

商品先物取引業者等の監督の基本的な指針改正案（新旧対照表）

平成 27 年 1 月

新	旧
<p>目次</p> <p>I (略)</p> <p>II (略)</p> <p>II-1~3 (略)</p> <p>II-4 (略)</p> <p>II-4-1 (略)</p> <p>II-4-2 適合性の原則</p> <p>(4) 個人顧客との間の取引行為に係る考慮事項</p> <p>② 具体例</p> <p>イ 次に掲げる勧誘は、適合性の原則に照らして、不相当と認められる勧誘であると考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・未成年、成年被後見人、被保佐人、被補助人、精神障害者、知的障害者及び認知障害の認められる者に対する勧誘</li> <li>・生活保護法による保護を受けている世帯に属する者に対する勧誘</li> <li>・破産者で復権を得ない者に対する勧誘</li> <li>・商品デリバティブ取引をするための借入れを勧めての勧誘</li> <li>・損失が生ずるおそれのある取引を望まない者に対する勧誘</li> <li>・取引証拠金等の額を上回る損失が生ずるおそれのある取引を望まない者に対する、取引証拠金等の額を上回る損失が生ずるおそれがある取引の勧誘</li> <li>・<u>規則第 102 条の 2 第 3 号により行うことが可能とされている勧誘を受けて商品取引契約を締結した者(直近の 3 年以内に延べ 9</u></li> </ul>	<p>目次</p> <p>I (略)</p> <p>II (略)</p> <p>II-1~3 (略)</p> <p>II-4 (略)</p> <p>II-4-1 (略)</p> <p>II-4-2 適合性の原則</p> <p>(4) 個人顧客との間の取引行為に係る考慮事項</p> <p>② 具体例</p> <p>イ 次に掲げる勧誘は、適合性の原則に照らして、不相当と認められる勧誘であると考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・未成年、成年被後見人、被保佐人、被補助人、精神障害者、知的障害者及び認知障害の認められる者に対する勧誘</li> <li>・生活保護法による保護を受けている世帯に属する者に対する勧誘</li> <li>・破産者で復権を得ない者に対する勧誘</li> <li>・商品デリバティブ取引をするための借入れを勧めての勧誘</li> <li>・損失が生ずるおそれのある取引を望まない者に対する勧誘</li> <li>・取引証拠金等の額を上回る損失が生ずるおそれのある取引を望まない者に対する、取引証拠金等の額を上回る損失が生ずるおそれがある取引の勧誘</li> </ul>

0日間以上にわたり商品デリバティブ取引（損失限定取引を除く。）を行った者を除く。）に対する、契約締結後最初の取引を行う日から最低90日を経過する日までの期間において、建玉時に預託する取引証拠金等の額が投資上限額（規則第102条の2第3号ハ（2）に規定する投資上限額をいう。以下同じ。）の3分の1の額に達することとなる取引の勧誘

ロ （略）

ハ 業者内審査手続等

適合性の原則に照らして適当と認められる勧誘であるか否かの基準については、イ、ロに掲げる例のほか、顧客の類型や取引経験等を勘案し、各業者において適切な基準を策定する必要がある。なお、イ又はロに該当しない顧客であっても、適切に顧客情報を審査しなければならない。これらの適合性の原則に関する社内審査については、日商協の自主規制ルールの内容に適合する必要がある。

また、対面営業による勧誘を行う場合においては、顧客情報等について外務員による一連の勧誘過程における確認に加え、最終的に業者内の顧客管理部門において確認し、一連の記録を作成することが求められ、勧誘過程において顧客が適合性を有しないことが判明した場合には、直ちに勧誘を中止しなければならない。

業者内審査手続については、各業者で顧客の類型やビジネスモデルに応じた適合性の審査にふさわしい手続を定めることとし、その中で、特に厳格な審査が必要な場面を想定し、これを本店レベルにおいて、①営業部門とは独立した組織である管理部門において適合性を厳格に審査し、②総括管理責任者（最終的に管理部門を総括する役員クラスの者）がこれを決裁することとする。管理部門の職員

ロ （略）

ハ 業者内審査手続等

適合性の原則に照らして適当と認められる勧誘であるか否かの基準については、イ、ロに掲げる例のほか、顧客の類型や取引経験等を勘案し、各業者において適切な基準を策定する必要がある。なお、イ又はロに該当しない顧客であっても、適切に顧客情報を審査しなければならない。これらの適合性の原則に関する社内審査については、日商協の自主規制ルールの内容に適合する必要がある。

また、対面営業による勧誘を行う場合においては、顧客情報等について外務員による一連の勧誘過程における確認に加え、最終的に業者内の顧客管理部門において確認し、一連の記録を作成することが求められ、勧誘過程において顧客が適合性を有しないことが判明した場合には、直ちに勧誘を中止しなければならない。

業者内審査手続については、各業者で顧客の類型やビジネスモデルに応じた適合性の審査にふさわしい手続を定めることとし、その中で、特に厳格な審査が必要な場面を想定し、これを本店レベルにおいて、①営業部門とは独立した組織である管理部門において適合性を厳格に審査し、②総括管理責任者（最終的に管理部門を総括する役員クラスの者）がこれを決裁することとする。管理部門の職員

が営業部門の役職を兼務するのは適当ではない。なお、商品先物取引業者が金融商品取引業を兼業する場合に、管理部門の職員が両方の管理業務を兼務することは妨げられない。業者内審査手続においては、審査過程と判断根拠を具体的に記載した書面を作成し、その記録を残さなければならない。特に、ロのただし書に基づく勧誘を行う場合には、当該業者内審査手続のため、管理部門において、適合性の原則に照らして不相当と認められる勧誘が行われていないかどうか、特に厳格に審査することとする。

また、規則第102条の2第2号及び第3号の規定により行うことが可能とされている勧誘に当たっては、適合性の確認は、特に厳格な審査が必要なものとして行うよう管理体制を整え、当該管理体制を社内へ周知徹底するとともに、外務員への指導・教育等の対応を図る必要がある。

#### II-4-3 勧誘・説明等の体制

##### II-4-3-1 勧誘等における禁止事項

(1)～(6) (略)

(5) 不招請勧誘の禁止（法第214条第9号）

① (略)

② 不招請勧誘の禁止の内容

上記①イ又はロに掲げる商品取引契約の締結の勧誘を要請していない個人顧客に対し、「訪問し、又は電話をかけて」当該商品取引契約の締結の勧誘（商品取引契約の締結を目的とした勧誘受託意思の確認や適合性の確認を含む一切の行為をいう。以下この（5）において同じ。）をすることは、規則第102条の2に規定する行為を除き、許されない。勧誘の要請とは、顧客が業者に対して自らに対して勧誘

が営業部門の役職を兼務するのは適当ではない。なお、商品先物取引業者が金融商品取引業を兼業する場合に、管理部門の職員が両方の管理業務を兼務することは妨げられない。業者内審査手続においては、審査過程と判断根拠を具体的に記載した書面を作成し、その記録を残さなければならない。特に、ロのただし書に基づく勧誘を行う場合には、当該業者内審査手続のため、管理部門において、適合性の原則に照らして不相当と認められる勧誘が行われていないかどうか、特に厳格に審査することとする。

#### II-4-3 勧誘・説明等の体制

##### II-4-3-1 勧誘等における禁止事項

(1)～(6) (略)

(5) 不招請勧誘の禁止（法第214条第9号）

① (略)

② 不招請勧誘の禁止の内容

上記①イ又はロに掲げる商品取引契約の締結の勧誘を要請していない個人顧客に対し、「訪問し、又は電話をかけて」当該商品取引契約の締結の勧誘（商品取引契約の締結を目的とした勧誘受託意思の確認や適合性の確認を含む一切の行為をいう。以下この（5）において同じ。）をすることは、許されない。

また、勧誘の要請とは、顧客が業者に対して自らに対して勧誘を行

を行うことを明確に求めることを指し、例えば、一般的事項に関する照会や、取引概要に関する資料請求を行ったことのみをもって、当該顧客が勧誘の要請を行ったとみなすことはできない。

また、法第214条第7号に基づく勧誘を受ける意思の確認及び規則第102条の2第2号又は第3号に基づく説明を行う前に、顧客に対して勧誘を行うことは、法第214条第7号に基づく勧誘を受ける意思を確認しないで行う勧誘の禁止規定及び同条第9号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する。さらに、顧客から勧誘の要請があった場合でも、その前に顧客に対して勧誘がなされたことを受けて顧客が勧誘を要請するなど、実質的に顧客からの勧誘の要請があったと考えられない場合には、法第214条第9号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する。

③ 不招請勧誘の禁止に抵触しない事例

法第214条第9号は、個人顧客に対し「訪問し、又は電話をかけて」勧誘することを禁じる規定であることから、例えば、ダイレクトメールを個人顧客に対して送付する行為は、本規定との関係では妨げられない。また、顧客から来店又は電話をかけて勧誘要請してきた場合、本規定は適用されないが、実質的に顧客からの勧誘の要請があったと考えられない場合には、法第214条第9号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する。

④・⑤ (略)

(削除)

うことを明確に求めることを指し、例えば、一般的事項に関する照会や、取引概要に関する資料請求を行ったことのみをもって、当該顧客が勧誘の要請を行ったとみなすことはできない。

③ 不招請勧誘の禁止に抵触しない事例

法第214条第9号は、個人顧客に対し「訪問し、又は電話をかけて」勧誘することを禁じる規定であることから、例えば、ダイレクトメールを個人顧客に対して送付する行為は、本規定との関係では妨げられない。また、顧客から来店又は電話をかけて勧誘要請してきた場合、本規定は適用されない。

④・⑤ (略)

⑥ 金商法における市場デリバティブ取引の経験者に対する勧誘

金商法上の市場デリバティブ取引の契約を締結した結果、形式的には規則第102条の2第3号に規定する契約に係る継続的取引関係にあると認められる顧客（同条柱書に規定する顧客に限る。）であっ

⑥ 損失限定取引又は貴金属等現物取引の経験者

損失限定取引又は貴金属等現物取引を行っている顧客は、不招請勧誘の禁止規定の適用除外である規則第102条の2第1号イからニまでに掲げるそれぞれの契約について、規則第102条の2第1号に規定する「継続的取引関係にある顧客」又は同条第2号に規定する「他社契約者」には該当しない。したがって、損失限定取引又は貴金属等現物取引を行っている当該顧客に対して、勧誘の要請がないにもかかわらず「損失が取引証拠金を上回る取引」（以下「通常取引等」という。）に係る勧誘を行った場合には、不招請勧誘の禁止規定が適用される。このため、損失限定取引又は貴金属等現物取引のために訪問し、又は電話をかけた際に、勧誘の要請がないにもかかわらず通常取引等の勧誘を行うことは、法第214条第9号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する。

また、損失限定取引又は貴金属等現物取引の目的で来店又は電話を

ても、顧客の知識、経験、財産の状況及び商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行っている場合には、法第215条の「適合性の原則」観点から認められないと考える。

以上を踏まえ、顧客が、金商法上の市場デリバティブ取引の経験を通じて、デリバティブ取引に生じうるリスクや、自己責任の下で取引を行うべきことが理解できていることを、顧客の取引履歴、市場デリバティブ取引に関する業務記録及び顧客の審査記録等から十分に見極めること。その上で、商品先物取引の勧誘に当たっても、適合性の確認は、Ⅱ-4-2(4)②ロにかかわらず、改めて厳格な業者内審査手続により行うよう管理体制を整え、当該管理体制を社内へ周知徹底するとともに、外務員への指導・教育等の対応を図ること。

⑦ 損失限定取引又は貴金属等現物取引の経験者

損失限定取引又は貴金属等現物取引を行っている顧客は、不招請勧誘の禁止規定の適用除外である規則第102条の2第1号に規定する「令第30条に規定する商品取引契約」について、規則第102条の2に規定する「継続的取引関係にある顧客」には該当しない。したがって、損失限定取引又は貴金属等現物取引を行っている当該顧客に対して、勧誘の要請がないにもかかわらず「損失が取引証拠金を上回る取引」（以下「通常取引等」という。）に係る勧誘を行った場合には、不招請勧誘の禁止規定が適用される。このため、損失限定取引又は貴金属等現物取引のために訪問し、又は電話をかけた際に、勧誘の要請がないにもかかわらず通常取引等の勧誘を行うことは不招請勧誘の禁止規定に抵触する。

また、損失限定取引又は貴金属等現物取引の目的で来店又は電話をかけてきた顧客に対して、勧誘を受ける意思の有無を確認せずに通常

かけてきた顧客に対して、勧誘を受ける意思の有無を確認せずに通常取引等の勧誘をすることは、法第214条第7号に規定する勧誘を受ける意思を確認しないで行う勧誘の禁止規定に抵触する。

⑦ 不招請勧誘禁止の対象から除外される勧誘行為

規則第102条の2に規定する勧誘行為については、法第214条第9号で禁止される行為に該当しない。ただし、規則第102条の2第2号及び第3号に規定する勧誘行為は、当該各号に定める条件に従って、適切に行われなければならない。

なお、この場合であっても、法第215条の「適合性の原則」により、顧客の知識、経験、財産の状況及び商品取引契約を締結する目的に照らして不適当と認められる勧誘を行ってはならない。

イ. 他社契約者である顧客に対する不招請勧誘

規則第102条の2第2号に規定する他社契約者である顧客に対する勧誘については、法第214条第7号に基づく勧誘を受ける意思の確認を行う際に、併せて、他社契約者でなければ契約を締結できない旨の条件を説明してからでなければ、これら以外の勧誘行為を行ってはならない。当該確認及び説明の前に勧誘を行うことは、法第214条第7号に規定する勧誘を受ける意思を確認しないで行う勧誘の禁止規定及び同条第9号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する。また、当該説明の際に、勧誘条件を満たさないことが判明した場合には、速やかに電話を切る等の対応を行わなければならない。なお、勧誘条件を満たさないことがあらかじめ判明している場合には、電話をかける等の行為を行ってはならない。

また、商品先物取引業者の誘導により、規則第102条の2第2号口に規定する「他社契約者であることを自ら申告した書面」にお

取引等の勧誘をすることは、商品先物取引法第214条第7号に規定する勧誘を受ける意思を確認しないで行う勧誘の禁止規定に抵触する。

(新設)

いて、事実と異なる内容が申告され、当該書面を用いて同号口の確認が行われた場合には、当該確認が行われたとは認められない。

なお、規則第102条の2第2号イに規定する「当該説明を受けたことを当該顧客が証する書面」及び同号口に定める「他社契約者であることを自ら申告した書面」については、日商協の策定する自主規制ルールに適合した内容としなければならない。

ロ．顧客（継続的取引関係にある顧客及び他社契約者である顧客を除く。）に対する不招請勧誘

(i) 勧誘に先立つ条件説明

規則第102条の2第3号に規定する顧客に対する勧誘については、法第214条第7号に基づく勧誘を受ける意思の確認を行う際に併せて、顧客に規則102条の2第3号イ(1)から(3)までに掲げる条件を説明してからでなければ、これら以外の勧誘行為を行ってはならない。当該確認及び説明の前に勧誘を行うことは、法第214条第7号に規定する勧誘を受ける意思を確認しないで行う勧誘の禁止規定及び同条第9号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する。また、当該説明の際には、上記イと同様に、勧誘条件を満たさないことが判明した場合には、速やかに電話を切る等の対応を行わなければならない。なお、勧誘条件を満たさないことがあらかじめ判明している場合には、電話をかける等の行為を行ってはならない。

(ii) 契約できる要件の確認

商品先物取引業者の誘導により、規則第102条の2第3号ロ(1)から(3)までに規定する書面において、事実と異なる内容が申告され、当該書面を用いて同号口の確認が行われた場合に

は、当該確認が行われたとは認められない。また、規則第102条の2第3号イに規定する「当該説明を受けたことを当該顧客が証する書面」及び同号ロ（1）から（3）までに規定する書面については、日商協の策定する自主規制ルールに適合した内容としなければならない。

なお、規則102条の2第3号ロの規定による確認又は保存に際し、同号ロ（1）の「身分証明書その他の当該顧客の年齢又は生年月日を証する書面」及び同号ロ（3）の「資格証明書その他の当該顧客が資格保有者であることを証する書面」については、複写で足りるものとする。

(iii) 理解度確認

規則第102条の2第3号に規定する「顧客（継続的取引関係にある顧客及び他社契約者である顧客を除く。）」に対する勧誘において、同号イ（3）（i）に規定する「法第217条第1項第1号から第3号までに掲げる事項について適切な理解がなされているかどうか」の確認（以下「理解度確認」という。）に当たっては、それが顧客自身の理解を確認するものであることに鑑み、次に掲げる条件を満たす必要がある。

(イ) 理解度確認に使用する書面や実施方法については、日商協の策定する自主規制ルールに適合したものとしなければならない（電子情報処理組織を使用して行われる場合も同様とする。）。

(ロ) 理解度確認はテスト形式で行われるものであり、顧客が全問正答しない限り、商品先物に対する理解度があるとは認められない。なお、全問正答できなかった顧客に対し、改めて理解度



確認を行うことは可能であるが、その場合には顧客が既に解答した問題と同一の問題を用いてはならない。

(ハ) 顧客の自由な意思によらない理解度確認を求めてはならない。また、商品先物取引業者の役職員が顧客に対して解答を示唆してはならない。

(ニ) 営業部門とは独立した管理部門において、顧客への理解度確認に係る書面の送付、顧客からの回答の回収、採点、顧客への結果通知を行わなければならない。また、管理部門以外に所属する商品先物取引業者の役職員が、当該書面を送付前に入手するなど当該書面の内容を送付前に知ることのないよう、管理部門は理解度確認に使用する書面の情報を管理しなければならない。

(iv) 熟慮期間の設定

外務員は、熟慮期間（規則第102条の2第3号ハ（1）に規定する「当該商品取引契約を締結した日から14日以内」の期間をいう。以下同じ。）中の顧客に対し、顧客自らの意思で商品先物取引を行うか否か判断することを促す観点から、顧客からの求めがない限り、当該顧客への情報提供等の顧客への接触を行うことは適当でない。

(v) 投資上限額

投資上限額とは、委託者保護の観点から顧客の保有する金融資産等から一定のルールに従い設定されるものであり、当該顧客の年収と保有金融資産額との合計額の3分の1の額を超えて投資上限額を設定してはならず、又は引き上げるべき旨の勧誘を行ってはならない。

また、商品取引契約の締結から1年間は、設定された投資上限額を超えて取引証拠金等を受領できず、又は取引証拠金等の額が投資上限額に達した場合には、決済を結了しなければならない旨及び決済方法を契約締結前交付書面等に記載し、商品取引契約を締結する前に、あらかじめ顧客に説明しなければならない。

#### ハ．商品先物取引業者の計算とみなす取引

規則第102条の2第2号及び第3号に規定する行為においては、上記イ及びロに従った説明や確認等を行わなければならない、特に、規則第102条の2第2号イ及びロ並びに第3号イ及びロに規定する書面については、当該書面の確認などの日から10年間保存しなければならない。これらに反した取引若しくは事実と異なることを知りながら取引を行った場合、熟慮期間中に取引を行った場合又は投資上限額を超えて取引証拠金等を受領し、若しくは取引証拠金等の額が投資上限額に達したにもかかわらず決済を結了せずに取引を行った場合には、当該取引は商品先物取引業者の自己の計算においてしたものとみなされることに留意する必要がある。

#### ニ．内部管理体制の構築

規則第103条第28号に規定する体制を整備していない場合には、規則第102条の2第2号及び第3号に規定する行為を行うことは禁止されている。特に、委託者保護に欠けることにならないよう、一連の勧誘過程における記録の作成とその保存、Ⅱ-4-1、Ⅱ-4-2(4)②ハ、Ⅱ-4-3-4及びⅡ-4-3-8に従った、特に厳格な業者内審査手続体制の構築、苦情等の対処に関する内部管理体制等を内容とした社内規則やマニュアル等を整備し、社内研修等を通じて、役職員に周知徹底することや、内部監査部門等

において、定期的又は随時に監査を実施することが重要である。

(6) (略)

II-4-3-2~6 (略)

II-4-3-7 苦情等への対処

(1) 相談・苦情・紛争対処の必要性

商品デリバティブ取引は、リスクを内在することが多く、その専門性・不可視性等とも相まってトラブルが生じる可能性が高いと考えられる。このため、商品デリバティブ取引の勧誘に関しては、トラブルを未然に防止し顧客保護を図る観点から情報提供等の事前の措置を十分に講じることに加え、相談・苦情・紛争（以下「苦情等」という。）への事後的な対処が重要となる。

近年、商品デリバティブ取引の多様化・複雑化、取引により確実に利益が生ずるとの誤解を与える説明、取引の説明不足等によるトラブルの可能性も高まっており、顧客保護を図り、顧客からの信頼性を確保する観点から、苦情等への事後的な対処がさらに重要になってきている。

このような観点を踏まえ、簡易・迅速に商品デリバティブ取引に関する苦情処理・紛争解決を行うための枠組みとして日商協におけるあっせん・調停制度が導入されており、商品先物取引業者においては、全ての新規顧客に対して当該制度の周知を徹底するとともに、当該制度も踏まえつつ、適切に苦情等に対処していく必要がある。

II-4-3-8・9 (略)

II-4-4~6 (略)

II-5~11 (略)

III~VII (略)

(6) (略)

II-4-3-2~6 (略)

II-4-3-7 苦情等への対処

(1) 相談・苦情・紛争対処の必要性

商品デリバティブ取引は、リスクを内在することが多く、その専門性・不可視性等とも相まってトラブルが生じる可能性が高いと考えられる。このため、商品デリバティブ取引の勧誘に関しては、トラブルを未然に防止し顧客保護を図る観点から情報提供等の事前の措置を十分に講じることに加え、相談・苦情・紛争（以下「苦情等」という。）への事後的な対処が重要となる。

近年、商品デリバティブ取引の多様化・複雑化、取引により確実に利益が生ずるとの誤解を与える説明、取引の説明不足等によるトラブルの可能性も高まっており、顧客保護を図り、顧客からの信頼性を確保する観点から、苦情等への事後的な対処がさらに重要になってきている。

このような観点を踏まえ、簡易・迅速に商品デリバティブ取引に関する苦情処理・紛争解決を行うための枠組みとして日商協におけるあっせん・調停制度が導入されており、商品先物取引業者においては、こうした制度も踏まえつつ、適切に苦情等に対処していく必要がある。

II-4-3-8・9 (略)

II-4-4~6 (略)

II-5~11 (略)

III~VII (略)