

「社債券等の募集に係る需要情報及び販売先情報の提供に関する規則」の考え方について
(Q & A)

2020 年 11 月 17 日 作 成
2022 年 6 月 22 日 最終改訂
日 本 証 券 業 協 会

I. 本規則の対象

Q 1. 規則の対象となる対象社債券等について、具体的にはどのようなものか。

A 主幹事方式で発行される以下の社債券等のうち、いわゆるリテール債（代表主幹事が主として個人に取得させることを目的として引受けを行うもの）を除いたものである。

規則の対象となる社債券等は、地方債証券、特別の法律により法人の発行する債券（いわゆる財投機関債）、社債券（新株予約権付社債券を除く）、特定社債券（生命保険相互会社の基金特定目的会社の債券等）、投資法人債券（いわゆる REIT 債等）及び外国の者が国内で発行するこれらの性質を有する証券（いわゆるサムライ債）や本邦で発行されるソブリン債を指す。

なお、国債は入札方式で発行されていることから、本規則の対象とはしていない。

Q 2. いわゆる「シ団引受方式（プレマ）方式」、「入札方式」で条件決定される債券は本規則の対象となるか。

A 本規則は、投資家の需要に基づき条件が決定される方式である「主幹事方式」を対象としている。

「シ団引受方式（プレマ）方式」、「入札方式」は、投資家の需要に基づく条件決定を行うものではないことから、本規則の対象とはしていない。

Q 3. 売出しの引受けを行う場合は対象か。

A 本規則は、社債券等の発行条件の決定プロセスの透明性向上のため、需要情報及び販売先情報の発行者への提供等を定めたものであり、募集の引受けを対象としており、売出しは対象としていない。

ただし、会員は、「有価証券の引受け等に関する規則」第 24 条に基づき、売出しにあたって適正な条件決定を行う必要がある。

Q 4. 対象社債券等で銀行が主幹事となる場合に規則は適用されるのか。

A 本規則の対象は、会員（証券会社）のみとしていることから、特別会員（銀行）には本規則は適用されない。会員と特別会員が主幹事方式により対象社債券等の条件決定を行い、引受けを行う場合には、本規則の対象となる需要情報及び販売先情報は、会員が取得したものに限られる。

主幹事方式で発行される対象社債券等について、特別会員（銀行）が主幹事になるケースは現時点ではごく稀であることから、本規則の対象外としている。

Ⅱ. 需要情報の提供

Q 5. 「需要情報」とは何か。

A 需要情報とは、対象社債券等に係る発行条件ごとの顧客の名称又は業態別の顧客数及びその需要額をいう（個人に関するものを除く。）。

本規則第5条に定める実名での情報提供が必要となる顧客については、発行条件ごとの顧客の名称及びその需要額をいい、それ以外の顧客は発行条件ごとの業態別顧客数及び需要額をいう。

なお、引受会員の自己の需要がある場合には、自己の需要がある旨を明示する必要がある。

（需要情報のイメージ）（最終需要）

利回り（発行条件）		0.24%		0.25%	
スプレッド（発行条件）		39.5bp		40.5bp	
業態	投資家名	需要金額 （億円）	件数	需要金額 （億円）	件数
生保	A生命保険（実名伝達対象）			20	－
	B生命保険（実名伝達対象）			8	－
信託	C信託銀行（実名伝達対象）			16	－
・ ・ ・				・ ・ ・	
地方公的	（実名伝達対象外）			12	3
その他	D株式会社（実名伝達対象）			10	－
	（実名伝達対象外）			8	2
自己ブック	E証券会社（実名伝達対象）			2	－
合計		0	0	400	100
需要倍率 （発行額対比）		0%		200.0%	

（参考）

地方公的：地方公共団体、公務員共済組合等

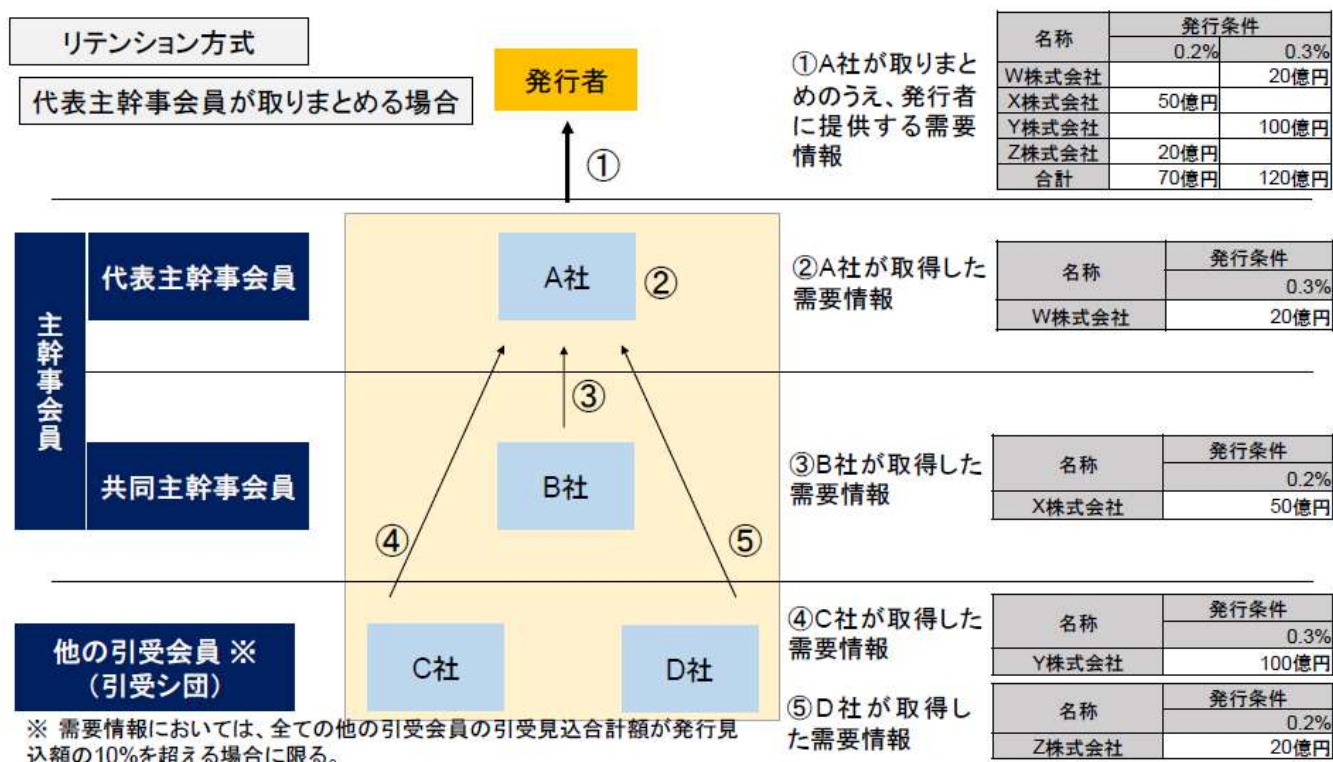
その他：諸法人（財団法人、事業法人）等

Q 6. 「需要情報」の発行者への伝達について、どのような提供フローになるか。

A リテンション方式において、主幹事会員が複数ある場合や、他の引受会員（いわゆる「引受シ団」）がある場合（全ての他の引受会員の引受見込合計額が発行見込額の10%超の場合に限る。）、原則として、代表主幹事会員が取りまとめて発行者へ需要情報を報告することとなる。

具体的には、共同主幹事会員及び他の引受会員が取得した需要情報を代表主幹事会員に送付し、代表主幹事会員がこれを集約の上、発行者に提供することとなる。

また、発行者に提供された需要情報（ただし、あらかじめ発行者及び主幹事会員間で合意した範囲の情報に限る）は主幹事会員間で共有する。なお、他の引受会員の発行条件決定への関与度合いは相対的に低いので、他の引受会員へ共有することを規則に定めていない。



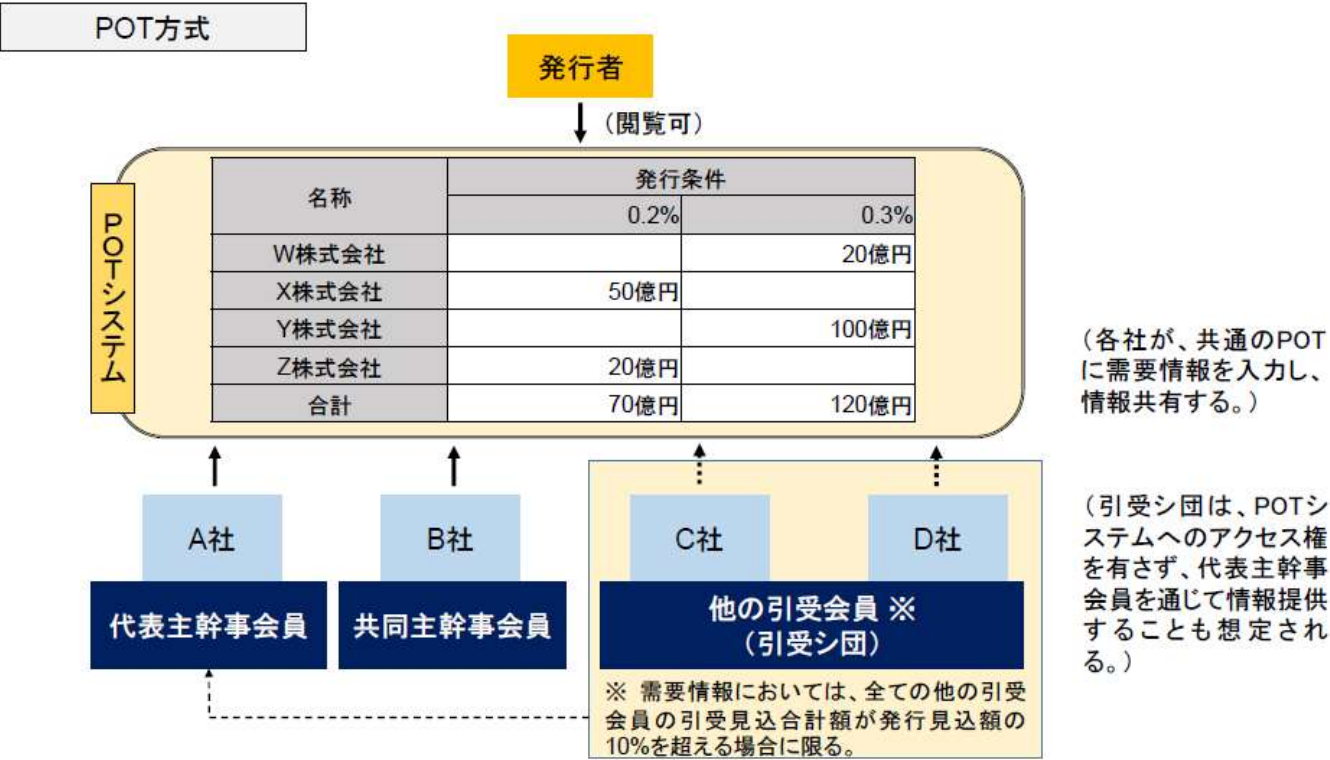
一方、POT 方式の場合、発行者及び各引受会員（代表主幹事会員、共同主幹事会員及び他の引受会員※）が POT システムの情報を共有することとなる。代表主幹事会員は発行者の同意を得て、各引受会員が直接 POT システムに需要情報を入力することを指示し、各引受会員が各々POT システムに取得した需要情報を入力することで、発行者に情報提供することになる。

ただし、他の引受会員（引受シ団）については、POT システムへのアクセス権を有しない場合もあり、その場合は、代表主幹事会員が他の引受会員※が取得した需要情報を代行して入力することが考えられる。

また、POT の情報は POT システムにアクセス可能な各引受会員で共有されることとなる。

なお、顧客からの同意を得られれば、本規則第 5 条第 1 項各号に掲げる投資家以外の顧客（個人を除く。）の需要情報及び他の引受会員が取得した需要情報（個人を除く。）についても POT システムに入力のうえ、発行者及び各引受会員間で共有することが可能である。

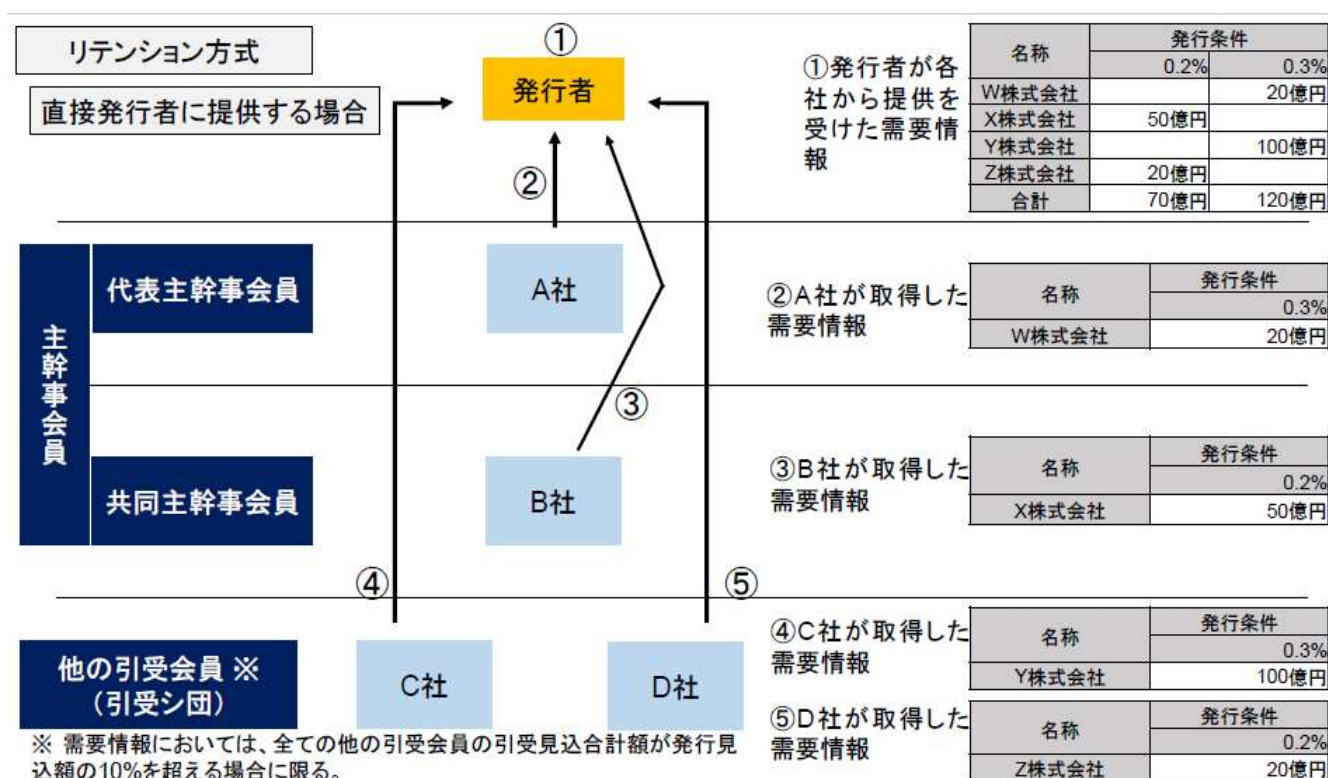
※ 全ての他の引受会員の引受見込合計額が発行見込額の 10%超の場合に限る。



また、リテンション方式の場合であっても、発行者からの要請等を受け、各引受会員から直接発行者に報告を行うことも考えられる。

代表主幹事会員は、発行者の同意を得て、共同主幹事会員及び他の引受会員に対し、直接発行者に情報提供することを指示し、共同主幹事会員及び他の引受会員が各々発行者に情報提供することになる。この場合、代表主幹事会員において需要情報の取りまとめは行われない。

なお、直接発行者に提供する場合、代表主幹事会員が需要の全体像を把握することが困難となるので、各引受会員は、少なくとも業態別の需要情報（顧客の名称は含まない）を代表主幹事会員に提供することが考えられる。



Q 7. 「需要情報」を発行者に提供する時期はいつか。

A プレ・マーケティングを1日しか行わない場合は、代表主幹事会員は、速やかに需要情報（最終需要）を取りまとめ、条件決定日の前営業日まで（ただし、やむを得ない事情がある場合は条件決定日当日の条件決定までの間）に発行者に提供することが必要である。

プレ・マーケティングを複数日にわたり実施する場合は、代表主幹事会員は、需要情報について、可能な限り、毎営業日ごとに発行者に提供することが望ましいが、少なくとも、プレ・マーケティングの最終日に需要情報（最終需要）を取りまとめ、条件決定日の前営業日まで（ただし、やむを得ない事情がある場合は条件決定日当日の条件決定までの間）に発行者に提供することが必要である。なお、POT方式は、実務上可能であれば、需要情報を取得した都度（少なくとも毎営業日）、POTシステムに入力することが望ましい。

Q 8. 「サウンディング」や「ソフトヒアリング」により取得した不確定な需要の見込みに係る情報の提供は含まれない理解でよいか。

また、「プレ・マーケティング」により取得した情報であっても、「検討中」など、不確定な需要の見込みに関する情報は提供すべきではない理解でよいか。

A 一般的に、「プレ・マーケティング」は、条件決定日の6～1営業日前に、発行条件の具体的な水準（〇%～〇%、スプレッドT+〇bps～〇bps）を投資家に示し、意見を聴取する手続きである。「サウンディング」、「ソフトヒアリング」により取得する情報は不確定な情報であることから、発行者に提供する「需要情報」には含まれない。

また、「プレ・マーケティング」により取得した情報であっても、顧客が「検討中」としている情報など、不確定な情報を「需要情報」に含めることは、需要の精度を低めることに繋がるので、不確定な情報は含めるべきではないと考えられる。「需要情報」は、顧客から確定情報として得たものを提供すべきと考えられる。

なお、投資家コメントは本規則で発行者に提供を求める「需要情報」に含まれない。

(注)「サウンディング」とは、一般的に、条件決定日の10営業日以上前に、起債を具体化するにあたって、市場が不安定な場合などに、投資家のニーズ（発行予定時期、発行年限、発行額等）をあらかじめ把握するため実施する。サウンディングを実施しない場合もある。

「ソフトヒアリング」とは、一般的に、条件決定日の8～4営業日前に、発行者が起債意思を固めた後（メディア等への公表後）に、投資家のニーズをより具体的に把握するため実施する。投資家に発行条件の水準を示さず、投資家の発行条件に対する考え方を広範に確認する。

Ⅲ. 販売先情報の提供

Q 9. 販売先情報とは何か。

A 販売先情報とは、対象社債券等の販売先の顧客の名称又は業態別の顧客数及びその販売額をいう（個人に関するものを除く。）。

本規則第5条に定める実名での情報提供が必要となる顧客については、顧客の名称及びその販売額をいい、それ以外の顧客は業態別顧客数及び販売額をいう。

なお、引受会員の自己購入額（いわゆる「募残」を含む）がある場合には、自己の購入額を明示する必要がある。

（販売先情報のイメージ）

業態	投資家名	販売金額 (億円)	件数
生保	A 生命保険	10	－
	B 生命保険	4	－
信託	C 信託銀行	8	－
・ ・ ・		・ ・ ・	
地方公的	(実名伝達対象外)	6	3
その他	D 株式会社	10	－
	(実名伝達対象外)	4	2
自己ブック	E 証券会社	2	－
合計		200	100

（参考）

地方公的：地方公共団体、公務員共済組合等

その他：諸法人（財団法人、事業法人）等

Q 10. 販売先情報の提供の具体的なフローは何か。

A 基本的には、需要情報と同様のフローで報告することとなる。（Q 6. 参照）

ただし、販売先情報については、他の引受会員は引受シェアに関わらず、発行者に販売先情報の提供を行う。

Q 1 1. 販売先情報は、いつまでに提供する必要があるか。

- A 販売先情報は、需要情報と販売結果を事後的に検証できるようにするためのものであり、必ずしも販売当日である必要はないが、合理的な範囲においてできるだけ早く提供すべきである。

Q 1 2. 主幹事会員又は他の引受会員が引受けを行った対象社債券等の一部の販売を他の証券会社に委託した場合、当該他の証券会社における販売先情報は発行者への提供対象に含まれるか。

- A 主幹事会員又は他の引受会員が引受けを行った対象社債券等の一部の販売を他の証券会社（委託販売会社）に委託した場合、委託販売会社における販売先情報は、委託元である主幹事会員又は他の引受会員の販売先情報の一部と考えられるため、本規則第4条の規定により発行者に提供すべき販売先情報に含まれる。このため、委託販売会社における販売先に実名提供の対象となる顧客が含まれている場合には、当該顧客の名称及びその販売額が発行者への提供対象となるが、当該顧客が匿名を希望する場合には、匿名によりその販売額を発行者に提供する。

また、委託販売会社における販売先に実名提供対象外の顧客が含まれている場合には、当該実名提供対象外の顧客について、業態別の顧客数及び販売額を発行者に提供する。

委託販売会社における販売先情報は、委託元を経由して発行者に提供することが考えられるが、発行者の同意を得た場合には、委託販売会社から直接、発行者に提供することも可能である。委託販売会社における販売先情報が委託元である共同主幹事会員又は他の引受会員を経由して発行者に提供される場合、委託元から代表主幹事会員を経由するか、委託元から直接発行者に提供されるかは、委託元による販売先情報の発行者への提供方法に依拠することとなる。

委託販売会社は、実名提供の対象となる顧客に対して、販売先情報が発行者及び主幹事会員に提供されることについて周知するほか（Q 1 4 参照）、実名提供対象外の顧客の名称を発行者及び主幹事会員に提供する場合には、当該顧客からその旨の同意を得る必要があるが、委託元が「他の引受会員」であり、販売先情報が委託元である「他の引受会員」を経由して発行者及び主幹事会員に提供される場合には、当該顧客の名称が「他の引受会員」に共有される旨も、顧客に対して周知すべき情報又は顧客から得るべき同意の内容に含むことに留意する。

なお、委託販売会社における販売先情報が委託元を経由して発行者に提供される場合において、実名提供の対象となる顧客から、発行者には実名を提供してよいが、主幹事会員間では実名での共有を行わないよう要請があった場合には、委託販売会社の販売先情報において当該顧客の名称を任意の符号に置き換え、代表主幹事会員を通じて発行者の同意を得たうえで、委託販売会社から発行者に直接、当該任意の符号の顧客の名称を提供することが考えられる。この場合、主幹事会員間で当該顧客の名称は共有しないこととなる（Q 1 5 参照）。

IV. 実名で伝達する投資家

Q 1 3. 実名で伝える投資家の範囲について、「業として預金又は貯金の受入れをすることができる者」とあるが、具体的な対象は何か。

A 「業として預金又は貯金の受入れをすることができる者」とは、銀行、信託銀行、外国銀行支店、信用金庫、労働金庫、信用協同組合、農業協同組合、信用農業協同組合連合会、漁業協同組合、漁業協同組合連合会、信用漁業協同組合連合会のほか、株式会社日本政策投資銀行、株式会社ゆうちょ銀行、株式会社商工組合中央金庫、信金中央金庫、労働金庫連合会、全国信用協同組合連合会、農林中央金庫が該当する。

Q 1 4. 顧客の名称を含む需要情報及び販売先情報が発行者及び主幹事会員間で共有されることについて、顧客に対してあらかじめどのように周知を図るべきか。

A 引受会員は、実名での情報提供が必要となる顧客に対して、例えば、下記の文例を参考に、①顧客の名称（実名）が発行者及び主幹事会員間で共有されること、②名称の提供について顧客から不同意の申出がある場合には名称は共有されないことに関し、あらかじめ分かりやすく周知する必要があります。

なお、実効性が確保されることを前提に、文例の内容をメール・口頭その他合理的と考えられる範囲で周知を行うことを妨げるものではありません。

顧客から、名称の共有について不同意の申出があった場合の取扱いについては、Q 1 5 を参照ください。

（文例）

お客様の名称、需要額及び最終的な購入金額等の情報を、発行者及び主幹事証券会社の間で共有することにつき、あらかじめお知らせいたします。

ただし、お客様から当社に対して、お客様の名称について発行者又は主幹事証券会社間で共有されることについて不同意のお申出があった場合、当社はお客様の名称を共有いたしません。

Q 1 5. 顧客から名称の共有について不同意の申出があった場合は、どのように扱えばよいか。また、発行者には伝達してよいが、主幹事会員間で共有しないように要請を受けた場合はどのように扱えばよいか。

A 顧客から名称の共有について不同意の申出があった場合は、当該顧客の需要情報及び販売先情報のうち、顧客の名称を「匿名」や「アカウント X」等の匿名であることが分かる単語に置き換えて提供することとなる。なお、社内記録には顧客の名称と顧客が名称の提供を拒んだ事実を記録する必要がある。

また、発行者に伝達してよいが主幹事会員間で共有しないように要請を受けた場合は、当該顧客の名称を任意の符号に置き換え（例：投資家 A）、代表主幹事会員を通じて発行者の同意を得た

うえて、発行者に当該任意の符号の顧客の名称を直接提供する（例：投資家Aは、〇〇株式会社）ことが考えられる。この場合、主幹事会員間で当該投資家の名称は共有しないこととなる。

Q 1 6．発行者が主幹事会員又は他の引受会員の親法人等又は子法人等に該当する場合、需要情報又は販売先情報として顧客の実名を提供する際に留意すべき点はあるか。

A 金融商品取引業等に関する内閣府令（金商業等府令）第 153 条第 1 項第 7 号の規定により、有価証券関連業を行う証券会社は、原則として、顧客に関する非公開情報を親法人等又は子法人等に提供してはならないこととされているが、発行者が主幹事会員又は他の引受会員の親法人等又は子法人等に該当する場合であっても、本規則第 3 条又は第 4 条の定めに従い、実名提供の対象となる顧客（本規則第 5 条第 1 項各号に該当する顧客（個人を除く））の名称を発行者に提供する行為は、金商業等府令第 153 条第 1 項第 7 号チの「法令等に基づいて非公開情報を提供する場合」に該当するため、主幹事会員及び他の引受会員は、制度の内容（需要情報及び販売先情報が発行者及び主幹事会員間で共有されること）を当該顧客に対して周知したうえで、顧客から申出があった場合には、当該顧客に係る需要情報及び販売先情報を匿名とする（オプトアウト方式）により対応することとなっている。

他方で、発行者が主幹事会員又は他の引受会員の親法人等又は子法人等に該当する場合に、実名提供対象外の顧客の名称を発行者に提供する行為は、必ずしも金商業等府令第 153 条第 1 項第 7 号チの「法令等に基づいて非公開情報を提供する場合」に該当するとは言えないため、主幹事会員又は他の引受会員が同号への抵触を免れるためには、同号イの規定に基づき、顧客の名称を発行者に提供することについて、実名提供対象外の顧客から予め書面又は電磁的記録による同意を得る必要があることに留意する。

なお、同号ヌの規定に基づき、主幹事会員又は他の引受会員が法人顧客（上場会社等、新規上場会社、有報提出会社及び適格機関投資家等並びにこれらの子会社等に限る。）の求めに応じて当該法人顧客の名称を発行者への提供を停止することとしている場合であって、その旨について、あらかじめ、当該法人顧客が容易に知りえる状態に置いている場合（当該法人顧客からその求めがある場合を除く）には、当該法人顧客から書面又は電磁的記録による同意を得ることを要しないものとされている。

また、Q 1 2 の場合（主幹事会員又は他の引受会員が引受けを行った対象社債券等の一部の販売を他の証券会社に委託した場合）において、発行者が委託販売会社の親法人等又は子法人等に該当する場合にも、委託販売会社が実名提供対象外の顧客の名称を発行者に提供するためには、金商業等府令第 153 条第 1 項第 7 号イの規定により当該顧客から予め書面若しくは電磁的記録による同意を得る、又は同号ヌの規定の適用を受ける必要があることに留意する。

V. 情報管理について

Q 17. 主幹事会員間で共有された需要情報及び販売先情報を、投資家への営業活動等の他の目的で使用することはできるか。

A 主幹事会員間で共有された情報を、投資家への営業活動等の他の目的で使用することは適切ではないと考えられる。主幹事会員から共有を受けた需要情報及び販売先情報に関し、本規則の目的に沿った取扱いを行う必要があることを、社内規則で規定することが望ましいと考えられる。

(社内規則文言例)

当社は、「社債券等の募集に係る需要情報及び販売先情報の提供に関する規則」に基づき提供を受けた需要情報及び販売先情報について、市場実勢を尊重した適正な業務運営を行う目的でのみ利用することとし、投資家への営業活動等の他の目的に利用しないこととする。

VI. 社内規則の制定

Q 1 8. 「報道機関への適正な情報提供」を社内規則で規定することが求められているが、情報提供に当たり留意する事項はあるか。また、提供できない情報はあるか。

A 投資家の購入情報等は、公にすると、法人等の正当な利益を害するおそれがあると考えられるため、投資家の実名が含まれる情報又は投資家の実名が推知できるような情報は公開することは適切ではないと考えられる。

それ以外の需要情報等に関する業態別のサマリー等については、本規則の対象となる需要情報等ではないと考えられることから、従前どおり取り扱うことで差支えないものと考えられる。

なお、報道機関へ情報提供する際は、実態と乖離した情報を伝達すること、又は、意図的に一部の情報を隠匿することにより、需要の状況や販売結果について誤解を生じせしめることのないように留意する必要があると考えられる。

Ⅶ. 経過措置

Q 1 9. 令和 3 年 6 月 30 日までの間、プレ・マーケティング開始後、発行予定額を 100 億円以下から 100 億円超に増額した場合、本規則の対象となるのか。

A 元引受契約を締結する日に発行額が100 億円超となった場合、本規則の対象となる。プレ・マーケティング開始時に発行額が100億円以下であっても、発行額が100 億円超に増額する可能性がある場合は、可能な限り、当初から本規則の対象として運用することが望ましい。

Q 2 0. 令和 3 年 6 月 30 日までの間、発行額が 100 億円以下の場合であっても、発行者から本規則に基づき需要情報及び販売先情報の提供を求められた場合、本規則の対象とできるか。

A 発行額が100億円以下の場合であっても、発行者から希望があれば、本規則の対象とすることは可能である。なお、この場合、本規則第 9 条に規定する記録の作成及び保存等が必要となることに留意する必要がある。

Q 2 1. 同一の発行者により同日に複数の起債が行われる場合、発行額をどのように考えれば良いか。

A 同一の発行者により同日に複数の起債が行われる場合、各債券の発行額が各々100 億円以下か否かで規則適用の有無を判断することになる。

以 上