

## 金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針 新旧対照表

現 行	改 正 案
<p>Ⅱ－１－４ 一般的な監督事務</p> <p>(１)～(４) (略)</p> <p>(５) 類似商号使用者に係る対応について</p> <p>① 明らかに類似商号に該当すると認められる者（例えば、「〇〇証券」、「〇〇第△種金融商品取引業者」、「〇〇投資法人」等）については、別紙様式Ⅱ－１により文書で警告を行うとともに、直接、電話や面談等により接触し是正を求めるものとする。また、捜査当局に連絡し情報交換等を行うものとする。</p> <p>なお、類似商号に該当すると認められる者であって、無登録で金融商品取引業を行っているおそれがあると認められた者については、原則として、上記(７)の手続きにより対応するものとする。</p>	<p>Ⅱ－１－４ 一般的な監督事務</p> <p>(１)～(４) (略)</p> <p>(５) 類似商号使用者に係る対応について</p> <p>① 明らかに類似商号に該当すると認められる者（例えば、「〇〇証券」、「〇〇第△種金融商品取引業者」、「〇〇投資法人」等）については、別紙様式Ⅱ－１により文書で警告を行うとともに、直接、電話や面談等により接触し是正を求めるものとする。また、捜査当局に連絡し情報交換等を行うものとする。</p> <p>なお、類似商号に該当すると認められる者であって、無登録で金融商品取引業を行っているおそれがあると認められた者については、原則として、上記(４)の手続きにより対応するものとする。</p>
<p>Ⅲ－２－３－１ 適合性原則</p> <p>金融商品取引業者は、金商法第40条の規定に基づき、顧客の知識、経験、財産の状況、投資目的やリスク管理判断能力等に応じた取引内容や取引条件に留意し、顧客属性等に則した適正な投資勧誘の履行を確保する必要がある。</p> <p>そのため、顧客の属性等及び取引実態を的確に把握し得る顧客管理態勢を確立することが重要であり、例えば以下のような点に留意して検証することとする（特に、インターネット取引については、その非対面性に鑑みて細心の注意を払うこと。）。</p>	<p>Ⅲ－２－３－１ 適合性原則・誠実公正義務</p> <p>金融商品取引業者は、金商法第40条の規定に基づき、顧客の知識、経験、財産の状況、投資目的やリスク管理判断能力等に応じた取引内容や取引条件に留意し、顧客属性等に則した適正な投資勧誘の履行を確保するために整備した態勢に基づいて、顧客に対する誠実公正義務を果たす必要がある。</p> <p>そのため、金融商品取引業者は、投資勧誘の前提として、提供する金融商品の内容を適切に把握するための態勢を確立する必要がある。また、顧客の属性等及び取引実態を的確に把握し得る顧客管理態勢を確立することが重要である。さらに、金融商品の内容が顧客の属性等に適合することの合理的な理由があるかどうかの検討・評価を行うことが必要である。その上で、顧客に対してこのような合理的な理由を欠く投資勧誘行為や、不適</p>

## 金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針 新旧対照表

現 行	改 正 案
<p>(1) 主な着眼点 (新設)</p> <p>① 顧客属性等の的確な把握及び顧客情報の管理の徹底</p> <p>イ. 顧客の投資意向、投資経験等の顧客属性等を適時適切に把握するため、顧客カード等については、顧客の投資目的・意向を十分確認して作成し、顧客カード等に登録された顧客の<u>投資目的・意向</u>を金融商品取引業者と顧客の双方で共有しているか。また、顧客の<u>申出に基づき、顧客の投資目的・意向が変化したことを把握した場合には、顧客カード等の登録内容の変更を行い、変更後の登録内容を金融商品取引業者と顧客の双方で共有するなど、投資勧誘に当たっては、当該顧客</u></p>	<p><u>当又は不誠実な投資勧誘行為が行われないようにする必要がある。</u></p> <p><u>以上を踏まえ、例えば以下のような点に留意して検証することとする。</u></p> <p><u>なお、投資勧誘の方法としては、営業店に来訪した顧客への勧誘、電話による顧客への勧誘、インターネットを利用した勧誘等の様々な方法が考えられるところではあるが、それぞれの特性に応じた適切な勧誘の方法を検討する必要があることもあわせて留意する。</u></p> <p>(1) 主な着眼点</p> <p>① 金融商品の内容の適切な把握</p> <p><u>金融商品取引業者が提供する個別の金融商品について、そのリスク、リターン、コスト等といった顧客が金融商品への投資を行う上で必要な情報を十分に分析・特定しているか。その上で、当該金融商品の特性等に応じ、商品の組成者等とも連携しつつ、研修の実施、顧客への説明書類の整備などを通じ、投資勧誘に携わる役職員が当該情報を正確に理解し、適切に顧客に説明できる態勢を整備しているか。</u></p> <p>② 顧客の属性等及び取引実態の的確な把握並びに顧客情報の管理の徹底</p> <p>イ. 顧客の投資目的、投資経験等の顧客属性等を適時適切に把握するため、顧客カード等については、顧客の投資目的を十分確認して作成し、顧客カード等に登録された顧客の<u>投資目的</u>を金融商品取引業者と顧客の双方で共有しているか。また、顧客の<u>申出等により、顧客の資産・収入の状況又は投資目的が変化したことを把握した場合には、それ以降の投資勧誘に際して顧客カード等の登録内容の変更を行うか否かを顧客に確認した上で変更を行い、変更後の登録内容</u></p>

金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針 新旧対照表

現 行	改 正 案
<p><u>属性等に則した適正な勧誘に努めるよう役職員に徹底しているか。</u></p> <p><u>ロ. 元本の安全性を重視するとしている顧客に対して、通貨選択型ファンドなどのリスクの高い商品を販売する場合には、管理職による承認制とするなどの慎重な販売管理を行っているか。</u></p> <p><u>ハ. 内部管理部門においては、顧客属性等の把握の状況及び顧客情報の管理の状況を把握するように努め、必要に応じて、顧客属性等に照らして適切な勧誘が行われているか等についての検証を行うとともに、顧客情報の管理方法の見直しを行う等、その実効性を確保する態勢構築に努めているか。</u></p> <p>② <u>顧客の取引実態の的確な把握及びその効果的活用</u></p> <p><u>イ. 顧客の取引実態の把握については、例えば、顧客口座ごとの売買損、評価損、取引回数、手数料の状況等といった取引状況を、顧客の取引実態の把握の参考としているか。</u></p> <p><u>ロ. 取引実態の把握において、取引内容を直接顧客に確認する必要があると判断した顧客については、例えば各営業部門における管理責任者等（担当者以外の責任者で内部管理責任者、部店長等を含む。以下同じ。）による顧客面談等を適時・適切に実施し、取引実態の的確な把握に努めているか。また、契約締結以降も、長期にわたって取引が継続するデリバティブ取引等の実態の把握について、同様の取組みをしているか。</u></p> <p><u>ハ. 内部管理部門においては、各営業部門における管理責任者等が行</u></p>	<p><u>を金融商品取引業者と顧客の双方で共有するなど、適切な顧客情報の管理を行っているか。</u></p> <p><u>ロ. 顧客の取引実態の把握については、例えば、顧客口座ごとの売買損益、評価損益、取引回数、手数料の状況等といった取引状況を、顧客の取引実態の把握の参考としているか。</u></p> <p><u>ハ. 取引実態の把握において、取引内容を直接顧客に確認する必要があると判断した顧客については、例えば各営業部門における管理責任者等（担当者以外の責任者で内部管理責任者、部店長等を含む。以下同じ。）による顧客面談等を適時・適切に実施し、取引実態の的確な把握に努めているか。また、契約締結以降も、長期にわたって取引が継続するデリバティブ取引等の実態の把握について、同様の取組みをしているか。</u></p> <p>(削除)</p>

## 金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針 新旧対照表

現 行	改 正 案
<p><u>う顧客面談等に係る具体的な方法を定め、当該方法を役職員に周知徹底するとともに、顧客面談等の状況を把握・検証し、当該方法の見直し等、その実効性を確保する態勢を構築するよう努めているか。</u></p> <p>(新設)</p>	<p>③ <u>投資勧誘に際しての合理的な理由についての検討・評価</u></p> <p style="margin-left: 2em;">イ. <u>顧客に対する金融商品の勧誘に先立ち、勧誘対象となる個別の金融商品や当該顧客との一連の取引の頻度・金額が、把握した顧客属性や投資目的に適うものであることの合理的な理由があるかについて検討・評価を行っているか。</u></p> <p style="margin-left: 2em;">ロ. <u>その検討・評価を確保する観点から、金融商品の特性等に応じ、あらかじめ、商品の組成者等とも連携しつつ、どのような考慮要素や手続をもって行うかの方法を定めているか。</u></p> <p style="margin-left: 4em;"><u>例えば、元本の安全性を重視するとしている顧客に対して通貨選択型ファンドなどのリスクの高い商品を販売する等、顧客の投資目的に適合しない不適切な勧誘が行われないよう、顧客属性等に応じて一定の金融商品の投資勧誘を管理職による承認制とするなどの慎重な販売管理を行っているか。</u></p>
<p>(新設)</p>	<p>④ <u>不適當又は不誠実な投資勧誘行為</u></p> <p style="margin-left: 2em;"><u>顧客に対する不適當又は不誠実な投資勧誘行為として、例えば、以下のような金融商品の勧誘行為が行われていないか。</u></p> <p style="margin-left: 2em;">イ. <u>金融商品取引業者の利益を追求する結果として、顧客との一連の取引の経過をみたときに、顧客属性や投資目的に適合しない高頻度の金融商品の売買を勧誘し、顧客に過度の手数料を負担させる行為（合理的な理由を欠く高頻度か否かの判断にあたっては、顧客の年</u></p>

金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針 新旧対照表

現 行	改 正 案
<p>(新設)</p> <p>③ 一般投資家の申出による特定投資家への移行            金商法第34条の3第1項の規定に基づき、「一般投資家」である顧客より「特定投資家」への移行の申出を受けた際には、顧客の知識、経験、財産の状況、投資目的に照らして「特定投資家」として取り扱うことがふさわしいか否かを考慮した上で、承諾の可否について判断</p>	<p><u>間の平均投資残高に対する支払手数料の累計額の割合、当該顧客の過去の取引頻度等について、通常の投資行動から著しく逸脱したものではないか留意するものとする。)</u></p> <p><u>ロ. 顧客に対し、顧客属性や本来の投資目的に適合しない金融商品を勧誘するため、当該金融商品に適合するような投資目的への変更を、当該顧客にその変更の意味や理由を正確に理解させることなく求める行為</u></p> <p><u>ハ. 顧客属性や投資目的を踏まえると複数の金融商品が顧客に適合する可能性のある状況において、合理的な理由がないにもかかわらず、手数料の高い金融商品を勧誘する行為</u></p> <p>⑤ 内部管理部門による検証</p> <p><u>イ. 内部管理部門においては、上記①②③④の検証を行うとともに、それを踏まえた態勢の見直しを行う等、その実効性を確保しているか。</u></p> <p><u>ロ. また、上記②ハの営業部門における管理責任者等が行う顧客面談等に係る具体的な方法を定め、当該方法を役職員に周知徹底するとともに、顧客面談等の状況を把握・検証し、当該方法の見直し等、その実効性を確保する態勢を構築するよう努めているか。</u></p> <p>⑥ 一般投資家の申出による特定投資家への移行            金商法第34条の3第1項の規定に基づき、「一般投資家」である顧客より「特定投資家」への移行の申出を受けた際には、顧客の知識、経験、財産の状況、投資目的に照らして「特定投資家」として取り扱うことがふさわしいか否かを考慮した上で、承諾の可否について判断</p>

# 金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針 新旧対照表

現 行	改 正 案
しているか。	しているか。