

「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」等の見直しに関する  
ワーキング・グループ（第23回）

平成27年7月31日（金）午後1時00分  
日本証券業協会 第1会議室

議 案

1. 「インターネット取引における自主規制のあり方に関する懇談会」中間報告書の検討事項に関する本ワーキング・グループの検討状況について
2. 「広告等に関する指針」の改正案について
3. 景品類として有価証券を提供する行為について
4. その他

以 上

# 「インターネット取引における自主規制のあり方に関する懇談会」の検討事項に関する検討状況について（案）

（「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」等の見直しに関するワーキング・グループ関連部分抜粋）

平成 27 年 7 月 31 日

日本証券業協会

# 目次

I. はじめに	3
懇談会からの検討依頼事項（中間報告書の概要（平成 26 年 12 月 16 日）抜粋）	3
ウェブサイト上の表示（広告）のあり方について	3
各ワーキング・グループにおける検討状況	3
II. ワーキング・グループにおける議論	4
ウェブサイト上の表示（広告）のあり方について	4
III. ワーキング・グループでの議論まとめ	6
ウェブサイト上における表示（広告）についての検討結果	6

## I. はじめに

### 懇談会からの検討依頼事項（中間報告書の概要（平成 26 年 12 月 16 日）抜粋）

#### ウェブサイト上の表示（広告）のあり方について

ウェブサイト上に投資信託のランキングを掲載する際の留意事項等について、自主規制企画分科会の下部ワーキング・グループである「広告等に関するワーキング・グループ」において検討すること。

#### <主な意見>

- ✓ ウェブサイト上では、銘柄名だけでなく顧客が関心を持つような誘導的な表示が多くみられる。また、ランキングの根拠が明確でないものもあると感じる。
- ✓ 「広告等に関する指針」には、株式については、一律集中・大量推奨販売を防止する観点から、5銘柄以上を合わせて表示することとなっているが、投資信託については同様の規制がないので、検討する必要があるのではないか。

#### 各ワーキング・グループにおける検討状況

#### 「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」の見直しに関するワーキング・グループにおける検討状況

開催日	議題
平成 27 年 1 月 26 日	①「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則等の見直しに関するワーキング・グループ」への検討依頼事項（今後の検討課題）について ②ランキング表示等のあり方に関する検討について
平成 27 年 3 月 6 日	①投資信託のランキング表示について
平成 27 年 4 月 22 日	①投資信託のランキング表示について ②「注目投資信託」等の表示について
平成 27 年 6 月 1 日	①「注目投資信託」等の表示について

## Ⅱ. ワーキング・グループにおける議論

### ウェブサイト上の表示（広告）のあり方について

#### <検討内容>

現在ウェブサイト上で行われている各種表示の現況を確認し、顧客に示す必要表示事項を整理した上で、表示のあり方について検討を行った。

#### <主な意見>

##### ① 投資信託のランキング表示のあり方

- ✓ ランキング表示については、現行の「広告等に関する指針」を遵守することで適切な表示が担保されていると考える。
- ✓ 投資信託のランキングにおいて、抽出基準について明らかなランキングタイトルとすること又はランキングタイトルで抽出基準が明らかでない場合、ウェブサイト上に抽出基準を記載する必要があると考える。
- ✓ ランキング表示に関する抽出基準の記載は客観的な情報開示の観点から必要であると考え。
- ✓ 通貨選択型投資信託や毎月分配型投資信託に関して留意すべき事項については、既に「金融商品取引業者向けの監督指針」及び「広告等に関する指針」に規定されている事項を遵守することで十分であると考え、殊更にランキングに関連して「広告等に関する指針」に規定する必要はないと考える。
- ✓ 客観的基準で作成された投資信託のランキングに結果として通貨選択型投資信託等が含まれ表示されることとなったとしても、機械的な抽出であるので、問題ないと考え。

##### ② N I S A 制度に関する表示のあり方

- ✓ N I S A に関連した広告を行う場合、「金融商品取引業者向けの監督指針」の少額投資非課税制度を利用する取引の勧誘に係る留意事項について、ウェブサイト上に表示する必要があると考える。
- ✓ N I S A に関する留意事項はあくまでも N I S A 制度に関連した広告を行う場合に適切に表示する必要がある事項であり、投資信託のランキングに関連し表示すべき留意事項ではないと考える。

### ③ 注目投資信託等の表示銘柄数の規制適用のあり方

- ✓ 注目投資信託等の留意すべき点については、現行の「広告等に関する指針」で規定している誇大広告の留意事項の内容に包含されており、敢えて投資信託のみを取り上げて規定する必要はないと考える。
- ✓ 投資信託は、株式等と商品性が異なることから、大量推奨販売として、公正な価格形成を損なうおそれがある場合に該当することは考えられないため、表示銘柄数の規制を設ける必要はないと考える。

### Ⅲ. ワーキング・グループでの議論まとめ

#### ウェブサイト上における表示（広告）についての検討結果

##### ① 投資信託のランキング表示のあり方

投資信託のランキング表示のあり方については、現状のランキング表示において、ランキングタイトルから抽出基準が明らかでないものや抽出対象期間が明らかでないものもあったことから、顧客が当該ランキングについて誤解することがないように、ランキングの抽出基準について、「広告等に関する指針」に以下の留意事項を新設することと整理された。

#### 3. ランキングの表示に当たっての留意事項

投資信託の広告等において、ランキングを表示する場合には、誤解を与えることのないよう、次に掲げる事項について留意する必要がある。

##### (1) 抽出基準

ランキングの抽出基準を、次の点に留意して、表示する。

①ランキングタイトルを表示する場合は、その抽出基準について誤解を与えるようなタイトルとしないこと。

②ランキングの抽出対象範囲を表示すること。特にランキング表示対象であるにも関わらず、除外した投資信託がある場合、その旨を明示すること。

例) 買付金額ランキングの抽出対象範囲は、当社が取扱う全ての投資信託です。なお、MRF 等一部の投資信託は除外しています。

③ランキングの抽出対象期間を表示すること。

##### (2) その他留意事項

その他、留意すべき点があれば、必要に応じて、表示する。

なお、投資信託のランキング表示において、通貨選択型投信託や毎月分配型投資信託について、何らかの留意事項を規定することが必要であるか協議した結果、既に「金融商品取引業者向けの監督指針」及び「広告等に関する指針」に規定されている事項を遵守することにより適切な表示が担保されており、新たに新設する必要がないと整理された。

## ② N I S A制度に関する表示のあり方

N I S A制度に関する表示のあり方については、「金融商品取引業者向けの監督指針」の少額投資非課税制度を利用する取引の勧誘に係る留意事項に基づき表示を行うことで、顧客がN I S A制度に関して誤解することがなくなると整理し、「広告等に関する指針」に新たにN I S A制度に関する説明事項について新設することと整理された。

### 15. 少額投資非課税制度（N I S A）に関する広告等の留意事項

#### (1) N I S A口座に関する留意事項について

N I S A口座に関する広告等を作成する場合には、N I S Aの制度設計・趣旨を踏まえ、顧客に誤解を与えることのないように、留意事項（※）等について、分かりやすく表示する必要がある。

※ 「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」IV-3-1-2（8）少額投資非課税制度を利用する取引の勧誘に係る留意事項①顧客に対する説明態勢の整備ロ.N I S Aに基づく非課税口座の利用に関する説明

なお、N I S A制度のみを説明しているリーフレット等で「税に関する案内」や「法令・制度に関する案内」とどまるものは、「金融商品取引業の内容」に該当しない為、広告等には該当しない。

## ③ 注目投資信託等の表示銘柄数の規制適用のあり方

注目投資信託等の表示銘柄数の規制適用のあり方については、投資信託は、株式・REITとは異なり、公正な価格形成を損なうおそれはないので、表示銘柄数については基準等を設けないと整理された。

ただし、一律集中的推奨防止の観点から、「注目」等の表示に関する留意事項として、「当該有価証券が他の有価証券や他の銘柄より著しく優れているように誤解させるような表示をしていないか」を「広告等に関する指針」を追記し、「注目」等の表示が誇大広告とならないよう留意することと整理された。

### 2. 誇大広告等に関する留意事項

#### (1) 留意事項

広告等の表示を行うときは、誇大広告等とならないよう、次に掲げる事項に留意する必要がある。

③「注目」等の表現を用いる場合は、当該有価証券が他の有価証券や他の銘柄より著しく優れているように誤解させるような表示をしていないか。※

※ 株式、REITやインフラファンドについて、『注目銘柄』等の表示を行う場合は、「株式（Ⅱ. 2. (1) ③）」及び「REIT及びインフラファンド（V. 8. (1)）」の該当箇所も併せて参照すること。

以上



# 「インターネット取引における自主規制のあり方に関する懇談会」中間報告書の検討事項に関する検討状況について(案)

平成27年7月31日

日本証券業協会

# ウェブサイト上の表示(広告)のあり方について (ワーキングでの検討結果)

## ウェブサイト上の広告規制のあり方に関する検討

- ① 投資信託のランキング表示のあり方
- ② NISA制度に関する表示のあり方
- ③ 注目投資信託等の表示銘柄数の規制適用のあり方

検討

- ウェブサイト上の各表示(広告)の現況を確認し、顧客に示す必要表示事項を整理した上で、各表示のあり方について協議・検討

結果

日証協「広告等に関する指針」に以下の事項を新設・追記

- ① 「ランキングの表示に当たっての留意事項」を新設し、顧客に誤解のないようランキングの抽出基準(対象範囲、対象期間等)を表示することとする。
- ② 「少額投資非課税制度に関する広告等の留意事項」を新設し、顧客に誤解のないようNISA制度に関する説明事項を表示することとする。
- ③ 「注目等の表示に関する留意点」を追記し、「注目」等の表示が誇大広告とならないよう留意することとする。なお、投資信託は、株式等とは異なり、公正な価格形成を損なうおそれはないので、表示銘柄数は規制しない。

## 「広告等に関する指針」の改正（案）新旧対照表

改正（案）	現行	備考
<p><b>第2部 広告等の作成に係る留意事項</b></p> <p><b>2. 誇大広告等に関する留意事項</b></p> <p>(1) 留意事項</p> <p>広告等の表示を行うときは、誇大広告等とならないよう、次に掲げる事項に留意する必要がある。</p> <p>① 有価証券等の価格、数値、対価の額の動向を断定的に表現したり、確実に利益が得られるように誤解させ、投資意欲を不当に刺激したりするような表示をしていないか。</p> <p>② 利回りの保証若しくは損失の全部若しくは一部の負担を行う旨の表示又はこれを行っているとして誤解させるような表示をしていないか。</p> <p>③ 「注目」等の表現を用いる場合は、当該有価証券が他の有価証券や他の銘柄より著しく優れているように誤解させるような表示をしていないか。※</p> <p>④ 申込みの期間、対象者数等が限定されていない場合に、それらが限定されていると誤解させるような表示をしていないか。</p> <p>⑤ 登録を行っていること等により、内閣総理大臣、金融庁長官、その他の公的機関が、金融商品取引業者等を推奨し、又はその広告等の内容を保証しているかのよう誤解させるような表示をしていないか。</p> <p>⑥ 不当景品類及び不当表示防止法、屋外広告物法に基づく都道府県の条例その他の法令に違反する又は違反す</p>	<p><b>第2部 広告等の作成に係る留意事項</b></p> <p><b>2. 誇大広告等に関する留意事項</b></p> <p>(1) 留意事項</p> <p>広告等の表示を行うときは、誇大広告等とならないよう、次に掲げる事項に留意する必要がある。</p> <p>① 有価証券等の価格、数値、対価の額の動向を断定的に表現したり、確実に利益が得られるように誤解させ、投資意欲を不当に刺激したりするような表示をしていないか。</p> <p>② 利回りの保証若しくは損失の全部若しくは一部の負担を行う旨の表示又はこれを行っているとして誤解させるような表示をしていないか。</p> <p style="text-align: center;">（ 新 設 ）</p> <p>③ 申込みの期間、対象者数等が限定されていない場合に、それらが限定されていると誤解させるような表示をしていないか。</p> <p>④ 登録を行っていること等により、内閣総理大臣、金融庁長官、その他の公的機関が、金融商品取引業者等を推奨し、又はその広告等の内容を保証しているかのよう誤解させるような表示をしていないか。</p> <p>⑤ 不当景品類及び不当表示防止法、屋外広告物法に基づく都道府県の条例その他の法令に違反する又は違反す</p>	<p>①「インターネット取引における自主規制のあり方に関する懇談会」において、「株式については、一律集中・大量推奨販売を防止する観点から、5銘柄以上を表示するといった基準があるが、投資信託については同様の規制がないので、検討する必要があるのではないか。」との意見を受け、『「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」等の見直しに関するワーキング・グループ」において検討。</p> <p>⇒投資信託は、株式・REITとは商品性が異なり、公正な価格形成を損なうおそれはないと考えられる。よって、投資信託の表示銘柄数の基準等について、「広告等に関する指針」では設けない。</p> <p>なお、一律集中的推奨防止の観点から、「注目」等の表示に関して、当該有価証券が他の有価証券より著しく優れているように誤解させるような表示をしていないかを追加。</p>

改正（案）	現行	備考
<p>るおそれのある表示をしていないか。</p> <p>⑦ 社会的に過剰宣伝であるとの批判を浴びるような表示をしていないか。</p> <p>※ 株式、REIT やインフラファンドについて、『注目銘柄』等の表示を行う場合は、「株式（Ⅱ． 2． (1) ③）」及び「REIT 及びインフラファンド（Ⅴ． 8． (1)）」の該当箇所も併せて参照すること。</p>	<p>るおそれのある表示をしていないか。</p> <p>⑥ 社会的に過剰宣伝であるとの批判を浴びるような表示をしていないか。</p> <p>（ 新 設 ）</p>	
<p><b>15. 少額投資非課税制度（NISA）に関する広告等の留意事項</b></p> <p><b>(1) NISA口座に関する留意事項について</b></p> <p><u>NISA口座に関する広告等を作成する場合には、NISAの制度設計・趣旨を踏まえ、顧客に誤解を与えることのないように、留意事項（※）等について、分かりやすく表示する必要がある。</u></p> <p>※ 「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」Ⅳ-3-1-2（8）少額投資非課税制度を利用する取引の勧誘に係る留意事項①顧客に対する説明態勢の整備ロ. NISAに基づく非課税口座の利用に関する説明</p> <p><u>なお、NISA制度のみを説明しているリーフレット等で「税に関する案内」や「法令・制度に関する案内」ととどまるものは、「金融商品取引業の内容」に該当しない為、広告等には該当しない。</u></p>	<p>（ 新 設 ）</p>	<p>②「インターネット取引における自主規制のあり方に関する懇談会」において、「投資信託の特別分配金（元本払戻し金）は税制上非課税であるが、それをNISA口座であれば非課税制度のメリットを享受できるような表示が行われているとすれば、対処すべきではないか。」との意見を受け、「『広告等の表示及び景品類の提供に関する規則』等の見直しに関するワーキング・グループ」において検討。</p> <p>⇒「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」の「ロ. NISAに基づく非課税口座の利用に関する説明」に基づき留意事項を表示する旨を追加。</p>

改正（案）	現行	備考
<p><b>Ⅲ. 債券</b></p> <p><b>1. 新発債等における広告等</b></p> <p>(1) 必要表示事項 （ 現行どおり ）</p> <p>(2) 表示することが望ましい事項</p> <p>① （ 現行どおり ）</p> <p>② 利率（<u>税引後利率を併記。なお、個人向け国債等の場合、固定金利又は変動金利である旨、変動金利である場合は利率の決定方法を併記</u>）</p> <p><b>2. 既発債における広告等</b></p> <p>(1) 既発債の広告等を作成できる場合 （ 現行どおり ）</p> <p>(2) 広告等における表示事項</p> <p>① 必要表示事項 （ 現行どおり ）</p> <p>② 表示することが望ましい事項</p> <p>イ. （ 現行どおり ）</p> <p>ロ. 利率（税引後利率を併記。変動金利である場合は利率の決定方法を併記）</p>	<p><b>Ⅲ. 債券</b></p> <p><b>1. 新発債等における広告等</b></p> <p>(1) 必要表示事項 （ 省 略 ）</p> <p>(2) 表示することが望ましい事項</p> <p>① （ 省 略 ）</p> <p>② 利率（<u>個人向け国債等の場合、固定金利又は変動金利である旨、利率の決定方法、税引後利率を併記</u>）</p> <p><b>2. 既発債における広告等</b></p> <p>(1) 既発債の広告等を作成できる場合 （ 省 略 ）</p> <p>(2) 広告等における表示事項</p> <p>① 必要表示事項 （ 省 略 ）</p> <p>② 表示することが望ましい事項</p> <p>イ. （ 省 略 ）</p> <p>ロ. 利率（税引後利率を併記。変動金利である場合は利率の決定方法を併記）</p>	<p>③協会員より、「Ⅲ. 債券（2）表示することが望ましい事項」について、「現行の記載では、債券の税引き後利率について、個人向け国債等の場合のみ併記することが望ましいと読めてしまうのではないか」との意見を受け、『広告等の表示及び景品類の提供に関する規則』等の見直しに関するワーキング・グループ」において検討。 ⇒税引き後利率を併記することは、個人向け国債等の場合のみでないことを明確化するため、文言を修正。</p>
<p><b>Ⅳ. 投資信託及び外国投資信託</b></p> <p>1～2 （ 現行どおり ）</p> <p><b>3. ランキングの表示に当たっての留意事項</b></p> <p><u>投資信託の広告等において、ランキングを表示する場合には、誤解を与えることのないよう、次に掲げる事項について留意する必要がある。</u></p> <p>(1)抽出基準</p> <p><u>ランキングの抽出基準を、次の点に留意して、表示する。</u></p>	<p><b>Ⅳ. 投資信託及び外国投資信託</b></p> <p>1～2 （ 省 略 ） （ 新 設 ）</p>	<p>④「インターネット取引における自主規制のあり方に関する懇談会」において、「ランキングの根拠が明確でないものもあると感じている。」との意見を受け、『広告等の表示及び景品類の提供に関する規則』等の見直しに関するワーキング・グループ」において検討。 ⇒投資信託のランキングの表示につ</p>

改正（案）	現行	備考
<p>①<u>ランキングタイトルを表示する場合は、その抽出基準について誤解を与えるようなタイトルとしないこと。</u></p> <p>②<u>ランキングの抽出対象範囲を表示すること。特にランキング表示対象であるにも関わらず、除外した投資信託がある場合、その旨を明示すること。</u>  <u>例）買付金額ランキングの抽出対象範囲は、当社が取扱う全ての投資信託です。なお、MRF 等一部の投資信託は除外しています。</u></p> <p>③<u>ランキングの抽出対象期間を表示すること。</u></p> <p>(2)その他留意事項  その他、留意すべき点があれば、必要に応じて、表示する。</p>		<p>いて、誤解を与えることのないよう、<u>ランキングタイトル、除外商品、抽出対象期間、その他留意すべき点</u>を表示する旨を追加。</p>
<p><b><u>V. ETF、ETN、REIT及びインフラファンド</u></b></p> <p>1. 総論</p> <p>ETF（上場投資信託）、ETN（指標連動証券）、<u>REIT（上場不動産投資証券）及びインフラファンド</u>の販売は、他の投資信託とは違い、通常、募集・売出しの方法ではなく、株式と同様に金融商品取引所等における売買の方法で行われるが、証券会社が、<u>ETF、ETN、REIT及びインフラファンド</u>の広告等を行うに当たっての留意事項は以下のとおりである。</p> <p>なお、募集・売出しに際し広告等を行う場合には、ETF及びETNにあつては前記「IV. 投資信託及び外国投資信託」、<u>REIT及びインフラファンド</u>にあつては前記「II. 株式」に準じて行うものとする。</p> <p>また、海外に上場しているETF、ETN、<u>REIT及びインフ</u></p>	<p><b><u>V. ETF（上場投資信託）、ETN（指数連動証券）及びREIT（上場不動産投信）</u></b></p> <p>1. 総論</p> <p>ETF（上場投資信託）、ETN（指標連動証券）<u>及びREIT（上場不動産投資証券）</u>の販売は、他の投資信託とは違い、通常、募集・売出しの方法ではなく、株式と同様に金融商品取引所等における売買の方法で行われるが、証券会社が、<u>ETF、ETN及びREIT</u>の広告等を行うに当たっての留意事項は以下のとおりである。</p> <p>なお、募集・売出しに際し広告等を行う場合には、ETF及びETNにあつては前記「IV. 投資信託及び外国投資信託」、REITにあつては前記「II. 株式」に準じて行うものとする。</p> <p>また、海外に上場しているETF、ETN<u>及びREIT</u>の広告</p>	<p>⑤平成27年4月30日、東京証券取引所が「インフラファンド市場」を創設したことに伴う所要の整備として、<u>インフラファンドに関する事項</u>を追加。</p>

改正（案）	現行	備考
<p><u>ラファンド</u>の広告等を行うに当たっては、「Ⅱ．株式」、「Ⅳ．投資信託及び外国投資信託」又は「Ⅴ．ETF、ETN、REIT及びインフラファンド」の内容を参考にして、各社において対応するものとする。</p> <p>（注）ETFには受益証券発行信託を含む。また、ETNは上場投資証券と称されることもある。</p> <p>2～6 （ 現行どおり ）</p> <p><b>7. インフラファンドの表示項目</b></p> <p><b>(1) 必要表示事項</b></p> <p>① <b>法定記載事項</b></p> <p><u>法定記載事項のうち、指標変動による損失については</u></p> <p>・ <u>価格変動リスクに関する文言</u> <u>を記載する必要があると考えられる。</u></p> <p><u>価格変動リスクについては当該インフラファンド自身の価格変動のほか、運用するインフラ資産等の価格や収益力の変動により、投資元本を割り込むおそれがある旨を表示する。</u></p> <p>② <u>銘柄名</u></p> <p>③ <u>主な投資対象の種類（例：再生可能エネルギー発電設備、公共施設等運営権 等）</u></p> <p><b>(2) 表示することが望ましい事項</b></p> <p>① <u>上場している金融商品取引所又は外国金融商品取引所</u></p> <p>② <u>投資方針</u></p> <p>③ <u>投資法人の資産保有形態（直接保有、間接保有）</u></p>	<p>等を行うに当たっては、「Ⅱ．株式」、「Ⅳ．投資信託及び外国投資信託」又は「Ⅴ．ETF（上場投資信託）、ETN（指標連動証券）、及びREIT（上場不動産投資証券）」の内容を参考にして、各社において対応するものとする。</p> <p>（注）ETFには受益証券発行信託を含む。また、ETNは上場投資証券と称されることもある。</p> <p>2～6 （ 省 略 ）</p> <p>（ 新 設 ）</p>	

改正（案）	現行	備考
<p>④ 投資対象の詳細</p> <p>⑤ リスクの詳細</p> <p>⑥ ファンドの関係法人（資産運用会社、オペレーター、事務受託会社、資産保管会社等）</p> <p>⑦ 分配方針</p> <p>⑧ ファンドの費用に関する事項（管理報酬等）</p> <p>⑨ 税制に関する事項（※）</p> <p>※ 平成 27 年 7 月（改訂時点に修正予定）現在の税制において、投資法人が再生可能エネルギー発電設備を直接保有するインフラファンドにおいては、導管性要件の時間限的な措置により、将来、投資法人への課税が適用される旨などファンドの法人税制に関する事項を含む。</p> <p><b>8. REIT及びインフラファンドに係る留意事項</b></p> <p>(1) 「注目銘柄」等に関する表示</p> <p>REIT及びインフラファンドについて、自社が選定した「注目銘柄」等として定期刊行物、パンフレット、リーフレット、及びホームページ等により広告等を行う場合には、協会の投資勧誘規則第 12 条第 1 項に規定する「主観的又は恣意的な情報提供となる特定銘柄の有価証券の一律集中的推奨」及び大量推奨販売に該当しないよう、原則として、5 銘柄以上（株式と併せて 5 銘柄以上も可）表示するとともに、銘柄選定の根拠（基準や前提）を表示する。また、分配金に関する広告等を行う場合も同様とする。</p> <p>（注）自社の定期刊行物により継続的に情報提供を行う場合は、必ずしも 5 銘柄以上とする必要はな</p>	<p><b>7. REITに係る留意事項</b></p> <p>(1) 「注目銘柄」等に関する表示</p> <p>REIT について、自社が選定した「注目銘柄」等として定期刊行物、パンフレット、リーフレット、及びホームページ等により広告等を行う場合には、協会の投資勧誘規則第 12 条第 1 項に規定する「主観的又は恣意的な情報提供となる特定銘柄の有価証券の一律集中的推奨」及び大量推奨販売に該当しないよう、原則として、5 銘柄以上（株式と併せて 5 銘柄以上も可）表示するとともに、銘柄選定の根拠（基準や前提）を表示する。また、分配金に関する広告等を行う場合も同様とする。</p> <p>（注）自社の定期刊行物により継続的に情報提供を行う場合は、必ずしも 5 銘柄以上とする必要</p>	

改正（案）	現行	備考
<p>い。</p> <p>また、ある一定の客観的事実に基づいて抽出した銘柄全て（例：売買高や売買代金等のランキング、ある地域の上場銘柄全ての紹介など）を表示する場合は、ここでいう「注目銘柄」等には該当しない。ただし、その場合は、「ある一定の客観的事実に基づいて抽出したこと」が分かるよう表示する。</p> <p><b>(2) 法人関係情報の有無等の確認</b> あらかじめ法人関係情報の有無等について売買審査部門で確認を受けたものでなければ、広告等を行ってはならない。</p> <p><b>(3) 個別銘柄に関する景品類の提供の禁止</b> REIT及びインフラファンドの個別銘柄に関して、景品類の提供（懸賞による場合を含む。）を行う旨の表示は行わない。</p> <p><b>(4) 利回り表示</b> REIT及びインフラファンドの配当利回りを表示する場合は、「Ⅱ．株式 2．セカンダリーにおける広告等（1）② ホ」の留意事項を参考にして表示する。</p>	<p>はない。</p> <p>また、ある一定の客観的事実に基づいて抽出した銘柄全て（例：売買高や売買代金等のランキング、ある地域の上場銘柄全ての紹介など）を表示する場合は、ここでいう「注目銘柄」等には該当しない。ただし、その場合は、「ある一定の客観的事実に基づいて抽出したこと」が分かるよう表示する。</p> <p><b>(2) 法人関係情報の有無等の確認</b> あらかじめ法人関係情報の有無等について売買審査部門で確認を受けたものでなければ、広告等を行ってはならない。</p> <p><b>(3) 個別銘柄に関する景品類の提供の禁止</b> REITの個別銘柄に関して、景品類の提供（懸賞による場合を含む。）を行う旨の表示は行わない。</p> <p><b>(4) 利回り表示</b> REITの配当利回りを表示する場合は、「Ⅱ．株式 2．セカンダリーにおける広告等（1）② ホ」の留意事項を参考にして表示する。</p>	
<p><b>付録Ⅰ 景品類の提供に関する留意事項</b></p> <p><b>6. 株式等の景品類の提供の禁止</b> 特定かつ少数の銘柄について景品類を提供することは、強い誘引効果を持つと考えられることから、価格形成に与える影響は大きくなることが予想され、既に流通</p>	<p><b>付録Ⅰ 景品類の提供に関する留意事項</b></p> <p><b>6. 株式等の景品類の提供の禁止</b> 特定かつ少数の銘柄について景品類を提供することは、強い誘引効果を持つと考えられることから、価格形成に与える影響は大きくなることが予想され、既に</p>	<p>⑥平成27年4月30日、東京証券取引所が「インフラファンド市場」を創設したことに伴う所要の整備として、インフラファンドに関する事項を追加。</p>

改正（案）	現行	備考
<p>市場において売買されているエクイティもの（株式、新株予約権付社債等）、REIT（上場不動産投資証券）及びインフラファンドについては、時価発行公募増資等の募集又は売出しの場合を除き、特定の銘柄の取引と関連させた景品類等の提供を行うべきでないと考えられる。</p> <p><b>8. N I S A口座における景品類の提供について</b></p> <p><u>N I S A口座開設時及びN I S A口座における取引時に景品類を提供する場合は、景品表示法の考え方に基</u> <u>づき提供を行う必要がある。必要に応じて、平成 26 年</u> <u>4月3日「N I S A口座開設及び取引時における景品類</u> <u>の提供等に係るQ&amp;A【改訂3版】を参照のこと。</u></p>	<p>流通市場において売買されているエクイティもの（株式、新株予約権付社債等）及び REIT（上場不動産投資証券）については、時価発行公募増資等の募集又は売出しの場合を除き、特定の銘柄の取引と関連させた景品類等の提供を行うべきでないと考えられる</p> <p><b>7. (新 設)</b></p>	<p>⑦ ②で「15. 少額投資非課税制度（N I S A）に関する広告等の留意事項」を追加することを踏まえ、他に追記すべき事項がないか検討。</p> <p>⇒N I S A口座における景品類の提供について、景品表示法の考え方に基 づき提供をする必要がある旨及び、平 成 26 年 4 月 3 日「N I S A口座開設 及び取引時における景品類の提供等 に係るQ&amp;A【改訂3版】を参照す る旨を追加。</p>

協会が行う有価証券を景品類として提供する行為等に関する意見照会の結果【概要】

平成 27 年 7 月 31 日

1. 現時点では行われた事例はないと認識していますが、協会が、買付代金等の提供を通してではなく、直接、景品類として有価証券を提供する行為について、どのようにお考えですか。

○ 意見の概要

投資促進に資するという前向きな考えを持つ社がいる一方、否定的な意見や、否定まではしないものの、何かしらの検討が必要との意見が多数寄せられた。

○ 主なご意見

① 対顧客に関するご意見

- ・ 適合性の観点（顧客が取得した有価証券と同じものを提供するのであれば、問題は少ないかと考える。）
- ・ 当該行為が勧誘に該当するのか。
- ・ 追加購入、ハイリスク商品の購入を誘引する結果に繋がらないか。
- ・ 景品を契機に元々の投資属性とは異なる証券取引、不要な取引を誘引するおそれはないか。
- ・ 景品類として提供することにより、その収益性、リスク、流動性等を十分に認識しないまま保有してしまうおそれはないか。
- ・ 提供する有価証券についての説明、情報提供。  
（商品の説明、顧客の費用負担（口座管理料、売却の際の手数料、信託報酬等）、価格変動、税制等）
- ・ 損失補てん、特別の利益提供に該当するおそれはないか。
- ・ 提供した有価証券の価格下落等による苦情等。

② 実務上の取扱いに関するご意見

- ・取引形態（契約形態）としてどのように整理するのか。
- ・法定帳簿、取引報告書への記載、交付・受入書面の要否。

③ 投資促進に関するご意見

- ・投資の促進に資するという一面もある。
- ・投資に抵抗感のある方や、投資に興味はあるが、その一歩をなかなか踏み出せないでいる投資初心者に対して、投資の機会を提供し、投資を身近に感じてもらうことで、投資家の裾野を広げるという効果も期待できる。
- ・「貯蓄から投資へ」の流れを定着させていく上で、投資に触れるきっかけとしての少額な有価証券の提供を行うことは国策にも資するものとする。

④ その他

- ・リスクのある有価証券を景品として提供してよいか。
- ・市場の公正な競争や消費者の利益の観点から健全とはいえないのではないか。
- ・処分したい有価証券等を景品として提供するなど、銘柄選択に協会の思惑が入る余地がある。そのため値上がりの可能性の小さな銘柄や不人気の銘柄を提供するなど、後々問題となると思われる景品類の提供が行われる可能性があるとする。
- ・協会が当該銘柄を取得する旨を公表すること、または当該銘柄を取得する（市場で買い付ける）際の相場への影響。
- ・多数の者に有価証券を取得させる行為が募集又は売出しに抵触するおそれがある。
- ・未公開株式等については制限を設ける必要性の有無。
- ・有価証券は価格が変動するため、提供できる景品類の価額の上限をどのように考えるか整理が必要ではないか。
- ・提供後の費用負担（例えば投信の信託報酬等）を景品の範囲に含めるか否かを明示し、後日のトラブルを防ぐ必要があるとする。
- ・単元未満株など、顧客が買い増し等しなければ売却できない数量の提供はすべきではない。
- ・景品類として提供される有価証券の発行者への配慮。
- ・提供される有価証券について、顧客が複数の銘柄から選択する形式とし、最終的な投資判断を顧客に委ねるべき。

## 2. 協会員が、買付代金等の提供を通して、実質的に景品類として有価証券を提供する行為について、どのようにお考えですか。

### ○ 意見の概要

項番1の意見と比べ否定的な意見は多くはないが、否定まではしないものの、何かしらの検討が必要との意見が多数寄せられた。なお、検討事項については項番1の意見と共通する点が多い。

### ○ 主なご意見

#### ① 対顧客に関するご意見

- ・適合性の観点。
- ・ハイリスク商品の購入を誘引する結果に繋がらないか。
- ・提供した有価証券の価格下落等による苦情等。
- ・提供する有価証券についての説明、情報提供。

(商品の説明、顧客の費用負担(口座管理料、売却の際の手数料、信託報酬等)、価格変動、税制等)

#### ② その他

- ・単なる商品の値下げ競争となりかねない。
- ・社会通念上、正常な商慣行の中に入るのかという疑問が生じる。
- ・当該有価証券の保有は、顧客の意思によるものと言えるのか。
- ・買付代金を協会員が負担するため、譲渡損益計算をどのように行うのか検討する必要がある。
- ・単元未満株など、顧客が買い増し等しなければ売却できない数量の提供はすべきではない。
- ・「無償」若しくは「景品」を前面に押し出し、顧客の投資判断に影響を与えるのは避けるべき。
- ・従来行われているキャッシュバック等と実態上変わるところはない。

- ・条件等が明確であり、景表法等に違反しない限り問題はない。
- ・買付する銘柄や種類に条件がないのであれば特に問題は発生しない。
- ・当該銘柄を取得する（市場で買い付ける）際の相場への影響。

3. 協会員が、買付代金等の提供を通して、実質的に景品類として有価証券を提供する行為について、実態は顧客が行う取引であるのに対し、あたかも有価証券を提供しているかのような表示を行うことについて、どのようにお考えですか。

○ 意見の概要

各社とも誤認を与えるような表示は望ましくないと考えている。

○ 主なご意見

- ・ 事実とは異なるので、金融商品取引業者として掲載内容には留意すべきである。
- ・ 景品という印象を受けず、誤解を招く可能性が高いと考える。
- ・ 誤認を与える広告上の表記は問題であると考ええる。
- ・ 不当な顧客の誘引防止や顧客への誤認防止の観点からも望ましくないと考える。

以上

## 景品類として有価証券を提供する行為 参考事例

平成27年7月31日

	事例1	事例2	事例3	事例4
キャンペーン名	〇〇株（米国株式）プレゼントキャンペーン	NISA口座開設で投資信託買付代金 〇〇円分プレゼント	日本株のお取引で、米国株プレゼントキャンペーン	上場投資信託（ETF）プレゼントキャンペーン
キャンペーン内容	対象期間中に口座開設の上、〇〇万以上を入金し、米ドルへの為替取引を行った顧客のうち先着××名に、米国株式の特定銘柄をプレゼント	対象期間中にNISA口座を開設した顧客に、投資信託買付代金〇〇円分をプレゼント	対象期間中に国内株式を一定以上取引した上で、米国株式を買付した顧客のうち抽選で××名に、米国株を一株プレゼント	対象期間中に指定する方法で〇回以上取引した顧客のうち抽選で××名に、上場投資信託（ETF）をプレゼント
条件	① 口座開設（外国証券取引口座を含む） ② 〇〇万以上を入金し、米ドルへの為替取引を行った顧客 ③ ①～②の条件を満たした顧客から先着××名	① NISA口座開設全員	① 日本株の取引手数料が〇万円以上 ② キャンペーンにエントリー ③ 外国証券取引口座を開設（既開設顧客は不要）し、米国株式を買付 ④ ①～③の条件を満たした顧客から抽選で××名	① 指定する方法で〇回以上の取引 ② ①の条件を満たした顧客から抽選で××名
景品	米国株式の特定銘柄を顧客にプレゼント ⇒実際には、当該特定銘柄の買付代金をプレゼント	投資信託買付代金 〇〇円分プレゼント ⇒実際には、当社が指定する特定の投資信託（複数の銘柄）から1銘柄を顧客が選択し、その買付代金をプレゼント	米国株を一株プレゼント ⇒実際には、米国株式の買付代金と取引手数料をプレゼント	上場投資信託（ETF）をプレゼント ⇒当社が指定する特定の上場投資信託（ETF）（複数の銘柄）から1銘柄を当社が選択し、顧客に贈与によりプレゼント

## 協会が行う有価証券を景品として提供する行為等に関する意見照会【詳細版】

平成 27 年 7 月 31 日

1. 現時点では行われた事例はないと認識していますが、協会が、買付代金等の提供を通してではなく、直接、景品類として有価証券を提供する行為について、どのようにお考えですか。

## ご意見等

問題がないかを検討する必要があると考える。

通常有価証券の注文発注は、投資家の判断と自己責任によるものであり、金商業者はその注文を取次ぐもの。本件は、業者名義で取得した有価証券を投資家に提供する行為であり、取得に関する取引自体は投資家のものではない。

有価証券の発注は業者：取得する証券の買付代金は業者が負担。取得した証券を一定の条件に従い投資家に提供する。本取引は取引形態としてどのように整理するのか。

- ・提供後の価格下落等により苦情等が発生した場合の責任所在に懸念。
- ・適合性の観点から、1 次的には能力の無い方への提供に問題は無い懸念、2 次的には“ハイリスク商品への投資経験あり”として管理される等により更なるハイリスク商品の購入を誘引する結果に繋がらないか懸念。

- ・当該有価証券の保有は、明確な顧客の意思に依るものといえることができるか。
- ・提供者は、提供の際の説明責任（処分の際の手数料を含む）を負うのか。
- ・説明を受けた後で、顧客が拒否できるようなルールが必要ではないか。
- ・提供者は、提供された有価商品の価格変動に対する情報提供等の責任を負うのか。
- ・ルールがないと、後日協会と顧客との間で紛争が多発する可能性がある。

- ・景品類として提供する場合、取引報告書等に記載するか否か等の実務上の問題点がある。
- ・追加購入等を誘引する行為に感じる。

## ご意見等

- ・適合性の原則に抵触する可能性があると感じる。
- ・個別のビジネスジャッジで行っていることについては問題ないが、適合性の原則をどのように整理するかは検討が必要と考える。
- ・無償といえども商品説明およびアフターフォローは必要であり、口座維持手数料が発生する場合はその説明も必要。また景品の価格が変動するため上限をどのように考えるかも整理が必要。
- ・景品類としての有価証券提供にあたっては、受領後、費用負担が伴うものは極力回避すべきと考える。実施する際は例えば投信であれば、取得から売却に至るまでに発生する信託報酬等の費用負担を景品の範囲に含めるか否かを明示し、後日のトラブルを防ぐ必要があると考える。
- ・有価証券の取引がない顧客への景品提供や景品表示法等により極めて少額な有価証券の提供も想定され、顧客意向に沿わない景品類の提供となることも想定されることから、直接的な有価証券の提供は望ましくないと考える。[補足説明：景品類として提供する有価証券が極めて少額となった場合、顧客は満足されないことも想定される。]
- ・有価証券はすべからず何がしかのリスクを伴うものであり、顧客ニーズに合致するか分らない状況、若しくは顧客がリスクを理解できていない状況において有価証券を提供するのは、無償とはいえども行うべきではないと考える。さらに考えれば、業者が取引を誘引したい証券を景品として提供し、それをきっかけに顧客の意図とは異なる証券取引に引き込むような危険性も含んでいるのではないかと思う（景品としてではなく、撒き餌的な発想が出てくることを危惧する。）。一方で、顧客が取得した証券と同じ証券を景品として提供するのであれば（おまけ的な発想）、問題は少ないかと考える。
- ・有価証券そのものを景品にするというのは、社会通念上違和感があるのではないかと考える。例えば投資の対象に対して「金利上乘せ」プレゼントや、「口座開設費用」「取引手数料」等の免除・割引という取引そのものではない付随的な行為なら心理的にも受け入れられる可能性は高いと思うが、モノそのものの提供には社会通念上、或いは市場の公正な競争や消費者の利益の観点から健全とはいえないのではないかと考える。また、無償で提供を受けた投資家にはそもそもリスクが発生するか？という議論もあるのかもしれないが、本来なら行わなかった「不要な取引」を行う（誘引する）リスクは存在すると考える。
- ・更に、リスク説明をいくら行ったとしても、モノそのものを提供することが社会通念上どうかという議論を行うに値するのか？疑問が残る。

## ご意見等

無償の株をもらって損した場合も得した場合も証券業界に対してなんらかの批判が生じるのではないかと危惧する。

一般懸賞（最高 10 万円）の範囲との解釈ができると思われるが、金銭ではなく有価証券そのものを景品とすることで、提供後、無価値になることもあれば、大きな資産に成長することも考えられる。提供後ではあるが、価額上昇した場合、景品類の価額の制限には抵触しないのか、あるいは、損失補てんや、特別利益の提供などに抵触する可能性はないのか、などを考えたとき、当該提供行為が適切な管理のもと行われるかどうかなど、慎重な対応が必要であり、好ましい行為であるとは考えにくい。

発想としては面白いが、特段のメリットが感じられない。手間やコストが余分にかかるだけと考える。

当該協会員にとって処分したい有価証券等を景品として提供するなど、銘柄選択に協会員の思惑がはいる余地がある。そのため値上がりの可能性の小さな銘柄や不人気な銘柄を提供するなど、後々問題となると思われる景品類の提供が行われる可能性があると考えます。

また、投資家の投資判断や自己責任の点でも問題が発生するおそれがあると思う。

有価証券は「不当景品類及び不当表示防止法」における景品類の一つとされており、「顧客を誘引するための手段として」、景品類として有価証券を提供する行為は容認できる。ただし、景品類として提供する当該有価証券の説明義務や適合性の原則等に鑑み、景品類として有価証券を提供することは、ある一定水準の商品リスクが低い商品を対象とするなどの慎重な対応が必要と思われる。

有価証券を所有させるに当たっては、様々な公正な取引や顧客保護に係る法令等諸規則が適用されている。景品として提供する場合であっても有価証券を所有することに違いはないと思うが、公正な取引や顧客保護の観点から何らかの規制をする必要はないのか。

そのためには、有価証券を提供する行為が「当該銘柄を取得させる行為」、または「当該銘柄を買付けさせる行為」に当たるか、そして「当該銘柄の勧誘」に当たるかの整理をする必要があると思われる。いずれかに当たると整理されれば、係る法令等諸規則が適用されるので、それら法令等諸規則に抵触しないようにした上で、有価証券を提供することになる。

例えば、「口座開設してくれたら景品として有価証券を提供する」という場合が考えられる。実施者は「当該有価証券そのものは勧誘していない」と主張するかもしれないが、当該有価証券の提供を口座開設への誘引材料としているので、投資家視点に立てば「間接的ではあるが勧誘に当たる」のではないかと。もし、勧誘に当たるとすれば、当然ながら「適合性の原則」が適用されるので、当該有価証券を所有することに適合し

## ご意見等

ない投資家に対しては提供できなくなる。

次は、募集・売出しに係る規制について、「取得させる行為」に当たれば募集に係る規制を検討しなくてはならないし、「買付けさせる行為」に当たれば売出しの観点からも検討しなくてはいけない。多人数向けに有価証券を提供する行為が募集・売出しに当たるとすれば、届出義務や開示義務を履行して投資家保護を図る必要がある。

景品として有価証券を提供することを、インターネット、ポスター、チラシ等でキャンペーンする場合について、これら媒体での表示は「消極的な勧誘」と整理されていると思われる。しかし、募集・売出しに係る検討においては、「取得の申込みを誘引する行為」として包括的に捉えた方が良いと思われる。

以上は、顧客保護に係る一例として挙げたが、この他にも検討すべきケースや法令等諸規則があると思われる。また、公正な取引の観点で検討する必要もあると思うので、慎重な議論が必要である。

景表法の要請に反しない限りにおいて、特段の問題は無いものとする。

ただし、上場有価証券を提供する場合、その実施にあたっては、以下のような影響を抑えるべく、規模や方法を考慮する必要がある。

- ・協会員が当該銘柄を取得する旨を公表することによる相場への影響
- ・協会員が当該銘柄を取得する（市場で買い付ける）際の相場への影響

現在、具体的な検討を行っていないが、キャンペーンの選択肢として否定するものではないと考えている。しかしながら、実際の提供にあたっては、少なくとも以下の点につき整理が必要と考えている。

- ①（提供の仕組みの観点から）顧客と証券会社間の契約内容・形態、税制面での検討（特定口座の問題、取得価額）、価格変動があるため景品価額の考え方
  - ②（提供の結果、景品が顧客の金融資産の一部となる観点から）商品説明の方法・程度、適合性の観点、交付・受入書面の要否
- 論点を整理したうえで、業界全体で統一的なルールを作り、これに則って提供できるようにしてはいかかと考えている。

景品類として取り扱うこと自体について問題は感じない。

## ご意見等

ただし、景品の付与に際しては、適合性の原則に基づく対応や説明を十分に行い十分な理解を得るなど、通常取引と同様の手続きが必要と考える。

以上の点から、実質以下の2と同様とならざるをえないのではないか。

なお、株式をプレゼントする場合には、そのまま売却できる以上の数量を提供すべき

(単元未満株など、お客様が買い増ししないと売却できない数量の有価証券を提供した場合、リスクなしのプレゼントだったものが、お客様が買い増しすることで、お客様にリスクを負わせることになるため)。2も同様。

景品類として有価証券を提供する行為について、弊社は「不当景品類及び不当表示防止法第二条の規定により景品類及び表示を指定する件」において、「景品類」として有価証券が列挙されていることから、特に問題とは認識していない。今後、「貯蓄から投資へ」の流れを定着させていく上で、投資に触れるきっかけとしての少額な有価証券の提供を行うことは国策にも資するものとする。

ただし、①景品類の提供という形式をとるものの、多数の者に有価証券を取得させる行為が募集又は売出しに抵触するおそれ、②景品類として提供される有価証券への投資を希望していないにもかかわらず、一律に提供されてしまうケース（例えば、公社債のみの投資を行っている者に株式が提供されてしまうようなケース）、③有価証券の提供を受ける者が、景品類として提供されるということで、その収益性、リスク、流動性等を十分に認識しないまま保有してしまうおそれ、④景品類として有価証券が提供できるとしても、未公開株式等については制限を設ける必要性の有無、⑤数百円の有価証券の提供を受けた結果、数千円の口座管理料が毎年発生するといったバランスに欠ける状態が生ずるケース、⑥景品類として提供される有価証券の発行者に対する配慮、⑦キャンペーン等の企画立案等に想定している有価証券の時価と景品提供時の時価に大幅な乖離が生じた場合の問題等、検討すべき点はあると考える。

景品類として有価証券を直接提供する場合、景品提供のための調達として、投資者の投資判断に基づかず当該有価証券の需要が高まることになるため、景品類の対象となった有価証券の価格形成に何らかの影響があるものと考えられる。これは、特に上場個別銘柄を景品類として提供する場合に影響が顕著になるものと考えられる。

## ご意見等

一方、有価証券を景品類として提供することは、投資の促進に資するという一面もあるものと考えている。すなわち、有価証券を景品類として提供することにより、投資に抵抗感のある方や、投資に興味はあるが、その一步をなかなか踏み出せないでいる投資初心者に対して、投資の機会を提供し、投資を身近に感じてもらうことで、投資家の裾野を広げるといった効果も期待できると考えており、有価証券を景品類とすることを一律規制することも相当ではないと考えている。

そこで、有価証券を景品類として直接提供する場合には、投資に係る最終的な判断を投資者に委ねることにより、当該有価証券の価格形成への影響を極力抑えつつ、期待する効果を得ることができるよう工夫を施すことが必要と考える。

具体的には、投資者に複数の銘柄の中から1つの銘柄を選んでもらう形にし、当該有価証券の買い付けの最終的な判断を投資者に委ねること、提供の対象となる有価証券を価格形成への直接的な影響が避けられない上場個別銘柄とするのではなく、非上場の投資信託とすること、景品類として提供する有価証券の価格を少額にする（景品規制の範囲内であることに加え、例えば1,000円～2,000円程度を上限とする）こと等により、有価証券を景品類の対象とする場合の適正化策を検討すべきと考えている。

当社では、12年前に、以下のe-ワラントに関するアンケート回答者に対する謝礼として有価証券（e-ワラント）を贈呈したことがあるが、その後は、該当する事案はない。景品類として有価証券を提供する行為の賛否については、2.の質問にも関連するが、特段の意見はない。

### ■ワラント贈呈

実施：2003年6月、対象：株式取引上位顧客（対象492名）

内容：対象顧客のうち、アンケート回答者で希望者全員に6種から希望の1種（5,000円相当）のワラントを贈呈

対象：83名

## 2. 協会が、買付代金等の提供を通して、実質的に景品類として有価証券を提供する行為について、どのようにお考えですか。

### ご意見等

本件については、現状行われているキャンペーンの類似型と考えられるものの、買付代金等の提供を通して、景品類として有価証券を提供する行為は、問題ないとは言い切れない。

実質的にはギフトカードの提供と同様とも思えるが、有価証券自体の提供となると兼用の必要はあるのではないかと。

従来のキャンペーン：対象商品 100 万円につき〇円のギフトカード等を提供。

本件のキャンペーン：対象商品 100 万円につき〇円分を受渡日に顧客の口座に振替え。（条件付総付景品）

- ・提供後の価格下落等により苦情等が発生した場合の責任所在に懸念。
- ・適合性の観点から、1 次的には能力の無い方への提供に問題は無いかと懸念、2 次的には“ハイリスク商品への投資経験あり”として管理される等により更なるハイリスク商品の購入を誘引する結果に繋がらないかと懸念。

（1. と同様の懸念）

- ・当該有価証券の保有は、明確な顧客の意思に依るものといえることができるか。
- ・提供者は、提供の際の説明責任（処分の際の手数料を含む）を負うのか。
- ・説明を受けた後で、顧客が拒否できるようなルールが必要ではないか。
- ・提供者は、提供された有価商品の価格変動に対する情報提供等の責任を負うのか。
- ・ルールがないと、後日協会と顧客との間で紛争が多発する可能性がある。

（1. と同様のことが云えるのではないかと考えられます。）

・また、景品として提供する有価証券についても提供者に説明責任等あるとすれば、景品というより、買い付けた有価証券と景品としての有価証券のセット販売という整理もありうるのではないかと考えられる。

- ・買付代金等が協会から提供されたものであることを忘れてしまい、提供された有価証券の価格が下落したため損失が発生したと思込み、

ご意見等

苦情等につながる可能性が排除できない。

- ・景品類としての有価証券提供にあたっては、受領後、費用負担が伴うものは極力回避すべきと考える。実施する際は例えば投信であれば、取得から売却に至るまでに発生する信託報酬等の費用負担を景品の範囲に含めるか否かを明示し、後日のトラブルを防ぐ必要があると考える。
- ・景品類として有価証券を提供することについて、その有価証券の購入タイミングや特定の有価証券が該当顧客の適合性にそぐわない有価証券であった場合等の対応を踏まえると、有価証券を景品類として提供することは望ましくないとする [補足説明：顧客が比較的低リスク度の低い投資信託を購入しているのに、景品類として販売会社が提供する投資信託が相対的にリスク度の高いものである場合、当該顧客の適合性にそぐわない有価証券を提供することになることが想定される。]

全額にせよ、一部にせよ、買付代金を協会員が負担するわけであり、譲渡損益計算をどのように行うのか（買付代金の提供を受けている部分の損益は投資家に帰属させるべきではないと考えるのですが）検討する必要はないか。また、1. のケースのような現物支給ではないものの、買付銘柄を協会員と申し合わせることで、事実上、全く同じことが起こるわけであり、1. 同様、慎重な対応が必要ではないか。

- ・個別のビジネスジャッジで行っていることについては問題ないが、適合性の原則や景品価格の上限については整理が必要と考える。

購入手数料のキャッシュバックと変わらない。ノーロード投信など販売手数料を取らない商品に対する新たな手数料割引方法ともとれる。仮にそのような観点からであるとするならば、金融機関の健全な経営を損なうだけではないかという懸念を持つ。適切なコストダウンと必要な金融機関としてのサービスを両立すべきところが、単なる商品の値下げ競争となりかねない。

銘柄を特定する場合には、前項と同様の理由で規制されるべきものとする。しかしながら、銘柄を特定せず、その買付代金のうちの一部を提供することとなる行為については、従来行われているキャッシュバック等と実態上変わるところはなく、広告や景表法の観点での検討は必要であっても、特段の規制は必要ないものとする。

有価証券は「不当景品類及び不当表示防止法」における景品類の一つとされており、「顧客を誘引するための手段として」、買付代金等の提供を通して、実質的に景品類として有価証券を提供する行為は容認できる。ただし、実質的に景品類として提供する当該有価証券の説明義務や適合

ご意見等

性の原則等に鑑み、実質的に景品類として有価証券を提供することは、ある一定水準の商品リスクが低い商品を対象とするなどの慎重な対応が必要と思われる。

・一定の条件のもとで、買い付け代金相当額の提供は行うものの、証券の選択は制限なく顧客が選択できるものとし、その際に業者は当該商品に係るリスク等を適切に説明するのであれば対応は可能かと考える。「無償」若しくは「景品」を前面に押し出し、投資家の投資（受領）判断に影響を与えるのは避けるべきと考える。

・景品で有価証券というのは不可能ではないと思うが、一般消費者対象であればあるほど、本人が軽い気持ちでリスクを取る可能性が否定できないと考える。金銭の付与とあるのはキャッシュバック（値引き）ではなく、「抽選」でなされる場合、懸賞の最高額もあり、そもそも社会通念上、正常な商慣行の中に入るのかという疑問が生じる。また、運用面では、プライスが動けば価額が変動し、その時点で懸賞景品として提供できる最高額を上回ると、提供できない可能性も生じるため、管理面でも困難が生じるのではないかと考える。キャッシュバック方式であれば景品表示法の対象から外れると考えるが、全員に対して同じ取扱いにする必要があるのではないかと考える。

買付代金を提供する場合、買付する銘柄や種類に条件がないのであれば特に問題は発生しないと思う。しかし、買付する銘柄や種類に条件を付けた場合は、上記1と同様の懸念があると思う。

現在、具体的な検討を行っていないが、キャンペーンの選択肢として否定するものではないと考えている。しかしながら、実際の提供にあたっては、少なくとも以下の点につき整理が必要と考えている。

（提供の仕組みの観点から）顧客と証券会社間の契約内容・形態、税制面での検討（特定口座の問題、取得価額）、価格変動があるため景品価額の考え方

（提供の結果、景品が顧客の金融資産の一部となる観点から）商品説明の方法・程度、適合性の観点、交付・受入書面の要否  
論点を整理したうえで、業界全体で統一的なルールを作り、これに則って提供できるようにしてはいかがかと考えている。

（2.と同様に考えている。）

景品類として取り扱うこと自体について問題は感じない。

ご意見等

ただし、景品の付与に際しては、適合性の原則に基づく対応や説明を十分に行い十分な理解を得るなど、通常取引と同様の手続きが必要と考える。

以上の点から、実質以下の2と同様とならざるをえないのではないかと。

なお、株式をプレゼントする場合には、そのまま売却できる以上の数量を提供すべき

(単元未満株など、お客様が買い増ししないと売却できない数量の有価証券を提供した場合、リスクなしのプレゼントだったものが、お客様が買い増しすることで、お客様にリスクを負わせることになるため)。

(1と同様。)

景表法の要請に反しない限りにおいて、特段の問題は無いものとする。

ただし、上場有価証券を提供する場合、その実施にあたっては、以下のような影響を抑えるべく、規模や方法を考慮する必要がある。

- ・同キャンペーンの実施に伴い一定規模の顧客が当該銘柄を取得することが期待されることによる相場への影響

景品類の提供に当たり、何をどのような条件で提供するのが明確になっていれば、特に問題はないと考える。

買付代金等の提供を通して、実質的に景品類として有価証券を提供する場合においても、その提供方法が直接的か、間接的かの違いに過ぎず、当該有価証券に対する価格形成に影響を与える可能性があるという点では有価証券を直接提供する場合と差異はないものとする。したがって、上記1と同様に考えるべきと思う。

「不当景品類及び不当表示防止法」第2条第3項及び「不当景品類及び不当表示防止法」第2条の規定により景品類及び表示を指定する件に、有価証券が景品になり得る記載があるので、景品類として有価証券を提供する行為は、法令上は特に問題はないものと思われる。

**3. 協会員が、買付代金等の提供を通して、実質的に景品類として有価証券を提供する行為について、実態は顧客が行う取引であるのに対し、あたかも有価証券を提供しているかのような表示を行うことについて、どのようにお考えですか。**

ご意見等
有価証券、投資信託等を景品としてプレゼントする旨の掲載がされているものの、実際は買付代金をプレゼント（キャッシュバック）している。これは事実とは異なるので、金融商品取引業者として掲載内容には留意すべきかと思われる。
検討する必要があるのではないか。
・景品という印象を受けず、誤解を招く可能性が高いと考える。
・誤認を与える広告上の表記は問題と考える。
・景品類としての有価証券提供にあたっては、受領後、費用負担が伴うものは極力回避すべきと考える。実施する際は例えば投信であれば、取得から売却に至るまでに発生する信託報酬等の費用負担を景品の範囲に含めるか否かを明示し、後日のトラブルを防ぐ必要があると考える。 ・不当な顧客の誘引防止や顧客への誤認防止の観点からも望ましくないと考える。
取引等を条件として景品類（有価証券）の提供をする場合は、景品類の提供のその条件をすべて明瞭に表示し、投資家の不利益につながるような表記や投資家に誤解を与える表記は避けるべきと思われる。
・前記2. と同様の対応が必要ではないかと考える。また、顧客の取引であるのに証券の無償提供との説明により顧客に提供することは、無償であっても誤認勧誘の一種になるのではないかと危惧する。 ・「プレゼント」とうたっておきながら、実は「お客様ご自身の取引」というのは不当表示になるのではないか。顧客が不利益を被る場合も想定される。きちんと明確な説明ができるか運用上疑問が残る。
広告表示を見た顧客の誤解を招かないような配慮が必要であると考え。投資者の理解が容易な「有価証券を提供」とのタイトル表示を用いた広告を行う場合には、当該広告の中に必ず「買付代金等の提供であること」及び「取引は顧客が行うものであること」について説明を行うことが必要と考える。

ご意見等

投資家を誤認させるものであり、正確な情報提供を行うべきものである。

投資家の投資判断や自己責任の点で問題が発生するおそれがあると思う。また、表示自体が不当表示と指摘されるおそれもあると考える。

実態と異なる表示を行うことは好ましくない。

これにより顧客が大きな不利益を被ることは考えづらいが、例えば、「買付代金の提供を受けたが、当該銘柄の価格の変動により、実際には買い付けられなかった」・「有価証券のプレゼントだと思い買付けの手続きを行ったが、実際には買付代金の提供額に上限が定められており、 unnecessaryな投資を行ってしまった」といったケースが考えられ、苦情の原因になり得る。

本ケースにおける広告表示には、顧客を混同させないため、一層の留意が求められるものとする。

顧客の取引の買付代金等の提供をするのであれば、その旨を正確に表示すべきであり、事実と反する又は誤認させる表示はしてはならないと考える。

具体的に問題となるケースがイメージできないが、必要であれば検討し整理してはどうか。

買付代金を提供する行為をあたかも有価証券の提供のように表示することの是非の議論は、あまり意味のある議論ではないと考える。当該有価証券の購入という用途が限定された条件での買付代金の提供なので、買付代金の提供は有価証券の提供と同視すべきであり、それをあたかも有価証券を提供しているかのような表示をしたとしても、買付代金を提供することは記載されるので、それほど問題があるわけではないと考える。問題は、有価証券の提供及びそれと同視しうる買付代金の提供にあると考える。

実態は顧客が行う取引であっても、顧客が支払う対価がないのであれば、有価証券の提供という表示もありうるのではないかとと思われる。

ただ、実態は顧客が行う取引ということであれば、1、2で申し上げた提供にあたっての提供者の説明責任等のルールが一層必要なように思われる。

景品類の提供に当たり、何をどのような条件で提供するのが明確になっていれば、特に問題はないと考える。(2.と同様)

以上