

平成27年9月28日

日本証券業協会

消費者契約法専門調査会の中間とりまとめに関する意見について

<はじめに>

今般の消費者契約法の見直しでは、既に個別の業法(金融商品取引法等)で規定されている事項に関連するものも議論されています。議論においても、特別法である個別の業法との関係性も十分に考慮する必要があるとされており、今後、事業者団体等からのヒアリングを行い更なる検討を行っていくとのことではありますが、事業者の適切な経済活動を阻害しないかとの観点等からの検証に加え、当該業における事業者と消費者の関係における特性や、すでに整備されている当該業に係る個別の業法との関係性も整理していただきたいと考えます。

金融商品取引業は、対象となる取引の多様性や専門性に鑑み、国民経済の健全な発展及び投資者の保護に資するために金融商品取引法及び関連政省令に加え、当協会が制定する自主規制規則が幅広くかつ詳細に規定されているところです。今回の消費者契約法専門調査会の中間とりまとめにおいても主要な論点とされている、情報提供義務や勧誘規制等についても取引類型ごとにその特性及び投資者の適合性に配慮した規制が実施されています。

消費者契約法の改正により、これらの法令諸規則に対して重疊的に規制がなされた場合、金融商品取引業者にとって多大な負担を生じさせるだけでなく、その負担の一部が投資者のコストになってしまうおそれや、双方に混乱を生じさせるおそれもあるのではないかと考えます。

本書では、消費者契約法専門調査会の中間とりまとめに関する意見として、当協会の協会員の実務に影響が想定される点に絞って意見を述べさせていただきますが、上記の状況をお汲み取りいただき、今後のご検討をいただきたく存じます。

<検討をお願いしたい事項>

1. 情報提供義務について

- ・消費者契約全般に一律的に情報提供義務を課すことは、事業者負担の増加だけではなく、その負担が手数料や商品の価格に反映される等することにより、消費者側の取引コスト増加等といった消費者にとって不利益な事態も想定されることから、現行の情報提供に関する努力義務を維持した上で、個別の業法等において、必要に応じた措置が行われている場合等も勘案し、慎重に検討していただきたい。

(理由)

- ✓ 今般の改正議論において、現在、努力義務である情報提供義務について、法定化するとともに、当該義務の違反の効果として損害賠償を規定することが検討されている。
- ✓ また、中間取りまとめにおいては、『情報提供義務違反の効果として損害賠償を定めることについては、消費者契約一般に通用する情報提供義務の発生要件の在り方について、慎重に検討する必要がある。』とされている。
- ✓ 金融商品取引においては、顧客への説明義務を定めた金融商品販売法があるほか、金融商品取引法においても、契約締結前交付書面等の書面交付が規定されており、情報提供義務を果たすことが求められている。
- ✓ また、開示規制や売出し規制のように、法令で別途情報提供義務を課している取引もあり、さらにデリバティブ取引やそれに類する複雑な仕組債、店頭取扱有価証券等に対しては自主規制規則によって説明書等の交付を義務付けているものもある。
- ✓ 一方、今般の消費者契約全般において、情報提供義務を法定化することについては、各業態における具体的な基準が定められない場合には、その基準が抽象的な内容になることも想定され、事業者は幅広に解釈し、大量の情報を提供することにより、同義務を果たそうとすることも想定される。
- ✓ 実際、数年前に大幅な見直しが行われるまでは、投資信託に係る目論見書には大量の記載がなされており、かえって投資者にとってわかりにくい書面となっていた。
- ✓ その結果として、消費者にとっては大量の情報からどの情報が重要であるかの取捨選択を行う必要性が生じ、重要な情報を適切に理解することを妨げる可能性や事業者側の顧客対応コストが増加することの結果として、消費者側の取引コストが増加するといった消費者側にとって不利益になる事項も発生するのではないかと懸念する。
- ✓ また、消費者契約全般における情報提供義務の法定化に伴い、その規定の内容次第では、金融商品取引に係る情報提供義務が追加的に課され、業者側にとって過重な負担となるおそれがあることを懸念する。
- ✓ よって、本件については、現行の情報提供に関する努力義務を維持した上で、個別の業法等において、慎重に検討していただきたい。

2. 「勧誘」要件の在り方について

- ・「勧誘」概念の拡張を受け、金融商品取引に関連する規制の在り方に影響があるのではないかと危惧しており、特に「広告等」における不実告知等による消費者保護を目的とするのであれば、金商法等に規定する「広告等」の規制との整合性を確認のうえ、必要に応じてその見直しを検討することも視野に入れる等、金融商品取引業者及び投資者が混乱なく理解できる制度となるようご配慮いただきたい。
- ・また、規制の適用について、対象商品の特性や「広告等」の種別を考慮せず、全ての「広告等」に一律に重要事実を盛り込むことは困難であり、事業者の混乱を招くとともに必ずしも投資者保護に資するものとは言えないことも十分考慮に入れ、特に慎重に検討していただきたい。

(理由)

- ✓ 今般の改正の議論において、「勧誘」要件の見直しとして、不特定のものに向けた「広告等」に不実告知等があった場合にも、意思表示の取消しの規律を及ぼすことが必要であるとし、当該規制要件について議論されている。
- ✓ また、中間取りまとめにおいては、「勧誘」概念を拡張し、「広告等」を含むことができるよう「特定の取引を誘引する目的をもってする行為」に改めるとの検討の方向性が示され、適用対象となる行為の範囲については、引き続き検討することとされている。
- ✓ 「勧誘」に関しては、金融商品取引法及び日本証券業協会規則においてもその取引種別等に応じて規定されている事項でもあることから、今回の消費者契約法の「勧誘」概念の拡張を受け、当該法令諸規則の規制適用の在り方に影響があるのではないかと危惧しているところである。
- ✓ 「広告等」に関しても、金融商品取引法において記載要領等が明確に定められており、かつ日本証券業協会規則及び「広告等に関する指針」において、事前審査の義務付けや表示に当たっての留意事項が示されている。
- ✓ そのような中、専門調査会の議論において、個別の業法との関係性については、金融商品取引法第 37 条及び第 170 条等が例示され、個別の業法においても、「勧誘」概念の中に「広告等」を含む例があるとされているが、それをもって現行の各規制との齟齬が発生しないとは言いきれないと考える。
- ✓ よって、「広告等」における不実告知等があり、それにより消費者が誤認した場合の消費者保護を図ることを目的とするのであれば、「勧誘」要件の在り方として「勧誘」概念を拡大して適用するといった議論ではなく、金融商品取引法下において「広告等」の規制の在り方として検討することも視野に入れる等ご配慮いただきたい。
- ✓ また、取消しの規律を適用する対象として、不特定の者に向けた「広告等」全てを対象にするものではないと認識しているが、専門調査会の当初議論において、商品陳列のPOP等を含めた広告等も対象となるといった話もあり、適用対象となる行為の範囲によっては、事業者の負担が過大となり、適正な広告行為までが委縮することも想定され、「広告等」の特性を考慮せず、全ての「広告等」に重要事実を盛り込むことは不可能であり、事業者の混乱を招くことも考慮いただき、特に慎重に検討していただきたい。なお、金融商品取引法では TVCM や立て看板、ノベルティグッズ等、その用途や広告対象者に応じて

必要とされる表示要件が定められていることを参考としていただきたいと思います。

3. 不当勧誘行為に関するその他の類型について

- ・困惑類型に「執拗な電話勧誘」を追加することが検討されているが、電話勧誘販売は特定商取引法の規制対象であることから、中間とりまとめのとおり、特商法改正で議論していただきたい。
- ・消費者契約全般に一律的に不招請勧誘規制を課すことは、事業者の通常の営業活動に甚大な影響を与えるものであり、真に保護すべき事例の集積等を踏まえ、適用対象範囲を慎重に検討していく必要があり、個別の業法等において、慎重に検討していただきたい。
- ・合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型を新たに不当勧誘行為に規定することについて、当該規制の要件や適用範囲によっては、消費者側の権利濫用により、取引の安定性が損なわれる可能性があること、本件を事業者側が厳格に運用した場合、消費者に対して、「認知症等ではないか」といった消費者側に不快と思われる確認を行うことも想定されること等を踏まえ、本件の要件等については、特に慎重に検討していただきたい。

(理由)

(1) 困惑類型の追加

- ✓ 現行法では、困惑類型の不当勧誘行為として、不退去及び監禁の2つの行為を規定しているが、今般の改正の議論において、「執拗な電話勧誘」についても、困惑類型に追加する必要があるのではないかと議論されている。
- ✓ また、中間取りまとめにおいて、『現在、特定商取引法の見直しに関し、電話勧誘販売における勧誘に関する規制の在り方について検討されていることから、その状況等を注視しつつ、必要に応じ、検討すべきである。』とされている。
- ✓ 本件については、中間とりまとめのとおり、消費者契約法の改正としてではなく、特定商品取引の改正の中で議論していただきたい。
- ✓ 金融商品取引法では、金融商品取引業者等に不法行為等があった場合の損害賠償（損失補てん）に関する規定が整備されており、かつ金融ADR（指定紛争解決機関）の設置及び当該機関との契約の義務付けにより、投資者の保護が図られている。
- ✓ よって、今後の議論においては、損害賠償及び紛争解決の制度整備が行われている業については適用対象としない等の検討をいただきたい。

(2) 不招請勧誘

- ✓ 今般の改正の議論において、消費者契約法に不招請勧誘規制を規定することが議論されており、中間取りまとめにおいては、『現在、特定商取引法の見直しに関し、訪問販売及び電話勧誘販売における勧誘に関する規制の在り方について検討されていることから、その状況等を注視しつつ、事例の集積等を待って、必要に応じ、検討すべきである。』とされている。
- ✓ また、専門調査会の議論においては、消費者契約一般に適用される消費者契約法において不招請勧誘規制を規定することは、慎重に慎重を重ねた議論を行うべきであるとい

- った意見が多かったと認識している。
- ✓ 金融商品取引法においても、不招請勧誘規制は特にリスクが高い取引に限定されており、専門調査会での「不招請勧誘により消費者が被った損害について事業者の損害賠償義務を規定する案」や「意思表示の取消しを認める規定を設ける案」のように、損害賠償や取消しの効果を認められているものではない。
 - ✓ 消費者契約一般に適用される消費者契約法において不招請勧誘規制を定めることは、事業者の通常の営業活動に甚大な影響を与えるものであり、かつ投資者にとっても新たな投資機会を制限されることにもつながるおそれがある。その適用範囲については、真に保護すべき事例の集積等を踏まえ、慎重に検討していく必要があり、消費者契約全般で定めることは難しいものとする。
 - ✓ よって、当該規制の適用については、個別の業法等において、慎重に議論されるべきであるとする。
- (3) 合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型
- ✓ 専門調査会の議論において、高齢者等の取引については、適合性原則の考え方に留意する必要があるのではないかといった問題提起により、「合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型」について議論されているものと認識している。
 - ✓ また、中間取りまとめにおいては、当該事項の規制として、事業者が消費者の判断力の不足等を利用して不必要な契約を締結させるという事例について、一定の規制を定める方向で検討されているが、当該規制の適用範囲については明確化を図ることが必要であり、引き続き実例を踏まえて検討すべきであるとされている。
 - ✓ 日本証券業協会では、一昨年金融庁と連携し、協会員における高齢顧客への勧誘による有価証券等の販売に関するガイドラインを作成し、勧誘前から約定後に至るまでの各段階における手続き等を示したところである。
 - ✓ 事業者が消費者の判断力の不足等を不当に利用し、不必要な契約を締結することを規制する趣旨そのものに反対するものではないが、当該規制の要件や適用範囲によっては、契約後の取消しが容易になることも想定される。
 - ✓ これにより、金融商品取引業者が適合性の原則に則り適切な勧誘を行い、消費者側も納得して取引を行ったにもかかわらず、その後、損失が発生するなど消費者側に不利な状況になった際に、「経験の不足」等を理由に取引の取消しを可能とするおそれがある。これにより、投資家の自己責任原則が適切に運用されなくなるおそれがある点や、金融商品取引業者は取消しリスクを負うことを避ける為、新たに厳格な顧客基準等を策定するといった営業活動の自粛につながる点が懸念される。
 - ✓ また、本件を事業者側が厳格に運用した場合には、消費者に対して、「認知症等ではないか」、「本取引を契約できる経験はありますか」といった消費者側に不快と思われる確認を行うことも想定され、事業者側だけではなく、消費者側としての混乱も想定される。
 - ✓ よって、当該規制の要件や適用範囲によっては、そのような状況を考慮した上で、特に慎重に検討していただきたい。

以上