

【消費者団体】 3件

平成12年10月23日

金融商品の販売等に関する法律施行令について (意見提出)

東京都渋谷区桜丘17-9第2昭和ビル

消費科学連合会

会長

大木 美穂子

金融商品の販売等に関する法律の制定を受けて、今回その施行令案が金融庁から公表された。金融分野の規制緩和にあわせて消費者保護の見地から取りまとめられた法律だが、その視点から施行令案を検討し、いくつかの問題点を指摘したい。いずれも、重要な論点と考えるので、消費者を交えた最終的な検討を望みたい。

1. 政令案第3条「保険又は共済に係る契約」について

保険又は共済に係る契約のうち公的関与のあるものを列挙して除外しているが、簡易保険と生命保険会社が販売している商品では類似しているものがある。立法の段階で簡易保険は除外されたが、やはり再検討は望みたい。

2. 政令案第5条「金融商品の販売となる行為」について

立法過程でも議論を尽くしたところだが、「商品先物取引」を除外しているが、是非再検討の余地、あるいは読み取れる余地を残していただきたい。広告の形態からして金融商品の販売と同等である。

また、最近「海外商品先物オプション」による被害も多く見受けられる。

3. 「金融商品販売業者等の説明義務」について

法律第3条では説明すべき重要事項として、市場リスク、信用リスク及びその原因指標を説明すべきとしており、さらに「顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」を政令で定めるとしているが、該当する条文が政令には見当たらない。

すでに、外貨預金では往復の手数料で元本割れが生じたり、最近売り出しが多くなっているEB（他社株転換条項付き社債）でも手数料や税金の取り扱いで苦情が生じてきている。

手数料や税金などについても商品の特性上重要事項となりうるので、ここまで範囲を広げていただきたい。

3. 第8条「特定顧客」について

説明を要しない「特定顧客」が「金融商品販売業者等とする」とされたのは、明確で

評価すべきと考えます。ただ、「等」の範囲が無限定に広がらないようにすること。

4. 第9条「勧誘方針の策定を要しないもの」について

「法律により設立された法人で国または地方公共団体の全額出資に係る業者」と規定している。しかし、運営主体によって線引きすることは疑問が残る。

5. 第10条「勧誘方針の公表の方法」について

「金融商品の販売等を行う営業所等ごとに、勧誘方針を見やすいように掲示する方法又は勧誘方針を閲覧に供する方法」としているが、訪問販売などの場合を考えると、これだけでは不十分で、勧誘方針を持参して顧客が確認できるようにすべきである。

また、勧誘方針として何を盛り込むべきかも議論のあるところだが、基本的な項目だけでも盛り込むことはできないのか。

6. 電子商取引の視点から、再度施行令をチェックしてみる

インターネットを通じた金融商品の販売が伸びている。「勧誘方針の公表の方法」の部分では記述があるが、全体を通じて見落としはないか、再度チェックして見る必要がある。

以上

2000年10月26日

金融庁総務企画部企画課 御中

(社) 日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント協会 玉本 雅子

金融商品の販売等に関する法律施行令(案)についての意見

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」について、下記の意見を申し述べます。

1、金融商品の販売なる行為について

施行令5.において商品先物取引等に該当するものは除くとありますが、取引や広告の形態からみて規定される他の金融商品と同等と考えられるため、ぜひ商品先物取引も取り入れてください。商品先物取引にも消費者被害が多発しているのが現状です。

2、金融商品販売業者等の説明義務について

施行令3.説明義務の内容について、取引に関わる手数料、税金なども説明の対象にするべきと考えます。往復の手数料、税金などで元本割れすることも生じトラブルとなっています。

3、勧誘方針の公表の方法について

施行令10.公表の方法について、…営業所等ごとに勧誘方針を見やすいように掲示する方法又は勧誘方針を閲覧に供する方法…とありますが、訪問販売などで販売する場合には、販売する場所で顧客が確認できるようにするべきと考えます。

4、金融商品の販売について最近インターネット上の取引が盛んに行われるようになり、今後ますます進展するものと思われま

す。インターネット上の取引についても「金融商品販売業者等の説明義務」「勧誘方針の公表の方法」など当該法律による画面表示を規定することが必要と考えます。

以上

金融庁総務企画部企画課御中

「金融商品の販売に関する法律施行令」に対する意見書

(社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 (NACS)

NACS消費生活研究所

研究員 土田あつ子

提出日

平成12年10月27日

(社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

住所：東京都目黒区中根 2-13-18

第百生命都立大駅前ビル

Tel: 03-3718-4678 Fax: 03-3718-4015

「金融商品の販売に関する法律施行令」に対する意見書

(社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 (NACS)

NACS消費生活研究所

研究員 土田あつ子

1. 政令第3条・第5条について

金融商品販売法が広範な金融商品を対象にしているのではなく、簡易保険および商品先物取引が除外されているために狭義になってしまっている。

簡易保険には生命保険会社と商品が同じものがあるにも関わらず、簡易保険は金融商品の適用除外されている。このことが消費者に簡易保険は安心とお墨付きを与えるようなものでないだろうか。簡易保険の業務の肥大化が懸念される。

また、商品先物取引は諸外国では金融商品であるとの認識であるのに対し今回の金融商品販売法律施行令では適用除外となっている。ハイリスク・ハイリターンな「商品先物取引」も金融商品に含まれるべきではないだろうか。

金融商品に分類される「商品ファンド」と「商品先物取引」の違いが消費者に理解されるのか疑問である。商品ファンドを購入するつもりで商品先物取引売買にすりかわるような消費者トラブルが予想される。

現在の分類で金融商品をあまり狭義に捉えると、分類不能な金融商品が創出された時は対応が遅れ消費者被害が拡大するのではないかと危惧される。行政のすばやい対応には金融商品を広く捉えることが消費者被害の未然防止に必要と考える。

2. 法律第3条「金融商品販売業者等の説明義務」では「元本欠損が生じるおそれがある旨及び元本欠損を生ずる次の要因」とあり「金利、通貨の価格、有価証券市場における相場その他の指標に係る変動」「金融商品販売業者等の業務または財産の状況の変化」「その他政令で定める事由」(金融監督庁ホームページより)が挙げられているが、政令では記載がない。

元本欠損の直接要因ではないが、手数料や解約料がかかることを知らない消費者にとっては、手数料や解約料はリスクの一つに考えられる。手数料や解約料に対する苦情が既に消費者から出ていることを考慮すると、説明義務に追加することが必要である。

3. 第9条「勧誘方針の策定を要しないもの」について前述1のように簡易保険も考慮するならば、運営主体でわかるべきではないと考える。

4. 第10条「勧誘方針の公表の方法について」

勧誘方針を閲覧できる方法と金融商品の販売場所に掲示する方法が記載されている。しかし、訪問販売等店頭以外の販売方法においては該当しない。この為第10条では不十分と言える。例えば外務員、セールスマンが必ず勧誘方針を記載したものを持参し消費者に提示説明をおこなうことが必要と考える。

5. インターネット取引においても金融商品販売法の販売勧誘時における説明義務の厳正な適

用

応を望みたい。リスクの説明はわかりやすく且つ認識し易く、操作性にも工夫した提示が求められる。例えば消費者は画面上でリスクを確認したうえで印刷しなければ先へ進めないようなコンテンツの工夫が必要ではないではないだろうか。また消費者がトラブルにあった時の相談窓口のわかり易い提示も必要である。

— 以上 —



No. 1

金融インフラ

金融商品の販売等に関する法律施行令についての意見書

金融商品販売法に関しては、①説明がされなかったことを消費者が立証しなければならない、②説明すべき重要事項の内容が不十分であり、また説明の程度についての定めがない、③勧誘の適正化を自主基準に委ねている、④商品先物、郵貯、簡保等が規制対象になっていない等多数の問題点が指摘されており、「顧客の保護」の実効性に対し危惧がいだかれている。施行令はそうした問題点に適切に対峙し、「顧客の保護」の実効性を確保するものでなければならない。そうした意味で、施行令には、以下の諸点が不可欠と考える。

1. リスク等にかかわる重要事項に、政令で、『費用』を明示すべきである。(法第三条 - 三関係)

費用はいかなる場合でも、顧客が拠出した原資の価値を減ずるリスク要因である。どのような名称で表示されていようとも、①商品価格以外の、いわゆる費用の総計、②各費用の性格・目的(例えば、販売手数料は歩合なのか給料に含まれるのか等の違い)が顧客にわかりやすく説明されなければならない。リスクをとってまで資金の運用を委ねるかどうかの判断は、顧客にとって重要な問題だ。費用は政令で定めるべき第一の重要事項であるといえる。

2. 『税金』も費用と同様、政令で定めるべきである。(法第三 - 三関係)

税金も原資の価値を減じるリスク要因である。損益分岐点の計算に欠かせない数値である。政令で定める重要事項とすべきである。

3. 簡保を「保険若しくは共済にかかる契約」から除外するべきではない。(政令第三条 - 五)

4. 商品先物取引等を除外すべきではない。(政令四条・五条)

全ての金融商品が法の対象になるべきである。特に深刻な被害が集中的に生じている商品先物や商品先物オプションなどは、除外どころか、逆に最も規制を必要とする取引だ。これら喫緊の対応が求められている分野を規制の対象から外すことには合理的根拠がないばかりでなく、法の実効性への信頼をそこなう。

5. 勧誘方針の策定を要しないものとして、「法律により直接設立された法人……」の政令の定めは合理性がない。(政令第九条関係)

例えば、郵政公社の例で考えると、金融商品の販売等に関し、郵政公社にのみ問題行為が生じないとは言えない。現に、郵便局に関わる苦情は存在している。公社化により、また401kの導入により、他の金融機関との差別化が一段と薄められていく中で、郵

政公社のみが方針策定を要しないというのでは、著しく平等性を欠くことになるし、また顧客の保護に欠ける。

6. 勧誘方針の公表方法については、訪問販売、電話勧誘、インターネット取引における細かな公表方法の政令による定めが必要である。（政令第十条関係）

訪問販売：勧誘方針の事前の説明と勧誘方針を記した書面の交付

電話勧誘：勧誘方針の事前の説明と勧誘方針の書面の郵送

インターネット取引：画面上での勧誘方針の表示とダウンロードを可能とする手当て。

広告：勧誘方針の要約の掲載

なお、金融商品販売法の問題点の抜本的な解決を図り、消費者の自己決定を可能にするためには、政令委任事項以外に、次の手当てが必要である。

- ・リスクを理解したことを顧客自らが認めた自筆の書面の作成の義務化。
- ・suitability letter（なぜsuitableだと勧めたのか）やpost-sale情報書面(商品の要約を記した書面を販売後渡す)の交付の義務化。
- ・郵貯を「掛金の受入れを内容とする契約」から除外しない。（法第二条 - 一）
- ・勧誘方針の評価基準を定め、基準を満たしているかどうかの審査を金融庁が行なう。
- ・勧誘方針に違反した場合の罰則と契約の効果を定める。
- ・苦情窓口設置義務を定める。
- ・情報格差是正のため、事業者の消費者教育義務を定める。

いずれにしても、細部にわたる議論がまだ尽くされていない。十分な議論が必要と思われる。

2000年10月27日

金融オンブズネット

連絡先：150-0031

渋谷区桜丘17番9号

(第二昭和ビル)

(財)消費科学センター内

原早苗 他

03-3462-2601