラインを順守しようとするほど、高齢であるからという理由で、一律に信用取引から高齢者を排除しているものにとられかねない。従来より、「信用取引」は「現物取引」と区別して管理に留意しており、ガイドラインにおいては、「現物取引に限る」との限定は削除してもらいたい。</p> <p>なお、限定が解除されたとしても、高齢者への適切な勧誘・トラブル防止の観点から、当社としては、一部の包括承認顧客（例外扱い）のほかは、高齢の信用取引顧客は「当日上席承認」とし、更に注意を要する年齢の信用取引顧客の「約定連絡」は上席が行うというような対応、及び、高齢信用取引顧客の上席面談頻度の短縮等を検討する予定である。信用取引については、一律のガイドライン提示ではなく、各社の信用取引受託規程や信用取引管理規程等において、今回の趣旨を踏まえた社内ルール</p>	<p>会の投資勧誘規則 6 条において、協会員は取引開始基準を設定することが規定されており、既に適合性に十分に留意した勧誘及び取引が行われていると考えますので、当該取引開始基準等に合致した顧客が行う信用取引等は、本ガイドラインの対象とはなりません。</p> <p>また、上場前に行われる募集、売出しに係る株式等の取引は、本ガイドラインの対象とはなりません。</p> <p>なお、本件内容が明らかになるよう、本ガイドラインの記載を修正します。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		を各社の実情に沿って策定するということで徹底されたらどうか。	
95	3. Q 2	上場株式、ETF・ETN、REITについては、現物取引に限定されているが、信用取引については、株式やETF等の取引手法に過ぎず、商品性ではないので、信用取引を排除する必要はないのではないか。	
96	3. Q 2	「また、上場株式、ETF・ETN、REIT(以上、外国市場を含み、すべての現物取引に限る。)…」とあるが、信用取引や先物オプション取引のように価格変動に合わせた取引ニーズがより大きい取引は対象外としてほしい。	
97	3. Q 2	<p>「上場株式、ETF・ETN、REIT(以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。)」とあるが、「すべて現物取引に限る。」を削除してほしい。</p> <p>「現物取引に限る」とは信用取引については勧誘可能ではないとの考えか。そうであるならば、同じ商品について、販売が可能な取引方法とそうでない取引方法が存在することとなり矛盾しないか。信用取引は口座開設の際に、取引開始基準を定め、定期的な面談を行うなど既に顧客の適合性に十分配慮し、年齢によって勧誘を自粛させるなどの対応をとっている。その上さらに勧誘留意商品とすると多数の苦情等が発生することは明らかと史料する。</p>	
98	3. Q 2	勧誘可能商品として「上場株式・・・(以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。)」とあり、信用取引は含まれていないが、高齢顧客が信用取引をされる場合、75歳以上の場合は取引の都度役席者の事前承認が必要となり、80歳以上の場合は原則勧誘の翌日以降の受注が必要となるのか。そうなること、実質、高齢顧客への信用取引の勧誘は出来ないことになるが確認したい。	
99	3. Q 2	周知性の高い商品、時々刻々価格が変動する商品として、「上場株式、ETF・ETN、REIT(外国市場を含	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		み、すべて現物取引に限る。)」とあるが、信用取引やデリバティブ取引も勧誘可能商品に含めていただきたい。	
100	3. Q2	「上場株式、ETF・ETN、REIT（以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。）」とあるが、「すべて現物取引に限る。」を削除してほしい。 現在の顧客構成等に鑑み、高齢者に即した勧誘方法等を社内規程等に盛り込み、営業行為を行っており、ガイドラインに盛り込み、限定しなくても問題ないとする。	
101	3. Q2	上場株式の信用取引も該当商品としてほしい。	
102	3. Q2	「上場株式、ETF・ETN、REIT（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。」と記載されているが、信用取引については一律に勧誘を制限する取引として勧誘留意商品の対象とするということか。	
103	3. Q2	「上場株式、ETF・ETN、REIT（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。」となっているが、「すべて現物取引に限る」という文言があるため、信用取引や先物・オプション取引は含まないと解釈されるが、会社経営者等で相当の知識と判断能力のある適合性に問題のない顧客にこれらの日々刻々と価格が変動する取引を当日受注せずに翌日改めて役席者から受注するという対応を行うこと自体がナンセンスであり、価格が当時と変化し買い時が売り時となることが十分考えられ苦情の温床にもなりかねないことから、信用取引や先物・オプション	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		取引も認めて頂くよう要望する。	
104	3. Q 2	勧誘留意商品から信用取引を除外するべきである。	
105	3. Q 2	80歳以上の高齢顧客に対して、勧誘留意商品とそれ以外の商品を同時に勧誘する場合は、勧誘留意商品は翌日以降に、それ以外の商品は当日に受注することになり、約定結果の確認・連絡に関しても、勧誘留意商品のみ時間をおいてから電話をすることになる。これは株式の現物取引と信用取引を同時に受注するときにも適用されると考えられ、顧客にとって円滑な取引ができなくなる。また、担当営業員以外の者が約定連絡を行うことに関しても、連絡に遅延が生じかねず、この点からも円滑な取引ができなくなる。については、信用取引や先物オプション取引に関しては、規制の対象外としてほしい。	
106	3. Q 2	勧誘可能な商品として上場株式、ETF・ETN、REITについて「すべて現物取引に限る」とされているが「信用取引」も勧誘可能としてほしい。 高齢のお客様でも取引を継続している方が少なからずおられ、勧誘留意商品に該当するとなれば自由な取引が制限されてしまうことになる。レバレッジ分だけリスクは高いものの仕組みは複雑ではないと考えられるため、要望する。	
107	3. Q 2	「上場株式、ETF等については、～一律に勧誘を制限することには馴染まない。～日経平均の変動率に一致するよう設計された投信についても同様と考えられます。」との部分において、株式の信用取引についてはどうか。	
108	3. Q 2	「上場株式、ETF・ETN、REIT（以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。）」となっており、信用取引や先物・オプション取引は含まないと解釈するのが当然ですが、確認したい。これら取引は、日々刻々と価格変動することから、当日受注せずに改めて翌日に役員から受注するといったことは、逆にクレームが発生	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		する要因とはならないか。	
109	3. Q 2	<p>今回の「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第5条の3（高齢顧客に対する勧誘による販売）は、「信用取引」自体も対象としているか。</p> <p>対象の場合、当社は、信用取引において、「70歳以上」の顧客の新規口座開設に事前承認制度を設けているが、厳しい基準を定めている場合は改定等の必要はないと考えてよいか。</p>	
110	3. Q 2	<p>勧誘による販売が可能と考えられる商品として上場株式、ETF・ETN、REIT（以上、外国市場を含み、すべて現物取引に限る。）と記載されているが、弊社においては、70歳以上の顧客の信用取引に関して、明確に信用取引継続基準及び口座開設基準を定め、信用取引の継続及び新規信用口座の開設を承認している。更に、支店長が定期的（年1回以上）に面談を行ない顧客の投資意向、判断力、健康状態等を確認したうえで信用取引の継続及び口座開設を申請し、本部で承認している。</p> <p>上記のような厳格な管理体制のもとでの信用取引は、勧誘による販売が可能である商品であると認識しているが、どうか。</p>	
111	3. Q 2	<p>勧誘可能な商品として上場株式等が掲げられている箇所に括弧書きで『すべて現物取引に限る』とされており、株式の信用取引を行う場合には、勧誘の都度の承認や、勧誘初日の受注の原則禁止、役席者の受注等のフローが必要となってしまう。信用取引や先物・オプション取引の取引開始基準の確認が義務付けられている取引については別途適合性の確認が十分に行われているため、協会員が定める基準に合致していれば勧誘可能と考えるがいかがか。</p> <p>信用取引や先物・オプション取引（以下、信用取引等という）は、取引の特性上、時々刻々の価格変動に応じた投資判断が求められるものであり、勧誘の都度の承認や</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>勧誘初日の受注の原則禁止といったフローには馴染まない。加えて、信用取引等は、投資勧誘規則において取引開始基準を設け、これに適合した顧客でなければ取引できないこととされている。高齢顧客と信用取引等を行う場合は、各協会員において本社での承認制度を設ける等、顧客の資力、判断力等の適合性について十分な確認を行うこととしており、取引の都度の承認等を義務付ける必要はないと考える。</p>	
112	3. Q 2	<p>「すべて現物取引に限る。」とあるが、信用取引を行う高齢顧客については役席者による事前承認や翌日以降の受注が必要になるということか。</p> <p>当社では現在80歳以上で信用取引を行っている顧客がいるが、信用取引の経験も長く(40年以上)、健康状態良好、会話はかみ合い、理解力に問題がない、また、投資性向が「値上がり益重視」ということから現在のところ信用取引を承認している。このようなケースにおいても規制の対象となるのか。高齢顧客の信用取引を一律に規制するのではなく、一定の条件を満たす場合は規制の対象外とするような措置をお願いしたい。</p>	
113	3. Q 2	<p>販売可能商品の中に、信用取引、先物・OP取引、仕組みの複雑でない投資信託を加えるべきである(勧誘留意商品からの除外)。</p> <p>高齢顧客の定義を定め、高齢顧客との取引についてある程度の規定を定めることに異論はないが、全ての取引に雁字搦めに適用することには賛成できない。高齢顧客の中には、生き甲斐としてこれらの取引を行なっている顧客も多い。</p> <p>上記取引及び商品は、現に広く顧客の中に周知されており、高齢顧客との取引に当たっても、金融商品取引法他協会規則、通知等に沿って、契約締結前交付書面や目論見書の交付・説明、それぞれの約諾書の交付と受入、確認書や注意喚起文書の交付乃至は受入等のほか、顧客自</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>身や顧客の家族等との頻度の有る面談を課すなど万全の注意を払って行っている。</p> <p>一律に年齢制限を策定し、本ガイドラインが想定しているような、取引の都度の役席者の事前承認、勧誘当日の受注制限や役席者による受注、担当営業員以外の者による約定連絡などで縛ることは、これらの取引には馴染まず、逆に顧客の不審を買ったり、取引を不自由にし支障をきたす結果にもなりかねない。</p> <p>会社経営者、役員等である高齢顧客は、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が可能とされているように、これまでに同種の取引の投資経験がある高齢顧客については、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するべきである。</p>	
114	3. Q 2	<p>信用取引及び上場デリバティブ取引を高齢顧客への販売が可能と考えられる商品として、勧誘留意商品から除外してほしい。</p> <p>その理由として、過去我々は、当該の取引について、厳格な口座開設基準を設け、高齢顧客にかかる適合性判断及び取引の仕組みについての説明を十分に顧客に行い、必要に応じたモニタリング及び個別面談を行い高齢顧客の適合性については、適切に管理を行ってきた。しかしながら市場に上場する商品において勧誘留意商品とした場合、他の商品とは異なり、信用取引及び上場デリバティブ取引については、取引する商品において全く同じであるため、市場性があり時々刻々の価格変動に合わせた取引ニーズが存在しており、一律に勧誘を制限することには馴染まず勧誘留意商品に位置づけられると、高齢顧客をすべて当該取引から排除される事に繋がる。</p>	
115	3. Q 2	<p>一律に勧誘を制限することには馴染まない商品として「上場株式、ETF・ETN、REIT」が列挙されているが、上場前に行われる募集、売出しに係る株式の勧</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		誘も含めていただきたい。 上場株式とだけの記載では、上場前に行われる募集、売出しに係る当該未上場株の勧誘は、勧誘留意商品と解されるおそれがあることから本意見を提出する。	
116	3. Q 2	勧誘留意商品の対象外の商品として列挙されているもの以外の金融商品取引所に上場されている他の種類の有価証券（転換社債型新株予約権付社債やライツ・オフERINGに関する上場新株予約権等）も同一の扱いとすることができるとの理解でよいか。	
117	3. Q 2	ETN、ETFのうち「レバレッジ型・インバース型」のETNやETFは、勧誘による販売が可能な商品とすることができるものとの理解でよいか。	「レバレッジ型・インバース型指数」のETF・ETNは、勧誘可能商品であると考えます。
118	3. Q 2	「上場株式、ETF等については、～一律に勧誘を制限することには馴染まない。～日経平均の変動率に一致するよう設計された投信についても同様と考えられます。」との部分において、上場レバレッジETFについてはどうか。	なお、本件内容が明らかになるよう、本ガイドラインの記載を修正します。
119	3. Q 2	仕組みが複雑でない投資信託も含めるべきではないか。知名度や流動性が高い通貨建ての対象商品の定義の拡充あるいは緩和を求める。	「公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を指向する」投資信託が、勧誘可能商品と考えられます。
120	3. Q 2	インデックス運用を行っている投資信託や米ドル・豪ドル・ユーロ建ての投資信託は本ルールの対象となっていないが、これらよりも安定的な運用を指向する投資信託であれば本ルールの対象としないいただきたい。 投資信託の中には通貨選択型投信のような商品もあり、逆にグローバル・ソブリン・オープンのような安定的かつ知名度が高いシンプルな商品もあるため、投資信託の運用姿勢等を鑑みて差別化してほしい。	知名度や流動性が高い通貨（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ます。）以外の通貨建ての投資信託は、勧誘留意商品と考えられます。
121	3. Q 2	上場株式等については、外国市場が含まれるのであるから、外国債券や投資信託について、米ドル、ユーロ、豪ドル以外の為替についても一律に制限する趣旨ではないことを確認したい。	なお、将来において、本ガイドラインにおける勧誘可能商品の対象通貨を変更することを排除するも

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
122	3. Q 2	先進国の債券に分散投資するファンドは勧誘による販売が可能と思うがそれでよいか。	のではありません。
123	3. Q 2	外国債券に投資する投資信託はリスク回避のために多くの国に投資しているケースが多いが、その中にエマージング国が入っている商品はハイリスクと分類されるのか。	
124	3. Q 2	<p>例示③に関して、海外先進国のソブリン債（中長期債を含む）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も含まれると考えますが、この点を明示いただきたい。</p> <p>（「価格変動が比較的小さいこと」「仕組みが複雑でないこと」「換金性が高いこと」の観点からは、国内に限定する必要性は少ないものとするため。為替リスク面でも、米ドル、ユーロ、オーストラリアドルは例示④で認められているため。）</p>	
125	3. Q 2	勧誘可能な商品でQ 2の③に記載されている「公社債を中心に投資し、安定的な運用を目指す投資信託」とあるが、ブラジル国債F等、円建てで運用されているが新興国に近いソブリンファンドも、③に該当するのか。該当するのであれば、④の通貨との整合性はどうか（外貨建てか円建ての相違だけであり、為替のヘッジなしのファンドについては為替リスクを内包しているのではないか）。	
126	3. Q 2	知名度や流動性が高い通貨建てとして米ドル・ユーロ・豪ドルを挙げられていますが、これはどのような基準によって選択されたのか。知名度・流動性を鑑みるとIMFの特別引出権通貨である英ポンドを含めるべきかと考えられる。加えて一般的な通貨分類としてハードカレンシーとローカルカレンシーがあるが、この観点から鑑みると、米ドル・ユーロ・日本円・英ポンド・スイスフランが国際的信用・流動性に優れているハードカレンシーと考えられる。要するに、豪ドルは一般的なハードカレ	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>ンシーではなくハードカレンシーとローカルカレンシーの中間の位置づけと考えるならば、これを勧誘留意商品に該当しないと判断すると豪ドルに準じて加ドル等も含めるべきかと考えられる。通貨の見方について様々な見解があるが、ここに挙げる通貨以外にも知名度・流動性に優れている通貨があればこれに含めるべきかと思う。投資信託について、外貨建てのもの（基準価額が外貨表示）についてのみ制限され、実質的に外貨建て（通貨を問わない）資産に投資するものはこれに含まれないと考えてよいか。また、御協会が定める通貨建て債券および投資信託以外のそれは全て勧誘留意商品となると考えなければならないのか。</p>	
127	3. Q 2	<p>例示①②に関して、国内だけでなく海外先進国において発行される社債も含まれると考えますが、この点を明示いただきたい。</p> <p>（「価格変動が比較的小さいこと」「仕組みが複雑でないこと」「換金性が高いこと」の観点からは、国内に限定する必要性は少ないものとするため。為替リスク面でも、米ドル、ユーロ、オーストラリアドルは例示④で認められているため。）</p>	<p>例示④のとおり、知名度や流動性が高い通貨（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ます。）以外の通貨建ての例①②の債券は、勧誘留意商品と考えられます。</p>
128	3. Q 2	<p>勧誘による販売可能商品について、本ガイドラインの例示より、狭めることはあり得ることについては記載されているが、各社の判断で例示されている商品より広げることができることを確認したい。</p>	<p>本ガイドラインは、各社の目線のある程度合わせることを目的としていることから、各社の判断で勧誘可能商品の範囲を広げることが望ましくないと考えます。</p>
129	3. Q 2	<p>ガイドラインA①②③④の例示に関して、「例えば国内商品に限定・・・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」と記載されているため、例示より広げて運用することも認められるのか否かが明確に読み取れない。各社の判断で、例示より広げて運用することも認められることを確認したい。</p>	<p>本ガイドラインは、各社の目線のある程度合わせることを目的としていることから、各社の判断で勧誘可能商品の範囲を広げることが望ましくないと考えます。</p>
130	3. Q 2	<p>「高齢顧客への勧誘による販売が可能と考えられる商品」（勧誘可能な商品）の例示を踏まえると、米ドル建の</p>	<p>「公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を指</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>米国債に投資する投資信託や日経平均株価に連動する株式投資信託は「勧誘可能な商品」となる一方、ポンド建の英国債に投資する投資信託やNYダウに連動する株式投資信託は「勧誘可能な商品」ではない（「勧誘留意商品」となる）が、こうした違いを顧客に対して説明することが難しい（顧客も理解が難しい）ため、「勧誘可能な商品」に勧誘・販売が偏ることが想定される。したがって、「販売可能な商品」の基準（例示）について、今後の勧誘・販売の実態等を踏まえて、定期的に見直すよう対応いただきたい。</p>	<p>向する」投資信託が、勧誘可能商品と考えられます。「公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を指向する」投資信託への該当性は、投資信託の目論見書に記載された「ファンドの目的・特色」等を参考に各社において判断してください。</p>
131	3. Q 2	<p>本ガイドラインは、「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。」とあるが、本定義（比較的安定的な運用を指向する投資信託）では、協会員によって、同一の投資信託について「勧誘留意商品」に指定／非指定の別が生じることと思われる。各協会員間で、同一銘柄の取扱について協会員による差異が生じないよう、例えば投資信託協会において銘柄ごとに統一的に指定していただきたい。</p> <p>例えば、金融商品仲介業における実務を想定した場合、同じ投資信託が協会員によって勧誘留意商品とするケースとしないケースが生じる。複数の所属証券会社と契約する金融商品仲介業者が当該商品を勧誘する場合に混乱が生じるおそれがあるとともに、その場合、当該金融商品仲介業者による規制回避行動により実質的に高齢顧客の保護につながらないおそれがあると考えます。</p>	<p>なお、本件内容が明らかになるよう、本ガイドラインの記載を修正します。</p> <p>また、将来において、本ガイドラインにおける勧誘可能商品の対象通貨を変更することを排除するものではありません。</p>
132	3. Q 2	<p>あいまいな表現で解り難く正しく理解することが困難だと感じる。</p> <p>つまり広く周知されている商品が重要根拠となるか又は、時々刻々の価格変動に合わせた取引ニーズが存在す</p>	<p>個別商品に即して実質的に判断されるべきものと考えますが、投資対象として、公社債以外にも、株式</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>ることが重要根拠となるのか勧誘留意商品を定めるにあたり、その重要根拠があいまいで明確に示されていないので、ガイドラインの考え方について、もっと解りやすくその根拠を示し解説してほしい。</p> <p>広く周知されている商品と言うのであれば、複雑な仕組みでない一般的な追加型でバランス運用する投資信託などは、新聞紙面で基準価格が日々開示されており価格情報は得やすい商品であり、投資家にとってもその歴史は長く既に馴染み深い商品であるので対象外としても差し支えないのではないか。</p>	<p>やR E I T等に相応に投資するような、いわゆるバランス型投資信託については、勧誘留意商品と考えられます。</p>
133	3. Q 2	<p>日経平均株価やT O P I Xを上回る投資成果を目指すいわゆるアクティブ運用のファンドも勧誘留意商品に指定する必要はないのではないか。(もちろんブルベアファンド、デリバティブ投信、通貨選択型投信は除く)</p> <p>投資信託としては、インデックスファンドよりもむしろ一般的である。そのため、仕組みが複雑でない限りにおいては、勧誘留意商品としなくともよいのではないか。</p> <p>また、過去に数回デフォルトとなった普通社債よりもリスクは小さいと思われる。これらのファンドを勧誘留意商品とするならば、普通社債も勧誘留意商品とすべきである。</p> <p>単にB B B -以上の格付けがあればよいというものではない。実際にデフォルトされた社債も投資適格であった。</p>	
134	3. Q 2	<p>「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」とは、分類上は公社債投信ではなく株式投資信託であっても、運用の投資対象が国内外の公社債を中心に安定的な運用を目指すものも含まれるとの理解でよいか。</p> <p>例えば、</p> <p>①分類上は株式投資信託であっても株式に投資せず、主として内外の複数国の投資適格のソブリン債（為替ヘッジあり、なし）に投資するもの、主として内外の投</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>資適格の社債に投資するもの（為替ヘッジあり、なし）も含まれるとの理解でよいか。</p> <p>②主として（50%超）内外の投資適格の公社債に投資し、その他 50%未満は、株式やREIT等に投資しているものも含まれるとの理解でよいか。</p> <p>③投資対象が内外の債券へ1/3、株式へ1/3、REITへ1/3投資するものは、公社債が中心ではないため含まれないとの理解でよいか。</p>	
135	3. Q2	<p>「勧誘留意商品」に関連して以下のことを確認したい。</p> <p>①公社投以外の国債のデュレーションリスクを取る投資信託は、「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」に含まれるものと考えられるか。</p> <p>②国内REIT投資信託、海外REIT投資信託も「REIT」と同様に考えられるか。</p> <p>③リスクコントロール型の資産分散ファンド（いわゆるアロケーションF）は、「価格変動が比較的小さく、仕組みが複雑ではない」商品と考えられるか。</p> <p>④「価格変動が比較的小さい」ことを判断するため、標準偏差等、数値的な区分けが必要か。</p>	
136	3. Q2	<p>いろいろな資産に分散投資するファンドは勧誘による販売が可能と考えてよいか。</p> <p>また、可能であれば指数連動の日経225、TOPIX以外も例示いただきたい。</p>	
137		<p>基本的には適合性原則に則って販売すべきであり、高齢者だからといって、一概に制限することは差別することになり、次に掲げている、リスクの高い勧誘留意商品以外は勧誘可能と考える。</p> <p>勧誘留意商品</p> <p>①店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債</p> <p>②店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託</p> <p>③レバレッジ投信</p> <p>④投資適格以下（BB）の株式、債券、外貨建て債券及</p>	<p>本ガイドラインで示すとおり、勧誘可能商品は、価格変動が比較的小さいこと、仕組みが複雑でないこと及び換金性が高いなどに該当する商品が考えられます。</p> <p>「公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を指</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		び投資信託 ⑤当社では、投資信託をリスク分類しており、リスクの高い当該ランク4及び5のもの	向する」投資信託への該当性は、投資信託の目論見書に記載された「ファンドの目的・特色」等を参考に各社において判断してください。
138	3 . Q 2	「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」とあるが、株式投信に分類されているものの、実際の運用対象は公社債や国債に限られている投資信託は、どのような扱いとなるのか。	なお、本件内容が明らかになるよう、本ガイドラインの記載を修正します。
139	3 . Q 2	所定の手続きによらず販売可能と考えられる商品について具体的に挙げているが、「公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を志向する投資信託」について、実際の組入れ比率において、株式を含んでいたとしても、大半が公社債での運用と判断される場合は、各販売会社の判断で本ガイドラインによらず販売可能な商品とすることは差し支えないか。	
140	3 . Q 2	株式投資信託は、上場株式等と同様に、日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、勧誘留意商品の対象外としていただきたい。	
141	3 . Q 2	商品の性格上、私募債券について一律に勧誘留意商品としての取扱いになるのかについてご意見を求めたい。 私募債券であっても短期間（1年以内）で満期償還される私募債券もあり、期間中の流動性や換金性が低くても、裏付資産の安全性が高くデフォルトの可能性が低いものについても勧誘留意商品とする必要性があるか疑問である。	
142	3 . Q 2	上場株式、上場REIT等は勧誘留意商品の対象ではなく、上場株式、上場REIT等を投資対象とする投資信託は勧誘留意商品の対象となる理由が理解に苦しむ。本来投資信託は、分散投資によるリスク低減効果が見込め、単独の上場株式、上場REIT等よりリスクが低減されている商品である。一方、上場株式には、東証第一部、同第二部、東証マザーズ、JASDAQ市場等があり、たとえ上場株式といえども換金性や周知性に不足する銘	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>柄もあり、株式投資信託より換金性が劣ることもある。</p> <p>また、高齢顧客からの苦情・あっせん等の事例では、投資信託の事例が相応の件数あるとのことであるが、上場株式、上場REIT等に関する高齢顧客からの苦情・あっせん等の事例は相応の件数がないと言えるのか。</p> <p>上場株式、上場REIT等を投資対象とする投資信託は勧誘留意商品の対象外としていただきたい。また、公社債と上場株式、上場REIT等に投資するバランス型の投資信託も勧誘留意商品の対象外としていただきたい。</p>	
143	3. Q2	<p>「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。）の債券及び投資信託」となっているが、現在当該3通貨に係るものが知名度と流動性が高いこととなっているものの、これらの通貨は時間が経過するとともに金利やその他の様々な要因で人気等が変化することが考えられ、その他の通貨に係るものがこれらの通貨にとって代わる可能性があることから、「米ドル、ユーロ、オーストラリアドルが該当する」という文言を表示することは無意味だと考えるので、削除して頂くよう要望する。</p>	<p>平成25年9月時点では、知名度や流動性が高い通貨として当該3通貨が考えられますので、本ガイドラインの記載のとおりとします。</p> <p>なお、将来において、本ガイドラインにおける勧誘可能商品の対象通貨を変更することを排除するものではありません。</p>
144	3. Q2	<p>豪ドルは、先進国通貨として広く知られている一方、米ドル・ユーロに比べて流動性は低く、価格変動リスクは高いという意見もあるなど、リスク度の判断基準の幅が多岐となっており「勧誘留意商品」と、それ以外の商品の具体的な選別をするにしても、客観的な根拠をもたせるのは困難と思われる。</p>	
145	3. Q2	<p>75歳以上の高齢者に、慎重であれば、特に、条件を付けず、自由に販売してもよい商品ということですので、例示には細心の注意が必要と思われる。</p> <p>①周知性の高い商品として、ETF、ETN、REIT（外国市場を含み、すべて現物取引に限る）、日経225やTOPIXに連動する投資信託が挙げられている。</p>	<p>勧誘可能商品については、価格変動が比較的小さいこと、仕組みが複雑でないこと及び換金性が高いこと等から総合的に判断するものと考えています。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>ETFと一口に言っても、TOPIXのように、分散投資を極めたシンプルで分かりやすいETFから、投資対象に関し周知性のないものまで多種多様と思われる。すみにわけが必要と思われる。</p> <p>②ETNを、周知性のある金融商品に分類することには疑問を感じる。初めてこの名前を耳にする消費者が大半ではないかと思われる。信用リスクに厳格な基準を設けているとはいえ、依然としてハイリスクであることには変わりなく、仕組みやリスクが理解しやすい高齢消費者向けの商品とは思えないので、当面、苦情や紛争の動向を注視し、勧誘可能な商品に例示することをペンディングにした方がいいのではないかと思う。</p> <p>③REITは、仕組みはシンプルとはいえ、投資内容の不動産の実態把握が極めて難しい商品であり、実態把握ができるような説明が必要である。やはり、勧誘可能な商品から外す方がいいと思う。</p> <p>④なお、これらの例示を考えると、常に、当ガイドラインは、電話・訪問・店頭での自発的ではない勧誘等のみが対象で、高齢者からの自発的な注文には適用されない、関係しない、すなわち、自発的であれば自由に買える道が開かれているということに留意する必要がある。</p> <p>○勧誘留意商品について</p> <p>勧誘可能な商品以外の商品ということで、きわめて広く定義されている。年齢の制約無く、電話や訪問や店頭での不招請勧誘が可能のようだが、こうした商品をそもそも高齢者と定義される者に勧誘による販売をすることは、避けるべきと思う。大部分の高齢者には理解不可能であり、リスクが高すぎる。投資にソフィスティケートされた高齢者であるなら、「勧誘を伴わない自発的な注文」の道がある。</p>	<p>本ガイドラインでは、その趣旨を踏まえて該当商品を例示しています。</p>
146	3.	高齢顧客への勧誘による販売が可能と考えられる商品を	ご質問の商品は、勧誘可能

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
	Q 2	例示している中に社債が含まれているが、金融機関あるいはその関連会社等が発行する劣後債、特に期限の定めのないもの（永久劣後債）、コール条項が付されたもの、優先出資証券等もここに含まれると考えてよいか。	商品であると考えます。 なお、換金性が著しく低いものは勧誘可能商品に含まれないことに留意してください。
147	3. Q 2	普通社債（いわゆるS B）とあるが、価格変動が比較的小さい、仕組みが複雑ではない、換金性が高いことなどに該当する期限付き劣後債・永久劣後債・優先出資証券も例示②に含めるべきかと考えられる。これらの債券等は、普通社債よりも弁済順位は劣るものの株式よりも弁済順位が高いものと言える。加えて、発行体によって信用状況が様々であり、総合的にみて劣後債・優先出資証券であっても普通社債のリスクに近い状況が考えられる。この点に関して見解を賜りたい。	商品であると考えます。 なお、換金性が著しく低いものは勧誘可能商品に含まれないことに留意してください。
148	3. Q 2	<p>①勧誘可能な商品の範囲については、各金融機関によってバラつきがあると顧客が当惑するので、ガイドラインにおいて具体例をより詳細に示し、レベル感に差が生じないようにしてほしい。</p> <p>②指標が広く知られていて、価格変動についての情報が得やすい商品として、日経平均株価（日経 225）や東証株価指数（TOPIX）が例示されているが、値動きが「東証REIT指数」や「ニューヨーク・ダウ工業株 30 種平均」の変動率に一致するよう設計された投資信託についても「勧誘可能な商品」に該当するか。その他のインデックスに連動を目指す投資信託についてはどうか、その指数の周知の程度によるのであろうが、具体的な区分をご教示願いたい。</p> <p>③勧誘可能な商品として例示されていても、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の記載があるが、信用リスクの判断について、投資信託においては平均格付けが投資適格（「BBB-」以上）か、そうでないかで整理をすればよいか。</p>	<p>①勧誘留意商品の対象外とする商品の考え方については、本ガイドラインで示しているとおりです。個別商品の該当性については、各社において判断してください。</p> <p>②値動きが「東証REIT指数」や「ニューヨーク・ダウ工業株 30 種平均」の変動率に一致するよう設計された投資信託については、勧誘留意商品に該当すると考えます。その他のインデックス（日経平均株価、東証株価指数を除く）への連動を目指す投資信託についても、勧誘留意商品に該当すると考えます。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
			③本ガイドラインで示しているとおりに、投資信託については、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が勧誘留意商品の対象外になると考えます。
149	3. Q2	「④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」の項目は削除すべきである。通貨例に米ドル、ユーロ、豪ドルとあるが、添付資料のグラフのとおり、過去5年間の変動率を見ても、知名度や流動性だけで通貨を区別するのは根拠があまりに希薄である。	平成25年9月現在、通貨の知名度・流動性、当該通貨建ての債券の日本における流通量を勘案し、米ドル・ユーロ・オーストラリアドルの3通貨としています。
150	3. Q2	「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。)」とあるが、他にも知名度や流動性が高い通貨建ての債券はあるので、再度検討していただきたい。	なお、将来において、本ガイドラインにおける勧誘可能商品の対象通貨を変更することを排除するものではありません。
151	3. Q2	事前承認不要で勧誘できる商品の幅を広げるべきだと考える。公募国内投資信託、メジャー通貨でない国債・社債も事前承認は不要であると考ええる。	
152	3. Q2	東証REIT指数に連動を目指しているJ-REITファンドも当該指標が広く知られ価格変動についての情報が得やすい商品であることから日経平均やTOPIX連動するファンドと同様と考えてよいか。	日経平均株価・TOPIXと東証REIT指数とでは、その周知性に差があると考えられることから、東証REIT指数への連動を目指す投資信託は勧誘留意商品になると考えます。
153	3. Q2	米ドル、ユーロ、オーストラリアドルが該当すると考えられるのは①及び②の外債ということで、③の投資信託については運用性格で判断するというのでよいか。	①及び②に該当する債券、③に該当する投資信託で、3通貨建ての商品は、勧誘可能商品であると考えら

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
			れます。
154	3. Q 2	「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」とあるが、3つの条件を満たすことが必要なのか、あるいは一つの条件を満たせば十分なのか。	3つの条件を満たす必要があると考えます。 また、「公社債を中心に投資し、比較的安定的な運用を指向する」投資信託への該当性は、投資信託の目論見書に記載された「ファンドの目的・特色」等を参考に各社において判断してください。
155	3. Q 2	勧誘留意商品の定義において、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、これら3点のすべての該当が要するのか。また、どれか一つに該当すること、もしくは勧誘留意商品に該当しないと判断される他の特別な要素があれば勧誘留意商品に該当しないと判断してよいか。この場合、例示の①・②・③のいずれかを満たしていることを前提としている。	投資信託への該当性は、投資信託の目論見書に記載された「ファンドの目的・特色」等を参考に各社において判断してください。 なお、本件内容が明らかになるよう、本ガイドラインの記載を修正します。
156	3. Q 2	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、換金性が高いことおよび①～④まで例示されている有価証券等を参考に、販売会社の判断で勧誘留意商品を決してよいつの理解でよいか。	
157	3. Q 2	通貨選択型ファンドは、「仕組みが複雑な商品」に該当するか。	該当すると考えられます。
158	3. Q 2	ファミリーファンド方式やファンド・オブ・ファンズ方式の投資信託の場合は、実質的な投資対象で判断するという理解でよいか。	ご理解のとおりです。
159	3. Q 2	勧誘留意商品の対象外の商品として記載されている「変動率に一致するよう設計された投資信託」とは、レバレッジ1倍のものとの理解でよいか。 また、「変動率に一致するよう設計された」投資信託であれば、上場・非上場を問わず勧誘可能商品であるとの理解でよいか。	インデックスが日経平均株価又は東証株価指数であるならば、ご理解のとおりです。
160	3. Q 2	価格変動が比較的小さい債券及び投資信託においては勧誘留意商品と判断されない条件の一つであると判断されるが、債券および投資信託の価格変動はどのように測るべきであるのかも例示いただけると幸いである。例えば対象金融商品の標準偏差（ σ ：ボラティリティ）がどの	個別商品の該当性については、各社において判断してください。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		範囲に収まるべきであるのか、別途ベンチマークを定めての相対比較を行わなければならないのか基準策定の方法についても教えてほしい。	
161	3. Q 2	債券の残存期間によって勧誘留意商品であるか否かの判断は為されないと考えてよいか。	
162	3. Q 2	仕組みが複雑ではないとの定義について、店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債および投資信託に該当しないとの理解でよいか。また、これ以外もこの概念に含まれるところがあれば教えてほしい。	「仕組みが複雑ではない」は、店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債及び投資信託に限られるものではありません。
163	3. Q 2	換金性が高いとはどのような状態を指すのか。債券およびファンド投資対象の売買スプレッドの水準によるところであるのか、単に流通市場の有無であるのか、またこれ以外に考え方があれば教えてほしい。	流通量、スプレッド等は、換金性を判断する一要素であると考えます。
164	3. Q 2	国債、地方債、政府保証債等とあるが、これは発行者が属する国籍は問わないのか。当該設問の記述について上場株式において外国市場を含むとのことで、債券および投資信託のそれは区別がないものと読み取れる。また、国際機関債の位置づけはあるのか。	発行者の国籍ではなく、商品性（リスク、仕組みの複雑さ及び換金性）及び建通貨（米ドル、ユーロ、オーストラリアドル建てかどうか）で判断するものと考えます。
165	3. Q 3	役席者による事前承認の項で「高齢顧客との面談」などのことから、本ガイドラインで想定されているのは対面による勧誘であり店頭での販売が想定されているようである。今後、ネット証券の営業も活発になり、75歳以上の高齢者もネット証券に馴染んでくることを思う時、ネット証券も同様な扱いとするような文言が記載されることが望まれる。	インターネット取引は顧客自身がIDとパスワードを入力してログインするとともに、「銘柄」及び「数量又は金額」を入力して行うものであり、本ガイドラインの対象とはなりません。ただし、その前提として勧誘が行われる場合には、当該勧誘行為について、本ガイドラインに則

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
			り役席者が事前承認を行うことが必要になると考えられます。
166	3. Q 3	事前承認手続きを経る前に、勧誘留意商品を勧誘する意図はなかったが会話中の流れで勧誘行為に至ってしまった場合の対応については、役席者の承認を改めて得るとの解釈でよいか。	そのようなことのないよう、役席者による事前承認を実施してください。
167	3. Q 3	面談や電話での会話（「面談等」）で高齢顧客の健康状態や理解力等を確認する役席者（担当営業員ではない）と事前承認をする役席者は、必ずしも同じ役席者でなくてもよいものとする。ガイドラインでは、「役席者自らが・・・面談等で・・・確認し、判断したうえで行う必要がある」と記載されているため、確認したい。	ご理解のとおりです。 なお、面談者が確認した内容や適合性判断の記録が正確に承認者に受け渡される必要があることに留意してください。
168	3. Q 3	役席者の事前承認にかかる「面談等」は、「勧誘の都度」または「属性等に応じて実施時期を定めて実施」とあるが、役席者の事前承認は、「勧誘の都度」行うものの、その根拠となる「面談等」は、「勧誘の都度」である必要はない、との解釈で問題ないか。 例えば、すでに勧誘留意商品を保有する顧客に対する面談は、例えば、半年以内の面談内容をもって、事前承認の判断を行うような扱いは問題ないと考えてよいか。	面談等の実施時期（サイクル）については、顧客の属性等に応じて判断してください。
169	3. Q 3	役席者の事前承認に係る面談等は一定期間（3ヶ月程度）に面談が実施されていれば勧誘の都度面談をすることまで求められていないという理解でよいか。勧誘の都度、役席者の面談等が必要となると、役席者の増員が必要となる。	
170	3. Q 3	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、勧誘の都度、役席者の事前承認を得る必要がある、また面談等は、勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定めることが可能である旨の記載がある。 勧誘対象の高齢顧客が値上がり益指向で、取引頻度が多	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>い場合、或いは面談時に健康であり、理解力に問題がないと判断した場合において、役職者の事前承認は、取引の都度ではなく、面談等の実施時期(サイクル)に準じて、顧客の属性等に応じて一定期間の有効期限を設けることが可能であることとしてほしい。業務の円滑な運営の為、顧客保護が図られる範囲内で、ルールの緩和を行っていただきたいと考える。</p>	
171	3. Q 3	<p>「面談等は、勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して実施することが必要であると考えます」とあるが、サイクルを決めて面談を実施していれば、その面談に基づき事前承認をしてよいと理解するが、この場合の「サイクル」とは最低どれくらいの頻度を想定されているか。</p>	
172	3. Q 3	<p>「面談等は、勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して実施することが必要」との部分で、前回の面談から、どの程度の期間が目安となるのか。（初回買付、リピート買付等）</p>	
173	3. Q 3	<p>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、勧誘の都度、役席者の事前承認を得る必要があると考える。この手続きは、目安として75歳以上の顧客を対象に含むようにとある。サイクルは四半期に一度の割合が理想と聞いているが、顧客の住所も散らばっており、当社のような役席者も営業活動を行っている場合は時間的にも無理があり、結果的に事前承認が行いにくいという事がある。もうすこし柔軟にできないものか。</p>	
174	3. Q 3	<p>勧誘留意商品の勧誘事前承認の方法として、「承認する役席者自らが・・・面談等により・・・確認し」とされているところ、この承認者として想定している各営業責任者の業務量等にも鑑み、別の役席者（担当営業員とは別の者）に高齢顧客との面談等の職責を与え、承認役席者は事前承認にあたり、担当営業員のほか当該面談担当役席者とも顧客状況を確認のうえ承認可否を決定するという方法</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		も考えられるが、これは、ガイドラインの想定する「各社実情に応じた規定振り」の範疇に含まれると考えられるか。	
175	3. Q 3	「役席者による事前承認のための面談等は勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して実施することが必要であると考えます」、とあるが、頻繁に取引を行う先に対し1年程度のサイクルを具体的に設定することは差し支えないか。	
176	3. Q 3	「面談等は顧客の属性等に応じて実施時期を定める」とあるが、高齢顧客について一律のサイクルを定めてもよいのか。あるいは75歳以上と80歳以上では異なるサイクルとしなければならないのか。	
177	3. Q 3	「役席者の事前承認」の方法は、具体的にどのような方法を想定しているか。例えば、営業日誌に役席者がコメントし、このコメントが役席者の記述（またはシステムによる承認）であれば足りるか。必ず書面による承認記録を残す必要があるか。	役席者の事前承認の方法については、各社の規模やインフラ等の実情に応じて定めてください。 承認記録については、各社の実情に応じた方法により、保存する必要があるものと考えます。
178	3. Q 3	「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。」について、現在弊行では証券会社OBを『資産運用アドバイザー』として受入れ（雇用形態は「派遣社員）行員スタッフの指導・支援にあたっているが、当該人員に承認権限を付与した場合、上記「事前承認を行う役席者とすることは可能である」という理解でよいのか。	派遣社員であっても、資産運用アドバイザーが「経験、見識に照らして、自社で定める一定の役職以上の者」に該当すると整理できるのであれば、ご理解のとおりです。
179	3. Q 3	まだ役席者が事前承認を行っていない顧客が来店または顧客あて訪問する場合、担当営業員に役席者同席または	勧誘は同席又は帯同した役席者の事前承認があれば

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>帯同し、役席者が問題ないと判断すれば、勧誘または即日受注が可能か。</p>	<p>ば行うことができると考えますが、その場合でも、役席者は顧客の健康状態や理解力等を適切に確認したうえで勧誘の可否を判断するよう留意してください。</p> <p>なお、訪問先での 80 歳以上の高齢者からの受注については、冷静に判断する時間を設ける意味から、役席者が帯同した場合でも、原則として勧誘の翌日以降に受注すべきであると考えます。</p>
180	3. Q 3	<p>「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、勧誘の都度、役席者の事前承認を得る必要があると考えます。この手続きは、目安として 75 歳以上の顧客を対象に含むようにしてください。役席者の事前承認は、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（あわせて「面談等」という。）により、健康状態や理解力等を確認し、勧誘の適正性を判断したうえで、行う必要があると考えます。」となっているが、そもそも勧誘商品の理解力等を面談で確認するのならば、役席者が単に顧客に勧誘前に世間話等の面談で該当商品の理解力等を判断することは困難であり、実際に営業員が勧誘した商品について顧客が本当に理解しているかを役席者が面談により確認することが、事前面談では判明しなかった部分の理解力等においても判断出来ると考えられるため、勧誘後に販売可能顧客であるかを役席者が判断し承認を与える方法が現場の業務上無駄がない上に面談効果</p>	<p>勧誘に係る役席者の事前承認を必要としているのは、勧誘を行おうとしている商品を理解できると判断した顧客に対して勧誘を行うべき旨を示しているものであり、当該勧誘商品の理解度は別途受注時に確認されるべきものと考えます。</p> <p>また、事前承認に係る役席者による面談が世間話に留まるべきではないことは言うまでもありません。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>が高いと考える。故に、「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、勧誘の都度、役席者の事前承認を得る必要があると考えます。」という文言を、「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った場合には、勧誘の都度、必ず約定前に役席者の承認を得る必要があると考えます。」という文言に変更して頂くよう要望する。</p>	
181	3. Q 3	<p>「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、勧誘の都度、役席者の承認を得る・・・ようにしてください。」とあるが、役席者が営業員の勧誘前に顧客に面談して勧誘商品に対する理解力などを判断することは無理があり、実際に営業員が勧誘した商品について顧客がどのように理解しているかを面談により確認することが合理的であると考え。</p>	
182	3. Q 3	<p>高齢顧客に対する勧誘前の面談等における確認事項は、どの商品を勧誘するか分からない状態で確認したり又は、これから何か商品を勧誘されるのではないかと、高齢顧客からすると、不審・不安に思われる懸念がある。役席者の事前承認は、担当営業員の勧誘前に限定するのではなく、勧誘した後も含めてほしい。</p>	
183	3. Q 3	<p>面談等における確認事項の例として</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>があるが、担当営業員が勧誘留意商品を勧誘した後であっても、商品の理解や投資意向について確認できることから、形式的な面談等にならないためにも、勧誘した後の面談等も含めてほしい。</p>	
184	3. Q 3	<p>役席者の事前承認は、勧誘（個別商品の買付けに関する説明）前に、勧誘を行うことを対象として、金融商品に関する理解度等を確認して行うこととしているが、高齢顧客の理解度等を勧誘前に把握することは難しいと考える。</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		従って、事前承認については、顧客の契約意思に基づき受注を行うまでの間に行うことを可とすべきである。	
185	3. Q 3	75 歳以上の高齢顧客に対して勧誘留意商品に該当する投資信託の販売を行う場合、担当者と同席者が 2 名で顧客宅を訪問し、面談当初に同席者が顧客本人の健康状況、理解力、投資意向等を確認して勧誘が可能と判断した上、その場で担当者が投資信託の勧誘を行った場合は、同席者が事前承認を行ったことになるとの理解でよいか。	勧誘留意商品の勧誘が想定される顧客に対しては、あらかじめ同席者が面談等を実施し、勧誘に係る事前承認を行う必要がありますが、事前承認した同日に勧誘留意商品の勧誘を行うことは可能と考えます。
186	3. Q 3	アフターケアは、高齢顧客という性格上、同席者同席で行われることも多い。そして実務上、アフターケアの一環として説明を行った後、当該顧客から自発的に当該商品または他商品の購入希望を受ける場合もある。(特に投資経験豊富な顧客の場合) この場合、アフターケア時には事前承認がなかったことになるが、勧誘を意図していない同席者が「事前承認に係る確認」をその場で行い、勧誘行為・説明も問題ないと判断すれば、続けて勧誘を行うこととしても、本ガイドラインの趣旨に反しないと考えるが、その理解でよいか。	ただし、その場合でも、同席者は顧客の健康状態や理解力等を適切に確認したうえで勧誘の可否を判断するよう留意してください。 なお、訪問先での 80 歳以上の高齢者からの受注については、冷静に判断する時間を設ける意味から、同席者が帯同した場合でも、原則として勧誘の翌日以降に受注すべきであると考えます。
187	3. Q 3	同席者の事前承認は、自らが面談や電話での会話により判断するとあるが、部店長等同席者が、担当者に同行訪問するような場合、事前承認を得たものと判断してよいか。その場合においても、翌日の受注とすべきか。	
188	3. Q 3	勧誘留意商品の勧誘を行う場合の同席者の事前承認を得る方法として、例えば、外交先の高齢顧客へ同席者と担当営業員が、同行訪問をし、先ず同席者が面談等を行い、その場で事前承認をし、直後に担当営業員が勧誘することは問題ないか。	
189	3. Q 3	勧誘を行う場合の同席者の事前承認において、勧誘の都度面談となると、手続きとしては以下の流れになると思われる。 ① 営業員が勧誘を希望 ② 同席者に申請	勧誘することができない場合には、その理由(社内ルール)を丁寧に説明する必要があると考えます。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>③ 役席者が顧客に面談 ④ 承認の場合、役席者が営業員に勧誘を許可 ⑤ 営業員が顧客に勧誘</p> <p>しかしながら、①の時点で、営業員は、顧客に連絡した際、「役席者と面談してください」としか言えないことになる。その時点で勧誘してはいけないので、何のための面談かという、「役席者面談の後、商品を勧誘するためです」と説明することになる。しかも商品名を出すことも出来ない。また、②の役席者の面談時、役席者も商品の話はできない。これはきわめて不自然ではないのか。</p> <p>また、この後、承認が出れば、やっと営業員が具体的商品の勧誘を行うこととなるが、もし承認されなければ、顧客は「勧誘するために面談」と言われていたのに、勧誘を受けられず、かえって不快感、不信感がつのるのではないか。</p>	
190	3. Q 3	<p>「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、勧誘の都度、役席者の事前承認を得る必要がある」として、「役席者の事前承認は、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、健康状態や理解力等を確認し、勧誘の適正性を判断したうえで、行う必要がある」としている。「役席者の事前承認」の趣旨を踏まえると、勧誘の都度、面談により確認することが有効と考えられ、例えば、外交先で高齢者と面談する際、担当者以外の役席者が同席し、商品説明前に顧客の健康状態や理解力等に問題ないことを確認・承認する取扱いも役席者の事前承認に該当することを確認したい。</p>	<p>勧誘は訪問先へ帯同した役席者の事前承認があれば行うことができると考えますが、その場合でも、役席者は顧客の健康状態や理解力等を適切に確認したうえで勧誘の可否を判断するよう留意してください。</p>
191	3. Q 3	<p>「役席者の事前承認は、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、健康状態や理解力等を確認し、勧誘の適正性を判断したうえで、行う必要がある」として、「面談等の内容については、記録・保存」するとして</p>	<p>そのような方法もあり得ると考えます。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>いる。面談等の記録の方法は、各金融機関において定めることになるが、経緯を詳細に記述して記録する方法のほか、必要となる確認事項をチェック・押印するような方法もあり得ることを確認したい。</p>	
192	3. Q 3	<p>「担当営業員が75歳以上の高齢顧客に対して勧誘留意商品の勧誘を行う場合には、勧誘の都度、役席者の事前承認を得る必要があり、事前承認は、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、健康状態や理解力等を確認し、勧誘の適正性を判断したうえで行う必要がある。面談等は、勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して実施することが必要である。」と記載されているが、信用取引が勧誘留意商品の対象となった場合、時々刻々と価格変動する商品であることから、以下の対応でよいと考えてよいか。</p> <p>①75歳以上の高齢顧客が信用取引を行う場合は、事前に役席者が面談（電話、対面）を行い、健康状態や理解力等を確認し、勧誘の適正等判断する。</p> <p>②既存の高齢顧客についても、役席者の面談は3ヶ月毎に行い、顧客面談等における確認事項（健康状態、会話、理解力、投資意向等）に基づき勧誘の適正等判断する。</p> <p>③面談により勧誘が適正であると判断した場合、当該高齢顧客からの受注の都度、役席者が面談や電話で顧客の意思を確認したうえで受注する。</p> <p>⑤高齢顧客からの自発的な注文であっても、役席者が面談や電話で顧客の意思を確認したうえで受注する。</p>	<p>信用取引は、本協会の投資勧誘規則において、協会員は取引開始基準を設定することが規定されており、既に適合性に十分に留意した勧誘及び取引が行われていると考えますので、当該取引開始基準に合致した顧客が行う信用取引は、本ガイドラインの対象とはなりません。</p> <p>なお、本件内容が明らかになるよう、本ガイドラインの内容を修正します。</p>
193	3. Q 3	<p>高齢顧客に対し、勧誘留意商品につき、勧誘するのに必要な事前承認について、次のような考え方でよいか。</p> <p>①対象顧客 75歳以上の者</p> <p>②事前承認の実施時期</p>	<p>①～④については、ご理解のとおりです。</p> <p>なお、④のように訪問先で事前承認を行う場合でも、役席者は顧客の健康状態</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>販売担当者が勧誘を行う前</p> <p>③顧客への確認方法 面談または電話による会話</p> <p>④外交先での事前承認 外交先において、顧客に勧誘留意商品を勧誘することとなった場合には、支店に電話をして役席者に電話による確認をしてもらうことでよいか。もし、外交先に役席者が同行していた場合には、その場で役席者が確認をすることでよいか。</p> <p>⑤面談等の実施時期 ガイドラインには、「面談等は、勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して実施することが必要である」とされているが、同一商品について、一度事前承認をして販売を実施しているようなケースでは、都度面談等によって事前承認をする必要はないか。 また、勧誘留意商品について一度事前承認をしていれば、その後、1年程度は、別の勧誘留意商品を勧誘するにつき、特段の事情がないのであれば事前承認を不要とする旨の行内ルールとすることに問題はないか。</p> <p>⑥役席者の自己承認 ガイドライン6頁には、一定の役職以上の役席者については、事前承認を自ら行うことが認められる旨の記述があるが、このような場合には、自己承認の正当性を確認する機会を設けるべきではないか。</p>	<p>や理解力等を適切に確認したうえで勧誘の可否を判断するよう留意してください。</p> <p>⑤については、同一の商品について一連の勧誘をする場合にあっては、必ずしも都度の面談等による事前承認は必要ないと考えます。ただし、過去に購入した商品の勧誘であっても、相当の時間が経過した後新たな勧誘を行う場合は、高齢顧客の健康状態等にも配慮し、改めて事前承認を受けることが適当と考えます。後段については、別の勧誘留意商品を勧誘するのであれば、勧誘前の事前承認が必要と考えます。</p> <p>⑥については、ガイドラインの6.で示しているモニタリングにて行われるべきと考えます。</p>
194	3. Q3	<p>平成25年度金商業者向け監督方針上、事業者には、商品の販売後の丁寧な顧客管理（アフターケア）が求められている。</p> <p>当社も、かかる趣旨に鑑み、アフターケアに積極的に取り組んでいるところである。このようなアフターケアの一環として、販売した商品の内容や状況等について行われる説明は、「勧誘」の定義「個別商品の買付けの説明」</p>	ご理解のとおりです。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>にはあたらないことから、本ガイドラインが定める「勧誘」に該当しないという理解でよいか。</p> <p>(※)平成25年度金融商品取引業者等向け監督指針(抜粋)</p> <p>金融機関と投資者との関係は、商品を販売してしまえば終わるというのではなく、商品の販売後の丁寧な顧客管理(アフターケア)も、投資者との信頼関係の確保のためには不可欠である。とりわけ、投資商品の価格変動に影響を及ぼす市場動向や発行体の信用力の変化等について、顧客へ適時・的確にわかりやすい情報を提供(投資信託においては、投資信託委託会社から販売業者等への情報提供も含む)し、投資者の理解を深め、投資判断をきめ細かくサポートしていくこと等も重要である。中でも、高齢の顧客については、短期間に投資判断能力が変化する場合もあり、顧客の立場に立ってこまめに相談にのるなど、特に丁寧なフォローアップが不可欠である。</p>	
195	3. Q3	<p>「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」とあるが、事前承認を行う役席者について、内部事務を専ら行う役席者と限定することなく、営業推進・融資業務に携わる役席者も含むとの理解でよいことを確認したい。</p>	<p>ご理解のとおりです。</p> <p>ただし、当該役席者(営業推進・融資業務に携わる役席者)が、登録金融機関業務に関して「経験、見識に照らし、自社で定める一定の役職以上の者」に合致しているかを検討する必要があります。</p>
196	3. Q3	<p>以下の行為について、内部管理責任者が行うことは可能であるか確認したい。</p> <p>①高齢顧客への勧誘留意商品の勧誘にかかる役席者の事前承認</p> <p>②80歳以上(目安)の高齢顧客へ店頭で勧誘留意商品を勧誘する場合で、即日受注が可能となる場合の、役席</p>	<p>内部管理責任者は、営業部門が金融商品取引法その他法令諸規則等を遵守しているか常時適切に管理する役割を担っており、一般的に顧客に対する勧誘</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>者の同席</p> <p>③80歳以上（目安）の高齢顧客からの翌日以降の受注（他の役席者が不在で対応できない場合など）</p> <p>④80歳以上（目安）の高齢顧客に行う、約定後の連絡</p>	<p>を行うことは想定されていませんが、各社の実情に応じて、①～④の行為を内部管理責任者が行うことは可能であると考えます。</p> <p>なお、③翌日以降の受注行為は外務員行為に該当するので、外務員登録を受けていない者が受注を行ってははいけません。</p>
197	3. Q3	<p>「役席者による受注」に係る「役席者」に「内部管理責任者」を含めて良い事を明確化した方が適正な投資勧誘に資するものとする。</p> <p>「役席者」は専ら担当営業員による適正な勧誘が行われているか、高齢顧客が説明を十分に理解しているか、についての確認を行うものであり、営業から独立した立場である「内部管理責任者」の方が、むしろ適任である。</p> <p>受注行為があるとはいえ、積極的な勧誘を行わない以上、営業からの独立性は確保できると考える。</p> <p>当該受注は、適正な投資勧誘が遂行されているかどうか監査する絶好の機会であり、営業部門（セクション）の役席者に限定するが故に「内部管理責任者自らの実地監査」の機会を、結果として遠ざけることは規則の趣旨に沿うものではないと考える。</p> <p>しかしながら、反対に「内部管理責任者」に限定してしまうと、適正かつ円滑な取引に支障が生じる可能性があります。「内部管理責任者を含む役席者」が「高齢顧客」から受注を行うと定めておいた上で、例えば「高額な取引」「複雑な商品の取引」「特に年齢の高い顧客」「取引頻度の高い取引」など、一定の基準に該当するケースにおいて「内部管理責任者による受注」を励行するものとし、それ以外については「営業部門の役席者による受注」で</p>	<p>内部管理責任者は、営業部門が金融商品取引法その他法令諸規則等を遵守しているか常時適切に管理する役割を担っており、一般的に顧客に対する勧誘を行うことは想定されていませんが、各社の実情に応じて外務員登録を受けた内部管理責任者が高齢顧客から受注することも可能であると考えます。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		も可、とした方が実効性あるものになると考える。なお、当該「内部管理責任者」は外務員登録を有する者とする。	
198	3. Q 3	本ガイドラインにおいて、役席者の承認は、「勧誘の都度」必要であるとし、また、事前承認は面談等により確認して行う必要があるとしている。しかしながら面談等は、属性等に応じて実施時期を定める等して実施することも可能とされているので、その場合、例えば面談実施時期のサイクルを6ヶ月と定めた場合、当初面談終了後、6ヶ月間は当該顧客への勧誘を事前承認したとしてよいのか。	役席者による面談は、勧誘の都度行われる承認申請に対して役席者が判断を行う材料となるものです。したがって、顧客属性等に応じて必要とした一定のサイクルで面談を行っている場合でも、承認は勧誘の都度行う必要があります。
199	3. Q 3	勧誘留意商品の勧誘を行う際の役席者による事前承認は「勧誘の都度」必要とあり、面談等は「勧誘の都度又は顧客の属性等に応じて実施時期（サイクル）を定める等して実施する」ことが必要であるとあるが、役席者による面談等の実施後に承認の有効期限を設定し、その期間内は勧誘可能という理解でよいのか。	
200	3. Q 3	勧誘留意商品の勧誘時に役付者の事前承認を実施すれば、勧誘留意商品の販売時に改めて事前承認を実施する必要はないのか。	ご質問のケースであれば、勧誘留意商品の販売時に改めて役席者による事前承認を得る必要はないと考えます。
201	3. Q 4	「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（勧誘を行った者）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。」となっているが、当該文章は削除して頂くよう要望する。	目安として80歳以上の高齢顧客に対しては、より慎重な勧誘による販売を行う必要があることから、本ガイドラインにおける記載はこのままとさせていただきます。
202	3. Q 4	①翌日受注等 外交先における勧誘については、勧誘留意商品の事前	①については、そのようなルールが必要となると考

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>承認のほか、翌日以後に担当営業員と異なる役席者が注文内容を確認のうえ、受注することが原則となるルールが必要か。</p> <p>②家族の定義 ガイドラインでは、「家族の定義」につき、各社において定めればよいとのことであるが、「家族」とは「親族」以外の「同居人」でもよいということか。</p> <p>③家族の同意 ガイドラインでは、同席した家族が「買付指示書」に署名することが当日受注の要件となっているが、同意はするが、署名を拒否された場合には、同意があった証拠（録音等）を残せば、当日受注することができるか。</p>	<p>えます。</p> <p>②については、家族の同席をお願いするのは、高齢顧客が勧誘を受けたことや約定をしたことを覚えていないということが生じないようにするために、高齢顧客が勧誘した商品について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。したがって、この趣旨を満たす方を選定していただければよいと考えます。</p> <p>③については、高齢顧客が説明を理解したうえで注文を行い、かつ家族が当該買付けに同意していることが録音内容等から明らかかな場合は、必ずしも「買付指示書」の徴求は必要ないと考えます。なお、社内でのモニタリング態勢等についても考慮しておくことが必要であると考えます。</p>
203	3. Q 4	<p>役席者の事前承認以外に、</p> <p>① 勧誘当日の受注の制限</p> <p>② 役席者による受注</p> <p>③ 担当営業員以外の者による約定後の連絡とあるが、</p> <p>①については、変動商品を取り扱っており、受注を制限することにより、顧客が買いたい商品を買えない、売り</p>	<p>①についての「売却」は、本ガイドラインの対象外と考えます。また、顧客が冷静に判断する時間を確保し、勧誘内容を覚えていないことがないかなど、説</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		たい価格で売れないリスクが発生する可能性が高くなるので、不適當と思う。 ②及び③については、役席者が事前承認しているのだから、担当営業員が正確に事務処理することが最も大事である。複数の人間による事務処理を義務付けることで、事務ミス、約定連絡の遅延等が発生する可能性が高くなり、不適當と思う。	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ることから、翌日以降の受注を原則としました。 ②、③については、複数の人間が高齢顧客と接することにより、高齢顧客の健康状態などを確認することができると思います。
204	3. Q 4	「高齢者による受注は担当営業員とは別の役席者が行う。」「約定後の連絡は担当営業員とは別の者が行う。」旨の文言は削除すべきである。	複数の人間が高齢顧客と接することにより、高齢顧客の健康状態などを確認することができると思います。
ガイドライン 4. 勧誘を行う場所、方法【67件】			
205	4. Q 1	市場動向により急上昇・急落した際には、かえってトラブルを招くおそれがあるため、価格変動のある金融商品の翌日以降受注は、馴染みにくい。	顧客が冷静に判断する時間を確保し、勧誘内容を覚えていないことがないかなど、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ることから、翌日以降の受注を原則としました。
206	4. Q 1	店頭で役席が同席している場合は、当日受注を可としていることから、訪問による勧誘においても役席が同席しているならば、当日受注を認めてよいと考える。	店頭での勧誘・販売は、主に投資又はそのご相談を目的として高齢者自ら来店する場合があります。受注に係る顧客利便を考慮する必要がありますが、外交での勧誘・販売
207	4. Q 1	外交においても店頭と同様、役席者が同席することによって、80歳以上の高齢顧客に対しても、事前承認を前提として即日受注が可能と考えてよいか。	
208	4.	高齢者の判断・理解能力等を確認する方法としては、協	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
	Q 1	<p>会員側が複数名で勧誘したのち、当日「買付指示書」を受領し、勧誘者の一方（条件を厳しくするなら、役席者とすることも可能）が受注を行うことも考えられる。（店頭で、家族同伴がない場合と同様の条件とは考えられないか）高齢者の判断理解能力の確認に主眼を置くなら、その点についても言及いただきたい。</p>	<p>はそれとは同等ではないと考えられることから、外交先において、家族の同席がない場合は、原則として即日受注を行うべきではないと考えます。</p>
209	4. Q 1	<p>高齢顧客に外交する際、高齢顧客に家族の同席がない場合であっても、役席者が営業員に同伴し、勧誘内容を高齢顧客が十分に理解していることが確認できたならば、高齢顧客が自書した「買付指示書」を受け入れることで、その場で約定することができることを確認したい。</p>	
210	4. Q 1	<p>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において、家族の同伴がない場合の対応として、「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。その場合、担当営業員が勧誘した勧誘留意商品の購入を高齢顧客がその場で希望する場合には、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。」等が記述されている一方、外交先および電話には、家族の同伴（同席）がない場合の対応に関する記述がないが、店頭の対応の考え方[役席者が同席し確認すれば当日受注が可能という考え方]は、外交先・電話の対応の考え方として有効であることを確認したい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 例えば、高齢顧客への勧誘にあたって、店頭や外交先の場所を問わず役席者の同席や内部管理責任者の承認がルール化されている金融機関では、当日の受注の制限や「買付指示書」に対する家族の署名（買付けに同意する旨の署名）は必ずしも必要がないことを確認したい。 ▶ 例えば、外交先において勧誘時に役席者が同席して、高齢顧客の理解力等に問題がないことを確認 	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		し、翌営業日以降を処理日（発注日）として受注したうえで、処理日当日に役席者が電話により理解力等に問題ないことを再確認したうえで最終的に発注すること等の対応が可能であることを確認したい。	
211	4. Q 1	店頭で役席者が同席して、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かについて確認していれば担当営業員が勧誘した勧誘留意商品の購入を高齢顧客がその場で希望する場合には、高齢顧客が自署した「買付指示書」を受け入れておけば即日受注ができる旨の記載がされていることから、担当営業員と役席者が高齢顧客を訪問し、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していれば担当営業員が勧誘した勧誘留意商品の購入を高齢顧客がその場で希望する場合には、高齢顧客が自署した「買付指示書」を受け入れれば即日受注できるとの理解でよいか。	
212	4. Q 1	不審に思われないよう「明日以降改めて〇〇という者が電話する」旨を伝えても、顧客は不審に思う。 また、翌日以降の受注となることに疑問を持った顧客へ「あなたは80歳以上だから」との理由を説明しても、納得されずに憤慨されるケースも考えられる。 このような理由から、80歳以上の年齢基準を設けて翌日以降の受注とすることは撤廃あるいは緩和を求める。	自社における取組みについてご説明し、ご理解をいただくよう努めてください。 なお、即日受注を一律禁止するのではなく、例外として認めることができると思われるケースについて、本ガイドラインで示しています。
213	4. Q 1	「高齢顧客の理解を確認」するために、「家族」の同席を条件とするのであれば、「家族」の定義を明確にしてほしい。高齢化、核家族化に伴い、高齢者夫婦や独居老人が増加している中、同席が可能な家族は、実質的に限定されてしまう。高齢者に勧誘を行う都度、同居していないご子息に同席を願うことは、運用として困難と考えられ	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

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		ることから、ある程度の定義（同居の高齢者も可）を示してほしい。	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るので、「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いただくものと考えます。
214	4. Q 1	当社のような地場証券においては、電話の録音機能を有していないところもあり、高齢顧客に対しては十分な面談を行い、同居のご家族にも理解いただいた旨を書面にてその内容を記録することになっている。しかしながら、同居のご家族（配偶者等）も高齢の場合が多く、ご子息等の「買付指示書」の受入れが必要な受注要件の際、ご子息等が遠方に住まれている場合でも受入れが必須条件となるのか。録音機能の無い場合は電話等による買付承諾の内容を書面に記録する方法等は認められないのか。	<p>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るので、「家族」は必ずしもご子息等に限られるものではなく、「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いただくものと考えます。</p> <p>また、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、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ればよいと考えます。</p>
215	4. Q 1	会話を記録・保存しておく方法として、ICレコーダーへの録音の他、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る、とあるが書面で記録する内容についてはどの程度詳細に記載され	トラブルの未然防止、モニタリングの検証等に活用できる内容を記録・保存しておくことが必要と考え

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		ていれば充分と考えられるか。	ます。
216	4. Q 1	記録保存の方法が録音する事に限定されるとすれば、録音は会話の全てを始めから終わりまで「全部録音」する必要が有るのか、それとも重要な部分のみでよいのか。	会話内容を録音することを本ガイドラインで義務付けているものではありません。 なお、録音する場合は、全部録音することが望ましいと考えます。
217	4. Q 1	「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」とあるが、訪問時に顧客の面前へI Cレコーダーを置いた場合に、顧客が不快に感じられる可能性が高いため、帰社後に録音機能のある電話を使用して役席者が訪問のお礼を兼ね、勧誘内容に不明点がなかったか確認する方法が適切と考える。	会話内容を録音することを本ガイドラインで義務付けているものではありません。 外交先や電話における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ればよいと考えます。
218	4. Q 1	「I Cレコーダー等への会話録音」において高齢顧客の承認が、すんなり受け入れられるか大いに疑問であり、営業員のセールストークから始まり、顧客の了解を得て、注文内容の確認まで全てを録音するということは、非現実的である。また、外交先などで、顧客側も、話したことが録音（記録に残る）されるということに、抵抗がある場合も考えられ、新たな想定外のトラブルに発展しかねない。個人情報の適正な取扱いと同様に、顧客から取得した録音記録等の管理・保存に、より慎重な対応が新たに求められることとなる。	
219	4. Q 1	実際の営業の場面において、高齢者等の了解を得てI Cレコーダー等に会話を録音することは現実的ではない。 「言った。」「言わない。」等のトラブル防止の手段として、帰社後に主な会話内容や高齢顧客等の様子を記録・保存しておくというのは、書面やP Cでの記録・保存でよいのか。 防止手段として、上記の方法で足りるという理解でよいのか。	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>また、ICレコーダー等に会話を録音する方法を指導されるという理解でよいか。</p> <p>その場合、高齢顧客等から了解を得られない際には、受注できないという理解でよいか。</p>	
220	4. Q1	<p>高齢顧客やその家族との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・保存しておく必要が有るとは、記録保存の方法は必ずしも録音することに限定しているわけではないとの理解でよいか。</p>	
221	4. Q1	<p>今回あえて「録音」という言葉が何度も使われているが、これは、録音した方が望ましい、あるいは、義務に近い意味合いか。録音設備がない会社の場合、全て紙ベースでの記録となるが、支障はないという理解でよいか。</p>	
222	4. Q1	<p>面談等の内容については、電話の録音記録を持って記録に代えることができる、または外交時の高齢顧客やその家族等の会話を了解を得てICレコーダー等で録音・記録・保存することが必要とあるが、営業店等に電話の録音記録やICレコーダーは配備しておらず、これまで同様面談記録を登録することでもよいか。</p>	
223	4. Q1	<p>翌日の受注について</p> <p>お客様にとって、値段やイベントは取引を行う際の重要な要素だと思われる。</p> <p>翌日以降の受注を義務付けることで、勧誘のタイミングによってはお客様の意向を反映できないケースや価格リスクが発生する可能性があると考えられるのではないかと。</p> <p>約定が可能な時間帯であれば、商品のカテゴリーや管理職がIP電話で説明、確認が可能等、条件を整理したうえで当日約定も認めるべきではないかと。</p>	<p>顧客が冷静に判断する時間を確保し、勧誘内容を覚えていないことがないかなど、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ることから、翌日以降の受注を原則としました。</p>
224	4. Q1	<p>80歳以上の顧客（より慎重な勧誘による販売を行う必要がある顧客）への販売について、「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適当である」とされているが、顧客によって</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>は、日を分けて時間をかけて検討するよりも、家族が同席して一緒に話を聞いてもらい相談しながら検討した方がよいと考える人もそれなりに存在すると考える。</p> <p>そのため、「翌日以降の受注」だけを奨励するのではなく、「翌日以降の受注」と「家族の同席」の2つの選択肢を基本とし、どちらを優先するかは顧客の判断に委ねるべきと考える。</p>	
225	4. Q 1	<p>翌日以降の受注が適当であるとのことについて、扱っている金融商品は、毎日価格が変動するため、その特性を勘案すると、タイミングを逸することとなるケースが発生するなど、顧客との信頼関係を損なうことから、かえって紛争が生じる恐れがある。</p> <p>現在、受注したら、速やかな執行が、法令・諸規則等で規定されており、顧客による発注と、受注・執行との間に長い時間ずれが生ずることとなるのではないかと。</p> <p>顧客より、注文の留保等に対する説明を求められた場合、説明の根拠として、当該協会ガイドラインに則った対応との回答を行ってよいか。</p>	
226	4. Q 1	<p>外交先顧客からの受注は、翌日以降役席者が行うこととしているが、書面により受注する取引の場合は、電話では対応できず役席者が訪問あるいは顧客に来店を依頼する必要があり、顧客利便に支障を来す可能性がある。</p> <p>役席者の事前承認については、上記記載の通り顧客の契約意思に基づき受注を行うまでの間に行うことを可とし、商品に関する顧客の理解度が事前承認時に確認できる場合は、当日受注を可能とすべきである。</p>	
227	4. Q 1	<p>「高齢顧客に勧誘を行った場合には原則として翌日以降に受注することが適当」との部分において、変動商品を取り扱いには不適當と思われる。</p>	
228	4. Q 1	<p>当社では、債券や投資信託について、顧客より顧客自署による「申込書」を受け入れることとしている。80歳以上の高齢顧客の場合、事前承認を得た後の勧誘において</p>	<p>仮の申込みであることが明確となるよう書式等を工夫し、翌日以降に役席者</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		購入意思を示した顧客より「申込書」を受け入れてこれを仮受注とし、翌日以降に役席者が電話等で確認をして正式受注とするといった対応で問題はないか。	が受注を行ったことがわかるようにしていただければよいものと考えます。
229	4. Q 1	電話による受注を行っていない（対面で書面による受注のみを行っている）金融機関では、翌日以降に改めて外交または店頭で受注することが必要になることから、高齢顧客・金融機関双方にとって負担が大きい。このため、例えば、翌日以降に受注する場合の対応として、受注書面上、「申込日」と「申込指定日」を設定し、「申込指定日」として「申込日」の翌日以降の日を記入いただき、当該「申込指定日」に改めて電話で本人に確認したうえで受注するような対応を可能としてほしい。	各社の実情に応じ、適宜ご対応ください。顧客から受け入れる書面は仮の申込書であることが明確となるよう書式等を工夫し、翌日以降に役席者が受注を行ったことがわかるようにしていただければよいものと考えます。
230	4. Q 1	申込書類は勧誘日に受付し、翌日（翌営業日）以降の意向確認後に当該申込書に基づき約定することは可能か。	なお、注文伝票は金融商品取引法の規定により受注時に作成すべきとされていることに留意してください。
231	4. Q 1	訪問による勧誘の場合は、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適切であるとあるが、この場合、役席の同席に代え、担当者が顧客面談中に、営業店の役席者から顧客に電話をし、理解されていること等を確認することで要件を満たすとの解釈でよいか。 担当者が積極的に勧誘する意図はなくとも、顧客の商品提案要望は存在する。価額変動商品（募集期間を除く）の投資信託において、顧客が当日の発注意向を有していた場合、それを翌日以降でなければ受注できないとするのは、顧客利便性や顧客の相場観に反するものとする。	ご質問の趣旨が定かではありませんが、外交による勧誘の場合、役席者による事前承認、翌日以降の役席者による受注の手続きが必要であると考えます。
232	4. Q 1	「受注時の会話内容を『録音・記録・保存』しておくことが考えられます」との記述があるが、本記述は「受注時の会話内容を『録音』または『記録』した内容を『保存』しておくことが考えられる」という意味であること	ご理解のとおりです。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		を確認したい。	
233	4. Q 1	対面営業を行っている以上、顧客からの相談もある。顧客が取引内容や商品をほぼ決めており、もしそれに対して相談をされた場合に、回答すると勧誘にあたり規則に抵触してしまうということとなると、営業活動をスムーズに出来ないのではないか。	できる限り様々な状況を想定し、顧客対応する必要があることについて留意してください。
234	4. Q 1	顧客からの受注を担当者ではない役席者が行う理由は、当該顧客が説明内容を十分に理解しているか確認することにあるとされているが、受注を行うときに、具体的などのような方法、あるいはどのような話をして確認を行えばよいのか。4要素の確認だけではだめということか。Q 2においては、出来る限り高齢者顧客自身に話してもらおうとあるが、顧客に商品性について話してもらわなければならないのか。	受注時に注文内容を確認するに当たって行う会話において、当該高齢顧客の認識が十分ではないと感じられることがないかを確認いただく趣旨です。 なお、一連の会話により、高齢顧客の当該商品に関する理解が不十分と感じられる場合は、商品内容について再度説明する、高齢顧客に質問をするなどを行うことにより、受注の可否を判断いただくべきものと考えます。
235	4. Q 1	説明の翌日以降に、担当営業員が再度顧客と接触する際、あらためて顧客に勧誘してはいけないのか。その場合は、約定をさらに翌日以降に延ばす必要があるのか。 そうだとしたら、翌日以降に顧客から相談を受けた際に、担当営業員が説明を行った場合、どのような内容であれば勧誘に該当し、約定は翌日以降に延ばさなくてはいけないことになるのか。	説明の状況は個別事例に即して実質的に判断する必要があります。 例えば、高齢顧客が、担当営業員が前日に行った説明内容を十分に理解したうえで、確認のため再度の説明を求め、それに対して担当営業員が説明を行った場合において、その説明内容に納得され発注を希
236	4. Q 1	本ガイドラインでは、高齢顧客との取引については原則として勧誘の翌日に受注することを求めている。 勧誘翌日に受注する際、改めて当該商品の説明をすることが考えられるが、当該説明は勧誘には当たらないこと	説明を求め、それに対して担当営業員が説明を行った場合において、その説明内容に納得され発注を希

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>を確認したい。</p> <p>勧誘翌日の受注に当たっての商品説明が、再度の勧誘とみなされるのであれば、受注をさらに翌日に繰り延べなければならず、反って翌日受注時に顧客の理解を徹底するための説明が妨げられる恐れがあり合理的ではないと考えるため。</p>	<p>望まれる場合は、役席者による受注を行っても差し支えないと考えます。</p>
237	4. Q 1	<p>役席者が、受注時に顧客から説明を求められた場合、役席者が自らで説明、回答するのではなく、担当営業員に電話等をかわる必要があるのか。</p> <p>役席者は説明を行わず、受注に徹しなければならないとすれば、受注時の確認を行うことと矛盾を生じるのではないか。</p>	<p>例えば、高齢顧客が、前日に行った説明内容を十分に理解したうえで、確認のため再度の説明を求めてきた場合には、役席者が説明を行っても差し支えないと考えます。</p> <p>前日の説明が明らかに不十分であり、再度の説明が必要と考えられる場合は、役席者は受注を行わず、担当営業員に改めて説明を促すことが考えられます。</p>
238	4. Q 1	<p>当日買い付けを行うための「買付指示書」の記述と、当日買付にかかわる例外には「買付指示書」の記述はないが、この相違点はどのように考えればよいか。</p>	<p>外交及び店頭において家族の同席がある場合又は店頭において役席者の同席がある場合は、「買付指示書」の受入れが必要であると考えます。</p> <p>一方、家族又は役席者の同席がない場合でも、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を本ガイドラインで示しています。その際、「買付指示書」の受入れを</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
			求めていません。
239	4. Q 2	電話での勧誘の場合、翌日以降に電話で受注する場合の注意点が記載されているが、勧誘が電話で行われた場合は、受注も電話に限られるのか。	電話に限る必要はありません。
240	4. Q 2	営業員個人の携帯電話での勧誘や受注の原則禁止について、顧客から、個人の携帯に、市況について助言を求められたり、問い合わせを受ける場合などがあり、従って、禁止するとなると、顧客の利便性を著しく損なうことにつながる可能性があり、現状として難しく、実務上そぐわないのではないか。	顧客に対して、市況全般について回答することは、本ガイドラインで定義する「勧誘」（個別商品の買付けに関する説明）に該当しないと考えられます。
241	4. Q 2	勧誘当日の受注の制限を80歳以上の顧客を対象としているが、電話での高齢者（75歳以上）への勧誘全般について「即日受注を行うことは適当ではない」としているように読める。「録音機能がある電話での勧誘…とは異なり、外交先で行う勧誘は…」といった記述や、「録音機能がある場合は、…」といった書きぶりから、例えば録音機能を備えたコールセンターにおいては即日受注の制限は80歳以上に適用されると解釈しうるが、そうであればその旨明記していただきたい。	販売チャネルを問わず、目安として80歳以上の顧客については、原則としてその日に受注を行わずに、翌日以降に受注することが適当であると考えます。
242	4. Q 2	コールセンターについては勧誘を一切しないが、顧客からの投資相談を受け、当初顧客が買付の意向を示していた商品と異なる商品の買付となったケースは勧誘とみなし、本ルールに沿った運用となるのか。	ご質問のケースは、本ガイドラインで定義する「勧誘」に該当すると考えられますので、本ガイドラインに沿った対応が必要になると考えます。
243	4. Q 2	「買付指示書」に関して、高齢顧客の親族に同席頂き、「買付指示書」を受領することは大事な要件であると考えます。 しかし高齢顧客が、自身の金の内容を親族であっても見せたくないとお考えの場合には、受領することができない。 このような場合には、役席者の事前又は事後の面談で	高齢顧客の家族の同席がない場合は、原則として翌日以降の受注となります。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		対応すべきと考える。事前の場合には、商品属性・リスクの内容・約定想定価格・想定される手数料等をお伝えし、事後の場合には商品属性・リスク・確定した約定価格、手数料等を伝えたいうえで、納得されていれば面談として有効と考える。	
244	4. Q 2	「買付指示書」はその名前こだわるものではないという認識でよいか。	ご理解のとおりです。
245	4. Q 2	「買付指示書」の雛形を提示してほしい。	その予定はありません。
246	4. Q 3	<p>高齢顧客自らが来店の際には、顧客が希望した場合には翌日以降の受注とすべきではないと思われる（コールセンターを除く）。</p> <p>銀行では顧客自身が申込書に自署することをルールとしており、電話受注は認めていない。翌日以降に再度来店が必要となると、顧客にとって手間となり、その間に値上がりした場合などトラブルとなりかねない。</p> <p>「旅行等で不在」等の場合に限定せず、顧客が希望した場合には即日受注を認めるべきではないか。</p> <p>もちろん、その他の手続き（役席者の事前承認等）は行うことを前提としている。</p>	<p>高齢顧客が来店した際、ご家族を同伴される場合又は役席者が同席する場合について、「買付指示書」を受け入れることで即日受注が可能と考えられます。</p> <p>また、顧客に翌日以降の買付けを提案したものの、顧客が商品内容を十分に理解しており、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は、即日受注を例外として認めることができると考えられます。</p>
247	4. Q 3	家族同伴で来店した場合は、役席者の事前承認がなくとも、当該顧客に勧誘し、担当営業員が一人で受注しても良いことを確認したい。	<p>高齢顧客に勧誘を行う場合は事前に役席者の承認を受ける必要があります。</p> <p>来店の場合に誰がどのように対応するのかについて、自社の組織形態や人員配置に照らして、あらかじめ</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
			め態勢を整備してください。
248	4. Q 3	<p>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、なしうる勧誘行為については、4. Q 3で示されている。他方、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る場合については、特に明記されていない。</p> <p>この点、4. Q 3の「しかし、」以下で「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る」旨の記載があることから、当該「勧誘内容の確認」の前提として、その場で、「事前承認に係る確認」を行うことも許容されているとの理解でよいか、念のため確認したい。(当然ながら、上記役席者は、積極的な勧誘(説明)者ではない前提である)。</p>	<p>ご理解のとおりです。</p> <p>なお、役席者は同席に当たって、会話等から勧誘が適当ではないと判断した場合は、勧誘を行わないよう誘導してください。</p>
249	4. Q 4	インターネット取引について、「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」としているが、インターネット取引における「勧誘による販売」に該当する行為とは、どのようなものを想定しているのか。	<p>本ガイドラインにおいて「勧誘による販売」とは、個別商品の買付けに関する説明に伴う販売を指します。インターネット取引は顧客自身がIDとパスワードを入力してログインするとともに、「銘柄」及び「数量又は金額」を入力して行うものであり、本ガイドラインの対象とはなりません。</p> <p>ただし、インターネット取引による取引であっても、当該取引に至る過程において、高齢顧客に対して、</p>
250	4. Q 4	(インターネット取引における)投資勧誘規則第5条の3に規定する「勧誘による販売」とは何を指すのか。	
251	4. Q 4	インターネット取引は「勧誘による販売」に該当する行為がなされない限り適用除外との考え方は、インターネット取引の証券会社を優遇しているとの解釈になると思う。	
252	4. Q 4	「勧誘による販売」に該当する行為が行われた場合、インターネット取引についても規制対象となるが、80歳以上のお客様が勧誘を受けた後、ご自身で銘柄、数量、金額などを入力し、インターネットで取引しようとした場合についても役席者による受注、翌日受注が必要になる	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>との認識でよいか。必要になる場合、インターネットでの取引を制限し、役席者による代行受注に限定する、または当日の発注を制限するなどの仕組みが必要となるのか。</p> <p>また、「勧誘による販売」は規則第5条の2やガイドライン【1-Q2③】で定められているとおり、対面（外交）、電話、店頭に限定されることを確認したい。</p>	<p>勧誘留意商品について、個別商品の買付けに関する説明（勧誘）が行われる場合には、本ガイドラインに規定する役席者が事前承認を行うことが必要になると考えられます。</p>
253	4. Q4	<p>ガイドラインでは、高齢者である投資家自身が「ID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」（つまり、対面型の勧誘をしない）ことを理由に5条の3の対象としないことになっている。</p> <p>しかしながら、そもそも高齢顧客への勧誘による販売で主な問題となっているのは、高齢者のリスク判断能力が不十分であること（特に痴呆症等）に起因するトラブルである。これは、対面による勧誘だけではなく、ネット取引にも共通する問題であるはずで、販売方法（対面かネットかという）は二次的な問題である。投資家自身がネットで約定した場合、金融商品取引業者の説明責任は幾分軽減されるかもしれないが、これでは高齢の投資家を保護することにならないと思われる。</p> <p>また、サイト上にリスクの高い商品を並べ、それを誰でもパソコン操作だけで購入できる仕組み（クリックひとつで購入者が商品内容を理解したと見做す）こそが、高齢投資家の保護の観点から問題とも言える。</p> <p>パソコンの使用が一般的となり、高齢者でもインターネット取引は珍しくない。消費者庁も「インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について」（平成23年3月）で、今後取り組むべき事項の一つに高齢者への対応を挙げている。リスクの高い金融商品については、ネット取引であっても、リスクに対する理解がなされていることの確認など対面による勧誘に準じた措置、</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>および本人確認の厳格化（指紋認証や、虹彩認証を必要とするなど）が求められるべきと思料する。</p>	
254	4. Q 4	<p>インターネット取引については対象外となっているが、高齢者のインターネット利用が進展し、インターネット取引を画面等による「勧誘による販売」ととることも可能ではないかと考える。インターネット取引についての規制の見直しが必要だと思う。</p>	
255	4. Q 4	<p>厚労省の薬のネット販売への対応と比較して、金融庁のネット取引の対応は驚くほど寛容である。逆に言えば対面取引に対して厳しいと言える。</p> <p>ネット取引の場合自己の判断に基づいて行われる故に問題ないという見解であるが、対面取引においても同様の取引は多く存在する。ただ情報や人の意見は聞きたいという事から対面取引を選ぶ高齢者も多い。この人の意見＝営業員が意見を言った場合、勧誘となるわけであるが、ネット取引もHP上にアナリストレポートなど掲載している。人の口からではなくネット経由というだけで両者に大きな違いはない。</p> <p>対面取引は信用取引の開設においても適合性の原則にのっとり、ある程度のハードルを設けてきた。対してネット証券ではほとんどハードルを設けないまま開設に至っている。ネット取引であれば全て適合性の原則はクリアされるのだろうか。</p> <p>個人投資家の日本株式の取引においてはネット取引が主流である。信用取引に関してもネット取引が大半を占めるにも関わらず、今回の規制において、ネットが除外されるというのは問題である。金融行政が基本的に投資はネットで行うべきと考えているように見える。</p>	
256	4. Q 4	<p>単に勧誘を行わなければ、その売買は規制の対象にならないというようなことは、証券会社の職業倫理上許し難い発想である。顧客年齢に関係なく、当該口座における売買取引が不審に思われた場合、売買を一時停止してで</p>	<p>本ガイドラインにおいては「勧誘」を「個別商品の買付けに関する説明」と定義しています。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		も取引実態等を調べるのが我々の善管注意義務ではないのか。従ってインターネット取引については、適用の対象とならないことに疑問を感じる。	よって、勧誘を伴わないインターネット取引は、本ガイドラインの対象外と考えます。
257	4. Q 4	インターネット取引について、「勧誘による販売」に該当する行為がなされない限りとあるが、顧客が説明を求めてきた商品について、コールセンター等で説明を行った場合は、本ガイドラインの対象外にならないのか（すなわち、顧客が電話等で特定商品の説明を求めてきたので、当該商品についての説明を行い、その後、顧客がインターネットで発注してきたケースは、本ガイドラインの対象外であることを確認したい。）	<p>インターネット取引は顧客自身がIDとパスワードを入力してログインするとともに、「銘柄」及び「数量又は金額」を入力して行うものであり、本ガイドラインの対象とはなりません。</p> <p>ただし、インターネット取引による取引であっても、当該取引に至る過程において、高齢顧客に対して、勧誘留意商品について、個別商品の買付けに関する説明（勧誘）が行われる場合には、本ガイドラインに規定する役席者の事前承認を行うことが必要になると考えられます。</p> <p>したがって、ご質問のケースでは、コールセンターでの説明前に役席者の承認が必要となると考えます（高齢顧客からの質問に、その範囲で回答する場合を除きます。）。</p>
258	4. Q 4	高齢顧客がホームページ等の画面において、投資信託の分析ツール等を自発的に操作して、購入銘柄を選んだと	ご理解のとおりです。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		しても、「勧誘」は伴っておらず、本ガイドラインの対象外となることを確認したい。	
259	4. 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」の対応について記述されているが、今後の金融機関において体制を整備するうえでの参考とすべく、内部管理責任者が行うことができる範囲を整理していただきたい（例えば、内部管理責任者による勧誘・説明時の同席や約定結果の確認・連絡が可能かどうか等を整理いただきたい）。	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。 なお、内部管理責任者が行う業務については、外務員登録の有無や営業からの独立性の確保等を勘案して、各社において定めてください。
260	4. Q 5	「担当営業員とは別の役席者が受注」とあるが、当社の場合、ほとんどの営業所が役席者2名体制であるため、1人が休み・外出・出張等のために不在の場合、受注できないケースが発生するという事実を考慮してほしい。	登録の有無や営業からの独立性の確保等を勘案して、各社において定めてください。
261	4. Q 6	<p><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>として、最後に括弧書きで『一時的に同一通貨建てのMMFに入金する場合を含む』とされているが、当該ケースは取引というよりも決済であるため、勧誘前の役席者承認、約定後の連絡についても不要であると考えられるがいかがか。</p> <p>高齢顧客が既に保有しているニュージーランドドル建て債等が償還する場合、償還連絡し、すぐに他の商品を買付けたい意向でなければ（他の勧誘留意商品の勧誘は行わないものとする。）、決済方法を指定してもらうこととなる。具体的には、次の6つのうちいずれかを選択してもらうこととなる。</p> <p>①円貨決済し振込み等により返金 ②外貨決済し振込み等により返金 ③円貨決済し預り金（無金利）とする ④外貨決済し預り金（無金利）とする ⑤円貨決済しMMF又はMR Fに入金 ⑥外貨決済し同一通貨建てのMMF（類似の商品性を有</p>	ご理解のとおりです。

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>する投資信託を含む) に入金</p> <p>①～⑥のうち、ガイドライン案によれば⑥の場合だけ勧誘前承認や約定後の連絡が必要となってしまう。いずれのケースも顧客にとっては決済方法の指定に過ぎないため、勧誘前の役席者承認、約定後の連絡についても不要であると考えてよろしいか。</p>	
262	4. Q 6	<p>翌日以降の受注について、対象外の事例が挙げられているが、これらのケースは、事前承認・役席者による受注・約定後の連絡についても対象外として取り扱ってもよいという理解でよいか。</p>	<p>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を本ガイドラインで示しています。</p> <p>役席者による受注は対象外と考えますが、事前承認及び約定後の連絡までを対象外とするものではありません。</p>
263	4. Q 6	<p>「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」の「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」の括弧書きの事例に、「顧客から即日発注したい旨の申出があった場合」を加えていただきたい。</p> <p>勧誘し翌日の受注を案内した場合でも、上記のとおり顧客から強い要請があれば顧客の発注権限を縛ることはできないと考えられるからである。</p> <p>また、本件については、第 28 回ワーキング議事要旨でも示されていることから、ガイドラインに追加記載することが妥当だと思われる。</p>	<p>「顧客から即日発注したい旨の申出があった」だけでは、「当日の買付けを要請するやむを得ない事情」はなく、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には該当しないものと考えます。</p> <p>ガイドラインの例を参考に、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。</p>
264	4. Q 6	<p>80 歳以上（目安）の高齢顧客へ勧誘留意商品を勧誘する場合、即日受注が可能なケースとして</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 翌日から旅行等で不在 ・ 保有している商品と同一の商品の追加買付け ・ 保有商品の償還に伴うロールオーバー 等 <p>とあるが、「等」として具体的にどのようなケースを想定</p>	<p>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。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>しているか。</p> <p>例えば、家族の同席等がなく高齢顧客に外貨建債券（米ドル・ユーロ、豪ドル以外）の勧誘を行い、翌日以降の受注であることを説明した際に、顧客から当日の為替レートでの買い付けを強く求められた場合は翌日受注の例外として認められるか。</p>	
265	4. Q 6	<p>当日中の買付けについて協会が例外として認められるケースに「翌日から旅行」など例示されているが、顧客の物理的な問題だけでなく、「日本株ファンド」などのような当日の相場の上昇・下落など市況要素を汲んだ買付けについても例外とすることは可能か。</p>	
266	4. Q 6	<p>「当日の買付けを要請することがやむを得ない事情」として、「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」等が例示されているが、このほか、高齢顧客より本日の相場で必ず取引したいとの強い意向が示された場合も例示として追加してほしい（当然に当該高齢顧客が商品内容を十分に理解していることが前提である）。</p>	
267	4. Q 6	<p>80歳以上（目安）の高齢顧客へ勧誘留意商品を勧誘する場合、家族の同席がなくとも即日受注が可能なケースとして「保有している商品と同一の商品の追加買い付け」が例示されているが、商品性やリスクの内容が同様であれば詳細な条件（エクイティリンク債の参照銘柄等）が異なってもガイドライン上「同一の商品」として認められるか。認められる場合、その旨を明確にするため、ガイドラインの該当箇所の記載を「保有している商品と同一の種類の商品の追加買付け」としていただきたい。</p> <p>各社の対応が大きく異なることで投資家が混乱することのないよう、ガイドラインの解釈を明確にしていきたいと考える。</p>	<p>商品性やリスクの内容が同様であっても、参照銘柄が異なる等、詳細な条件が異なっている場合は、「同一の商品」には該当しないと考えます。</p>
268	4. Q 6	<p>“過去に投資経験のない商品”とは、まったく同一の商品（銘柄）を指すのか。それとも類似の商品への投資経</p>	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		験があれば、投資経験があるとみなされるのか。	
269	4. Q 6	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では、顧客が希望する場合のみならず、証券会社側から即日約定を促してもよいか。	例外と認められる場合は、顧客が当日の買付けを要請しており、そのことにやむを得ない事情があると考えられる場合ですので、証券会社から即日約定を促すことは含まれません。
270	4. Q 6	例外として即日受注が認められるケースについて、翌日は、顧客が日中不在となることが明らかなケースも含んでよいか。	「日中不在となる」ということが、どのような状況であるか定かではありませんが、当日約定することにやむを得ないと考えられる状況であるかを慎重に判断してください。
271	4. Q 6	即日受注を行う場合、顧客から「買付指示書」を受け入れることが必要なのか。必要とされる場合、買付指示書には本人の署名のみで良いのか。	必ずしも書面の受入れを必須とするものではありませんが、通話を録音する等、モニタリングで確認できる記録を残すことが望ましいと考えます。
ガイドライン 5. 約定結果の確認・連絡【18件】			
272	5. Q 1	「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」との記載があるが、訪問、店頭の場合は、その会話内容を営業日報に詳細に記載することを「記録・保存」と捕らえる理解でよいか	ご理解のとおりです。
273	5. Q 1	顧客が約定内容の一部または全部を知らないといった場合、あるいは認識が異なる場合は、決済が未了になるリスクが高く、担当営業員が連絡した場合であっても、これを放置することはないのではないか。 この場合は、担当営業員は直ちに役席者に連絡すること	複数の者が高齢顧客と接することにより、より確実な確認が行えるものと考えます。 よって、本ガイドラインで

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		が従業員サービス規程等により義務付けられているはずであり、顧客が高齢者であるかどうかの問題ではないのではないか。	は、約定後の連絡は、勧誘留意商品について買付けに関する説明を行った担当営業員以外が行うこととしています。
274	5. 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、外交、電話、店頭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。」となっているが、役席者の面談を行って販売可能顧客かを判断することとしていけば、約定報告は担当営業員が行っても問題とはならないはずであるし、80 歳以上の高齢顧客であれば「買付指示書」の差入れも行われている上に契約締結時交付書面（取引報告書）が顧客宅へ送付されることを考慮すれば、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必要はないと考えるので、当該文章は削除して頂くよう要望する。	本ガイドラインでの趣旨を勘案のうえ、適切に対応してください。 また、約定後の連絡は、高齢顧客が当該約定について認識しているかを確認することにありますので、書面による通知は適当ではないと考えます。
275	5. Q 1	勧誘及び受注時において上席者の面談等があれば、勧誘を行った担当営業員本人が約定結果の連絡をしても問題ないとするが、この認識でよいか。	
276	5. Q 1	「目安として 80 歳以上、(略) 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。」とあるが、役席者が面談を行い、販売が可能かどうかを判断するとしておれば、約定報告は担当した営業員が行っても問題はないのではないか。	
277	5. Q 1	「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、高齢者はその健康状態によって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	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		<p>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。」となっているが、役席者の面談を行って販売可能顧客かを判断することとしていれば、約定報告は担当営業員が行っても問題とはならないはずであるし、80歳以上の高齢顧客であれば「買付指示書」の差入れも行われている上に契約締結時交付書面（取引報告書）が顧客宅へ送付されることを考慮すれば、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必要はないと考えるので、当該文章は削除して頂くよう要望する。</p>	
278	5. Q 1	<p>「約定後の連絡を行う者は担当営業員以外の・・・必要あると考えます。」とあるが、役席者が面談を行って販売可能顧客かを判断することとしておれば、約定報告は担当営業員が行っても問題はないし、80歳以上の高齢顧客であれば「買付指示書」の差し入れもあり、「取引報告書」も送付されていることもあり、担当営業員以外の者が、約定結果を報告する必要はないものとする。</p> <p>また、「ただし、高齢者はその健康状態・・・必要あると考えます。」とあるが、正常な高齢顧客には、受注の確認・約定の確認のために2回も連絡をする必要はないと思われるし、かえって顧客に不信感を与えるのではないか。</p>	
279	5. Q 1	<p>約定結果の連絡時において、出来通知以外に、取引を行ったことの認識を確認するとは、連絡を行った者が具体的に顧客に何か話をしなければならないのか。</p>	<p>ご質問の趣旨が定かではありませんが、約定後の連絡を行った際に、高齢顧客から「買い付けた覚えはない」等の申出があった場合には、勧誘及び約定の状況についてよくお話を伺うことが必要と考えます。</p>
280	5. Q 1	<p>「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</p>	<p>ご理解のとおりです。</p>

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
		れかの日に約定後の連絡を行う等、商品の性格等に合せて行えばよい」とあるが、連絡のタイミングについては、高齢顧客が取引を行ったことの認識を確認するという約定後連絡の趣旨を踏まえ、各金融機関において判断して体制を整備（例えば約定当日や約定翌日等に連絡するよう体制を整備）すればよいことを確認したい。	
281	5. Q 1	連絡が取れなかった場合、連絡が取れるまで継続する必要があるのか。それとも、ある程度の段階で連絡は中断してよいのか（連絡が取れない旨、記録すればよいのか）。	個別事案につきましては、各社にて判断する事項と考えますが、できる限り、連絡が取れるまで努力することが望ましいと考えます。
282	5. Q 1	外交時に、役席者が同席した場合、担当者が単独で訪問しその際顧客宅から役席者へ電話連絡し顧客へ直接確認するルールにしている。この場合、「約定結果の確認・連絡」の趣旨に鑑み、確認済みとの認識でよいか。	ご質問の趣旨が定かではありません。
283	5. Q 1	約定結果の報告を担当者以外が行うことを定めることは、不要であるとする。顧客の理解度等の検証は、約定結果の報告以外の場面で役席者が行うことは十分可能だと考える。	約定後の連絡は、高齢顧客が取引を行ったことについての認識を確認することが目的であることから、
284	5. Q 2	「約定後の連絡は、受注から時間をおいて行う。」とあるが、約定連絡を遅らせることは、顧客への誠実義務に反し、顧客からの信頼を失う要因となるのではないか。	時間を空けた後、約定後の連絡を行うべきと考えます。
285	5. Q 2	受注時に購入時の勧誘の適正性を判断しているため、特別に約定結果の確認・連絡を取る必要はないと考える。	
286	5. Q 2	「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」との部分において、変動商品の取り扱いには不相当と思われる。	
287	5. Q 2	投資信託については約定後の連絡を行う必要はないと考える。場合により、約定を取り消すことができるとの誤認を与えかねないと思料する。	

項番	該当箇所	意見・質問	考え方
288	5. Q 2	<p>高齢顧客への勧誘による販売を行った場合、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とある。</p> <p>本運用の趣旨は他の役職員によるクロスチェックを行うものであると思われるが、事前承認等他のプロセスによっても十分に果たされていると考える。</p> <p>そもそも個社において検討すべき事項についてまで個別具体的な業界統一ルールを設けることに違和感があるが、約定連絡についてまでルール化する必要はないのではないかと考える。</p>	
289	5. Q 2	<p>約定結果の連絡時において、顧客が約定内容の一部または全部を知らないといっているか、あるいは認識が異なるかどうかを確認することが目的であれば、約定をとった役席者は、結果連絡をしてはいけないのではないか。</p>	<p>役席者は受注のみを行ったと考えられますので、連絡を行う者から排除する必要はないと考えますが、どのような連絡態勢が妥当かについては各社において判断してください。</p>
ガイドライン 6. モニタリング【1件】			
290	6. Q 1	<p>モニタリングの方法、範囲等についても社内ルールを定める必要があるか。</p>	<p>当該内容についても社内規則に定めてください。</p>

以 上