



JDR通信

平成 20 年

1 月 22 日号

www.jdr-japan.com

## 【金融商品販売時の説明義務とは？】

お客様の投資金額・経験・目的は様々です。  
難しい言葉を並べて長々と説明するのは、嫌がられます。



どこまでの内容をどのように説明すれば足りるのか・・・  
具体的な事例をもとに考えてみましょう。

### 社債買い付け勧誘における重要事項の説明義務

#### 【事件の概要】

約 30 年間、専業主婦であった X さん（原告）は平成 10 年に Y 証券会社（被告）に総合口座を開きましたが、取引のないまま口座は放置されていました。

X さんは平成 13 年に相続により約 3,000 万円を取得したため、老後資金を運用しようとする A さん（Y 従業員）に相談を持ちかけました。

A さんは、小売業大手のマルクス（仮名）無担保社債を勧誘、その際、当時の社債格付けが BBB であり、倒産の恐れはないと判断して発行主体の倒産による元本割れリスクがあることを説明しませんでした。

しかし、マルクスは買い付けから半年後、民事再生手続きを開始し、X さんは買い付け合計額 970 万円の損失を被ってしまいました。

X さんは、弁護士に相談し、金融商品販売法 3 条 1 項 2 号に定める重要事項の説明がなされていないのは明らかだとして、損害賠償を請求しました。

それに対し Y は、全顧客に金融商品一般の重要事項を記載した資料を送付し、また A が X さんと電話で話した際に、倒産リスクに言及したことがあるとして、説明義務違反がないと主張しました。

さて、このケース、原告 X の損害賠償責任は認められるのでしょうか？

金融商品販売法（特に勧誘時の説明義務）をもとに考えていきましょう。

#### 1. 適合性の原則

（金融商品取引法第 4 0 条）

利用者保護の観点から、金融取引に際し、**顧客の知識・経験・財産状況の 3 つの要素**に照らして不適当な勧誘を行ってはならないというものです。本件に関しては、X は「老後資金の運用」という目的を言及したのに対し、一般的にリスクが少ないとされる社債を勧誘したことは、原則違反ではないと考えられます。

実務的には、「顧客ノート」と言われる詳細な照会文書を作成・保管する慣行が進行しつつあるそうです。

「お持ちの資産総額は？」

「為替リスクのある商品に投資をしたことは？」

「運用の目的は生活安定資金？」

「ハイリスクでもハイリターンであればよいか？」

**顧客の知識・経験・財産・投資目的を必ず確認。**

**勧誘状況は、文書化して明確な根拠を残す。**

顧客保護はもちろんのこと、販売会社の自己防衛のためにも必要不可欠です。



JAPAN DIRECT RESEARCH



## 2、説明義務

金融商品取引法には独立した「説明義務」という用語が使われていませんが、販売会社が果たすべきいくつかの勧誘ルールを合わせて「説明義務」と称されています。特にそれを明確化しているのは**金融商品販売法**という法律です。

主に説明すべき事項とは

### リスクの所在

**取引の仕組みのうち重要な部分**（販売法第3条）

金融庁の指針では「この商品には為替リスクがありますから御承知ください」といった説明では不十分であるとされています。

**どのような状況になると、どの程度の損失が生じるか**  
**スワップ・コストなどがどのような仕組みでかかるか**  
顧客に納得してもらえらるまで説明する必要があります。

本件では、一般的な資料の送付や電話のやりとりの中での説明では義務を果たしていないと判断されるであらうと思われます。

## 3、顧客の自己責任

自己責任原則とは金融商品取引において損失を被ったとしても、投資家が自らのリスク判断でその取引を行った限りは、その損失を自ら負担するという一般的な考えをいいます。本件において

・XはAの説明を受けて容易に多額の商品を購入した

・Aも少なからず説明義務を果たした

以上から、Xも損失について相当の自己リサーチ責任を負うべきであるのです。

### 【判決】

Xの過失は7割であるとして、買い付け金額（＝損害額）の3割の損害賠償を認容した。

### 【まとめ】

#### ① 法改正で主に何が変わったのか？

証券取引法→金融商品取引法に改正されました。

##### ・金融商品の対象が拡大

以前は有価証券・債券などに限られていましたが、キャッシュ・フロー移転やリスク負担の変更がある商品を「金融商品」と包括的に定義しました。今後も範囲は拡大していくと思われます。

##### ・説明義務の対象を拡大

当初元本を上回る損失が生じる恐れがある場合にも重要事項の説明が必要となりました。（以前は、元本欠損の恐れがある商品のみが対象でした。）

#### ② 顧客の視点から

金融商品に関しての具体的な苦情内容は  
商品の仕組みなどに嘘があった（約16%）

リスクの説明がなかった（約15%）

解約に応じなかった（約15%）

苦情処理に誠意がない（約12%）

というものが上位を占めています。

（国民生活センターの調査）

規制が多くなる傾向の中で、トラブルをなくし、顧客満足度を高めるためには、鮮度の高い情報を内部管理し「生の声を生かして」最低限の説明マニュアルの作成を目指すことから始めるべきだと思います。

すべては**顧客の理解**から・・・。

### ジャパン・ダイレクト・リサーチのサービス

・顧客リサーチサービス

・その他各種マーケットリサーチサポート

ぜひ、お役立てください。

