

経産農水の商品先物取引法 施行規則案等の問題点

不招請勧誘禁止規定(顧客の要請
のない訪問電話勧誘)の不当な緩和
を許してはならない!

2014.04.15
弁護士 齋藤英樹

不招請勧誘禁止規定

商品先物取引法214条9号

商品先物取引の不招請勧誘(顧客の要請によらない電話訪問勧誘)禁止

委託者の保護が特に必要なものに限る(政令)

施行令30条

個人を相手方とする、①元本以上の損失が生じる取引所取引
②取引所以外の取引(店頭取引)

委託者の保護に欠けるおそれのない行為等を除く(省令)

規則102条の2(例外規定)

継続的取引関係にある自社のハイリスク顧客

今回の規則案102条の2

1号: 自社及び他社のハイリスク経験者

2号: 70歳未満の確認+熟慮期間7日(大幅緩和!)

規則改正案の問題点・その1

- 今回の規則案102条の2は、不招請勧誘禁止規定の例外を大幅に緩和する内容。
- 投機性の高い商品先物取引について、無差別の訪問電話勧誘を禁止した、不招請勧誘禁止規定(商先法214条9号)を骨抜きにしてしまう。
- 不招請勧誘禁止規定は、平成21年7月に成立し、平成23年1月に施行され、まだ3年しか経過していない。
- 上記規定が導入されたのは、長年の深刻な先物被害が数多く報告され、度重なる行為規制の強化によっても、抜本的にトラブルが減少しなかった為。
- 利用者の被害発生や拡大を未然に防止する観点から、勧誘を要請していない個人顧客に対する訪問電話勧誘を禁止した。→ その結果、トラブルは大幅に減少した！

規則改正案の問題点・その2

- 今回の規則改正案は、商品先物業界の要請をうけたもので(商取ニュース 2014.3.28)、非常に問題である。
- 産業構造審議会商品取引分科会の報告書では(2012.8)、不招請勧誘の禁止規定は施行後1年半しか経っていない、引き続き相談・被害実情を見守りつつ、できる限り効果分析を試みるべきとなった。
- ところが、現在も個人顧客に対し、金の現物取引やスマートCX取引(損失限定取引)を勧誘して顧客と接点を持つや、通常の商品先物取引を勧誘するトラブルが相当数報告されている。
- 経産農水は、平成25年12月に第一商品の行政処分を行ったばかりである。
- 内閣府消費者委員会では、総合取引所実現に関し、「商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見」(2013.11.13)を公表し、不招請勧誘禁止規定を緩和すると被害増加が予想され、不招請勧誘禁止規定を緩和すべきでないとしている。今回の規則案に対しても、反対の意見が表明されている(2014.04.08)。

規則改正案の問題点・その3

- 2011年法改正の際の国会審議において、附帯決議として、「当面、一般個人を相手方とするすべての店頭取引と、初期の投資以上の損失が発生する可能性のある取引所取引を政令指定の対象とすること」が採択された。
- 今回の規則改正案は、国会での議論の経緯や附帯決議を無視し、省令で不招請勧誘禁止規制を事実上解禁するもので、不適切。
- 規則案102条の2第2号は、70歳未満の個人顧客に対する訪問電話勧誘を解禁するもの。→ 熟慮期間7日は、過去、海外先物法に存在した規定だが、効果はほとんどなかった。
- 投機性の高い取引を、無差別的な訪問や電話で素人顧客を勧誘し、商品先物市場を活性化させようとするのは、本末転倒である。
- FX取引は、2005年の金融先物取引法改正で、不招請勧誘禁止規定を導入し、悪質な業者が淘汰された結果、ネット取引を中心に取引が極めて活況である。→ 先物業界では、プロ化・ネット取引に乗り遅れた。

監督指針案と自主規制案の問題

●商品先物取引業者等の監督の基本的な指針案Ⅱ-4-2(4)②イ

- ・年金等生活者への勧誘(年金等の収入が収入全体の過半を占めている者)
- ・習熟期間を経過しない者への勧誘(最初の取引から90日間、取引証拠金等の額が投資可能資金額の3分の1を超える取引勧誘)

法215条の「適合性原則」の適用に当たり、例外のない「不適當」な勧誘に位置づけ。

●日本商品取引協会における自主規制ルール案

・理解度確認書面...ハイリスク、ハイリターン取引であること、一日で大きなリターンがある一方、一日で証拠金額以上の損失発生可能性の理解確認書面

・アラート機能の義務化...損失が生じる前段階において、顧客に損失発生の可能性を注意喚起

※指針案は、委託者保護ガイドラインに存在した規定。理解度確認、アラート機能(追証、不足証拠金請求?)は、従前類似の書面あり。→不招請勧誘禁止規定の補完措置になりえない!

まとめ

- 1, 経産農水の不招請勧誘規制の例外規定の大幅拡大案は、規制改革実施計画(2013.6.14閣議決定)において、「勧誘等における禁止事項について、顧客保護に留意しつつ市場活性化の観点から検討を行う。」ことを根拠とする。
- 2, しかし、顧客保護に留意することが大前提である。必ずしも、不招請勧誘禁止規定を緩和する論理必然性はない。
- 3, 規則改正案は、70歳未満の顧客に対する訪問電話勧誘を事実上解禁するもの。熟慮期間は意味をなさない。不招請勧誘禁止規定を骨抜きにする省令案は、不適切である。
- 4, 監督指針案や自主ルール案も同時に提案されているが、年金生活者への勧誘、習熟期間を経過しない者に対する勧誘を、適合性原則上、不適合とする指針は、過去の委託者保護ガイドラインの一部を復活させたに過ぎない。それでも、トラブルは減少しなかった。
- 5, FX取引は、不招請勧誘禁止規定を徹底した結果、手数料の競争、新しい商品の開発など、ネット取引での参加者を集め、国内取引は1800兆円規模に発展した。これに対し、商品先物取引は、ビジネスモデルの転換が遅れ、国内取引は88兆円規模で低迷。対面顧客の高額な手数料収入に依存。訪問電話勧誘の解禁は、トラブルを増発させる。
- 6, アメリカでは、DoNotCall制度、イギリスでは金融サービス法で不招請勧誘禁止。無差別的な訪問電話勧誘によって、自発的意志のない消費者を勧誘するのは、時代遅れである。