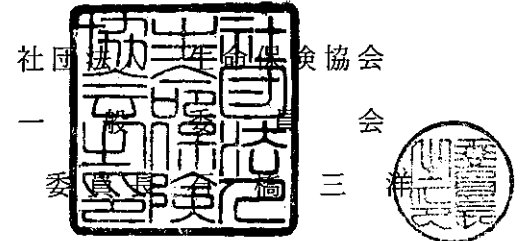


企第362号

平成12年10月27日

金融庁総務企画部企画課 御中



金融商品の販売等に関する法律施行令案に対する意見

謹啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、平成12年10月6日に公表された「金融商品の販売等に関する法律施行令案」
に關しまして、別紙のとおり、当会としての意見を申し上げます。

今後の検討におかれまして、ご配慮を賜りますようお願い申し上げます。

敬白

平成12年10月27日

金融商品の販売等に関する法律施行令案に関する意見

1. 適用対象となる保険・共済の範囲（施行令案第3条関係）

(1) 施行令案の規定方式

- 「金融商品の販売等に関する法律」（以下、本法と称する）の「可能な限り幅広い金融商品を対象とする横断的消費者保護法制であること」という立法趣旨に鑑みると、簡易保険ならびに幅広い共済につき適用対象とされるべきであると考えられる。

この点、「金融商品の販売等に関する法律施行令案」（以下、施行令案と称する）が、保険、共済を原則適用対象としつつ、適用対象外となるものを限定的に列挙するネガティブリスト形式を採用していることは、その構成において妥当であると考えられる。

(2) 具体的な取扱

- 簡易保険や任意加入の共済の一部については適用対象から除外されている（施行令案第3条）。

しかし、トラブル防止のため販売主体等の説明義務を明確化するという本法の趣旨に鑑みれば、これらを適用対象から除外する特段の理由はない。

従って、簡保をはじめこれらの商品についても当然適用対象とされるべきものと考えられる。

- 推測するに、上記のうちあえて簡易保険が本法の適用対象外とされたのは、本法第3条で説明義務が課せられている「重要事項」を伴う商品が存在しないことによるものと解される。

従って、民間の生命保険会社が販売する生命保険商品においても、簡易保険が販売する商品のいずれかと共通するリスクについては本法上の説明義務の対象外となるものと考えられるが、この点につき確認したい。

2. 説明義務の対象となる「重要事項」（本法第3条第1項第3号関係）

- 金融商品販売業者等に課せられた説明義務の対象となる「重要事項」（本法第3条）については、施行令案で追加指定はなされていない。

- これは、民法の特別法たる本法の位置付けに鑑み、重要な法的効果の発生を伴う「重要事項」が極力限定されたことによるものと思われ、妥当であると考えられる。

3. 「特定顧客」の範囲（施行令第8条関係）

- 本法上の説明が不要とされる「特定顧客」について、施行令第8条では「金融商品販売業者等」のみが指定されている。
- しかし、民法の特別法たる本法の位置付けに鑑みれば、重要な法的効果の発生を伴う説明義務の相手方となる顧客については、相当程度限定的に解されるべきであり、より幅広い範囲について「特定顧客」としての指定が行われるべきである。
少なくとも、利用者に対して直接受託者責任を負い、責任者の配置による管理・運用が求められている年金基金等については、「特定顧客」に指定されるべきものとする。
保険業法第309条のクーリングオフ制度（公益法人等につき幅広く対象から除外）や消費者契約法第2条（法人等を「消費者」から除外）も参考にしつつ、より幅広い範囲で「特定顧客」を指定することが望ましいものとする。

4. 勧誘方針の公表方法（施行令第10条関係）

- 施行令第10条では、「金融商品販売業者等」の本店又は主たる事務所での掲示・閲覧提供を原則としつつ、営業所等で販売等を行う場合には当該営業所ごとの掲示・閲覧提供、インターネットにより販売等を行う場合にはインターネット上での開示を各々義務付けている。
- 施行令第10条は、販売の実態ならびに公衆の利便の観点から、基本的に妥当なものとする。
ただし、通信販売による場合については、施行令第10条第1号、第2号に該当せず、第10条の原則のみが適用されることから、本店又は主たる事務所でのみ掲示・閲覧提供すれば足りることと解される。
この点に関しては、他の販売方法と比較した場合において、公衆の利便の観点からバランスを欠くとも思われ、例えばインターネット上での開示を義務付けてもよいのではないかと考える。

5. その他

(1) 勧誘方針作成・公表義務の主体

- そもそも施行令第10条ではなく本法自体の問題ではあるが、国営であるとの理由でその販売商品とは関係なく勧誘方針の作成・公表義務が免除されていること（本法第8条1項但書）は妥当でないと考えられる。
その販売実態に照らした場合、たとえその販売主体が国家であったとしても、一般論として不適切な勧誘が生じる余地は否定できないと思われるからである。また、今後簡易保険が郵政公社のもとで事業運営されるに至った場合についても、施行令第9条によれば、その販売商品の内容に関わらず、勧誘方針の作成・公表義務は課されないことになるが、この点についても妥当でないと考えられる。

以上

2000年10月27日

金融庁総務企画部企画課 御中

社団法人 日本損害保険協会
企画部会長 大谷 修介

『金融商品の販売等に関する法律施行令案の公表について』に関する意見について

パブリックコメントに付されております掲記『金融商品の販売等に関する法律施行令案の公表について』につきまして、別添のとおり、当協会としての意見を提出いたしますので、よろしくお取り計らいくださいますようお願い申し上げます。

以 上

【添付書類】

「金融商品の販売等に関する法律施行令案の公表について」に関する意見

「金融商品の販売等に関する法律施行令案の公表について」に関する意見

1. 意見

(1) 施行令案第8条(特定顧客)について

施行令案第8条では、特定顧客を「金融商品販売業者等」と定義しているが、「営業若しくは事業のために、又は営業若しくは事業として、当該金融商品の販売の相手方となる者、又は当該金融商品の販売等を業としておこなう者」とすべきである。

(理由)

① 金融商品の取引において、当該金融商品に関する知識・経験を有し、自ら情報を収集し、リスク分析ができる、いわゆる「プロ」が顧客である場合には、法第3条の説明義務を金融商品販売業者等に課さなくとも、顧客に自己責任原則を貫徹させることができる。また、そうすることにより、顧客が「プロ」である場合の取引の円滑化やコスト低減にも資するものとする。

そうした考えをもとにすると、金融商品販売業者等に該当しない者にも、専門的知識及び経験を有する「プロ」があると考えられ、例えば、保険契約を事業のために継続反復して締結している事業者などは、保険商品に係る重要事項(市場リスク・信用リスク等)について熟知しているものと推定される。保険業法上、保険契約の申込の撤回を行うことができる場合から、保険契約を事業のために締結する者を除外しているのも同じ趣旨からであると考えられる。よって、特定顧客には、「営業若しくは事業のために、又は営業若しくは事業として、当該金融商品の販売の相手方となる者」を含むべきとする。

② 一方、金融商品販売業者等であっても、自ら業として販売等を行っている金融商品については、いわゆる「プロ」と言えるものの、自ら業として販売等を行っていない金融商品については必ずしも「プロ」とは言えないことが多い。とりわけ昨今は、高度な技術や仕組みを用いた金融商品が多く、また、比較的短いサイクルで新しい商品が開発されていることから、例えば、損害保険業界に存在する約58万店の損害保険代理店が保険以外の金融商品の購入において、本法の保護から除外されることは不相当であるとする。

よって、特定顧客は、「当該金融商品の販売等を業としておこなう者」に限るべきとする。

(2) 施行令第10条(勧誘方針の公表の方法)について

金融商品販売業者等が個人の場合には、住所および金融商品販売のための営業所等においてそれぞれ勧誘方針の公表を義務付けているが、住所は住居専用であって当該住所で金融商品の販売を行っていない場合には、当該営業所において公表すればよいと考える。

したがって、金融商品販売業者等が個人の場合には、「住所または営業所等での公表で足りる」とすべきである。

(理 由)

法第8条第3項は、金融商品販売業者等が金融商品の販売等を業として行う事務所等における勧誘方針の公表の義務付けを本来の目的としていると思われるため、住所が住居専用である場合にまで一律に公表を義務付けることは適切でないと考える。

2. 確認事項

(1) 施行令第7条(顧客の行う行為を代理する者)について

本条は法第3条第3項ただし書きを受けた規定であるが、保険仲立人が行う保険契約締結の媒介について、以下の点を確認したい。

① 施行令第7条で「顧客の行う行為を代理する者」とされているが、この中には、「顧客のために金融商品販売の媒介を行う者」は含まれないと理解してよいか。
(なお、「顧客の行う行為を代理する者」とは具体的にどのような者を想定しているかについてもご教示願いたい。)

② 保険仲立人は、顧客のために保険契約の締結の媒介を行う者で、保険会社とは独立した存在である。保険仲立人が保険募集を行う場合、保険会社との間で「業務契約書」を取り交わしているが、この中で、保険会社が保険契約者と直接交渉をすることを禁じている。したがって、保険仲立人が保険募集を行う場合、保険会社は保険契約者に対して説明する機会を有しないことになる。

こうした状態に鑑みると、仮に上記①で「顧客の行う行為を代理する者」の中に「顧客のために金融商品販売の媒介を行う者」が含まれるとするならば、ある保険商品について保険仲立人が顧客のために媒介を行いこれを販売する場合は、法第3条第3項にいう「一の金融商品販売について二以上の金融商品販売業者等(すなわち、保険仲立人と保険会社)が顧客に対し重要事項を説明しなければならない場合」には該当しないとの理解でよいか。

以 上

平成12年10月26日

金融庁
総務企画部企画課 御中

社団法人 全国信連協会

「金融商品の販売等に関する法律施行令案」に関する意見

標記につきまして、下記のとおり、ご配慮いただきたくお願い申し上げます。

記

1. 施行令案第10条（勧誘方針の公表の方法）について

施行令案第10条では、金融商品販売業者等が、営業所等において金融商品の販売等を行う場合（第1号）及び自動送信により金融商品の販売等を行う場合（第2号）において、勧誘方針を示すよう規定されております。具体的には、店頭、ATM、インターネット、iモード等の販売等の全ての形態毎に勧誘方針の明示が求められているものと判断されます。

しかし、勧誘方針は、金融商品の販売等の都度示すものではなく、あくまで「公表」するものであることから、ポスター等による掲示、パンフレットの備付け、インターネット上での公表等公表方法を列挙し、そのうち金融商品販売業者等が適切な方法を選択して、公表できるようにすべきものと考えます。

以 上

担 当：総合企画部 瀬戸
電 話：03-3243-7649
FAX：03-3270-4546

ISDA

International Swaps and Derivatives Association, Inc.
Chuo Building, 1st Floor
2-17 Kagurazaka Shinjuku-ku,
Tokyo 162-0825
Telephone: +81 3 5227 3282
Facsimile: +81 3 5227 3283
website: <http://www.isda.org>

2000年10月27日

金融庁総務企画部企画課 御中

金融商品の販売等に関する法律施行令案の公表について

拝啓

国際スワップ・デリバティブズ協会（英文正式名称：International Swaps and Derivatives Association, Inc. 通称：ISDA）では、2000年10月6日付けの標題のパブリック・コメントにつき、会員の意見を別添（2頁）の通り取り纏め致しましたので、ご査収下さい。

敬具

国際スワップ・デリバティブズ協会 東京事務所
所長 河野茂樹（かわのしげき）

郵便番号： 162-0825
住所： 東京都新宿区神楽坂2-17 中央ビル一階
電話： 03-5227-3282
FAX： 03-5227-3283
website： <http://www.isda.org>

金融庁総務企画部企画課 御中

金融商品の販売等に関する法律施行令案の公表について

国際スワップ・デリバティブズ協会（ISDA）は、2000年10月6日の標題のパブリック・コメントにて、会員の意見を下記のとおり集約致しましたので、ご査収下さい。

ISDAとは、ニューヨーク州法に基づき1985年に設立された非営利会社であり、相対取引のデリバティブ取引のホールセール市場における主要参加者全てを含む500を超す会員を有しております。ISDAのこれまでの活動の中でよく知られているものには、マスター契約書の作成、各種取引毎に用語を定義した定義集の刊行による契約書の標準化とそれに伴う関連マーケットの流動性の向上、マスター契約の中の一括清算ネットティング条項の有効性促進のための各国でのロビイングがあります。また、近年は、バーゼル委員会と自己資本規制改定に関して、内部格付の使用及び内部モデルの承認条件、信用補手段の効果等につき、継続的な対話を行っており、同様の対話を各国の金融当局とも頻繁に行っております。

ISDAは、こうした重要な法令の施行案に関して、広くコメントを募集される手続を採用されたことを歓迎致します。下記のコメントは、必ずしもメンバーである金融機関そのものの意見であるとは限りませんのでおふくみ置き下さい。

記

1. 金融商品の販売等に関する法律(以下「法」という)第2条1項9号関連
不動産特定共同事業契約で「これらに類する事項として政令で定めるものを内容とするもの」が、定められていない。
2. 法第2条1項12号関連
商品取引所法にいう「特定業者」の行うOTCコモディティ・デリバティブのみが、説明義務から免除されるのは、公平を欠く。
3. 法第2条2項関連
代理または媒介を行う場合の説明義務は、本人には直接課されないとの理解でよいのか？本人は、「勧誘方針の策定」を行っている業者を選定すれば、免責される等のセーフ・ハーバーを設けるべき。
4. 法第3条4項1号関連
「特定顧客」には、以下の者も含むべき：
 - (1) 証券取引法第2条3項1号にいう「適格機関投資家」；
 - (2) 一定の数量的基準を充たす法人(例えば、過去5年に一回でも金融商品の販売の対象となる取引の金額もしくは想定元本額が100億円以上だったことがある、または、その時価ベースでの損が1億円以上だったことがある者)・・・本件については、米国議会で審議されている商品先物近代化法案での「プロ」の定義である“Eligible Contract Participant”の定義(自然人でも総資産が\$1千万を超す場合は含めている)も参考になるはず；

(3) 外国法のもとで、同様の扱いを受ける者。

5. 法第3条4項2号関連

「顧客の意思の表明」は、口頭で足りるのか？書面で確認する場合、一回毎の取引に行く必要があるのか？同じ種類の取引であれば、2回目以降は、その意思が推定されるのか？取引開始にあたって締結するマスター契約で包括的に(但し、既に印刷された交渉の余地のないものは除く)意思表示をすれば足りるのか？現実的には、マスター契約等に、説明を不要とする取引種類、指標等を顕明に選択させるといった方法が考えられる。