私の意見

改正商取法について

明治物産社長　鈴木　敏夫

「再勧誘の禁止」に問題あり

能動的営業方法を問われる

来年5月施行予定の改正商取法においては分離保管強化策として、取引証拠金はすべて取引所に預託、過剰預託分も銀行預託は廃止されたが指定信託、銀行保証、協会預託にて完全分離保管される。銀行預託が廃止されたことで取引員の手元で管理できる証拠金がなくなる訳だが、預けてある証拠金で場勘がスムーズに決済されるシステムが完成されれば問題はないように思う。

追証の徴収方法、T＋1による影響なども考えなくてはならないが、証拠金を厚めに設定するなりして、顧客に対する立替金を減らすなどの工夫が必要になる。アウトハウス型クリアリングハウスについても、当初は全受託会員がクリアリングメンバーになれるよう先物協会でも両主務省に対し要望しているが、いずれはクリアリングメンバー、ノンクリアリングメンバーのすみ分けが行われる可能性もあると感じている。尚一層の財務内容の強化が不可欠になる。

また、今回の改正商取法においては「適合性原則」「説明義務」「不当勧誘」など特に勧誘段階での行為規制が格段と強化されている。今後、委託者保護ガイドラインで規制が具体化してくると思うが、「適合性原則」に関しては年齢、収入の制限や習熟期間中の委託者に対する建玉制限などが数値で示されることになる。既に各社で独自に「受託業務管理規則」に基づき、顧客審査は厳しく行っているので対応は可能であろう。次の「説明義務」に関しては現在でも顧客に「口座設定申込書」を書いて頂く前に「商品先物取引――委託のガイド」等で営業マンが取引の仕組み、リスク等を十二分に説明している上に、管理部からも再度顧客に対し確認を取るなどしているので、ガイドラインで更に詳細に決められたとしてもこちらも対応は可能であろう。

最後に「不当勧誘」に関してだが、勧誘に先立って商品先物取引の勧誘の旨を告げる「告知の義務」や「社会通念上、迷惑であると考えられる時間、場所、方法による勧誘の禁止」は当然守らなければならないことであるし、既に守られていると思う。しかし「再勧誘の禁止」には問題があるように思う。これは顧客が取引をしない旨及び勧誘を受けることを希望しない旨の意思を表示した場合は再度勧誘してはならないということらしいが、簡単に良い、悪いを判断できることではない。当社は建物の1階入口に受付がなく、2階の総務部が受付を兼務していることもあり、日中に総務部にはOA機器、不動産、リクルート関連等々、それこそ様々な業種の営業マンがひっきりなしにやって来る。その都度、女子社員が丁重にお断りしているようだが2度、3度とやって来る営業マンが大半である。あまりにもしつこいようだと上司が出て断っているようであるが。例が適当でないかもしれないが、同様に当業界においても営業方法はテレコールと飛び込み主体の能動的な人海戦術が大半であると認識している。「営業は断られてから始まる」とよく言われる。顧客側がその営業マンを「しつこくて迷惑」と感じるか、逆に「熱心」と感じてもらえるかが良い、悪いの判断のポイントであって、法律に「再勧誘の禁止」とあるから一度断られたら再度の勧誘を禁止するというのであれば、従来の営業方法では経営そのものが立ち行かなくなる可能性すらあるように思う。是非とも委託者保護ガイドラインの策定においては当業界の現状を十分に斟酌して頂きたく思う。

商品先物50年総括の新刊相次ぐ

商品先物業界の戦後50年を総括する新刊書、為田俊明編著『日本の商品取引所』と木原大輔著『先物五十年の風雲』が相次いで出版された。

為田氏は元関門商品取引所常務理事。『日本の商品取引所』は、戦後を10年ごとに6章に分け、第1章の戦後経済の復興と商品取引所の歩みからスタート、高度成長期、大衆参加時代、不透明時代、国際化時代の先物市場と五十年の歴史をひもとき、第6章では21世紀の同市場を展望する約330ページの力作。執筆者には、取引所や業界団体などの元幹部がずらり。資料として商品先物市場年表とグラビアで7商品取引所と上場商品も掲載されている。

一方、木原氏の『先物五十年の風雲』は、第1章第1節の「商品先物業界の誕生と乱脈へ至る道」から10章の「つづく平成16年の商取法改正」まで約200ページで構成される。現在、商品先物取引の主力商品に成長した金上場関係では、5章の「東京金取引所設立」から7章の「金上場を契機に商取行政の大転換」までスペースを割いている。商品先物取引の苦難の裏面史的な出来事が多く書かれている。

証言・戦後先物史

東砂・最後の理事長（中）

東京穀物商品取引所　相談役　矢田　幸次郎

大衆筋参加で粗糖盛り上がる

――昭和59年から、生産能力の削減、市況対策、行政指導などによって精糖相場は管理相場の傾向を強め、先物市場も商い閑散状態が続く一方で、粗糖の商いが盛り上がってきました。

矢田　バラ積み本船渡しの粗糖取引が、従来の「袋詰め倉庫渡し」に代わってスタートしたのは昭和49年8月のことです。それまでに商社、メーカー、取引員、取引所が一体となっての検討・研究に約4カ年を要しました。

その努力が10年目にして実ってきたということでしょうか。折から海外粗糖相場が「土より安い」と超安値水準にあり、これが過去の大相場を連想させ、商いが盛り上がる背景になりました。素人の金持（大衆投機筋）が次から次に買い方として登場してきました。商社筋、取引員の売りに対し、買い方は大衆投機筋という構図は変わらず、買い方の中心の投機筋がよく交替しました。そうした中で個人投資家の人気も盛り上がりました。

――昭和62年3月3日、東京粗糖の出来高は初めて3万枚の大台に乗り、63年7月4日には10万枚を突破、平成2年3月16日には12万9,000枚を記録しました。

矢田　取引所にとって精糖の地盤沈下をかろうじて粗糖取引で支えた形です。大手商社による大量受け渡しが昭和58年後半から続き、平成3年まで月間、年間の受渡量は増える一方で、精糖会社筋は、海外より割安になると海外買付を減らして現受けに出動していました。こうした中で受渡事故も発生しました。

また、お互いの内情がよく分かっている大手商社も、それにのった問屋も一緒になって大損した例もありました。「柳の下にいつもドジョウはいない」という喩（たとえ）にあてはまる例をたくさんみました。

――砂糖業界が設備削減だ、市況対策だと努力している間に、甘味シェアが大きく変化しました。

矢田　異性化糖、輸入加糖調整品（ココア、コーヒーの各調整品、加糖あんなど）に侵食されて、設備削減だけでは追いつかない状況になりました。砂糖特約店経営も適正口銭確保のための合理化、流通改善を迫られました。

昭和40年に63社あった特約店は今では雑穀・米販売店との兼業を入れて15社ほどに減っています。

また、取引所は現物にあまり関心がなく、メーカーは相場変動を敬遠して取引所が嫌い――というちぐはぐな状態がすっかり定着してしまいました。今後の砂糖先物市場の立て直しにとって難しいことが数多くあります。

▲バラ積み粗糖の荷揚げ