

商品先物取引の受託に関する勧誘規制のあり方についての意見書

平成20年7月4日

経済産業省 御中

先物取引被害全国研究会
代表幹事弁護士大迫恵美子
事務局長弁護士荒井哲朗

意見の趣旨

商品取引員に対して、商品先物取引の委託者の保護に関するガイドラインB-2第3段落の趣旨を改めて周知させ、訪問販売一般を断る旨のステッカーを玄関等に掲げている場合に、顧客による事前の承諾や指示のない限り、当該顧客に対して勧誘を行うことは商品取引所法214条5号に違反することを改めて指導されたい。

意見の理由

第1 はじめに

- 1 近時、特定商取引法の改正問題に関連する商務流通審議官の発言を契機として、商品取引員らから、商品取引所法及び商品先物取引の委託者の保護に関するガイドライン（以下、「ガイドライン」という。）の勧誘禁止規定の趣旨を誤解し、海外先物取引等について明示的な規制がなされていないことを理由に、「海外先物取引やロンドンまがい取引の方が規制が緩やかなのは不均衡でもあるので再勧誘禁止規定の見直しをしてほしい」などという趣旨の意見が出されているとの報道がなされている。

しかし、そのような意見は以下のとおり明らかに失当であるから、主

務官庁として改めてその旨周知させる必要がある。

第2 商品取引所法上の勧誘規制（勧誘を希望しない者への勧誘の禁止）

- 1 商品取引所法214条5号は、「商品市場における取引等につき、その委託を行わない旨の意思（その委託の勧誘を受けることを希望しない旨の意思を含む）を表示した顧客に対し、その委託を勧誘すること」を禁止し、これを受けてガイドラインは、『顧客が委託を行わない旨又は勧誘を受けることを希望しない旨の意思表示には、商品先物取引に関し「いいません。」「関心がありません。」などと表明することが考えられる。顧客からこのような意思表示が明確になされたにもかかわらず、その内容に反して、当該顧客に対して継続して勧誘すること、又はその後改めて電話をかけてあるいは顧客を訪問して勧誘をおこなうことは禁止されている。また、住居の戸口に例えば「勧誘お断り」の表示を掲げているなど、商品先物取引の委託又はその勧誘を望んでいない意思を表明していると考えられる場合には、顧客による事前の指示又は承諾が無い限り、当該顧客に対して勧誘を行うことも本規定に違反すると考えられる。』としている。
- 2 ガイドラインが明示するとおり、訪問販売一般を断る旨のステッカーを玄関等に貼り付けた家庭に訪問勧誘を行うことは、法214条5号に該当する違法勧誘となることは明らかである。
- 3 なお、「勧誘お断り」の表示が、いつ誰によりなされたか不明である、との批判については、ステッカー等が貼り付けられている限り、その意思が継続しているという以外に解釈のしようがないこと、また、せいぜい数名の構成員であることが通常であるその家庭の戸口にステッカーを貼り付けている以上、その構成員全員がその意思を表示しているという以外の解釈もまた、採り得ないものと考えられる。

さらにいえば、一般的な訪問勧誘は断るが、商品先物取引の勧誘は例外的に断らない、という状況など、想定し難い。

第3 改正特定商取引法上の勧誘規制（再勧誘の禁止）

- 1 今般特定商取引法が改正され、3条の2として、「（契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止等）1．第三条の二販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売をしようとするときは、その相手方に対し、勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない。2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結しない旨の意思を表示した者に対し、当該売買契約又は当該役務提供契約の締結について勧誘をしてはならない。」と規定された。
- 2 このことに関して、商務流通審議官が国会答弁で、「勧誘お断り」のステッカーを貼っているだけでは、前記の、売買契約等を締結しない旨の意思を表示した者にあたらぬと答弁したことから、ガイドラインも変更して欲しいという旨の意見が商品取引員らから出ているとのことである。
- 3 しかし、上記の特定商取引法の規定は、再勧誘の禁止として広報されているものであり、一度契約締結を断った者に対して再度勧誘してはならないというものであることから、拒否の意思は個別的かつ明確なものでなければならないという見解がありうることは理解できないではない（もっとも、そのような見解が適切であるとは考えない。人が不意打ち的、攻撃的なセールス、心理学上のテクニックを用いたセールスを受けた場合、熟慮や合理的な判断を省略し、勧誘を受け入れがちであるという人の現実の経済的判断過程の実情を踏まえて、自ら希望しない勧誘を入り口で排除することで不合理な意思決定に基づく損害を排除しようと

することには十分な理由があり、「消費者が事業者に対してお断りということを直接伝えることが原則」であるというのは、「侵害されやすい」顧客属性に敢えて目をつぶるものであり、著しく適切さを欠くと考える。)が、上記のとおり、商品取引所法の規定は、単に契約締結の意思がない旨を表明しているというだけではなく、「勧誘を受けることを希望しない旨の意思」を表明している場合をも規定していることから、今般の商務流通審議官の答弁は、ガイドラインのあり方に影響を与えるべきものではない。

「勧誘を受けることを希望しない旨の意思」を表明する方法として、「勧誘お断りのステッカー」を玄関等に貼り付けることは、全国的にも多くの自治体等で広く行われているところ、法214条5号の括弧書きがあえて「その委託の勧誘を受けることを希望しない旨の意思を含む」と明示している趣旨は、まさにそのような、訪問勧誘一般を希望しない旨の意思表示として広く行われている意思表示の態様を採用する者に対して商品先物取引の勧誘をすることを規制しようとするものであるというべきであって、「勧誘お断り」のステッカーを貼った家庭に勧誘することが、法214条5号違反であることは明らかである。

第4 結語

- 1 以上のとおりであって、特定商取引法の規制のあり方と商品取引所法の規制のあり方を見誤った上である両者の混同及びこれを前提とする商品取引員らの意見には明らかに理由がない。
- 2 さらに、「海外先物取引やロンドンまがい取引の方が規制が緩やかなのは不均衡である」などとする意見は、詐欺商法に対する規制の隙間があるから自分たちも同じようにやりたいというに等しいものであって、厳しく戒められるべきものである(なお、海外先物取引やロンドン

まがい取引については不招請勧誘が一般的に禁止されるべきことは既に当研究会として意見を述べているところである。また、国内商品先物取引についても、悪質な被害事例が（取引量に応じて減少しているとはいえ）今なお絶えないことからして、なお不招請勧誘の禁止が真剣に検討されるべき状況にあることには正しい注意を向けることが必要である。）。

3 よって、商品取引員らに対して、改めて、商品取引所法及びガイドラインを遵守させるよう、これら規範の意味を十分に周知させる必要がある。

以上