

報

商品先物取引に関する 消費者相談の傾向と問題点(上)

知識・経験・余裕資金のない人は
手を出さない! —

商品先物取引にかかわる相談は、'02年度には7582件に上り、10年前の4倍に増加した(件数は'03年12月31日現在、以下同じ)。

一般に、商品先物取引はシステムが複雑で、その仕組みの理解に十分な知識を要するハイリスクな取引であり、誰にでもできるという取引ではない。しかし、十分な知識もない消費者や資金的に余裕のない消費者が強引に商品先物取引を契約させられたという相談も珍しくない。さらに、勧誘についての相談以外にも、契約者の指示なしに勝手に取引されたり、取引をやめさせてくれないなど、問題のある取引についての相談も寄せられている。

国内市場における商品先物取引の委託手数料は'04年末までに完全に自由化される予

定であり、競争の激化によって消費者トラブルがさらに増加することも懸念される。そこで国民生活センターでは、商品先物取引に関する消費者相談の現状をまとめ、消費者へ注意を呼びかけるとともに、関係機関へ情報提供を行うこととした。

商品先物取引と 消費者トラブル

商品先物取引とは、将来の決められた時点における商品の価格を現時点であらかじめ決めておき、将来の時点での商品の受け渡しを約束する取引である。

商品先物取引は、事業者が価格変動によるリスクを回避するためにも使われるが、将来の価格と現在の価格の差を利用してもうけるという投機的取引でもある。商品先

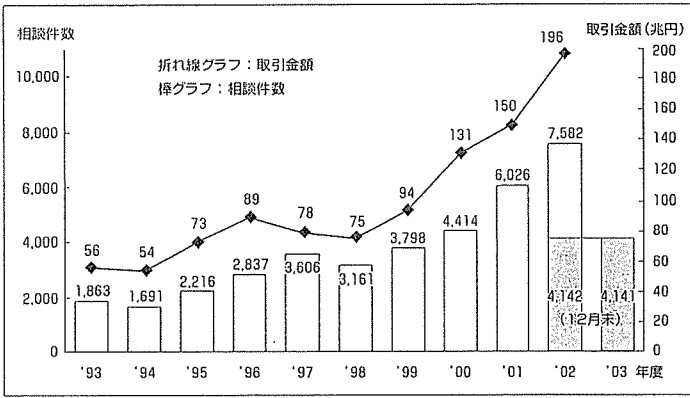
物取引は証拠金に対して10倍程度の商品の取引ができるため、損失や利益が非常に大きくなるのが特徴である。投機的取引としての商品先物取引には十分な知識と資産が要求され、誰にでも勧められる取引ではなく、知識のない一般の消費者にとってはハイリスクな取引である。

日本の商品先物市場においては、生産者や流通業者などによるリスク回避目的の取引よりも、一般投機家による投機目的の取引のほうが多いと指摘されている。寄せられた相談には、知識のない一般消費者が予想外の損失を被ったという事例が少なくないが、このようなトラブルが多発している背景には、専門知識のない消費者が商品先物市場に多く参加しているという日本の事情があると考えられる。

PIO-NETにみる商品先物 取引に関する相談の傾向

ここではPIO-NETに登録された商品先物取引に関する相談の傾向を紹介する。

図1 商品先物取引の相談件数と国内商品取引所における取引金額の推移



(取引金額は経済産業省調べ)

表1 商品分類の上位10位

	'99年度(3,798件)		'02年度(7,582件)		'03年度(4,141件)	
1	商品相場*	787(20.7%)	石油相場	2,033(26.8%)	石油相場	1,206(29.1%)
2	コーン相場	711(18.7%)	商品相場*	1,943(25.6%)	商品相場*	1,031(24.9%)
3	金相場	656(17.3%)	金相場	1,271(16.8%)	金相場	699(16.9%)
4	石油相場	464(12.2%)	コーン相場	717(9.5%)	大豆相場	291(7.0%)
5	大豆相場	348(9.2%)	大豆相場	470(6.2%)	コーヒー相場	275(6.6%)
6	他の商品相場	214(5.6%)	コーヒー相場	375(4.9%)	コーン相場	221(5.3%)
7	ゴム相場	135(3.6%)	ガスオイル相場	186(2.5%)	他の商品相場	108(2.6%)
8	プラチナ相場	108(2.8%)	他の商品相場	184(2.4%)	ガスオイル相場	100(2.4%)
9	パラジウム相場	106(2.8%)	ゴム相場	114(1.5%)	ゴム相場	70(1.7%)
10	コーヒー相場	92(2.4%)	プラチナ相場	113(1.5%)	プラチナ相場	62(1.5%)

*「商品相場」:取引している商品が不明な相談や複数の商品にまたがっている相談

表2 契約当事者の性別

	'99年度	'00年度	'01年度	'02年度	'03年度
男性	3,343(91.3%)	3,812(90.2%)	5,072(87.3%)	6,243(85.3%)	3,457(85.5%)
女性	319(8.7%)	413(9.8%)	737(12.7%)	1,074(14.7%)	585(14.5%)
合計	3,662(100.0%)	4,225(100.0%)	5,809(100.0%)	7,317(100.0%)	4,042(100.0%)

(団体・不明・NA(無回答)を除いた件数)

表3 契約当事者の年齢分布

	'99年度	'00年度	'01年度	'02年度	'03年度
10歳代	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.0%)	0(0.0%)
20歳代	580(15.3%)	719(16.3%)	924(15.3%)	852(11.2%)	429(10.4%)
30歳代	902(23.8%)	876(19.9%)	1,202(20.0%)	1,328(17.5%)	616(14.9%)
40歳代	686(18.1%)	707(16.0%)	933(15.5%)	1,184(15.6%)	606(14.6%)
50歳代	581(15.3%)	659(14.9%)	927(15.4%)	1,305(17.2%)	734(17.7%)
60歳代	562(14.8%)	727(16.5%)	1,143(19.0%)	1,553(20.5%)	854(20.6%)
70歳代	229(6.0%)	379(8.6%)	505(8.4%)	792(10.4%)	595(14.4%)
80歳代	49(1.3%)	75(1.7%)	84(1.4%)	149(2.0%)	105(2.5%)
90歳以上	3(0.1%)	8(0.2%)	4(0.1%)	6(0.1%)	2(0.0%)
NA(無回答)	206(5.4%)	264(5.9%)	304(5.0%)	411(5.4%)	200(4.8%)
合計	3,798(100.0%)	4,414(100.0%)	6,026(100.0%)	7,582(100.0%)	4,141(100.0%)

(単位:件)

(1)商品先物取引に関する相談の傾向
商品先物取引に関する相談は年々増え続け、'02年度には7582件の相談が寄せら

れ、'93年度の4倍以上に達した(図1)。'03年度は12月末までに4141件の相談が寄せられており、'02年度の同時期4142

表5 商品分類の上位10位('02年度)

	商品取引員(5,668件)		その他(1,914件)	
1	石油相場	1,703(30.0%)	商品相場*	713(37.3%)
2	商品相場*	1,230(21.7%)	大豆相場	361(18.9%)
3	金相場	1,085(19.1%)	石油相場	330(17.2%)
4	コーン相場	640(11.3%)	金相場	186(9.7%)
5	コーヒー相場	314(5.5%)	コーン相場	77(4.0%)
6	ガスオイル相場	166(2.9%)	他の商品相場	67(3.5%)
7	他の商品相場	117(2.1%)	コーヒー相場	61(3.2%)
8	大豆相場	109(1.9%)	砂糖相場	26(1.4%)
9	ゴム相場	103(1.8%)	プラチナ相場	20(1.0%)
10	プラチナ相場	93(1.6%)	ガスオイル相場	20(1.0%)

*「商品相場」：取引している商品が不明な相談や複数の商品にまたがっている相談

表6 契約当事者の性別('02年度)

	商品取引員	その他
男性	4,671(85.0%)	1,572(86.4%)
女性	826(15.0%)	248(13.6%)
合計	5,497(100.0%)	1,820(100.0%)

(団体・不明・NA(無回答)を除いた件数)

表7 契約当事者の年齢分布('02年度)

	商品取引員	その他
10歳未満	0(0.0%)	0(0.0%)
10歳代	2(0.0%)	0(0.0%)
20歳代	375(6.6%)	477(24.9%)
30歳代	1,000(17.6%)	328(17.1%)
40歳代	961(17.0%)	223(11.7%)
50歳代	1,074(18.9%)	231(12.1%)
60歳代	1,255(22.1%)	298(15.6%)
70歳代	626(11.0%)	166(8.7%)
80歳代	113(2.0%)	36(1.9%)
90歳以上	5(0.1%)	1(0.1%)
NA(無回答)	257(4.5%)	154(8.0%)
合計	5,668(100.0%)	1,914(100.0%)

(単位:件)

表8 契約当事者の職業('02年度)

	商品取引員	その他
給与生活者	2,683(47.3%)	1,092(57.1%)
自営・自由業	778(13.7%)	147(7.7%)
家事従事者	377(6.7%)	133(6.9%)
学生	4(0.1%)	2(0.1%)
無職	1,413(24.9%)	349(18.2%)
企業・団体	18(0.3%)	12(0.6%)
不明	112(2.0%)	37(1.9%)
NA(無回答)	283(5.0%)	142(7.4%)
合計	5,668(100.0%)	1,914(100.0%)

(単位:件)

表9 平均契約購入金額('02年度)

	商品取引員	その他
	6,696,027	4,783,676

(単位:円)

国内市場の商品先物取引とみられる。「その他」に分類されている事業者のほとんどが海外先物市場における取引を扱う商品先物取引会社である。

'02年度に寄せられた相談のうち、許可を受けた商品取引員に関する相談と判別できた件数は5668件であり、'02年度全体の74.8%を占めた(図4)。

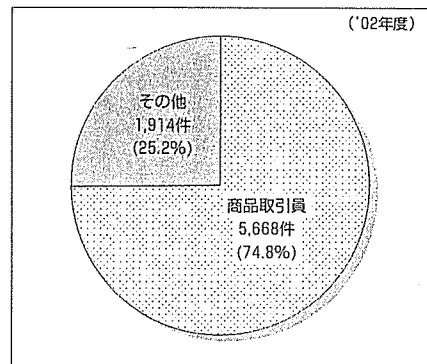
「商品取引員」と「その他」について相談の契

約購入商品と比較すると、「商品取引員」の相談では石油相場が多いのに対し、「その他」では大豆相場が多くなっている(表5)。

契約当事者の性別は、「商品取引員」と「その他」とではほとんど変わらないが、「その他」の契約当事者のほうが年齢が若く、給与生活者の比率が高くなっている(表6、表7、表8)。また、契約購入金額は、「商品取引員」の相談の平均が約670万円なのに対し、「その他」は約480万円と低くなっている(表9)。

なお、相談事例、相談からみえる問題点、消費者へのアドバイスは8月号掲載予定。

図4 商品先物取引会社の属性



件とはほぼ同数である。相談件数は国内の商品取引所における取引金額の推移と同じ傾向を示しており、取引の増加に伴って相談も増えている。

取り扱われる商品では「コーン相場」や「金相場」「石油相場」が多く、とりわけ国内における石油市場が開設された'99年度以降に「石油相場」が多くなっている(表1)。

商品先物取引に関する相談で実際に契約を行った人のほとんどが男性で、年齢はさまざまである(表2、表3)。女性と60歳以上の高齢者の割合が増える傾向にあり、無職者の割合は相談全体に比べて急増している(図2)。

商品先物取引の特徴の一つは契約金額(証拠金や手数料など)が高額なことであり、平均金額は600万円を超えている。'03年度には平均金額が700万円を超えた(図3)。

(2)商品取引員に関する相談の傾向('02年度)

国内の商品取引所における取引を受託できるのは、主務大臣の許可を受けた商品先物取引会社である。「商品取引員」のみである。一方、海外の先物市場における取引を受託する事業者は許可を受ける必要はない。

図2 契約当事者全体に占める60歳以上の割合

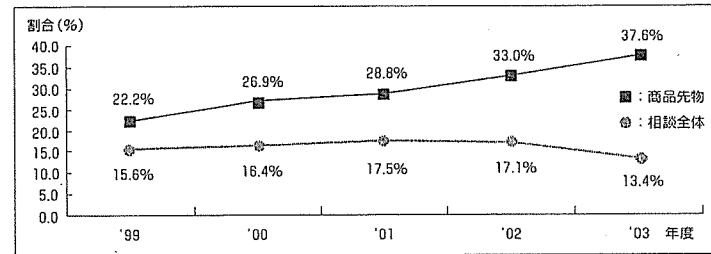


図3 平均契約購入金額

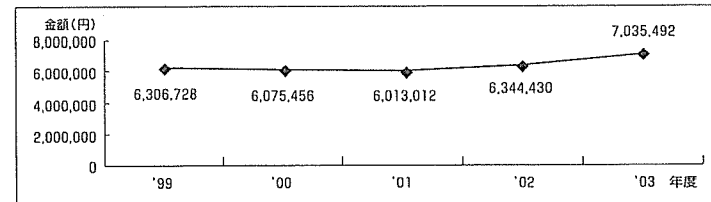


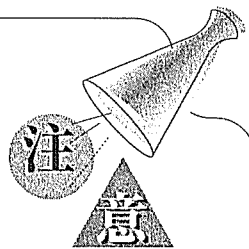
表4 契約当事者の職業

	'99年度	'00年度	'01年度	'02年度	'03年度
給与生活者	2,265(59.6%)	2,524(57.2%)	3,301(54.8%)	3,775(49.8%)	1,919(46.3%)
自営・自由業	573(15.1%)	580(13.4%)	755(12.5%)	925(12.2%)	490(11.8%)
家事従事者	172(4.5%)	191(4.3%)	362(6.0%)	510(6.7%)	294(7.1%)
学生	2(0.1%)	7(0.2%)	2(0.0%)	6(0.1%)	3(0.1%)
無職	543(14.3%)	768(17.4%)	1,173(19.5%)	1,762(23.2%)	1,144(27.6%)
企業・団体	7(0.2%)	10(0.2%)	20(0.3%)	30(0.4%)	14(0.3%)
不明	66(1.7%)	81(1.8%)	105(1.7%)	149(2.0%)	83(2.0%)
NA(無回答)	170(4.5%)	243(5.5%)	308(5.1%)	425(5.6%)	194(4.7%)
合計	3,798(100.0%)	4,414(100.0%)	6,026(100.0%)	7,582(100.0%)	4,141(100.0%)

(単位:件)

ここでは、商品先物取引会社を「商品取引員」と「その他」に分け、それぞれの相談の傾向をみる。

商品取引員の中には国内市場に加えて海外市場における取引も受託しているものがあるが、商品取引員に関する相談の多くは



報

商品先物取引に関する 消費者相談の傾向と問題点 (下)

知識・経験・余裕資金のない人は
手を出さない！

PIO-NET (パイオネット)とは…
国民生活センターと全国の消費生活センターを結ぶ「全国消費生活情報ネットワークシステム」の総称です。
この「注意報」は、PIO-NETのデータベースのうち、「消費生活相談情報システム」に入力された消費者相談の傾向を分析し、情報提供するものです。

PIO-NETにみる商品先物取引に関する相談の傾向は先月号に掲載。ここでは相談事例と問題点、消費者へのアドバイスなどを紹介する。

主な相談事例

(1) 勧誘に関する相談

① 繰り返し

業者から何度も電話があり、「ガソリンの先物取引をやれば今ならもうかる」と勧められていた。その度に断っていたが、自宅に来た営業員を家族が家に上げてしまった。午前10時から午後4時まで繰り返し説明を受け、言われるままに承諾書に署名してしまった。

(70歳代 男性 無職)

② 長時間

職場への電話で強く会うことを求められて営業員と会った。断っているのに朝まで12時間近く契約を迫られて契約してしまった。

(20歳代 男性 給与生活者)

③ 必ずもうかるとうたう

「イラクの石油パイプが爆破されたので必ず値上がりする」と言われてガソリンの先物取引を勧められた。「収入がない」と断ったが、絶対もうかると言うので契約した。しかし、1週間で大きな損が出た。

(30歳代 男性 無職)

(2) 取引に関する相談

① 無断売買

売買報告が届いて、無断売買されたことが分かった。すぐに苦情を申し出たら、「ま

ちがって売りに出してしまった。建玉(取引中の商品)がなくなったので当然買っておいた」と言う。納得いかないと「この会社もこのようなことをやっている。当たり前だ」と逆にどう喝された。

② 取引終了(手仕舞い)を拒否
営業担当者から電話が入り、同郷の後輩だと言うので話を聞いた。泣きながら「件数が取れない」と訴えるので、同情して大豆相場の契約をした。取引が開始された後、「すべて精算して返金してください」と2回も書面で通知したのに取引が続き、売買報告書が届いた。断りの通知を出したので放っておいたら、「ストップ高になったので追加証拠金を支払うように」という電話が突

然きた。(60歳代 男性 無職)

(3) 知識の不十分な人などへの勧誘や契約(適合性原則違反)

① 知識の不十分な人

「値上がりが確実」とガソリンの取引を勧められた。取引の仕組みを説明されたがまったく理解できなかったので断っていたが、強引に押し切られてお金を出してしまった。値動きもまったく分からないうちに「値下がりしたので追加証拠金が必要」と言われたが断った。知らないうちに手仕舞いされ、1枚だけ残っている。この後どうしてよいか分からない。

(60歳代 男性 自営・自由業)

② 判断不十分者

精神障害のある弟がガソリンの先物取引の契約を交わしていた。取引をした本人は先物取引の内容も何も理解できない状況である旨を営業担当者に申し出たが、解約に応じない。本人は障害年金を受けているがわずかなため、将来の生活費のために残している。痴呆の母と弟の二人暮らしであり、私は後見人になっている。

(50歳代 男性 給与生活者)

(4) 精算金の払い戻しに関する相談

金や灯油の先物取引をしていたが損失が大きくなったので手仕舞いをした。468万円が返金されるはずだが、業者が行政処分を受けたため取引ができないので分割で返金するという説明だった。しかし、約束の日になっても10万円しか返金されない。

(70歳代 男性 無職)

相談からみえる問題点

(1) リスクが十分に理解されていない

商品先物取引の契約の際には、商品先物取引のリスクについて説明した文書を交付することが義務付けられている。しかし「損失が生じるとは思わなかった」という相談が少なくない。書面の交付によって形式的にはリスクが告げられているが、現実には消費者がリスクを正しく把握できていないと思われるケースが多くみられる。

(2) 勧誘方法に問題がある

「商品取引所法」および「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」は、拒絶の意思表示をした人に再度勧誘すること、迷惑を覚えるような時間・仕方での勧誘すること、必ずもうかるなどと断定的な判

断を提供して勧誘することなどを禁止している。また、契約時の書面交付が義務付けられており、書面交付なしに売買を行うことも禁止されている。これらの勧誘は禁止されているにもかかわらず、規制違反とみられる強引な勧誘に関する相談が寄せられている。また、「必ずもうかる」などと言われたり、「すでに商品を購入してしまったので解約できない」などと偽って勧誘されたりするケースもある。

(3) 適合性原則が守られていない

商品先物取引はハイリスク・ハイリターンであり、十分な知識や資産のない人には向かない取引である。このため、投機的取引にふさわしい人のみが取引に参加するという適合性原則が守られる必要がある。商品取引所法では、「顧客の知識、経験および財産の状況に照らして不適当と認められる勧誘」は行政処分の対象になると定められている。寄せられた相談には、商品の値動きや取引終了の仕方すら知らない消費者や知的弱者など、取引に不適格な人に商品先物取引を勧めて契約させるというケースがみられる。また、年金生活者の老後の資金やサラ金からの借金などは高リスク取引

に適した資金ではないが、これらの資金を失ったというケースがみられる。
 (4) 消費者の意思を無視した取引が行われて
 いる

商品先物取引はリスクのある取引であり、そのリスクは契約をした顧客が負うことになる。そのため、取引は顧客の判断に基づいて行われなければならない。また、顧客の指示を受けずに売買したり、売買や取引終了など、顧客からの指示を拒否したり不当に遅らせたりすることは禁止されている。

しかし現実には、「売買の指示を出していないのに勝手に取引された」「取引を終了する旨を伝えたのに取引を続けられた」といった相談もみられ、契約した顧客の指示が守られていないケースもある。

(5) 精算金の不払い

精算金の返還に関して、「取引を終了したにもかかわらず精算金が返還されない」という相談が寄せられている。

消費者へのアドバイス

(1) 一般消費者は絶対に手を出さない

商品先物取引はハイリスク・ハイリターンな投機的取引であり、必ずもうかるというものではない。また、投資額以上の損失が生じる危険性もある。したがって、投機的取引に関する十分な知識と経験がない人は絶対に手を出すべきではない。資金的余裕がないならなおさらである。

(2) 勧誘を受けたら

① 強引な勧誘はキツバリと断る

勧誘の電話や訪問を受けた場合は、「自分には必要ありません。これ以降勧誘しないでください」とはっきりと断る。いったん勧誘を断った人に再度勧誘することや迷惑な方法・時間の勧誘は「商品取引所法」と「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」によって禁止されている。このような勧誘があった場合は、日本商品先物取引協会や主務官庁に連絡する。

また、営業員が自宅に上がり込んでしま

い、「退去してほしい」と伝えても帰らない場合や脅迫的な言動で身の危険を感じた場合は、その場で警察に通報する。

② 熟慮期間などを利用する

海外市場の商品先物取引の契約では、契

約の日から14日を経過した後でない顧客からの売買指示を受けてはいけないと定められている。契約をした後でも、この期間に再考することができる。

また、国内市場の先物取引の契約に熟慮期間はないが、商品先物取引の委託を契約しても、必ず商品の売買を始めなければならないわけではない。したがって、売買を始める前に、商品先物取引の危険性について十分に考慮することは可能である。

(3) トラブルに遭ってしまっているなら

商品先物取引をめぐるトラブルでは商品先物取引会社の不当な行為の有無が問題になることが多いが、証拠がないと「言った」「言わない」という争いになってトラブルの解決が困難になりやすいため、勧誘方法や取引の指示などは、メモを取ったり録音を取るなどして記録を残す。

商品先物取引のトラブルについて全国の消費生活センターの他に主務官庁や日本商品先物取引協会、弁護士会が相談窓口を設けている。主務官庁は取り扱う商品先物によって窓口が異なっているので、自分の取引先を確認し、相談窓口につながる。

判例情報

社債の買い付けの勧誘における重要事項の説明義務違反

本件は、証券会社が消費者に社債の買い付けを勧誘する際に、金融商品販売法に定める説明義務に違反したとして、7割の過失相殺のうえで、損害賠償が認められた事例である。(東京地方裁判所平成15年4月9日判決 一部容認(控訴) 判例時報1846号76ページ)

事件の概要

X：原告 消費者
 Y：被告 証券会社
 A：YのX担当者

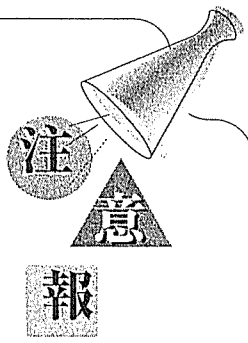
Xは、昭和38年に高校を卒業し、同44年に

結婚してからは勤務経験のない主婦(後記取引当時56歳)である。Xは、平成10年9月にYのB支店に証券総合サービス口座を開設したものの、金融商品の取引経験がないこともあって、実際には取引しないままで推移していた。平成13年3月ごろ、Xは実父の相続によって現金3430万円を取得し、これをY

で運用するため同年3月15日に上記口座に入金した。Aは、その後Xに対してドル建てMMF、ワールド株、日本ケーブル株を勧誘し、Xはこれらを買って付けていた。

同年5月になり、Aはマイカル無担保社債を勧誘した。当時の社債の格付け(日本格付投資情報センターによる)はBBBであったことから、Aは償還期限内に倒産する恐れはないと判断し、「償還期限まで保有していれば利息もつき、元本も返ってくる、銀行の定期預金と同様の元本保証の商品である」となどと説明し、発行主体の倒産等による元本割れのリスクがあることを説明しなかった。これを受けて、Xは同月7日に500万円分を484万8020円で、10日にさらに500万円分を485万4246円で買い付けを行った。マイカルは、同年9月14日民事再生手続き開始の申し立てを行い、開始決定がなされた(その後会社更生手続きに移行)。

Xは、金融商品販売法3条1項2号に定め



いわゆる無認可共済をめぐる 現状等について

国民生活センター相談調査部

はじめに

日常生活に潜む疾病や災害、事故といったリスクに個人が対処する方法として保険や共済があるが、共済は根拠法のある共済（いわゆる認可共済）と根拠法のない共済（いわゆる無認可共済）に分けられる。

近年、無認可共済は、少ないかけ金や加入の容易性などが消費者ニーズと合致し、注目を集めている。しかし一方で、保険業法は適用されないことと解されており、個別の法律もないことから、保険や認可共済と比較した場合、適切に共済金が支払われるのか等、その信用性に不安を感じる消費者も少なくないようである。また、無認可共済を連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）的な勧誘方法を用いて販売するケースもある。こうした状況を反映し、当センターや各

地の消費生活センターには、無認可共済に係る相談が寄せられている。現在のところ、相談件数はそれほど多くなく、また、相談内容も大半が業者の信用性やマルチ商法的勧誘方法に対する問い合わせであり、苦情は少数である。今後、苦情が増加するかどうかの予想は難しいが、問題が顕在化する前に何らかの方策を検討すべきである。

そこで今回、改めてその現状や今後の課題等をまとめたくえて、情報提供する。

保険と共済（認可共済、無認可共済）の相違点について

保険は、保険業法において「省略」不特定の者を相手方として、人の生死に関し一定額の保険金を支払うことを約し保険金を受取する保険、一定の偶発の事故によって生ずることのある損害をてん補することを約し保険料を受取る保険その他の保険

（以下省略）（同法2条）と定義されている。保険業を営むためには内閣総理大臣の免許が必要とされており（同法3条）、違反した場合には罰則が科される。

一方、共済とは、一定の地域や職域でつながらる者が団体を構成し、当該団体の中で共同の基金を形成することにより、リスクに対処しようとする制度のことである。

認可共済は、「他の法律に特別の規定のあるもの」（保険業法2条1項）に該当することから同法の適用を受けないが、個別の法律に基づいて共済事業を実施している。

無認可共済は、不特定の者へ共済を販売するのではなく、一定の組織を構築し、当該組織の構成員に対して共済事業を行っているため、同法2条にいう「不特定」に該当せず、同法の適用はないと解されている。また、認可共済のような個別の法律もない。また、無認可共済をマルチ商法的な勧誘

方法を用いて販売するケースがある。一般にマルチ商法は一定の組織をつくり、その組織に新たに人を加入させることにより金銭（マージン）が支払われる仕組みとなっているが、こうしたマルチ商法的な組織を構築しながら無認可共済を販売するケースと、マルチ業者が既存の組織に無認可共済を販売するケースとに大別することができる。

消費者からの相談事例

【事例1】

知人に共済保険への加入を勧められているが、販売組織が存在しているようではない。この業者の信用性が知りた

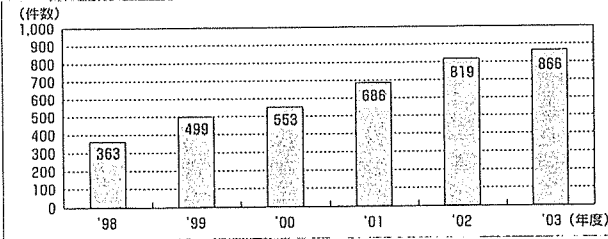
い。（60歳代 男性 自営・自由業）

【事例2】

友人から勧められている共済は、年齢にかかわらず月々のかけ金は一定で、毎年更新する。新たに加入者を増やすことでリベ

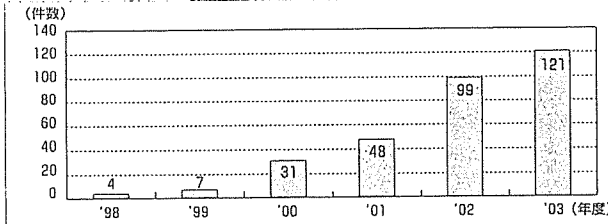
なお、PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に登録された相談件数を図1、図2に掲載する（'03年度については'04年5月10日現在までの入力件数）。

図1 共済に関する相談件数(注)



注：ここでいう共済とは、共済生命保険、自動車共済保険、傷害保険、建物共済保険を合計した件数である。

図2 共済に関する相談のうち、マルチ・マルチまがい取引に関する相談件数(注)



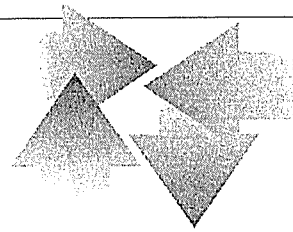
注：PIO-NET上、無認可共済に関する相談件数を検索できないため、共済に関する相談のうち、マルチ・マルチまがい取引として分類されているものを掲載する。

【事例3】

知人に勧められてマルチ商法の組織に加入し、当該組織が販売している商品と共済保険を契約した。契約書に記入する際、持病があり通院している旨を伝えたところ「入院したことがなければ問題ない」と言われたため、告知欄には特に記載しなかった。数カ月後、入院・手術を行ったため、入院給付金を申請したが、「告知義務違反があったため、契約を解除するとともに、共済金の支払いはできない」と旨の文書が送られてきた。勧誘者に通院歴があるにもかかわらず、一方的に告知義務違反とされるのは納得できない。（50歳代 男性 自営・自由業）

今後の検討課題

1 保険業法上の「特定」「不特定」について、明確な基準がないこと
 2 同法にいう「特定」「不特定」の判断基準は、一般に①組織化の程度、②加入要件についての客観性・難易の程度、③本来の事業の実施の程度等を総合的に考慮して判



くらしの情報交流プラザ オープン記念シンポジウム 参加者募集のお知らせ

国民生活センターでは、10月に、「くらしの情報交流プラザ」をオープンします。生活問題や消費者問題に取り組んでいるNPOや消費者関連団体を中心とした団体などを対象に、情報交流やネットワークづくりに幅広く活用していただくことを目的としています。オープンを記念して、下記のシンポジウムを開催いたします。ぜひご参加ください。

テーマ

くらしの安心をともに築く

— 消費者団体とNPO、国民生活センターの情報交流・連携を考える —

日程	平成16年10月20日(水) 18:00~20:30(受付17:30~)
開催場所	国民生活センター東京事務所・大会議室(JR品川駅高輪口から徒歩5分)
募集対象	上記テーマに興味・関心のある方はどなたでも
参加費	無料
募集定員	150名(定員になり次第、締め切り)

◆プログラム◆

17:30~18:00	受付		
18:00~18:10	開会挨拶	国民生活センター理事長	糠谷 真平
18:10~18:50	基調講演	21世紀のくらしと社会のデザイン — 消費者活動とNPOの連携をもとに — 立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科教授	中村 陽一
19:00~20:30	パネルディスカッション	消費者・市民の連携で築く、くらしの安心 — 協働して取り組む消費者問題への課題 — ◎パネリスト(五十音順) NPO法人ユニバーサルデザイン生活者ネットワーク事務局長 大矢野 由美子 全国消費者団体連絡会事務局長 神田 敏子 NPO法人パブリックリソースセンター事務局長 岸本 幸子 日本生活協同組合連合会専務理事 品川 尚志 ◎コーディネーター 国民生活センター広報室長 陸川 キヨシ 国民生活センター理事 田中 正人	
20:30	閉会挨拶		

申込締切 10月12日(火)必着
 申込方法 官製はがきまたはFAXで、氏名(参加希望者全員)、住所(複数参加の場合は代表者連絡先)、職業(所属)、電話番号を明記のうえ、下記へお申し込みください。申込用紙は、国民生活センターホームページ(URL: <http://www.kokusen.go.jp/>)から印刷することもできます。Eメールではお申し込みいただけません。
 申し込み・問い合わせ先 〒108-8602 東京都港区高輪3-13-22
 独立行政法人国民生活センター広報室「シンポジウム」係
 Tel: 03-3443-8623 Fax: 03-3443-8624

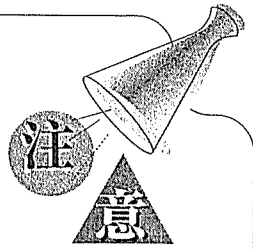
断するとされている。
 無認可共済の中には、組織への加入と共済の申し込みが同時に完結する書式を用いている業者もあるが、「特定」「不特定」の基準に関する事務ガイドラインがなく、また、過去に判例もないため、実質的に不特定多数を対象としていても、保険業法に違反しているか否かの判断が困難である。
 2 法規制が及ばないため、ディスクロージャーや募集人の研修制度等が整備されておらず、加入者保護の観点から懸念があること
 ①契約前の問題点
 無認可共済にはディスクロージャー(経営内容等の公開)が義務付けられていないため、業者が自主的に提示する経営内容等の情報しか消費者は知ることができず、適切な判断を下すことが困難となる。
 ②契約時の問題点
 保険会社には募集人登録制度があるが、無認可共済ではこのような制度はない。そのため、商品等の知識が必ずしも十分でない者が消費者に説明することになり、不適切な説明や説明不足等による誤認を誘発する可能性も否定できない。特に、マルチ商法的な勧誘方法を用いて無認可共済を販売

行政へ望むこと

する場合、マルチ商法に顕著なトラブル(マージン)を得るため強引な勧誘が行われやすいなど)と複合的に絡むことがあり、解決を図ることが難しくなる恐れが高い。
 ③破綻時の問題点
 責任準備金制度とは、契約者に支払う将来の保険金や満期金等の支払いに備えて、仮に保険会社が破綻した場合、責任準備金の9割までは支払われる(認可共済の場合はすべてではない)。無認可共済には当該制度がなく、経営破綻した場合の加入者保護が図られない事態を招く懸念がある。
 3 無認可共済事業を開始するに際して何ら制約がないこと
 共済本来の趣旨や理念を逸脱したものであっても無認可共済として事業を展開できしてしまう現状がある。
 また、無認可共済には監督官庁がないが、保険会社や認可共済は経営全般の監督を受けており、国民の財産に関する極めて重要な契約という同質性を鑑みれば、加入者保護の観点から不安がある。

消費者へのアドバイス

現在、金融審議会金融分科会第二部会で無認可共済の適正な在り方について検討されているところである。
 そこで、その方策を議論するに当たり、加入者保護に資するため、少なくとも下記事項についての検討を望みたい。
 ①保険業法上の「特定」「不特定」についての明確な基準を示すこと
 ②無認可共済に対しても、ディスクロージャーや募集人の研修制度等を法律上義務付けること
 ③加入者保護の方策を検討すること
 無認可共済への加入は、保険会社や認可共済との違い(ディスクロージャーや商品審査制度、責任準備金制度等の有無など)について消費者自身が調べて、納得したうえで契約することが望ましいが、不安や疑問があれば契約しないといった慎重な態度も大切である。
 また、マルチ商法的な勧誘がなされた場合、そのトラブルが複雑化し、解決を図ることが難しくなることも予想されるため、特に注意が必要である。



報

高齢者に多い個人年金保険の 銀行窓口販売に関するトラブル

国民生活センター相談調査部

PIO-NET (パイオネット)とは…
国民生活センターと全国の消費生活センターを結ぶ「全国消費生活情報ネットワークシステム」の略称です。この「注意報」は、PIO-NETのデータベースのうち、「消費生活相談情報システム」に入力された消費生活相談の傾向を分析し、情報提供するものです。

個人年金保険とは

個人年金保険とは、あらかじめ定められた年齢から年金の支払いが開始される、代表的な私的年金の金融商品である(資料)。個人年金保険には、将来受け取る年金額等が契約時にあらかじめ定められている「定額型」の商品と、運用実績に基づいて年金額や解約返戻金等が増減する「変額型」の商品がある。「定額型」には円建てと外貨建ての商品があり、外貨建ての場合には為替変動リスクがある。「変額型」の商品は保険料が特別勘定で運用され、運用実績によっては年金額や解約返戻金等が払込保険料を下回る場合もある。

れた年金原資保証の付いた商品もある。

個人年金保険の 銀行窓口販売

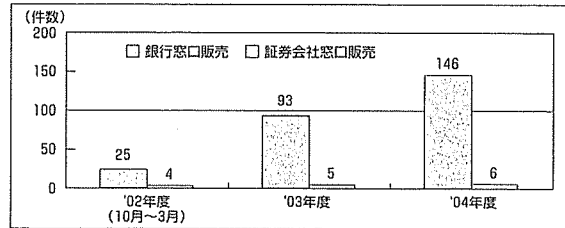
個人年金保険は'02年10月より銀行での窓口販売(銀行の店舗窓口のほか、銀行員による訪問販売も含む)が解禁された(表)。PIO-NETによると「個人年金保険の銀行窓口販売」に関する相談は'02年10月から'05年3月までの間に264件寄せられており、増加傾向にある(図)。

表 保険商品の銀行窓口販売について

解禁時期	対象商品
'01年4月	住宅ローン関連の長期火災保険・債務返済支援保険・信用生命保険、海外旅行傷害保険
'02年10月	個人年金保険(定額、変額とも)、財形保険、年金払積立傷害保険、財形傷害保険

・証券会社における個人年金保険の窓口販売は'98年10月から開始された。
・金融庁によると、銀行窓口販売の対象商品を'05年12月に一時払い終身保険や一時払い養老保険等まで拡大し、'07年12月に全面解禁する予定とのことである。

図 相談件数の推移



・PIO-NETに登録された相談のうち、銀行あるいは証券会社によって個人年金保険が販売されたことが確認されたものに限る。なお、データは'05年5月末日までの登録分。

PIO-NETからみた 相談情報の概要

(1) 契約当事者の属性

性別をみると、女性が75%、男性が25%と大きく偏りがあった。年代をみると、70歳代が41%と最も多く、70歳以上の高齢者で約半数(49%)を占めている。

(2) 契約金額と支払い方法

平均契約金額は約770万円であり、高額なトラブルが目立つ。また、支払い方法のほとんどが即時払い(96%)であった。

(3) 販売購入形態

消費者自身が銀行の店舗窓口で契約する「店舗購入」は60%、銀行員が消費者宅を訪れ契約する「訪問販売」は40%であった。

相談事例

【事例1】定期預金を希望して銀行を訪れたところ、「定期預金より有利」と勧められ、変額個人年金保険を契約した。「元本保証ですか」と質問したところ、「年金原資保証です」と言われたので元本保証と思っていた。

しかし後日、満期時に一括受け取りをす

ると、元本を下回ることもあることに気づき解約を申し出た。解約控除料がからないうちに解約したが、解約返戻金は元本を割っていた。(60歳代 男性 自営・自由業)

【事例2】本人確認を新たな方法で行うため、通帳と印鑑を持参して出向くよう銀行から連絡があった。銀行に着くなり同行の他支店で契約した外貨預金の話になり、外貨預金を解約し、元本保証で相続対策にも有利と勧められた商品を契約した。部屋は暗く、書類の字も小さいためよく分からず、銀行員の指示どおりに契約書に記入した。重要事項説明書等の書類は契約後に渡された。個人情報等の利用に関する同意もしたが、その意味はよく理解できなかった。

帰宅後、リスクの高い外貨建ての定額個人年金保険を契約したと分かった。すぐにクーリング・オフを伝えたが、できないと言われた。やむなく解約することにしたが、当初支払った約1200万円のうち数十万円を損失した。(70歳代 女性 無職)

【事例3】定期預金が満期を迎える直前に銀行員が自宅に来訪し、10年満期の変額個人年金保険を勧められた。元本保証か問い合わせたところ、運用期間後にはきっちり戻ると説明された。高齢のため長期の金融

商品を購入する気はないと断ったものの、強く勧められて断り切れずに申し込むことになった。本来契約する気はなかったのに申し込みを撤回したいと連絡したが、できないと言われた。(70歳代 女性 無職)

消費生活相談からみた 問題点

(1) 消費者の希望の確認、適合性原則の順守、リスク説明等が不十分

元本保証を希望している消費者に対して、リスクのある変額型や外貨建ての個人年金保険を「お得」などと説明している相談事例がみられる。年金原資保証のある商品であっても、中途解約をした場合や満期時に一括で受け取る場合には、受取額が支払った保険料を下回ることもある。契約先の保険会社が破綻した場合にも元本は保証されないなど、信用リスクの問題もある。

「1年ものの定期預金を希望していた」という相談事例もみられたが、個人年金保険は、運用期間後に何年かにかわって年金が支払われるほか、中途解約すると解約手数料がかかる。

このように、安全性や流動性のある商品を求める消費者、特に高齢者に対して、

銀行が本人の希望や適合性を見極めず、また、リスク等の商品性について十分な説明をせずに販売していることが多くのトラブルの要因となっている。

(2) 消費者の同意を得ずに個人情報保護法を違反して個人情報を提供すること

銀行が銀行業務で得た個人情報（定期預金の満期情報など）を利用して勧誘をしていると思われる相談事例があった。また、本来の販売目的を隠匿して消費者を呼び出したと思われる勧誘もみられた。

銀行が取引上の優越的な地位や影響力を利用して商品を販売することを防ぐための弊害防止措置として、保険業法施行規則では、銀行は銀行業務で得た顧客情報を顧客の同意を得ずに保険募集に利用してはならないと定めている。しかし、銀行において弊害防止措置は徹底されておらず、顧客の同意を得る前に顧客情報を保険募集に利用したと思われるケースがみられる。

(3) クーリング・オフが適用されない

クーリング・オフが適用されない旨の説明が不十分である相談事例が目立つ。保険契約の申し込みは、保険業法により①保険会社、生命保険募集人等の営業所などで申し込みをしたとき、②預金口座に保

険料を払い込んだときなどを除きクーリング・オフが適用される。銀行の店舗窓口で個人年金保険の契約申し込みをした場合は、①に該当するためクーリング・オフの適用はない。しかし、店舗窓口での契約であっても、銀行が販売目的を事前に告げていないケースもみられた。

また、保険料の支払い方法は保険会社名義の銀行口座への払い込みに限られていることが通常であるが、当該払い込み方法は②に該当するため、訪問販売であってもクーリング・オフの適用はない。しかし、消費者が自発的に保険料を保険会社の口座へ払い込んでいるとは必ずしもいえない。

(4) 保険会社との契約であることやアフターサービスに関する説明が不十分

保険会社と契約をしたことを消費者がそもそも認識していないケースが目立つ。また、契約後の諸手続きを銀行で取り扱ってもらうと誤認している消費者も多い。このため、契約後の銀行の対応に消費者は不満を感じているようだ。こうしたトラブルの原因としては、個人年金保険の契約先が銀行ではなく保険会社であること等の説明が不十分なことや、契約後の銀行の役割が消費者には不明確なことが挙げられる。

行政および業界団体への要望

また、金融庁は7月より「金融サービス利用者相談室」を開設し、金融トラブル等に関する相談等に対応している。

銀行窓口販売における個人年金保険のトラブルを防止するために、金融庁、(株)生命保険協会、全国銀行協会に対し、以下の要望を行った。

(1) クーリング・オフ制度の適用を検討すること

銀行による訪問販売において個人年金保険を契約した場合や、目的を告げられずに銀行から呼び出され、銀行の店舗窓口で個人年金保険を契約した場合には、保険料の支払い方法にかかわらずクーリング・オフ制度の適用を検討すること。

(2) 銀行窓口販売の全面解禁に向けて、消費者保護を踏まえた対応を強化すること

銀行窓口販売の全面解禁により、個人年金保険と同様のトラブルが広範囲に発生することが予想される。銀行窓口販売をさらに進めていくに当たってはトラブルを未然

消費者へのアドバイス

(1) その場ですぐに契約するのはトラブルのもと

銀行窓口販売が解禁され、銀行は預金のほかにも他社の金融商品を取り扱っている。個人年金保険の商品性を理解できない場合は、その場ですぐに契約するのは避けること。また、必要性を感じない場合は、長年の付き合いのある銀行からの勧誘であっても、きっぱりと断ること。

(2) 個人年金保険がどのような金融商品であるか理解すること

リスク（投資リスクや信用リスクなど）、クーリング・オフが適用されないケース、解約手数料を始め各種手数料がかかること等を理解すること。

(3) 契約先の保険会社を確認すること

銀行は保険募集代理店であり、契約は保険会社と締結することになる。どの保険会社と契約をするのか、保険会社の信用性はどうか、アフターサービスがどうなっているのか等を確認すること。

(4) トラブルにあったら

最寄りの消費生活センター等に相談する

防止するために、弊害防止措置の強化を始め、各種金融商品の取り扱いルールの厳格化、統一化など、早急な検討を行うこと。また、(株)生命保険協会、全国銀行協会に対しては、以下についても要望を行った。

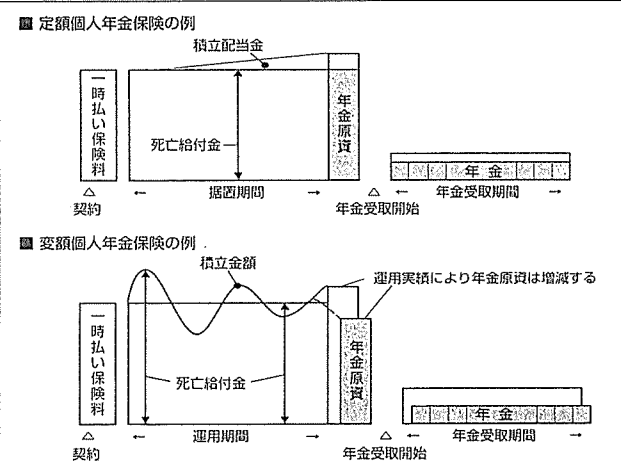
(3) 消費者の希望や適合性をよく考慮し、うえで説明責任を果たすこと

消費者の希望の確認、適合性原則の順守、リスク説明が不十分なケースが目立つ。銀行窓口販売において募集を行う際には、商品性を始め、保険会社との契約であることや、契約後の銀行の役割等について十分に説明し、消費者の理解を得ること。特に高齢者にはこの点について徹底すること。

(4) 消費者の確認・同意を十分に得ること

消費者から商品説明の確認や個人情報

(資料) 個人年金保険のしくみ



以上の図は、あくまでも商品イメージ図であり、契約形態・商品によって詳細は異なる。個人年金保険には、契約の締結、維持、管理にかかる費用、信託報酬や助定の管理費など運用にかかる費用、年金を受け取る際にかかる費用等、諸費用がかかる。(全国銀行協会「銀行の金融商品・サービス」をもとに作成)