

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の概要

平成25年11月
消費者委員会

商品先物取引における不招請勧誘禁止規制の導入の経緯

●平成17年5月 長年にわたって多くの深刻な消費者被害がもたらされてきたことから、勧誘の仕方についての規制を導入(平成16年商品取引所法の改正)

- ・勧誘に先立っての告知・顧客の意思確認の義務付け
- ・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)
- ・迷惑な仕方での勧誘の禁止の導入

●平成18年6月 参議院財政金融委員会附帯決議
「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。」

●平成23年1月 不招請勧誘禁止規制を導入(平成21年に商品取引所法が改正され、商品先物取引法が成立)

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ため。

※不招請勧誘

契約の締結の勧誘を要請していない個人顧客に対し、事業者が訪問又は電話をかけて契約の締結を勧誘すること。

不招請勧誘禁止規制の現状等

●現行の不招請勧誘禁止規制の対象範囲
取引所取引において、商品と金融との間で違いがある。

		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	×	
金融デリバティブ取引	取引所取引	—	
	取引所外(店頭)取引	×	

×:禁止の対象 —:禁止の対象外

・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に向けて金融商品取引法が改正(平成26年3月までに施行)され、商品は「金融商品」と位置づけられることとなった。

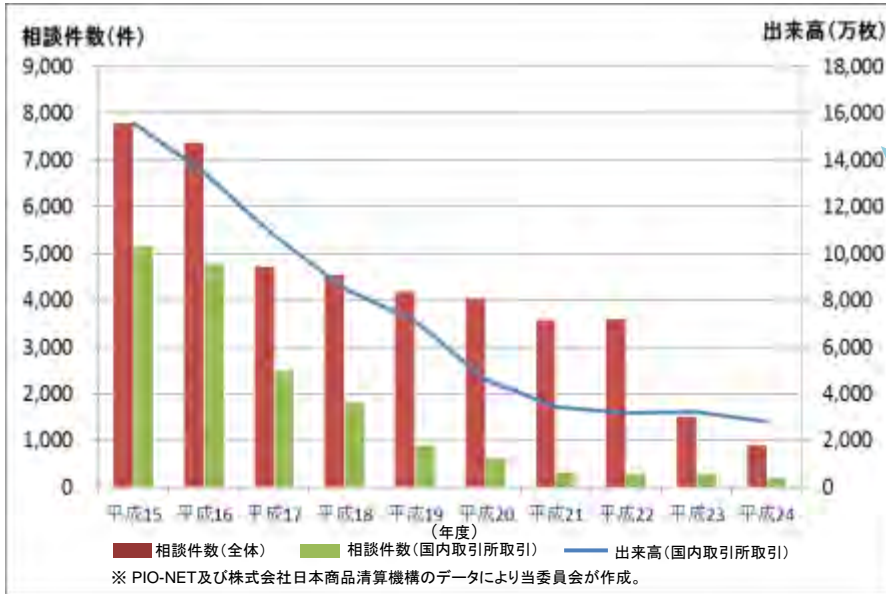
・このままでは、商品先物の取引所取引の一部(上の表の網掛部分)のうち総合取引所で行われるものについては、金融デリバティブ取引と同様に不招請勧誘禁止規制の対象外となる。

・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、禁止の範囲を定めている同法施行令を改正する必要がある。

被害の動向及び不招請勧誘禁止規制の対象範囲の維持の必要性

- 不招請勧誘禁止規制の導入(平成23年1月)以降、相談件数は減少傾向にあり、禁止規制の効果が見られる。

○ 商品先物取引に関する相談件数と出来高の推移



しかし、現在も事業者が脱法的な勧誘を行っている事例がある。このような事業者の営業姿勢が見られる限り、規制を緩和すると被害が再び増加することが予想される。

例：白金の現物の勧誘を行い、顧客に現物を届けた日に白金の先物取引の勧誘を行う。

不招請勧誘禁止の例外とされる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(いわゆる「スマートCX」の取引)の勧誘を行い、その取引を行った顧客に対して3、4日後に一般の商品先物取引の勧誘を行う。

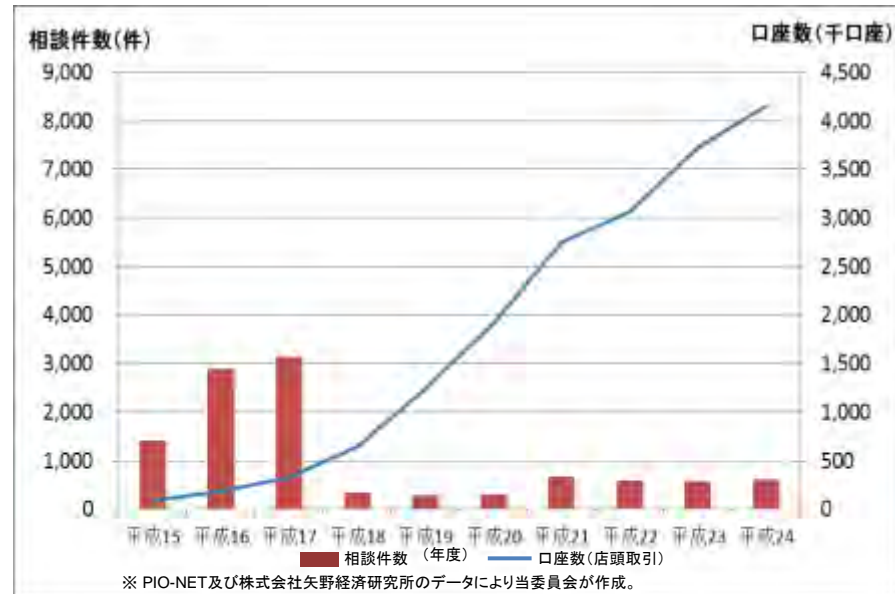
不招請勧誘禁止規制と市場の活性化との関係

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。

(1) 商品先物取引の出来高は、不招請勧誘禁止規制の導入時(平成23年1月)にはすでに下げ止まっており、以降、大きく減少していない。

(2) 金融デリバティブ取引の一種である外国為替証拠金取引(FX取引)においては、不招請勧誘禁止規制の導入(平成17年7月)以降でも、不招請勧誘禁止規制の対象である店頭取引の口座数は増加している。← 勧誘による営業活動からインターネット取引へとビジネスモデルの転換

○ 外国為替証拠金取引(FX取引)に関する相談件数と口座数の推移



商品先物取引における不招請勧誘禁止規制を緩和すべきではない