

クレジットカード取引に関する消費者問題についての 調査報告及び建議の概要

平成26年8月
消費者委員会

The Consumer Commission

目次

1. 問題の背景	1
2. 加盟店の悪質な行為が原因で生じる被害	4
3. 翌月一括払い(マンスリークリア)の取引における被害	6
4. クレジットカード取引に関する消費者教育及び情報提供等	8
5. 建議事項	9

1. 問題の背景

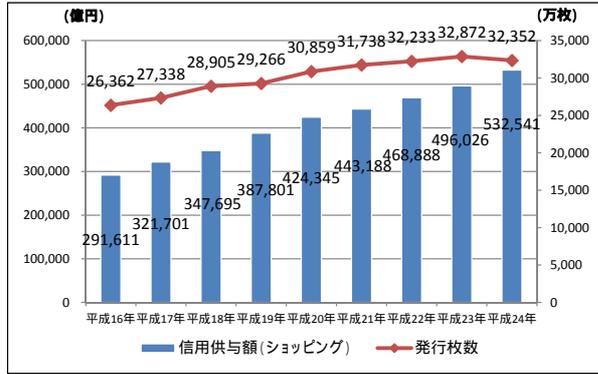
(1) クレジットカード取引の拡大

- ・クレジットカードの発行枚数は平成20年に3億枚を超え、成人1人当たり平均3枚以上所有している。
- ・クレジットカード取引による信用供与額は平成16年から平成24年までの間に約1.8倍に増加し、50兆円を超えている。

(2) クレジットカード取引に係る相談の増加

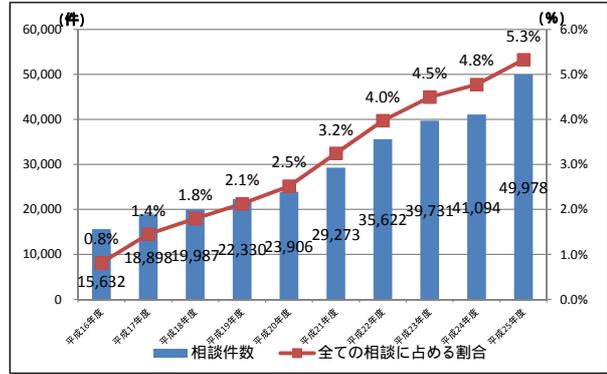
- ・クレジットカード取引に係る相談件数は、平成16年度から平成25年度までの間に約3.2倍(平成16年度から平成24年度までの間に約2.6倍)に増加している。
- ・クレジットカード取引に係る相談件数の増加率は、クレジットカードの発行枚数やクレジットカード取引の増加率を大きく上回る。
- ・全ての相談件数に占めるクレジットカード取引に係る相談件数の割合も年々上昇し、平成25年度は全体の5.3%を占めている。

クレジットカードの発行枚数及びクレジットカード信用供与額の推移



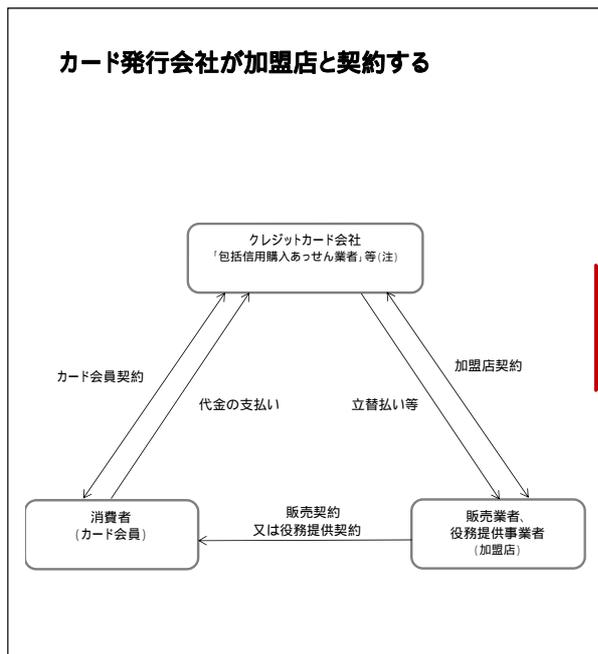
(備考)一般社団法人日本クレジット協会「日本の消費者信用統計 平成26年版」より作成。

クレジットカード取引に係る相談件数の推移

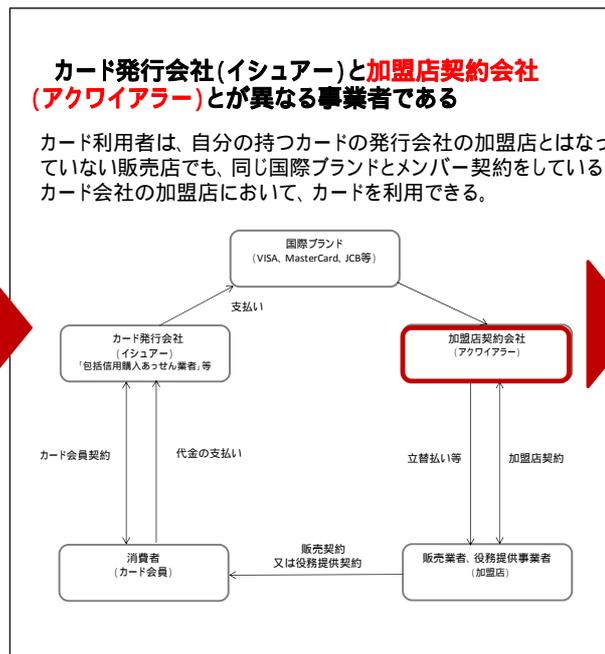


(備考) 1. PIO- NETデータにより当委員会が作成。データは平成26年7月31日受付登録分まで。
 2. PIO- NET(バイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているシステムである。
 3. 本資料におけるPIO- NETのクレジットカード取引に関する相談件数は、副賦販売法第2条第3項の包括信用購入あっせんと与信期間が2か月未満の販売信用に該当するもの、平成21年度以前は、「総合副賦」と「翌月一括・ボーナス一括」に該当する件数を表示している。

(3) クレジットカード取引の複雑化、重層化

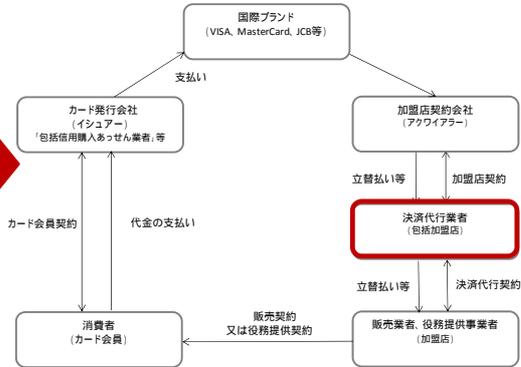


(備考) 包括信用購入あっせん事業者及び二月払購入あっせを業とする者。

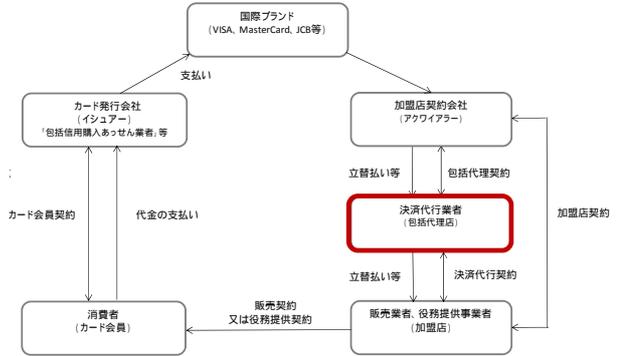


加盟店契約会社(アクワイアラー)と販売業者等との間で立替払い等を行う**決済代行業者**が介在する

ア 包括加盟店方式



イ 包括代理店方式



2. 加盟店の悪質な行為が原因で生じる被害

(1) 消費者からの相談の内容

クレジットカード取引に係る相談内容は、「契約・解約」、「販売方法」に関するものが多い。

「契約・解約」、「販売方法」の詳細を見ると、「連絡不能」、「不当請求」、「説明不足」、「詐欺」、「約束不履行」、「虚偽説明」、「強引・強迫」、「無料商法」、「商品未着」等が多く、**販売業者等の悪質な行為が原因であると考えられるトラブルが多い。**

クレジットカード取引に係る相談の内容別件数 (平成25年度)

内容	件数
契約・解約	43,902
販売方法	26,950
価格・料金	8,823
接客対応	8,399
品質・機能・役務品質	6,287
表示・広告	4,651
法規・基準	978
安全・衛生	945
計量・量目	61
包装・容器	59
無回答(未入力)	42
施設・設備	33

(備考)PIO・NETデータにより当委員会が作成。データは平成26年7月31日受付登録分まで、複数回答項目。

クレジットカード取引に係る相談のうち、相談内容が「契約・解約」又は「販売方法」に該当する相談の主な内容別件数 (平成25年度)

内容	件数
1 電子商取引	25,789
2 クレジットカード	20,860
3 解約	20,446
4 返金	10,505
5 連絡不能	5,345
6 不当請求	4,494
7 契約書・書面	4,211
8 説明不足	4,183
9 詐欺	3,684
10 契約	3,555
11 未成年者契約	2,805
12 約束不履行	2,630
13 虚偽説明	2,506
14 名義冒用	2,484
15 強引・強迫	2,454
16 クーリングオフ	2,438
17 無料商法	2,305
18 解約料	2,064
19 商品未着	2,055
20 無断契約	1,875

(注1)PIO・NETデータにより当委員会が作成。データは平成26年7月31日受付登録分まで、複数回答項目。

(注2)「不当請求」には「架空請求」、「ワンクリック請求」を含む。「契約書・書面」には「書面不交付」、「書面偽造」、「書面不備」を含む。

(注3)「契約・解約」又は「販売方法」に関する内容等キーワードを件数の多い順に20位まで記載したものである。

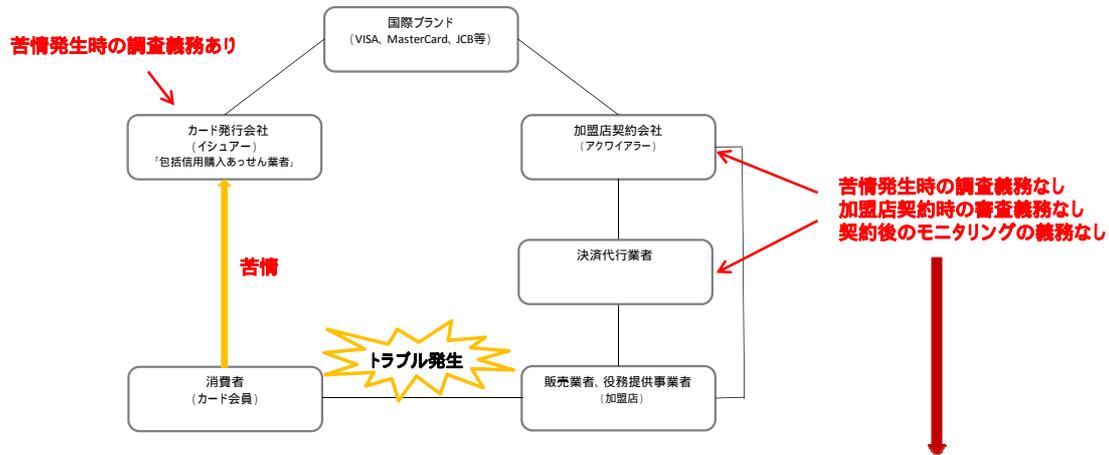
【事例】半年前、ネット通販で輸入品の家具を注文し代金をカード払いにしたが、商品は届かずキャンセル通知をしても返金されない。

【事例】相談を受ければ収入が得られるという内容の副業サイトに登録した。その後、相談を聞いて欲しいという男性からメールが届き、返事をしてきたところ男性から、「貴方に報酬を渡したい。指示に従って欲しい」とのことだった。男性の指示通りに入力し、送信したところ、「入力番号が間違っていたり文字化けしているため、課金が必要」と言われた。初めは現金で10万円を振り込み、その後はクレジットカードで40万円を決済するようにした。しかし何度行っても入力がうまくいかなかったため、怪しく思い止めることにした。返金して欲しい。

(備考)上記の2つの事例はPIO・NETに記録された相談より抜粋。

(2) カード会社等による加盟店の調査

割賦販売法において、アクワイアラーや決済代行業者には、苦情発生時の調査義務が課せられていない、また、加盟店契約時の審査や契約後のモニタリングの義務も規定されていない。



イシューアーは販売業者等との間に直接の契約関係がなく、悪質な販売業者等について、十分な原因究明・調査等が行われていないケースがある。

【事例】ドロップショッピング商法(自分のウェブサイト上に商品を掲載し、商品の申し込みがあった場合、メーカーや卸業者から申込者へ商品を直送する販売形態)の勧誘を受け、そのために必要とされるホームページ作成等の役務提供契約を締結し、クレジットカード決済をした(分割払い)。ところが到底利益を得られる代物ではなさそうであるため、業務提供誘引販売取引のクーリング・オフの通知を事業者宛にした。ところが、イシューアーは請求を停止するといったものの「直接販売業者と話をして解決をするように」と告げるに留まった。

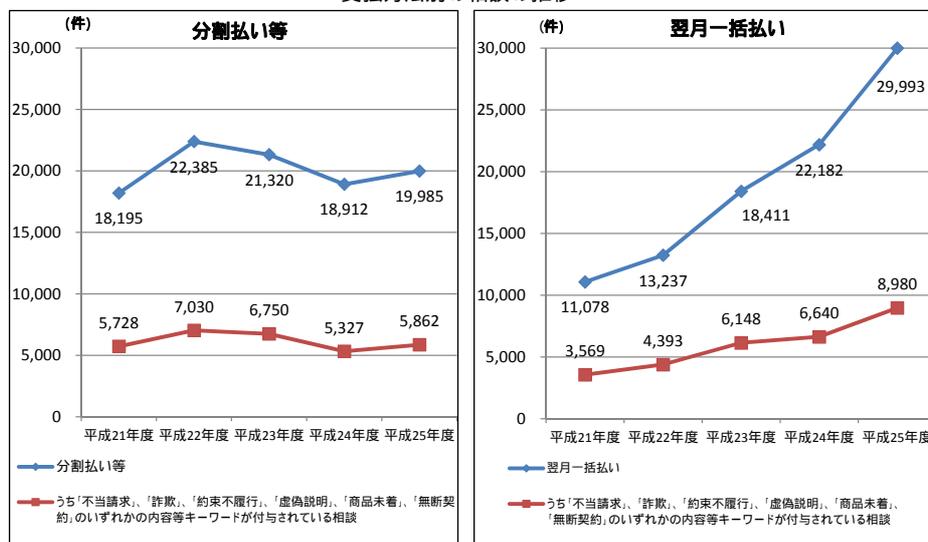
3. 翌月一括払い(マンスリークリア)の取引における被害

(1) 消費者トラブルの状況

翌月一括払い(マンスリークリア)の取引に係る消費者からの相談の件数が急増しており、平成24年度以降、分割払い等に係る相談件数を上回り、平成25年度は約3万件に上っている。

「不当請求」、「詐欺」、「約束不履行」、「虚偽説明」、「商品未着」、「無断契約」のいずれかであるものの件数は、分割払い等ではほぼ横ばいで推移しているのに対し、翌月一括払いでは急速に増加している。

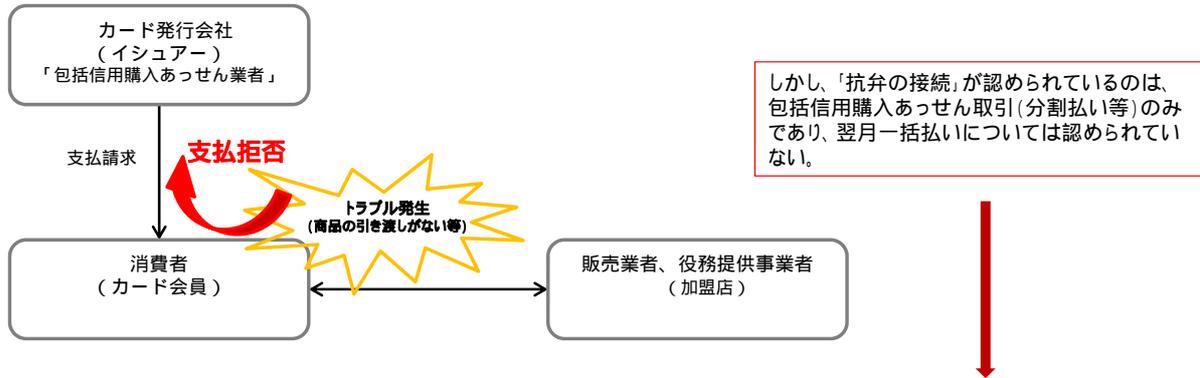
支払方法別の相談の推移



(備考) 1. PIO-NETデータにより当委員会が作成。データは平成26年7月31日受付登録分まで。
 2. 「分割払い等」とは、割賦販売法第2条第3項の「包括信用購入あっせん」をいう。平成21年度以前は「総合割賦」の件数を表示している。なお、割賦販売法の改正により、平成22年度以降の件数にはボーナス一括払いの件数を含む。
 3. 「翌月一括払い」の平成21年度以前は「翌月一括・ボーナス一括」の件数を表示している。平成22年度以降は与信期間が2か月未満の販売信用に該当する件数を表示しており、ボーナス一括払いは「分割払い等」を含む。

(2) 支払停止の抗弁制度

割賦販売法において、販売業者等からの商品の引き渡しが無い等の場合に、消費者は、販売業者等との間で生じている理由をもって、支払の請求をする包括信用購入あっせん業者に対抗すること(いわゆる「**抗弁の対抗**」又は「**抗弁の接続**」)ができる旨が定められている(分割払いにおいては支払総額が4万円以上の取引が対象)。



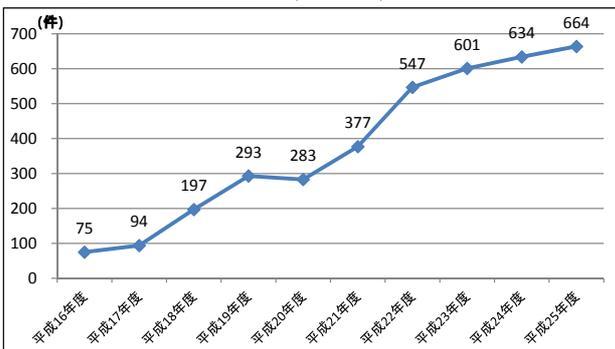
苦情発生時には、イシューアの自主的対応により一時的には支払請求を止める対応をとることがあるが、イシューアは消費者に対し、トラブル解決のものについては直接アクワイアラー、決済代行業者、販売店等と交渉するよう求め、交渉の結果、イシューアが指定した一定期間内に解決に至らないと、イシューアは請求を再開し、消費者が支払うことになる。

【事例】アダルトサイトで「18歳以上」をクリックしたら「登録」になってしまった。入会するつもりはなかったと伝えましたが、料金9万9800円を払わないと退会できないと言われた。そんな高額な料金はとても払えないという、「1万円でもよい」と言われた。クレジットカードの番号を聞かれたので、電話で伝えた。翌日ウェブ明細を確認すると、合計10万円の請求が上がっていた。請求を取り下げたが、消費生活センターにおいて交渉を重ね、カード会社から「2ヶ月請求を保留にして調査する」と言われたが、その後「海外の銀行と契約している決済代行業者であるが、連絡先は不明である。決済代行業者が請求を取り下げない限り、カード会社としては請求するしかない」と回答があった。

4. クレジットカード取引に関する消費者教育及び情報提供等

リボルビング方式による支払い(リボ払い)に関する相談件数は年々増加しているが、リボ払いに関する消費者への情報提供はあまり見られない。消費者が被害の拡大防止や回復を図る際に有用と思われる知識についての分かりやすい情報提供は、非常に少ない。

リボルビング方式による支払い(リボ払い)に関する相談件数



(備考) 1. PIO-NETデータにより当委員会作成。データは平成26年7月31日受付登録分まで。
2. リボ払いに関する相談件数は、クレジットカードのショッピング利用で、リボ払いを利用している(利用予定を含む)と分かった相談のうち、「リボ払いの手数料が高い」などの「金利・利息」「手数料」、「リボ払いについての説明が足りなかった」などの「説明不足」、支払困難に陥っている「多重債務」の相談のものを指す(複数回答)。

リボルビング方式とは、利用金額や利用件数に関わらず、毎月一定の金額を返済していく方式。リボ払いには以下のような問題点がある。

- ・リボ払いは、いくら買物をしても毎月の支払額が一定のため、支払期間が長引くと手数料がかさむ問題がある。また、手数料も年利換算で10~20%程度となっているものが多く、気づかないまま使い続けると、予期せぬ返済額に膨れ上がっていることがある。
- ・カード入会申込書時にリボ払い専用カードだと認識せずにカードを申し込み、気づかないまま使用し、毎月の支払設定額を超えた時に初めてリボ払い専用カードと気づくケースが見られる。
- ・リボ払い専用カードには、買物の際に「一括払い」と告げても、自動的にリボ払い設定になっているものや、月々の支払設定額に満たない場合でも、その残高に対して手数料がかかるものもある。

(備考) 国民生活センター公表資料「ポイントがお得！」と強調されて作ったら、リボ払い専用カードだった。(平成26年3月27日)による。

【事例】店頭で勧誘されるまま入会し、ポイント特典が受けられるクレジットカードを作った。後日、請求書を確認したら、リボルビング払い専用だと気づいた。知っていたら入会しなかった。

カード発行会社(イシューア)は、チャージバックルール(注)の条件に適合している場合であっても、簡単には申請してくれないことがあり、また、イシューアの担当者がチャージバックルールを知らないことがある。

(注)チャージバックルールとは、国際ブランド(Visa、Mastercard、JCB等)のルールであり、イシューアが、カード利用者からのクレームに対し返金を行い、当該クレームが国際ブランドが規定する事由に該当する場合、清算された資金をアクワイアラーから回収することが許されるというもの。チャージバックの理由となる事由(チャージバックリゾーン)としては、例えば、クレジットカード利用の際に署名していないこと(盗用等)、二重請求、過大請求、商品不着によるキャンセルが挙げられる。

被害実態からみた問題点

建議事項

- 加盟店の悪質な行為を原因とする被害が多い。

1 加盟店の管理の徹底に係る制度整備

経済産業省は、以下の制度整備に向けた措置を講ずること。
 (1) 加盟店契約会社(アクワイアラー)及び決済代行業者に対し、割賦販売法における義務付けを含む、加盟店の管理の実効性の向上のための措置を講ずること。
 (2) 上記のアクワイアラー及び決済代行業者について、行政への登録等を義務付け、行政調査権限を規定すること。

- 翌月一括払いの取引におけるトラブルが増している。

2 翌月一括払い(マンスリークリア)の取引における抗弁の接続等の制度整備

経済産業省は、二月払購入あっせん取引(翌月一括払い(マンスリークリア)の取引)について、包括信用購入あっせん取引と同様の抗弁の接続等の制度整備に向けた措置を講ずること。

- 消費者が被害の拡大防止や回復を図る際に有用と思われる知識についての分かりやすい情報提供が少ない。
- チャージバックルールが適切に運用されていない場合がある。
- リボルビング方式による支払いに関するトラブルが増している。

3 クレジットカード取引に関する消費者教育及び情報提供等の充実

消費者庁及び経済産業省は、以下の措置を講ずること。
 (1) 消費者庁及び経済産業省は、クレジットカードの利用に関する知識について消費者教育及び消費者への情報提供を一層積極的に推進すること。その際、消費者が被害の拡大防止や回復を図る際に有用と思われる知識について、分かりやすく周知すること。
 (2) 経済産業省は、クレジットカード業界団体に対し、チャージバックルールが適切に運用されるよう、要請すること。
 (3) 経済産業省は、カード交付時やカード利用時における利用者への書面の交付の機会等を捉え、リボルビング方式による支払いの仕組みやリスクについて、より分かりやすく消費者に情報提供するよう、カード発行会社に要請すること。

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

平成 25 年 11 月 12 日
消費者委員会

商品先物取引については、長年にわたって多くの深刻な消費者被害が発生してきたことから、契約の締結の勧誘を要請していない個人顧客に対し、商品先物業者が訪問し又は電話をかけて契約（店頭取引及び初期の投資額を超える損失が発生しない仕組みのものを除く取引所取引）の締結を勧誘することが禁止されている。金融デリバティブ取引についても同様の不招請勧誘禁止規制が導入されているが、商品先物取引と対象範囲を比較すると、取引所取引については、初期の投資額を超える損失が発生しない仕組みの取引についての扱いは同様（不招請勧誘禁止の対象外）であるが、それ以外の取引については、商品先物取引は不招請勧誘禁止の対象であるのに対し、金融デリバティブ取引は不招請勧誘禁止の対象となっていない。

現在、証券・金融、商品を横断的に一括して取り扱う総合取引所の実現のための制度整備が行われており、商品に係るデリバティブ取引を金融商品取引所において取り扱えることとされ、当該商品は「金融商品」と位置づけられることとなった。行為規制については関係省庁（金融庁、農林水産省及び経済産業省）で検討されることとされている。

当委員会としては、仮に商品先物取引における不招請勧誘禁止規制が金融デリバティブ取引に係る規制と同程度に緩和されると被害が再び増加することが予想される一方、商品先物取引に係る現状の不招請勧誘禁止規制の存続によって市場の健全な発展が阻害されるとは言えないため、不招請勧誘禁止規制を緩和すべきではないと考える¹。

以下においては、商品先物取引の不招請勧誘禁止規制の現状等及び規制が導入された経緯を振り返った上で、現状の不招請勧誘禁止規制を維持する必要性等について、当委員会の見解を述べる。関係省庁において、当委員会における意見を十分考慮の上、検討を進めることを求めるものである。

1 不招請勧誘禁止規制の現状等

現在、商品先物取引契約のうち委託者等の保護を図ることが特に必要なものとして政令で定めるものについては、契約の締結の勧誘を要請していない顧客に対し、商品先物取引業者が訪問し又は電話をかけて契約の締結を勧誘することは禁止されている（商品先物取引法第 214 条第 9 号）。そして、同法施行令において、この不招請勧誘禁止の適用対象となる、委託者等の保護を図ることが特に必要な商品先

¹ 商品先物取引における不招請勧誘禁止規制の緩和に反対する旨の意見書等が消費者委員会へ多数寄せられている。

物取引契約として、①個人を相手方とする国内商品市場取引及び外国商品市場取引に係る商品取引契約であって、当該契約に基づく取引について、発生し得る損失の額が初期の投資額を上回る可能性のあるもの、②個人を相手方とするすべての店頭商品デリバティブ取引に係る商品取引契約、が定められている（商品先物取引法施行令第30条）。

他方、金融商品取引においても不招請勧誘禁止規制があり、金融商品取引契約のうち投資者の保護を図ることが特に必要なものとして政令で定めるものについては、金融商品取引業者等が契約の締結の勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し又は電話をかけて契約の締結を勧誘することは禁止されている（金融商品取引法第38条第4号）。そして、同法施行令において、不招請勧誘禁止の適用対象となる、投資者の保護を図ることが特に必要な金融商品取引契約として、個人顧客を相手方として又は個人顧客のために行う店頭デリバティブ取引等に係る金融商品取引契約が定められている（金融商品取引法施行令第16条の4）。

商品先物取引と金融デリバティブ取引における不招請勧誘禁止の範囲を比較すると、店頭取引については、いずれにおいても不招請勧誘が禁止されているのに対し、取引所取引については、商品先物取引と金融デリバティブ取引との間に違いがみられる。すなわち、取引所取引については、初期の投資額を超える損失が発生しない仕組みの取引についての扱いは同様（不招請勧誘禁止の対象外）であるが、それ以外の取引については、商品先物取引は不招請勧誘禁止の対象であるのに対し、金融デリバティブ取引は不招請勧誘禁止の対象となっていない。

図表1 不招請勧誘禁止の対象範囲

		初期の投資額を超える損失が発生しない仕組みの取引	左記以外の取引
商品先物取引	取引所取引	—	×
	取引所外（店頭）取引	×	
金融商品取引（デリバティブ取引のみ）	取引所取引	—	
	取引所外（店頭）取引	×	

×・・・禁止の対象 —・・・禁止の対象外

金融デリバティブ取引と商品先物取引に関しては、平成24年9月6日に改正され、同年9月12日に公布された金融商品取引法において、証券・金融、商品を横断的に一括して取り扱う総合取引所の実現のための制度整備が行われている（改正法の関係部分の施行は公布後1年半以内の政令で定める日）。改正法では、商品に

係るデリバティブ取引を金融商品取引所において取り扱えることとされ、当該商品は「金融商品」と位置づけられることとなった²(改正法第2条第24項第3号の2)。

法改正に先立って平成24年2月に金融庁、農林水産省及び経済産業省が公表した「総合的な取引所検討チーム取りまとめ」においては、「行為規制等については、現在の金融商品取引法の規制を原則として適用するが、商品先物取引法における現状の規制及びその実施状況や、垣根を取り払い横断的な取引所を創設するとの基本的な考え方等も勘案して、整備する」とされた。今回の改正においては、不招請勧誘禁止に関して規定している金融商品取引法第38条第4号は改正されず、禁止の具体的な対象範囲を定めている同法施行令では個人顧客を相手方として又は個人顧客のために行う店頭デリバティブ取引等に係る金融商品取引契約のみが定められているため、総合取引所においても、商品先物取引に係る現状の不招請勧誘禁止規制が存続するためには、同法施行令を改正する必要がある。

また、総合取引所については、規制改革会議において取りまとめられた「規制改革に関する答申」(平成25年6月5日)を踏まえた「規制改革実施計画」(平成25年6月14日閣議決定)において、「行為規制については、垣根を取り払い横断的に市場環境を整備するとの基本的な考え方の下で、関係法令を整備する」とされ、関係省庁(金融庁、農林水産省及び経済産業省)で検討されることとされている³。

2 不招請勧誘禁止規制の導入の経緯

そもそも商品先物取引においては、店頭取引のみならず取引所取引においても長年にわたって多くの深刻な消費者被害が発生し、多くの裁判も行われてきた。商品先物取引におけるトラブルは、取引を望まない者を勧誘により取引に引き込み、顧客の利益を無視した取引を勧める事業者の営業姿勢に依拠するところが大きいと考えられる。

このため、平成16年の商品取引所法⁴の改正(平成17年5月施行)により、①勧誘に先立っての告知・顧客の意思確認の義務付け、②再勧誘の禁止(委託を行わない旨の意思を表示した顧客への勧誘禁止)、③迷惑な仕方での勧誘の禁止が導入された。

しかしながら、勧誘の仕方に関するこれらの措置だけではトラブルが抜本的に解消されるには至らない状況が続いていた。

² ただし、商品関連市場デリバティブ取引のみを行う市場を開設する取引所については、商品先物取引法に規定する商品取引所として、引き続き同法の規制が適用される。また、商品先物取引法に規定する店頭商品デリバティブ取引及び外国商品市場デリバティブ取引については、引き続き同法の規定が適用される。

³ 平成25年6月19日の衆議院経済産業委員会において、寺田内閣府副大臣は、「市場取引ルールについても、やはり、特に不招請勧誘のところ、これは規制改革会議でも指摘がありまして、今現在、商品取引の方はこの規制がかかっている、禁止になっている状態であります。したがって、これを金融と同様に不招請勧誘の禁止を解除して、取引所取引については行えるようにする、そのような方向で推進をしてみたいと思います。」と答弁した。

⁴ 平成21年に法律名は改正され、「商品先物取引法」となった。

このため、平成 18 年に証券取引法等が改正され、金融商品取引法が成立した際、参議院財政金融委員会において、商品先物取引について、今後のトラブルが解消していかない場合には、不招請勧誘禁止の導入について検討する旨が決議された⁵。

平成 21 年には、商品デリバティブ取引については、不意打ち性を帯びた勧誘や執拗な勧誘により、顧客が本来の意図に反して取引を行い被害が発生するというトラブルが多く報告されているという実態を考慮し、適合性の原則の遵守がおよそ期待できず、利用者被害の発生や拡大を未然に防ぐという観点から、不招請勧誘の禁止が商品先物取引法に導入された⁶（平成 23 年 1 月施行。商品取引所法は商品先物取引法へ名称変更）。

その際の国会における審議において、二階経済産業大臣より、「一般個人を相手方とする取引については、初めの投資金額以上の損失を防ぐ仕組みとなっている取引以外のものを不招請勧誘禁止の対象とする方針であります。」との答弁（衆議院経済産業委員会 平成 21 年 6 月 12 日）が行われ、不招請勧誘禁止規制の対象範囲として、取引所取引も含む現行の範囲が定められた。

また、「今回の不招請勧誘の禁止の導入により、一般個人を相手方とする被害は抜本的に解消していくものと考えております。しかしながら、その後も被害が相変わらず解消しない、後を絶たないという場合には、一般個人を相手方とする商品先物取引全般について、不招請勧誘の禁止の対象としたいと考えております。」との答弁（衆議院経済産業委員会 平成 21 年 6 月 12 日）、さらに「被害が解消しないかどうかについて、被害の発生が限りなくゼロに近づきつつあるか否かによって判断したいと思います。」との答弁（参議院経済産業委員会 平成 21 年 7 月 2 日）が行われた。

3 不招請勧誘禁止規制の導入後の被害の動向及び規制の対象範囲の維持の必要性

平成 24 年 2 月から 6 月にかけて開催された産業構造審議会商品先物取引分科会においては、商品市場の制度のあり方について審議が行われ、その結果、取りまとめられた「産業構造審議会商品先物取引分科会報告書」（平成 24 年 8 月 21 日）では、「商品先物取引に係る苦情等の件数は着実に減少しており、不招請勧誘の禁止を含めた勧誘規制に関する累次の法律改正や、関係者の法令遵守の取り組みが一定の効果をあげていると考えられる。

不招請勧誘の禁止の規定は施行後 1 年半しか経っておらず、これまでの相談・被

⁵ 平成 18 年の証券取引法等の一部改正審議時の参議院財政金融委員会の附帯決議（平成 18 年 6 月 7 日）

「商品先物取引等については、改正後の商品取引所法の執行に鋭意努めることはもちろんのこと、委員会における指摘を誠実に受け止め、商品先物取引はレバレッジ効果を有するリスクの高い商品であることを踏まえ、一般委託者とのトラブルが解消するよう委託者保護に全力を尽くしていくこと。今後のトラブルが解消していかない場合には、不招請勧誘の禁止の導入について検討すること。」

⁶ また、商品取引員の許可制度を、国内市場取引に係る行為のみならず、外国商品市場取引及び店頭取引に係る行為を加えた商品先物取引業を行う者に適用することとされた。

害件数の減少と不招請勧誘の禁止措置との関係を見極めることは難しいため、引き続き相談・被害の実態を見守りつつできる限りの効果分析を試みていくべきである。

その上で、将来において、不招請勧誘の禁止対象の見直しを検討する前提として、実態として消費者・委託者保護の徹底が定着したと見られ、不招請勧誘の禁止以外の規制措置により再び被害が拡大する可能性が少ないと考えられるなどの状況を見極めることが適当である。

なお、不招請勧誘の禁止についてはその導入時に、施行後1年以内を目途に規制の効果及び被害の実態等を踏まえ必要に応じて政令指定の対象を見直し、一般個人を相手方とする取引全てに拡大する旨の附帯決議が衆参両院でなされた⁷ところであるが、現時点においては、こうした拡大が必要な状況にはないと考えられ、引き続き、規制の効果と被害の実態を検証していくべきである。」

と述べられている。

平成23年1月の不招請勧誘禁止規制の導入以降の商品先物取引に関する相談件数をみると、平成23年度以降、減少傾向にあり（図表2参照）、不招請勧誘禁止も含めた規制の効果がみられる。

⁷ 平成21年の商品取引所法の一部改正審議時の附帯決議

衆議院経済産業委員会（平成21年6月17日）

「施行後1年以内を目処に、規制の効果及び被害の実態等に照らして政令指定の対象等を見直すものとして、必要に応じて、時機を失することなく一般個人を相手方とする取引全てに対象範囲を拡大すること。」

参議院経済産業委員会（平成21年7月2日）

「本法施行後1年以内を目途に、規制の効果及び被害の実態等を踏まえて政令指定の対象を見直し、必要に応じて適宜適切に一般委託者を相手方とするすべての取引に対象範囲を拡大すること。」