

高齢顧客への勧誘ルールのポイントQ&A

Q1~⑥ 行方洋一
行方国際法律事務所 弁護士
Q7~⑫ 三ヶ尻一郎
今川橋法律事務所 弁護士

ここでは、高齢顧客への投資商品勧誘ルールのポイントを取り上げ、対応方法を解説する。

Q1

ガイドラインでは どんな勧誘ルールが 決められているの？



日 証協ガイドラインでは、高齢顧客への勧誘に関して次のような事項がポイントとなる。

高齢顧客の定義

勧誘による販売を慎重に行う必要があると考えられる高齢顧客の範囲を各金融機関で定めることが求められている。75歳以上を対象とし、その中でもより慎重な対応をすべき顧客として80歳以上を目安にすることとされている。そのため勧誘を行う前には、自行庫で定めた高齢顧客に該当するかの確認が必要となる。その際、勧誘とは「個別商品の買付けに関する説明」であり、勧誘行為に限られないことに留意したい。

勧誘留意商品の選定

役員者による事前承認等を受け

は、役員者自らが高齢顧客との面談や電話での会話をし、勧誘の適正性を判断する。役員者の事前承認は基本的に勧誘の都度、必要であることに留意を要する。
翌日以降・役員者による受注と約定後の連絡（80歳以上）
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、受注は原則として勧誘の翌日以降とし、かつ担当者とは別の役員者が受注することが求められている。
また、約定後において、担当者とは別の者が約定結果を高齢顧客に連絡する必要がある。この連絡は受注から時間をおいて行う。

モニタリング

勧誘ルールの遵守状況について、各金融機関で定めた承認・取引プロセスに則って取引が行われているか、適合性や合理性の観点から不適切な点はないかなどモニタリングを行うことが求められている。また、モニタリングに活用するため、役員者による面談等の内容、受注時・約定後の連絡における会話内容を録音、または記録・保存する必要がある。

Q2

勧誘留意商品とは どんな商品なの？ どのように判断するの？



日 証協ガイドラインでは、適合性の原則や高齢者特有のリスク（販売後の記憶力や理解力の低下）を踏まえ、役員者による事前承認等を要しない「勧誘可能な商品」の範囲を可能な限り具体的に各金融機関で定め、それ以外の「勧誘留意商品」については、役員者の事前承認など所定の手続きや条件を定めて慎重に対応することを求めている。

「勧誘可能な商品」としては、価格変動が比較的小さい、仕組みが複雑ではない、換金性が高いなどの条件に該当する商品という考え方が示されており、例として次の商品が挙げられている。

- ① 国債、地方債、政府保証債等
- ② 普通社債

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（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」等を参考に自行庫で判断）
④ 前記①②③に相当する「知名度や流動性が高い通貨建て（米ドル、ユーロ、オーストラリアドルが該当）」の債券および投資信託

価格変動リスクがあっても一律に制限されてはいない
また、上場されている株式、転換社債型新株予約権付社債、ETF・ETN、REIT、新株予約権証券および有価証券関連市場デリバティブ取引（上場先物・オプション取引）等については、価格変動リスクが比較的大きいもの

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（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」等を参考に自行庫で判断）
④ 前記①②③に相当する「知名度や流動性が高い通貨建て（米ドル、ユーロ、オーストラリアドルが該当）」の債券および投資信託

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、高齢顧客への勧誘を一律に制限することには馴染まないとの考え方が示されている。

同様に、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、指標が広く知られており、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、一律の制限は馴染まないとされている。

これらは例示であることから、適合性の原則等に鑑みて、各金融機関の判断で「勧誘留意商品」とすることも妨げられない。ただしその場合は、円滑な取引にできる

POINT

- 価格変動が比較的小さい等の条件が示されているのが「勧誘可能な商品」で、それ以外が「勧誘留意商品」となる
- 値動きが大きいものでも、広く周知されている商品などでは、一律に制限されてはいない