

【優秀賞】

金融商品取引法「適合性の原則」確認サイトの構築  
～Web2.0 で広がる金融の世界～

明治大学商学部 有路 千悠  
小林 裕史  
末松 裕子  
遠矢 真央

## 金融商品取引法「適合性の原則」確認サイトの構築 ～Web2.0で広がる金融の世界～

(はじめに)

わが国では、国民の投資に対する関心の高まりとともに、投資家の知識不足につけ込んだリスク商品の販売などが大きな問題となり、投資家保護を強化する条文を含む金融商品取引法が制定され、本年 9 月末から全面施行された。この法律では、金融商品を販売する場合に「適合性の原則」からみて、ふさわしい顧客かどうかを判断することが従来以上に強く要求されることになった。この原則の中には、顧客の「金融知識」からみても販売してよいかどうかを判断すべきことになっている。しかし、実際の金融機関の窓口で個々の顧客の金融知識が「適合性の原則」からみて大丈夫かどうかを客観的に判断することは、相当困難なことと思われる。

そこで、私たちは「Web2.0」と呼ばれるインターネットの力を活用して、「適合性の原則」の知識レベルに合っているかどうかの確認テストをすることを提案する。我々の提案のポイントは、確認テストの出題を Web2.0 の「オープンソース方式」にすることによって、要求される知識レベルを一部の当局者だけでなく、広範囲な人たちの意見を取り込むためである。もちろん、全くの一般大衆ではなく、一定の専門家とするために、Web2.0 の「SNS (Social Network Service)」のメンバーに限ることとする。

### 1. 金融商品取引法における「適合性の原則」

金融商品取引法は日本経済の健全な発展と投資家を保護する観点から、2006 年 6 月に制定され、本年年 9 月に全面施行された。金融・資本市場を取り巻く環境の変化に対応し、その構造改革を促進するため、幅広い金融商品についての包括的・横断的な制度の整備を図ることなどが必要とされたからである。

制度の整備の中では、投資家保護の観点から「適合性の原則」がより強化されたことが重要である。もともと金融商品取引法の前身である証券取引法にも、証券取引に際し、顧客の知識、経験、財産状況の 3 つの要素の照らして不適当な勧誘を行ってはならないという、適合性の原則を定めていた。また、銀行法等では、適合性の原則に基づく業務が適正に行われるように、行内体制を整えるべし、と規定していた。

これまでの適合性の原則は大きく 2 つの内容に分けられる。第一は、顧客の知識、経験などに応じた説明その他健全かつ適切な業務の運営を確保するための措置を講ずる「体制整備の義務」である。もうひとつは顧客の知識、経験及

び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行ってはならないという「行為規則」としての内容である。金融商品取引法はこの行為規則としての適合性の原則を更に拡大したのである。従来の三要素(顧客の知識、経験及び財産の状況)に加えて「投資の目的」も考慮すべきものとした。

このような「適合性の原則」の判断は、金融機関の窓口で行なわれるが、金融商品を販売する際に、販売に対する客観的な基準がないために金融機関では混乱が予想されている。加えて、金融機関の判断と監督当局の判断が異なる場合に紛争を招く恐れもある。

対応策の一つとして、「適合性レター」と言われるものがある。これは、金融機関が顧客の人的・財産的状況を考慮したうえで、当該商品・取引が顧客にふさわしいものであることを簡潔・明快に説明した文書である。もっとも、先端的な金融機関では、「顧客ノート」と「質問シート」と言われる詳細な照会文書を作成、確認、保管する慣行が浸透しつつある。それが、野村総合研究所の「BESTWAY」というシステムでなされている。このシステムは、顧客の面談結果記録をデータベース化し、金融機関側から見た客観的なデータを数値化できるシステムである。こうした周到な対応は顧客保護であるとともに、販売担当者やその所属企業の自己防衛策でもある。

しかし、このシステムは金融機関側からだけの基準であり、個人投資家は自分がリスク商品を購入できるかを金融機関に照合してみないとわからない。

そこで、私たちの提案する Web2.0 を使ったサイトで、認定テストを行うことによって消費者が自分の金融知識のレベルを知ることができるようにし、「BESTWAY」と Web2.0 を使ったサイトが提供する認定テストの双方で適合性の原則に沿った金融知識の確認をできるようにするのである。

## 2.Web2.0 を使ったサイトの構築

私たちの提案の柱は、Web2.0 を使ったサイトを構築、運営することである。このサイトは、「オープンソース方式」で作ることとする。オープンソース方式とは、コンピューターソフトとその設計図(ソース)を、インターネットなどを通じ無料公開することによって、誰でも開発に参加することができるソフト開発方式である。そうした方式で作られたソフトの代表例は Linux である。このようなオープンソース方式のサイトでは、間違った書き込みや意図的なサイト荒らしに対する防御が最大の関心事である。

実際に、この問題が現実には Wikipedia 起きている。しかし、この問題に対して、おもしろい報告がある。英のネイチャー誌の実験によれば、間違った記述をしても、すべて数時間のうちに修正されたというのである。別の実験でも、

同様の結果が得られたとのことである。

このことから、間違った書き込みや意図的なサイト荒らしの問題は、運営によって防御ができるものと思われる。このように、Linux や Wikipedia の需要増加や前述の実験からわかるように Web2.0 を使ったサイトとは、信頼性が十分に確立された方式である。

また、上記のサイト荒らしなどの防御策として、サイトを SNS 方式にすることが挙げられる。SNS 方式にするとサイトに入るのに一定の垣根を作る事になり、書き込む人の知識を知る事ができ、ある程度の非匿名性を保つ事ができ、適当な書き込みやサイト荒らしができないようになっている。また、SNS サイト内で仲間の中での評価をわかるようにして、編集を加えた人の情報の信頼性を確認できるようにする事もひとつの手である。

### 3. 「適合性の原則」確認サイトの概要

次に、サイトの概要を詳しく説明することにする。私たちの提案で柱とするところは、金融商品取引法の「適合性の原則」の認定である。金融商品を購入する人に対しては、金融商品取引法の適合性の原則の確認審査サイトを提供する。

このサイトの趣旨は、金融商品取引法の「適合性の原則」に照らして、金融商品を発売、購入する場合に、金融機関、購入者に利用してもらう為のサイトである。

#### (1)利用者、具体的運営方法

このサイトの利用者は、金融商品を購入する消費者が使用し、また金融機関も消費者が購入資格を有しているかを確認する際に利用する。

確認テストから資格証明書を取得するまでの手順は図表 1、2 のようになる。これを説明すると、まず、確認テストは、金融機関窓口で行なわれる。仮に、Web 上で行なった場合、不正をする人が出てくるからである。しかし、模擬テストに関しては、Web 上で行なえるようにする。また、確認テストの形式については、TOEFL のような形式をとることにし、何点以上で何級、などの条件をつける。それにもとづいて、個人が購入する事ができる金融商品を限定する。また、コンピュータが答案者の実力に合った問題を選んで出題する（これは「Computer Based Training」と呼ばれる）ことによって、人間が問題を作成する手間を省くことができる。出題問題もオープンソース方式にし、インターネットユーザーが作成したものを使う。テスト後に、資格証明書を発行する。

## (2) サイトの内容

「適合性の原則」確認テストがこのサイトの内容である。前述の通り、金融商品取引法において、「適合性の原則」が強化されたため、金融商品を購入、また販売する際に利用してもらうというのが、このサイトの目的である。

## (3) サイトの書き込み人

SNS サイトに入れる人の基準については、ある程度知識のある人に限定する。その知識レベルは SNS サイトに入っている仲間同士のチェックによって決定する。この方式は、Linux の開発と似ている。Linux の開発のように、参加者はハンドルネームを決め、ある程度個人を特定できるようにしておく必要がある。サイト利用者は登録時に ID を取得し、それによって個人を特定するため、金融機関の窓口でテストを受ける際に、ID を打ち込むことで簡単に個人認証が出来、その後テストを受ける。また、ID で個人特定されるため、悪質な書き込みを防止することが出来る。また、オープンソース方式に対しては、懐疑的になりがちだが、Linux や Wikipedia の例からわかるように、信頼性を有する方式である。

## (4) サイトの管理者、権限

管理人は公的機関、われわれの想定では金融庁とする。確認テストを行い、資格証明書を発行するというサイトの性格上、民間の機関をサイトの管理人とすると、証明の信頼性に欠けると考えたからである。また、管理人に与える権限は、証明書の発行を主とし、教材の基礎の作成、いわゆるサイト荒らしの防衛などが挙げられる。

## (5) 管理費用

管理費用はバナー広告から捻出する。オープンソース方式にすることにより、開発費があまりかからないので、バナー広告だけでサイトの運営は可能であると考えられる。サイトの利用者は金融に何らかの関心を持つ者だけであり、広告のターゲットを特定することが出来るため、よりピンポイントに広告効果を与えられると考えられる。金融機関の広告などはより高い広告効果が期待出来る。

## (6) サイトの利点

サイトの利点としては、①監督当局の一方的な判断ではなく、機関投資家や銀行員などの専門家（いわゆる「プロ」）と、一定以上の知識を持った一般投

資家の人たちの判断による審査となるので、客観性を持つ審査をする事ができる。②Web上で、模擬テストを行う事ができるので、自分の金融知識を手軽に確認することができる。③金融機関にとっても「適合性の原則」を簡単かつ客観的に確認できる。

（おわりに）

今回、私達が提案したのはWeb2.0を使用した、金融商品取引法の「適合性の原則」の知識レベルの認定である。これにより、金融機関側、そして金融商品の購入者側からも確認できるため、金融商品取引法に則った判断がより適切にできるようになるものと思われる。

ただ、このサイトの運営にはいくつかの問題点がある。①このサイトの「適合性の原則」の確認テストを金融機関が認めるのか、②未成年の使用を認めるのか、③このサイトで学習することで金融商品のリスクを知り、「貯蓄から投資へ」の流れが止まってしまうのではないかと、などがあげられる。

①に関しては、国が認める組織が全面的に監修し、②に関しては、未成年には保護者の許可を求めるなどの条件を付加する。③に関しては、金融資産運用について学習することで確かにリスクを嫌い、投資を躊躇し、結果として運用を阻止してしまうことも考えられるが、消費者が被害を受けるよりは良いのではないかと考える。

このように、様々な問題点はあるが、今後このサイトを発展させることで、金融教育の拡大や利用者の増加、金融機関の金融商品取引法の施行に伴う消費者への「購入目的考慮の追加」、「説明義務事項の追加」などに関してそれぞれゼロからではなく、そのレベルの知識を持った消費者が増えるので金融機関の負担も減るといえ、消費者・金融機関・国とそれぞれに利点を持ったものだといえる。

図表 1 (サイト登録～金融商品購入までの流れ)

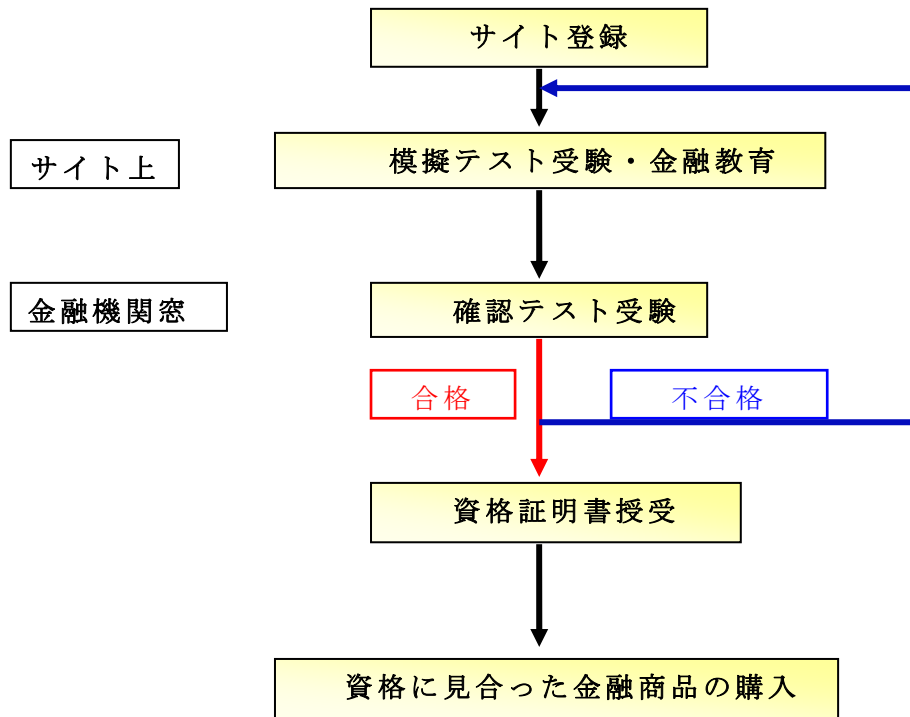
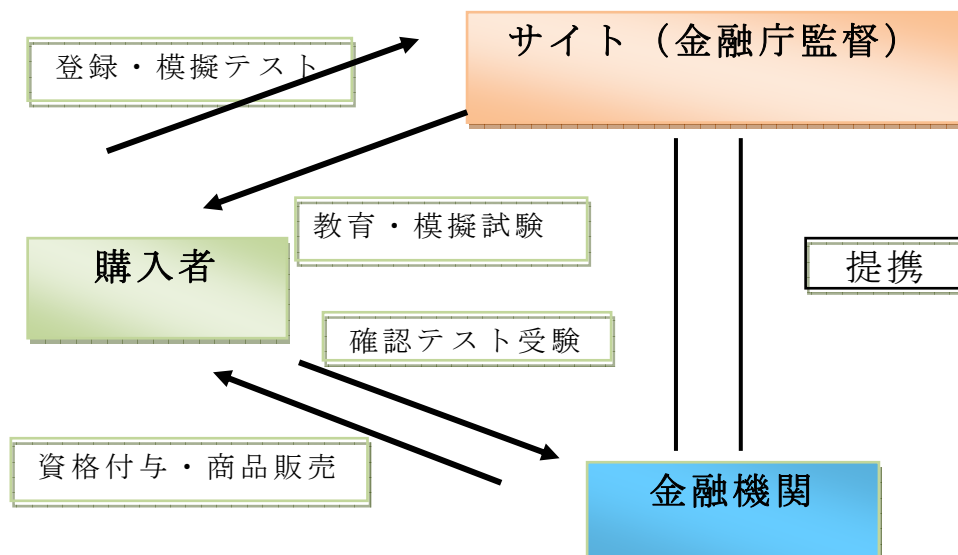


図 2 (購入者、金融機関、サイトの関連図)



○参考文献・参考資料・参考ホームページ

- 実務に使える！ 金融商品取引法の重要ポイント 54 川村雄介+チーム金融スタディ ダイヤモンド社 2006 年 8 月
- 金融商品取引法 Q&A 川村正幸監修 本田広和/服部誠編著 銀行研修社 平成 18 年 9 月
- 新・金融商品取引法ハンドブック 消費者の立場から見た金商法・金販法と関連法の解説 上田敏郎・石戸谷豊・桜井健夫著 日本評論社 2006 年 11 月
- ウェブ進化論ー本当の大変化はこれから始まる 梅田望夫 筑摩書房 2006 年 2 月
- Wikipedia <http://ja.wikipedia.org/wiki/>
- IT 用語辞典 e-Words <http://e-words.jp/>
- 知るぽると <http://www.shiruporuto.jp/>
- Man@bow <http://manabow.com/index.html>
- 金融庁 <http://www.fsa.go.jp/>
- 農林中金総合研究所 <http://www.nochuri.co.jp/>
- 日本銀行 <http://www.boj.or.jp/>
- FSA Money made clear <http://www.moneymadeclear.fsa.gov.uk/>
- ガートナージャパン <http://www.gartner.co.jp/>