

2005年12月7日

## 不招請勧誘の禁止規定の導入について(意見)

金融審議会委員  
原 早苗

(仮称)投資サービス法(金融サービス・市場法)の検討過程で販売・勧誘ルールのひとつとして「不招請勧誘の禁止」規定の導入をどうするかが大きな論点としてあがっている。

金融に関わる消費者トラブルの現状からみても、不招請勧誘の禁止規定の導入は当然図るべきである。第36回金融審に提出された「金融商品被害110番」(東京3弁護士会消費者問題関連委員会実施)を見ても、トラブルになった事例の原因分析としては、不招請勧誘・断定的判断の提供・説明義務違反が多い。同じく、当日提出された東京都消費生活センターの利殖商法に関するトラブル(平成13年4月～17年3月)を見ても、不招請勧誘がダントツに多い。不招請勧誘の禁止規定は、はじめての人のところに突然電話をかけ、あるいは訪問し、金融商品を勧誘・販売することを禁止するものである。この禁止規定は誰にとっても、なによりわかりやすく効果的だ。いままある金融トラブルの相当が禁止規定の導入で回避できると考える。

不招請勧誘の禁止規定の導入については、事業者委員などから導入反対論、慎重論も出されている。論拠としては、情報提供をさまたげるのか…の意見もあったが、なんら情報提供を妨げるものではない。あるいは、適合性の原則を徹底すればいいではないかの意見もあったが、適合性の原則を果たしているのかどうかの判断は容易ではない。それだけに担わせるわけにはいかない。狭義の適合性の原則をかける(特定の商品を特定の人に勧誘・販売禁止)案もあったが、これでは非常に狭い規定になる。不招請勧誘の禁止規定は、商品の有用性を排するものではない。なお、他の商品・サービスの勧誘・販売にあたっては不招請勧誘の禁止規定が設けられていないが…の論もあるかもしれないが、問題とされた商品・サービスについてはかなりが特定商取引法の規制がかかり、電話や訪問の不意打ち性に着目してクーリングオフ規定が設けられている。現行、金融商品の勧誘・販売にはクーリングオフの規定も充実はしておらず、消費者ははさみ打ち的状況に置かれている。

諸外国においても、当然のことながら不招請勧誘の禁止規定は盛り込まれている。

不招請勧誘の禁止規定の設け方だが、

- ① 不招請勧誘は禁止するという一般規定を条文に設ける。
- ② ①を置きリスク・リターンの程度に応じて、商品性に着目して適用除外を設ける。
- ③ 既存の顧客や金融機関に来訪してきた者には、勧誘受諾確認をとる。断られた

場合は、以後の勧誘はしない。また、取引継続中の者が勧誘は不要の旨を伝えるときも同様に、以後の勧誘はしない。

- ④ 金融トラブルは年齢的に高齢者層が多いが、年齢で制限するのは難しいと思われるので、ここは適合性の原則を徹底する。
- ⑤ ④であってもハイリスク・ハイリターンの特定の金融商品については、認知症、知的障害者に対しては原則、勧誘・販売を禁止する。
- ⑥ 不招請勧誘の禁止規定と同時に、広告（ネットにおける広告も含む）、非人的勧誘（特定の者に向けられるEメール、FAX、DMなど契約の申し込みを意図している、あるいは可能にする勧誘）についても規定の新設・充実が必要である。
- ⑦ 不招請勧誘の禁止規定の導入が図られれば、単なる利殖商法的な商品の勧誘・販売によるトラブルには効果をあげると思うが、たとえば変額個人年金保険の銀行窓口販売によるトラブル増加を見ていると、この規定だけでは不十分である。適合性の原則の明確化と徹底、説明義務の明確化（理解まで求める）が合わせて必要である。クーリングオフ規定の拡充についても検討を深めるべきだ。
- ⑧ 不招請勧誘の禁止規定に違反した場合は罰則を適用し、契約は無効とする。適合性の原則違反により損害が生じた場合は損害賠償請求ができるとする。

前回の金融審では事務局から「不招請勧誘の禁止規定を設け、利用者保護上問題が生じる場合に機動的に対処できる枠組みを設けることとしつつ、当面の適用対象は、現行の範囲（金融先物取引）に限定することが考えられるが、どうか。」の提案が出された。

しかし、こうした緊急避難的な規定の置き方では実効性をあげえないと考える。何か大きな被害が生じるような場合を想定しての規定を置き方だが、外国為替証拠金取引のトラブルが頻発したときのことを考えると、法のすきまに落ちたような商品はどうなるのか？ 政令指定でその金融商品を指定していくとなるとタイムリーに発動できるのかといった疑問が生じる。一般規定で置いたほうがもれなく、タイムリーに機動的に動けるはずだ。緊急避難的な規定の置き方をすると、外国為替証拠金取引のトラブルは以前から比べれば減少し、市場ルールも確立したのだから、この規定を外してほしいとする意見がすぐにも出てくることになる。実効性をあげる規定ぶりにする工夫が求められている。

昨年消費者基本法制定にともない、今後、消費者基本計画が策定されることになったが、ここでも適合性の原則の確立、不招請勧誘の禁止規定の導入は焦眉の課題になっている。不招請の勧誘は、最近ではリフォーム詐欺にみられるように消費者トラブルの温床である。これから、公正な市場ルールを作り、消費者保護を図ろうとしている金融分野の将来図とは相容れないものだと考える。

以上