

情報通信技術の発展に伴う金融取引仲介者の役割の変容と金融監督法のあり方

代表研究者 船津浩司 同志社大学 法学部 教授

1 はじめに

情報技術の発展によって、金融の分野でも、いわゆる FinTech と呼ばれる動きが進展しさまざまな新しいサービスが提供されるようになってきている。

情報技術の進展は、金融商品の購入者や金融サービスの利用者（以下、「顧客」あるいは「ユーザ」という）が、その金融商品・金融サービス（以下、単に「サービス等」という）へのアクセスすることを容易にする（簡単に購入する機会を与えられる）ことから、顧客の側のニーズとして、サービス等の購入への関心が喚起されてから購入が完結するまでの間のリードタイムの短縮のニーズが高まっているように思われる。そして、そのようなニーズの高まりは、サービス等のいわゆるワンストップ提供のニーズへと転化しているようである。すなわち、複数のサービス等に対する購入意欲を、一箇所で満たすこと、オンラインサービスに即して言い換えるならば、一つのサイトを通じて複数のサービス等を購入できることが、顧客利便にとって極めて重要であると言える（金融制度スタディグループ・「決済」法制及び金融サービス仲介法制に係る制度整備についての報告「基本的な考え方」21頁）。

もっとも、これはあくまでサービス等を「買う」顧客側のニーズに過ぎない。これに対して、「売る」側には先のような顧客側のニーズに応え切れない事情がある。「売る」側のうちでも、いわばサービス等の提供者に当たる銀行業・保険業・証券業を営む者（以下、「金融業者」という）にはいわゆる業務範囲の問題があるのに加えて、金融業者と顧客の間に立ち、しかも顧客に対する「売る」ことについての直接の窓口となりうる業者（以下、「中間的業者」という）にも、各種業法が定める規制が存在しているからである。

本稿は、近時の情報技術の発展に伴って、金融の分野における中間的業者の役割はどのような変容が想定され、それによって金融監督法の規律はどのように変えていくべきかについての、基本的な考え方を整理することを目的とする。まず、2では、現行法下での中間的業者の規制はどのようなものであるかを、決済の分野の中間的業者の一つである銀行代理業を例に概観したうえで、主として中間的業者と顧客とが現実的に直接対面することを前提とした現行法の中間的業者規制の特徴を分析する。そのうえで、3では、現行法の前提である、現実的に直接対面することを前提とした金融分野の中間的業者の活動態様が、情報技術の発展に伴いどのように変化していくと考えられるのかを踏まえて、金融監督法の規律を変化させる上での留意点を述べる。4はまとめである。

2 中間的業者規制の現状

本章では、銀行代理業を例に、現行法における中間的業者の規制枠組みの特徴を明らかにする。

2-1 現行法下での銀行代理業規制

（1）銀行代理業の定義

銀行代理業とは、銀行のために、銀行固有業務に該当する行為（①預金等の受入れ、資金の貸付け・手形割引、③為替取引）を内容とする契約の締結の代理または媒介を行う営業と定義されている（銀行法2条14号）。

ここで、銀行固有業務の「代理」とは、顧客に対して、銀行にかかわって銀行業務を行い、その法律効果のすべて直接に銀行に帰属させる業務であるとされ（小山・531頁）、また、銀行代理業における「媒介」行為は、銀行のために継続的に銀行業務、たとえば貸付業務を成り立たせるように尽力して銀行から手数料を得る業務であるとされる（小山・532頁）。

ここで注意すべきであるのは、銀行法においては、媒介はあくまでも銀行のための行為であり、顧客のために行うのであれば媒介には含まれない（したがって許可も要しない）とされている（小山・533頁）点である。

(2) 参入規制

銀行代理業制度では、一般の個人や事業会社も参入可能とする一方で、不適格な者の参入を抑止するため、許可制がとられている（銀行法 52 条の 36 第 1 項）（池田＝中島監修・437 頁）。許可の判断に際し、内閣総理大臣は、①銀行代理業を遂行するために必要とみられる財産的基礎を有する者であること、②人的構成等に照らして、銀行代理業を的確、公正かつ効率的に遂行するために必要な能力を有し、かつ、十分な社会的信用を有する者であること、③他の業務を営むことによりその銀行代理業を適正かつ確実に営むことに支障を及ぼすおそれがあると認められない者であること、等を審査する（銀行法 52 条の 38）。

特に財産的基盤に関しては、許可申請者の純資産額が、法人の場合は 500 万円以上、個人の場合は 300 万円以上であること（銀行法施行規則 34 条の 36 第 1 項 1 号・2 号）等とし、また、銀行代理業開始後 3 事業年度を通じて、当該財産的基礎の基準を維持できると見込まれることとしている（銀行法施行規則 34 条の 37 第 2 号）。これは、銀行代理業者が行った行為の効果は所属銀行（委託元の銀行）に属し、銀行代理業者自体は預金債務等を負うことがない（2-1(4)参照）ため、銀行に求められるような高度な財産的基礎を求める必要はない反面、銀行代理業に係る顧客から交付を受けた金銭等の費消・流用の防止等の適切な業務運営の確保、安定的・継続的サービスの提供を確保する観点から、最低限必要な財産的基礎として求められているものであると説明されている（池田＝中島監修・439 頁）。

(3) 業務運営中の行為規制

業務運営中の行為規制として、兼業の承認を受ける義務（銀行法 52 条の 42、銀行法施行規則 34 条の 41）、顧客から金銭等を預かった場合の分別管理義務（銀行法 52 条の 43、銀行法施行規則 34 条の 42）、顧客に対する説明義務（銀行法 52 条の 44、銀行法施行規則 34 条の 43～34 条の 49）および利益相反行為禁止（銀行法 52 条の 45、銀行法施行規則 34 条の 50～34 条の 53）等の規制が課されている。

(4) 所属銀行制

委託元の銀行（所属銀行）は、銀行代理業者の指導等の義務を負う（銀行法 52 条の 58 第 1 項）とともに、当該銀行代理業者が顧客に与えた損害の賠償責任を負うことが明確化されている（銀行法 52 条の 59 第 1 項）。これは、銀行代理業者は所属銀行の商標を表に出して営業を行うことから、外形上、顧客から見れば銀行代理業者の店舗は概ね所属銀行の店舗として認識すること、銀行代理業者の行為は直接所属銀行に及ぶことから、所属銀行にとって代理業者は自らの分身としての意味を持つことによると説明されている（小山・536 頁）。

2-2 中間的業者規制の特徴

(1) 4つの振り分け軸

2-1 で述べたような現行法の中間的業者の規律内容は、以下の 4 つの要素を軸として規律内容を振り分けることができると考えられる。すなわち、A. 中間的業者の行為に着目した規律の振り分け、B. 中間的業者が実際に果たしている機能に着目した規律の振り分け、C. 中間的業者が直面するインセンティブに着目した規律の振り分け、D. 中間的業者の関与によって生じるリスクに着目した規律の振り分け、である。

そのままでは叙述が抽象的であるので、以下、2-1 で説明した銀行代理業を例に敷衍する。

まず、A. は、特定の行為態様を定義した上で、中間的業者がその行為態様に合致する行為を行っているか否かによって規律態様を振り分けるという考え方である。具体的には、中間的業者が「代理」や「媒介」という定義された行為に合致する行為を行っているか否かに応じて、金融監督の対象とするか否かが変わるといふ点（2-1(1)参照）にこれを見いだすことができる。

B. は、顧客から見て中間的業者が果たしている機能に着目した振り分け方法である。より具体的には、顧客が銀行と取引したのと同様の地位に立つよう、委託先銀行が銀行代理業者の顧客に対する損害賠償責任を肩代わりしたり、銀行と同等のサービスの質を確保するように指導すべきとする規制（2-1(4)参照）は、中間的業者が委託先銀行の窓口として機能している以上、顧客のそのような信頼を保護するような制度を組むべきであるという、機能に着目した規律であると考えられる。

C. は、中間的業者がどこから与えられるどのようなインセンティブによって突き動かされているかに着目した規律である。具体的には、銀行からの手数料の受領という動機付けに着目して、銀行からそのよう

な経済的インセンティブを受ける形での媒介にのみ銀行代理業として金融規制をかける、という考え方(2-1(1)参照)がこれに当たる。

D.は、金融業者と顧客とが直接取引する形態と比較して、その間に中間的業者が介在することによって増大するリスクに着目した規律を設けるという考え方である。具体的には、銀行とは資本関係のない銀行代理業者が介在することによってそこに資金が一定規模以上滞留する可能性がある以上、銀行代理業者の信用リスクに晒されることになるのであるから滞留資金が保全されるような財産的基盤を確立していなければならない(2-1(2)参照)、また、顧客資産の分別管理もしなければならない(2-1(3)参照)といった考え方である。

(2) 代理の場合の4軸の(概ね)一致

もちろん、2-2(1)で述べた4つの振り分け軸は、相互に密接に関連しうる。とりわけ、銀行代理業者が行う銀行業務の「代理」という行為に着目した場合、銀行代理業者の行為が銀行に帰属するという「代理」行為の性質による振り分け(A軸)の結果、代理という行為をするに際して銀行代理業者は銀行に代わって顧客と対峙し最終的な契約締結にまで導く存在であるから、顧客側が直接銀行と取引しているのと同等の対応を受けられるという信頼を保護する必要があるという考え方に通じている(B軸)し、銀行代理業者がなぜそのような機能を引き受けているかといえば、銀行から代理人として手数料収入等が得られるという経済的なインセンティブがある(C軸)からである。そして、Bの振り分け軸から、あたかも銀行と直接取引をしているのと同様の保護として、銀行に損害賠償責任を負わせる必要があるのも、中間的業者すなわち銀行代理業者の介在の結果として、銀行代理業者の信用リスクがつけ加わることになる(D軸)からであると整理することができるであろう。

以上のように、少なくとも「代理」という行為態様に関しては、法的定義と実際に果たす機能とインセンティブ構造、そして中間的業者が介在することへの対応という4つの振り分け軸のどれを用いたとしても、規律範囲や内容に不整合は生じないと考えられる。

(3) 媒介の場合の4軸の不整合あるいは混線状態

他方で、中間的業者の規律メルクマールとして、「媒介」の行為態様も含まれることが多い(銀行法2条14号、保険業法2条21項・25項、金融商品取引法2条11項1号・2号・4号)。

しかしながら、まず、そもそも一般的にどのような活動態様が「媒介」に該当するのかは必ずしも明らかではなく、A軸での規律の振り分け自体が成立し難い(大澤ほか・80頁〔落合発言〕、保険につき、細田・353頁)。私法(商法)上、「媒介」とは、他人の間に立って、両者を当事者とする法律行為の成立に尽力する事実行為をいう(江頭・229頁)とされるが、この定義によっても、どの程度尽力すれば「媒介」に該当するのか、どのような行為をすれば媒介に該当するのかは明らかではない。もっとも、金融規制法のあり方という観点からは、「媒介」の私法上の意義はともかく、金融規制法上の「媒介」概念を独自に定立し、それに基づいて規律範囲や規律内容を確認すればよいとも考えられる。しかしながら、そうであるならば、特定の目的のために、どのような行為を捕捉すべきかという、帰納的なアプローチを取らざるを得ないであろうし、その目的は何であるべきかという機能的な検討が先行することになるであろう。

他方で、中間的業者の果たす機能に着目しても(B軸)、そもそも私法上、媒介を行う者(仲立人)がどのような機能を果たしているのか、という点は必ずしも明らかではない。需要者(顧客)と供給者(金融業者)との間に立ってその間の契約の成立を促進するというのが一応の答えとなろうが、当事者(需要者と供給者)とのそれぞれの視点から見て、媒介を行う者の果たしている役割には様々なグラデーションがあり得る。仲立人は誰のために活動しているのか、より具体的には、委託者のみのためにしか活動できないのか、委託者と取引相手方との双方のために活動することが許されるのかは、必ずしも明らかではないと言われており(洲崎・427頁参照)、したがって、とりわけ顧客から見て中間的業者が果たす機能・役割自体も考え方によっては無限定となる可能性もある。なお、この点は、誰から報酬を受けることができるのか、というCの振り分け軸が明確に定まらない点にも関係してくることになる。

他方、金融監督実務においては、「顧客のために」預金等の受入れ等を内容とする契約の媒介を行う場合は銀行代理業規制の対象外とされており、そこでの「顧客のために」とは、顧客からの要請を受けて、顧客の利便のために、顧客の側に立って助力することをいうとされている(主要行等向けの総合的な監督指針(以下「主要行監督指針」という)Ⅷ-3-2-1-1(3))。このことから、主として金融会社側から与えら

れたインセンティブという点を重視したC軸による規制対象の振り分けを行っていると考えられるものの、金融会社側からも顧客側からも手数料収入を収受する場合も規律対象に含まれ、そのような業態はまさに独立した中間的業者のあり方そのものであるとも評価しうることからすれば、顧客側が提供するインセンティブの影響をあまり考慮していないように見える規律の当否が問われるように思われる。

さらに複雑な状況を呈するのは、保険仲立人である。保険仲立人は、「顧客のために」保険契約の媒介を行う者であるが、実務的には、顧客からではなく、委託関係のない保険会社から手数料等の収入を得ている（細田・411頁）。これは、仲立人が双方当事者に対して報酬請求権を有する商法の原則が任意規定であることを利用したインセンティブスキームであるとされる。ここに至ると、法形式（A軸）とインセンティブ（C軸）とが完全に矛盾しており、そのような状況でとりわけ顧客から見て中間的業者が果たす機能（B軸）をどのように考えれば良いのかは、非常に難しい問題である。

3 活動態様の変化により生じる規律の変化の必要性

以上は、情報技術を活用した活動態様に限らない、金融分野における中間的業者の一般的規律の現状である。本章では、情報技術の発展によって、中間的業者のビジネスのあり方も変化する中で、中間的業者の規律を考える際には、特にどのような点に留意する必要があるかについて論ずる。

情報技術の発展によるビジネスのあり方の変化としては、中間的業者の活動の自動化、その活動に掛かる費用の低下、取引対象の擬似化（オンライン化）、取引当事者の多面化・多数化、中間的業者の多機能化などが考えられる。以下、これらの変化が、2-2(1)で示した4つの振り分け軸のそれぞれにどのような影響を及ぼすかを中心に分析を行う。

3-1 活動の自動化に伴う行為性の希薄化（主としてA軸）

（1）自動化と「尽力」

情報技術の発展によって、中間的業者は、たとえば、サーバにデータを置いておく（電磁的記録媒体に記録しておく）という一つのアクションだけで、多数の者に対して情報を発信し続けることができるようになる（活動費用の低下、活動の自動化）。このことは、Aの評価軸による場合、行為そのものの存在あるいはそのような行為を行う中間的業者の意思を希薄にさせる。

仮に、中間的業者の規律範囲につき、A軸に従い、「媒介」概念を「契約の成立に向けた尽力」と理解して確定することを試みたとしても、とりわけ、情報通信技術の発展に伴う「自動化」によって、追加的な費用をほぼ必要とすることなく、継続的に外部に対する働きかけが可能となった点、すなわち「尽力」に少なくともこれまでは内包されると解されていたと思われる中間的業者の「行為」性が希薄になった点をどのように捉えれば良いかという問題がある。

これは、すでに二当事者間契約が自動化されたシステムにおいてなされた場合に「意思の合致」があると言えるかという問題として議論されてきた問題であるが、契約の成立については、取引成立にとって決定的である取引当事者それぞれの行為の一つを取り出すという作業によって解決されていると通常は考えられるのに対して、「尽力」といった概念は、そのような取引成立に向けた一連の活動を総合的あるいは相対的に判断することになることから、情報技術の発展による活動の変容が大きな影響を及ぼすと考えられる。

この点に関しては、インターネットを用いた一般的な売買に関する中間的業者であるインターネットモール等の「媒介」「仲立」該当性には、より強い働きかけの要素が必要であるとする見解（飯島・63頁）がある。しかしながら、そのように言える理由は判然としない。また、中間的業者の提供するアプリがユーザの入力にデータを付加するか入力データをそのまま流すかで媒介該当性を判断するという考え方（湯川・34頁）もある。他方、消費者契約法上の「勧誘」概念に関する新たな解釈を示したサン・クロレラチラン最高裁判決（最判平成29年1月24日民集71巻1号1頁）が、消費者の不特定多数に対する働きかけもその働きかけが個別の消費者の意思形成に直接影響を与えうることから「勧誘」となりうることを示しており、インターネットを利用した事業活動一般において、契約成立に向けた活動（「尽力」）についてもそのような考え方を応用することができると思えば、尽力概念も相当緩やかに解される可能性があるように思われる。

(2) 「入力代行」スキームによる規律回避の可能性

かつて、決済の分野における中間的業者に関して、資金移動業規制の対象となることを回避するロジックとして「収納代行」というスキームが主張されてきた。送金側と受取側の間に立つ中間的業者ではなく、受取側の受取りの「代行」をしているだけだというロジックで、中間的業者規制を回避してきたのである。同様のことは、3-1(1)でも述べたように、情報技術を用いた活動は、処理の自動化に伴う行為性の希薄化を理由として、「代理」や「媒介」に該当しない「代行」として中間的業者規制の対象から外すことを目論む議論に力を与えているように見える。

この点に関しては、同様に「代行」のロジックから、従来の中間的業者（銀行代理業、保険仲立人、証券仲介業者）よりも軽い規制として電子決済等代行業者（銀行法2条17項）の規律が設けられたことから、そのような議論にも説得力があるようにも見える。しかしながら、電子決済等代行業者は、「払わなければならないお金」をどう動かすか、という点にのみ関与するのに対して、新たなサービス等の購入までを含む（＝「払うべきかどうか」自体が問われる）保険・証券・預金・ローン取引の中間的業者を同様に考えてよいかは慎重に検討する必要がある。

3-2 ネット・スマホ・アプリを利用した取引において中間的業者が果たす役割・機能（主としてB軸）

(1) ユーザーインターフェースへの依存

まず、顧客の側からみた中間的業者の機能については、多くの場合、文字通りの「見た目」の印象から金融業者と中間的業者との区別をユーザが認識するかどうかによって依存すると考えられる。これは、いわゆるユーザーインターフェースの作り方に密接に関係する。

まず、「シームレス」が望ましいユーザ体験である（大澤ほか・83頁〔落合発言〕参照）ということであれば、主体（顧客から見た相手）の切り替わりが顧客に認識しづらくすることが顧客利便に適うことになるものであるし、さらなる顧客利便の向上のための処理の高速化は、そのような傾向を加速させることになるだろう。

他方で、ユーザーインターフェースの作り方次第では、消費者との関係で必要となるスクリーニング等が容易になるという側面も指摘されている（大澤ほか・84頁〔坂発言〕）。入り口の段階で対象顧客をある程度限定することで、後段階で顧客の属性に応じた手続の簡略化も視野に入れることができるかもしれない。

また、金融業者と中間的業者との内部関係に限定されるものの、オンラインであれば、フローを明確化しやすいことから、責任分担が比較的わかりやすい形で設計しやすいという点が指摘されている（大澤ほか・85頁〔森下発言〕）。これは、顧客のトラブル発生時に迅速に対応窓口を指定できるという点において、顧客利便につながるものであると言えるかもしれない。

(2) プル型からプッシュ型への移行

これまでの金融取引は、顧客がサービス等を真に必要なと感じるタイミングで、店舗等に赴き、サービス等の説明を聞いた上で購入を検討する、という取引フローが念頭に置かれていたと思われる。

しかしながら、とりわけスマホアプリを用いたインターネット経由でのサービス等の提供は、顧客のニーズに応じた商品の提案を標榜して、いわゆるプル型通知により、（勧誘に近い）告知を行うことも可能となっている。このような活動態様は、たとえ基本的な委託は顧客から受けたうえのものであったとしても、顧客が真に必要なと感じるタイミングとは異なるタイミングでサービス等の需要を喚起するものであると考えられることから、むしろ金融業者側に立った行為として規律する必要性も生じると考えられる（大澤ほか・82頁〔加毛発言〕参照）。

この点に関しては、証券投資のオンライン取引については、適合性の確認は比較的緩やかに求められてきたようなところがあるとの認識に基づき、これは「自らあえてウェブサイトアクセスするという投資者」という形での事実上のスクリーニングによる影響があることを述べる見解もある（大澤ほか・84頁〔坂発言〕）。このような立場からは、プッシュ型の顧客へのアプローチは「あえて金融業者に接触する」といった評価がなじまない事になることから、適合性の確認については、これまでより慎重な対応を求めべきであるということになるだろう。

(3) 複合事業者としての中間的業者

これまで、特に保険分野において、保険仲立人という、保険会社と委託関係に立たない中間的業者であっても、仲立人としての善管注意義務の内容として、保険会社に対して必要な情報提供（とりわけ顧客側の告知義務の対象となる事項の通知）をすべき義務を負うかどうかの問題とされてきた（山下・237頁）。

情報技術の発展による処理の費用の低下や大量の処理の可能性は、情報の大量集積可能性を導くことになる。これが金融の分野における中間的業者の多機能化と結びついた場合、とりわけ金融取引以外の目的で収集されたデータが委託関係にない金融業者に対して金融取引に関する判断資料として提供されることを認める解釈論は、今後維持しづらいのではないかと考えられる。

3-3 多機能化に伴うインセンティブ構造の変化（C軸）

(1) 顧客からの収入の可能性

これまで、中間的業者にとって顧客はサービス等を購入するのみの存在であって、中間的業者の事業を成立させるための収入を顧客から得ることは困難であるとの認識が一般的であった。しかしながら、情報技術を活用することによって多機能化することによって、中間的業者は、単に金融商品を右から左に流すだけの存在から、顧客利便が高まる等の付加価値をつけることで顧客からそれに見合う収入を得ることができる可能性が高まってきたと考えられる。

上述のように、これまでは顧客からの収入が見込めないがゆえに、本来金融業者（保険会社）から独立した存在であるべきはずの保険仲立人であっても、商法上の両面報酬の規定（商法550条2項）とその任意規定性を利用して、顧客からの手数料徴収の免除という苦しい理屈づくで金融業者からのみ収入を得るという（細田・411頁参照）、ある意味で歪んだ解釈・運用がなされてきた。顧客からの収入源確保が現実可能となったのであれば、より現実のインセンティブ構造に即した規制のあり方を模索することができそうである。

(2) プラットフォームの二面構造

もともと、とりわけ中間的業者がいわゆるプラットフォーム運営によって事業を成り立たせている場合、そこには、いわゆるプラットフォームの二面市場構造（金融業者＝中間的業者との関係と、顧客＝中間的業者との関係とが並存する状況）が生じる。3-3(1)で述べたように、顧客から収入を確保することも可能となった場合には、そのような二面構造は顕著になる。金融業者と対峙する局面で収入を得るのか、顧客と対峙する局面で収入を得るのかは、取り扱うサービス等の性質やプラットフォーマー自身のビジネスモデルのあり方にも関わってくるところであり、もしかすると、同じプラットフォームを運営しながら、必要に応じてその収益構造（収入を得る相手方）を変更させる必要性も生じるかもしれない。プラットフォームの発展に資するよう、金融規制もそのような必要性に対処する必要があるとすれば、中間的業者を「顧客側」と「業者側」との二つに色分けして規律するのではなく、両方から収入を得ること、そして、その比率にグラデーションがあることを前提とした規律を模索する必要があるだろう。

(3) 第三者からのインセンティブ提供の可能性

3-3(1)で述べた中間的業者の多機能化および3-3(2)で述べたプラットフォーマーのインセンティブ構造の多様化は、さらに進んで、金融業者および顧客以外の第三者から中間的業者がインセンティブを与えられる可能性も生じさせることとなる。現時点で考えられる取引構造としては、プラットフォーマーが情報を可能な限り収集し、収集した情報を第三者に提供する見返りとして収入を得るといった形態であり、そのような取引構造に関しては、すでに情報の取り扱いに関して様々な議論があるが、金融規制のあり方として、とりわけインセンティブ構造（C軸）に影響を与える点に注意が必要であろう。

3-3 中間業者介在のリスクへの自動化・高速化・ヴァーチャル化した対応（D軸）

(1) 中間的業者の信用リスクの増減

中間的業者が介在することにより生じる信用リスクについては、まず、情報技術の発展、とりわけ処理の高速化によって、仕掛かり中の取引が減ることから、総量としては低減されることが想定される。他方で、中間的業者の多機能化は、顧客一人一人が特定の中間的業者に取引を集中させるほか、（中間的業者のアカウントに価値を保蔵しておけば、いつでも好きな時に好きなものを購入できる、といった状況が生

じるため) 中間的業者に有するアカウントの価値残高を増やす傾向を生じさせる結果として、個人ベースで取られる信用リスクは増大する可能性がある。

(2) 顧客保護措置の変更の可能性

これまで、対面での接触を前提とした規律においては、中間的業者の介在による(とりわけ中間的業者の信用)リスクへの対処としては、物理的な方法、すなわち、資金の供託や分別管理の要請が中心であった。

まず、そのような物理的な保全措置を維持する場合であっても、情報技術の発展に伴う取引等の処理の自動化・オンライン化によって、保護が必要な取引の残高もリアルタイムで把握できるようになることから、より柔軟な要保護額の設定が可能になると思われる。

さらに進んで、情報技術の発展により、ビジネスモデルがオンラインを基本的なルートとして処理が高速化した場合には、そのような物理的な保全措置では間に合わない可能性がある。とりわけ、これまでは、資金の法務局における供託など、リスクの遮断という観点から、当該ビジネスのエコシステムから切り離された場所での価値の保存という点に重きが置かれていた。しかしながら、ビジネスの高速化に対応した保全措置が必要であることを考えれば、むしろ保全装置をエコシステムからシームレスにつなぐ方策を考える必要があるのかもしれない。

4 おわりに

以上、とりとめなく課題を列挙したが、今後の金融仲介業者の規律を考える上での論点はそれなりに提示できたのではないかと思う。

4-1 私法上の概念に依拠した業規制範囲確定の当否

まず、一般論として、金融分野における中間的業者を規律するに際して、何をメルクマールに規律対象を判断するのか、という点が明らかではない。現在では、少なくとも法形式上は「代理」や「媒介」という私法上の概念を用いて規律対象となるかが判断されている(A軸)ものの、「媒介」という概念は、私法上必ずしも明確でないことに由来して、実際のところは、私法上の概念に依拠するように見せかけて、規制当局が対象になるべきと考えた行為類型をその概念の中に押し込んでいるようにも見える。今後の規律のあり方として、金融規制法が私法上の概念に依拠して規律範囲を決めるべきか否かそれ自体が大きな論点の一つであるし、仮に、それを是とするのであれば、私法上の「媒介」概念を、私法上の規律のあり方と併せて明確に定義し、類型化していく必要があるだろう。

4-2 インセンティブと介在リスクを中心に据えた規律の模索

筆者は、4-1で示したような演繹的な規律対象の確定方法は適切ではなく、そして、その不適切さは情報技術の進展によってさらに強まるのではないかと考えている。規律対象となる行為態様が明確に定義できず(A軸)、中間的業者の果たす役割も一筋縄ではいかない(B軸)状況にある(3-1および3-2参照)とするならば、規律の振り分けを行う軸は、中間的業者のインセンティブ構造(C軸)と、中間的業者の介在に伴うリスクの変化に着目した規律(D軸)を中心に据えて行かざるを得ないと考えている。もっとも、3-3や3-4で述べたように、情報技術の発展は、中間的業者のインセンティブ構造やリスクの評価をますます複雑化する可能性を秘めるものであり、先のような筆者の規律方針がどこまで法律の条文の形で言語化することができるかは未知数である。本稿の分析は、その意味では論点の挙示にとどまるものに過ぎないが、今後の規律のあり方の参考となることがあれば幸いである。

【参考文献】

- Matthias Casper/ Matthias Terlau, Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz, C.H.Beck, 2014
Kai-Michael Hingst/ Carsten Lösing, Zahlungsdiensteaufsichtsrecht, C.H.Beck, 2015
Florian Möslein/ Sebastian Omlor, FinTech-Handbuch, C.H.Beck, 2019

渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 Fintech チームほか編著『Fintech のビジネス戦略と法務』(金融財政事情研究会、2017 年)
飯島隆博「『中間的業者』に係る議論の展開」NBL1088 号(2016 年)56-63 頁
池田唯一＝中島淳一監修(佐藤則夫編著)『銀行法』(金融財政事情研究会、2017 年)
伊藤亜紀「決済分野の『FinTech』をめぐる規制法体系と契約実務における課題」NBL1073 号(2016 年)18-27 頁
井上俊剛監修『逐条解説 2017 年銀行法等改正』(商事法務、2018 年)
江頭憲治郎『商取引法〔第8版〕』(弘文堂、2018 年)
大澤正和ほか「〔座談会〕金融法制の現代的課題(下)」金融法務事情 2110 号(2019 年)70-91 頁
片岡義広「FinTech の現状と法的課題(総論的試論)」NBL1073 号(2016 年)4-17 頁
片岡義広＝森下国彦編『Fintech 法務ガイド〔第2版〕』(商事法務、2018 年)
小山嘉昭『銀行法精義』(金融財政事情研究会、2018 年)
志部淳之介「『勧誘』要件のあり方をめぐる議論」NBL1106 号(2017 年)31-40 頁
洲崎博史「仲立法制の在り方」森本滋先生還暦記念『企業法の課題と展望』(商事法務、2009 年)407-448 頁
西村あさひ法律事務所編『ファイナンス法大全〔全訂版〕下』(商事法務、2017 年)
藤原総一郎ほか「シェアリングエコノミーにおけるプラットフォーム規制(上)・(下)」NBL1072 号 13-22 頁、1073 号 55-62 頁(2016 年)。
細田浩史『保険業法』(弘文堂、2018 年)
松田知丈「消費者契約法の『勧誘』の意義」NBL1092 号(2017 年)65-73 頁
森亮二「プラットフォームの法律問題」NBL1087 号(2016 年)4-12 頁
山下友信『保険法〔上〕』(有斐閣、2018 年)
湯川昌紀「銀行 API に関わる当事者間の合意事項の検討」NBL1086 号(2016 年)32-38 頁
吉田和央『詳解保険業法』(金融財政事情研究会、2016 年)

〈発 表 資 料〉

現時点ではなし。