

**「プリンシプルベースの視点での自主規制の
見直しに関する懇談会」報告書(参考資料集)**

2020年9月15日

日本証券業協会

プリンシプルベースの視点での
自主規制の見直しに関する懇談会

目次

参考1：	投資信託の乗換え勧誘時の説明義務に係る規制体系	P. 1
参考2：	広告等に係る規制	P. 4
参考3：	高齢顧客への勧誘による販売に係る規制体系	P. 24
参考4：	インターネット取引において留意すべき事項について (ガイドライン)	P. 26

投資信託の乗換販売勧誘時の説明義務に係る規制体系

1. 法令

金融商品取引法

(適合性の原則等)

第四十条 金融商品取引業者等は、業務の運営の状況が次の各号のいずれかに該当することのないように、その業務を行わなければならない。

- 一 金融商品取引行為について、顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行って投資者の保護に欠けることとなっており、又は欠けることとなるおそれがあること。
- 二 前号に掲げるもののほか、業務に関して取得した顧客に関する情報の適正な取扱いを確保するための措置を講じていないと認められる状況、その他業務の運営の状況が公益に反し、又は投資者の保護に支障を生ずるおそれがあるものとして内閣府令で定める状況にあること。

(業務の運営の状況が公益に反し又は投資者の保護に支障を生ずるおそれがあるもの)

第二百三十三条 法第四十条第二号に規定する内閣府令で定める状況は、次に掲げる状況とする。

一～八 (略)

九 投資信託受益証券等 (投資信託及び投資法人に関する法律に規定する投資信託若しくは外国投資信託の受益証券 (第六十五条第二号イからハマまでに掲げるもの及びこれらと同様の性質を有するものを除く。)、投資証券又は外国投資証券で投資証券に類する証券をいい、金融商品取引所に上場されているもの及び店頭売買有価証券に該当するものを除く。以下この号及び第二百八十一条第六号において同じ。) の乗換え (現に保有している投資信託受益証券等に係る投資信託契約の一部解約若しくは投資口の払戻し又は投資信託受益証券等の売付け若しくはその委託等を伴う投資信託受益証券等の取得又は買付け若しくはその委託等をいう。以下この号及び同条第六号において同じ。) を勧誘するに際し、顧客 (特定投資家を除く。次号において同じ。) に対して、当該乗換えに関する重要な事項について説明を行っていない状況

十～三十 (略)

2～11 (略)

2. 監督指針

金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針

IV. 監督上の評価項目と諸手続（第一種金融商品取引業）

IV-3 業務の適切性（第一種金融商品取引業）

IV-3-1 有価証券関連業に係る業務の適切性

IV-3-1-2 勧誘・説明態勢

（5）投資信託の乗換えに関する重要事項の説明に係る留意事項

投資信託の短期乗換え勧誘は、顧客にとっては販売手数料の負担が増加するほか、運用面においても設定後短期間で解約が増加することにより、効率的な運用が行えず、運用成果の低下を招くなど、必ずしも顧客の安定的かつ効率的な資産形成にはつながらない問題がある。このため、顧客の投資意向や市場動向等に鑑み、投資信託の乗換えに合理性があると判断される場合であっても、顧客に対し、当該乗換えに係る投資信託の特性や当該乗換えのメリット・デメリット等を丁寧に説明し、顧客がこうした点を十分理解したうえで取引の必要性の有無を判断できるようにする必要がある。

こうした点を念頭に、証券会社等が、乗換えに関する次に掲げる事項について説明を行っていない場合において、説明の実績について社内記録の作成及び保存並びにモニタリングを行う等の社内管理体制を構築していないと認められるときは、金商業等府令第123条第1項第9号の規定「投資信託受益証券等の乗換えを勧誘するに際し、顧客に対して、当該乗換えに関する重要な事項について説明を行っていない状況」に該当するものとする。

- ① 投資信託又は投資法人（以下「投資信託等」という。）の形態及び状況（名称、性格等）
- ② 解約する投資信託等の状況（概算損益等）
- ③ 乗換えに係る費用（解約手数料、販売手数料等）

（注）解約手数料、販売手数料等については、各料率並びに解約代金及び購入代金に応じた各手数料の金額（乗換え勧誘時点で確定できない場合は概算額）についても説明する必要があることに留意する。

- ④ 償還乗換優遇制度に関する事項
- ⑤ その他投資信託等の性格、顧客のニーズ等を勘案し、顧客の投資判断に影響を及ぼすもの

3. 協会規則

投資信託の乗換販売時の説明義務について、日証協の自主規制規則では以下の通り規定されている。

協会員の従業員に関する規則

(禁止行為)

第7条 協会員は、その従業員が金商法及び関係法令において金融商品取引業者の使用人の禁止行為として規定されている行為（登録金融機関の使用人に準用されているものを含む。）のほか、次の各号に掲げる行為を行うことがないようにしなければならない。

1～23 (略)

24 投資信託受益証券等（投資信託若しくは外国投資信託の受益証券（金融商品取引業等に関する内閣府令第65条第2号イからハまでに掲げるもの及びこれらと同様の性質を有するものを除く。）、投資証券又は外国投資証券で投資証券に類する証券をいい、取引所金融商品市場に上場されているものを除く。以下この号において同じ。）の乗換え（現に保有している投資信託受益証券等に係る投資信託契約の一部解約若しくは投資口の払戻し又は投資信託受益証券等の売付け若しくはその委託等を伴う投資信託受益証券等の取得又は買付け若しくはその委託等をいう。以下この号において同じ。）を勧誘するに際し、顧客（特定投資家（金商法第2条第31項に規定する特定投資家（同法第34条の2第5項の規定により特定投資家以外の顧客とみなされる者を除き、同法第34条の3第4項（同法第34条の4第6項において準用する場合を含む。）の規定により特定投資家とみなされる者を含む。）をいう。）を除く。以下次号及び第28号において同じ。）に対して、当該乗換えに関する重要な事項について説明を行わないこと。

(4) ガイドライン及びQ & A

また、日証協では、上記の自主規制規則に紐づく以下のガイドライン及びQ & Aを整備している。

「投資信託等の乗換え勧誘時の説明義務に関するガイドライン」

「投資信託等の乗換え勧誘時の説明義務に関するQ & A」

以 上

広告等に係る規制

第1. リスク表示等について

○ 法令(金商法、金商法施行令、金商業等府令)

1. 広告等における表示事項

(1) 一般的な表示事項

広告等（広告及び広告類似行為）には、次に掲げる事項を表示しなければならない。

- ① 金融商品取引業者等の商号、名称又は氏名 【金商法 37 条第 1 項第 1 号】
- ② 金融商品取引業者等である旨及び金融商品取引業者等の登録番号 【金商法第 37 条第 1 項第 2 号】
- ③ 金融商品取引業者等の行う金融商品取引業の内容に関する事項であって、顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの 【金商法第 37 条第 1 項第 3 号】

イ. 金融商品取引契約に関して顧客が支払うべき手数料、報酬その他の対価に関する事項【金融商品取引法施行令（以下「施行令」という。）第 16 条第 1 項第 1 号】

- ・手数料、報酬、費用その他いかなる名称によるかを問わず、金融商品取引契約に関して顧客が支払うべき対価（有価証券の価格又は保証金等の額を除く。）の種類ごとの金額若しくはその上限額又はこれらの計算方法（金融商品取引契約に係る有価証券の価格、デリバティブ取引等の額若しくは運用財産の額に対する割合又は金融商品取引行為を行うことにより生じた利益に対する割合を含む。）の概要及び当該金額の合計額若しくはその上限額又はこれらの計算方法の概要

ただし、これらの表示をすることができない場合にあつては、その旨及びその理由

【金商業等府令第 74 条第 1 項】

- ・投資信託若しくは外国投資信託に表示されるべき権利若しくは組合契約若しくは外国組合契約に掲げる権利の取得に係るものであつて、当該投資信託受益権等に係る財産が他の投資信託受益権等に対して出資され、又は拠出されるものである場合には、手数料等には、出資対象投資信託受益権等に係る信託報酬その他の手数料等を含む。 等

【金商業等府令第 74 条第 2 項～第 4 項】

- ロ. 金融商品取引契約に関して顧客が預託すべき委託証拠金等 【施行令第 16 条第 1 項第 2 号（同施行令を受けた内閣府令はない）】
- ハ. 顧客が行うデリバティブ取引、信用取引の額（取引の対価の額又は約定数値にその取引の件数又は数量を乗じて得た額）が当該取引について顧客が預託すべき委託証拠金その他の保証金の額を上回る可能性がある場合にあっては次の事項 【施行令第 16 条第 1 項第 3 号】
- ・当該デリバティブ取引等の額が当該保証金等の額を上回る可能性がある旨
 - ・当該デリバティブ取引等の額の当該保証金等の額に対する比率（当該比率を算出することができない場合にあっては、その旨及びその理由）
- ニ. 顧客が行う取引行為において、金利、通貨の価格、金融商品市場における相場その他の指標に係る変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれがある場合にあっては次の事項（リスク文言）【施行令第 16 条第 1 項第 4 号】
- ・当該指標
 - ・当該指標に係る変動により損失が生じるおそれがある旨及びその理由
- ホ. ニの損失の額が保証金等の額を上回る事となるおそれがある場合にあっては次の事項【施行令第 16 条第 1 項第 5 号】
- ・指標のうち元本超過損が生ずるおそれを生じさせる直接の原因となるもの
 - ・上記に掲げるものに係る変動により元本超過損が生ずるおそれがある旨及びその理由
- ヘ. 店頭デリバティブ取引について、協会員が表示する金融商品の売付けの価格と買付けの価格とに差がある場合にあってはその旨 【施行令第 16 条第 1 項第 6 号】
- ト. 金融商品取引契約に関する重要な事項について顧客の不利益となる事実 【施行令第 16 条第 1 項第 7 号、金商業等府令第 76 条第 1 号】
- チ. 協会に加入している場合にあっては、その旨及び当該協会の名称 【施行令第 16 条第 1 項第 7 号、金商業等府令第 76 条第 2 号】

(2) 広告等には該当するがその特性が勘案されるもの

広告等の行為を一般放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他これに準ずるものとして内閣府令で定める方法 (※) によりする場合には、次に掲げるものを表示する。

【施行令第 16 条第 2 項】

- ① 金融商品取引業者等の商号、名称又は氏名
- ② 金融商品取引業者等である旨及び登録番号
- ③ 顧客が行う取引行為について、金利、通貨の価格、金融商品市場における相場その他の指標に係る変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれがある場合にあつては、当該おそれがある旨（当該損失の額が保証金等の額を上回ることとなるおそれがある場合にあつては、当該おそれがある旨）【施行令第 16 条第 2 項第 1 号】
- ④ 契約締結前交付書面（又は目論見書）の内容を十分に読むべき旨 【施行令第 16 条第 2 項第 2 号、金商業等府令第 77 条第 2 項、金商業等府令 72 条第 3 号ニ】

(※) 一般放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他これに準ずるものとして内閣府令で定める方法

- ① 次に掲げる者の放送設備により放送をさせる方法（いわゆるテレビCM又はラジオCM）【金商業等府令第 77 条第 1 項第 1 号、パブコメ No. 50, 51】
 - イ. 有線テレビジョン放送事業者
 - ロ. 有線ラジオ放送の業務を行う者
 - ハ. 電気通信役務利用放送の業務を行う者
- ② 金融商品取引業者等又は金融商品取引業者等が行う広告等に係る業務の委託を受けた者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに記録された情報の内容（一般放送事業者の放送設備により放送をさせる方法又は上記①に掲げる方法により提供される事項と同一のものに限る。）を電気通信回線を利用して顧客に閲覧させる方法（いわゆるテレビCM又はラジオCMの内容をインターネット・ホームページに掲載したもの）【金商業等府令第 77 条第 1 項第 2 号】
- ③ 常時又は一定の期間継続して屋内又は屋外で公衆に表示させる方法であつて、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出させ、又は表示させるもの並びにこれらに類するもの（看板、壁面に貼り付けたポ

スター（ビラとして配布する等の方法に用いる場合を除く。）、電光掲示板等）【金商業等府令第77条第1項第3号】

2. 広告等の表示方法

金融商品取引業者等がその行う金融商品取引業の内容について広告等をするときは、上記1.(1)における表示事項を明瞭かつ正確に表示しなければならない。【金商業等府令第73条第1項】

また、上記1.(1)③ニ及びホに掲げる事項については、当該事項以外の事項の文字又は数字のうち最も大きなものと著しく異なる大きさで表示すること。【金商業等府令第73条第2項】

○ 監督指針

金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針

Ⅲ. 監督上の評価項目と諸手続（共通編）

Ⅲ－２ 業務の適切性（共通編）

Ⅲ－２－３ 勧誘・説明態勢

Ⅲ－２－３－３ 広告等の規制

（１）主な着眼点

① 顧客判断に影響を及ぼすこととなる重要事項に関する留意事項

イ. 顧客が支払うべき手数料、報酬、その他の対価又は費用が無料又は実際のものよりも著しく低額であるかのように誤解させるような表示をしていないか。

ロ. 元本欠損が生ずるおそれがある場合又は当初元本を上回る損失が生ずるおそれがある場合には、その旨を明確に表示しているか。

② 明瞭かつ正確な表示

広告等において金商法第 37 条に規定する項目を表示する場合に、金商業等府令第 73 条第 1 項に規定する明瞭かつ正確な表示がなされているか否かの判断に当たっては、具体的に以下の点に留意することとする。

イ. 当該広告等に表示される他の事項に係る文字と比較して、使用する文字の大きさ、形状及び色彩において、不当に目立ちにくい表示を行っていないか。

特に、金利や相場等の指標の変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれのある場合の当該指標、損失が生じるおそれがある旨・その理由、及び元本超過損が生ずるおそれがある場合の、その直接の原因、元本超過損が生ずるおそれがある旨・その理由は、広告上の文字又は数字の中で最も大きなものと著しく異なる大きさで表示しているか。

ロ. 取引の長所に係る表示のみを強調し、短所に係る表示が目立ちにくい表示を行っていないか。

ハ. 当該広告等を画面上に表示して行う場合に、表示すべき事項の全てを判読するために必要な表示時間が確保されているか。

…[中略]…

④ 顧客を集めての勧誘

- イ. セミナー等（講演会、学習会、説明会等の名目の如何を問わない。以下同じ。）を開催して、一般顧客等を集め、当該一般顧客等に対して金融商品取引契約の締結の勧誘（勧誘を目的とした具体的商品の説明を含む。）を行う場合には、当該セミナー等に係る広告等及び送付する案内状等に、金融商品取引契約の締結を勧誘する目的があることをあらかじめ明示しているか。
- ロ. 上記イの「金融商品取引契約の締結を勧誘する目的があることをあらかじめ明示」することには、セミナー等の名称が、金融商品取引に関連するものであることを明確に表していることのみでは足りず、勧誘する目的がある旨を明確に表示している必要がある。

第2. メール、チャット、ソーシャルメディア(LINE等)について

○ 金融商品取引法

(広告等の規制)

第三十七条 金融商品取引業者等は、その行う金融商品取引業の内容について広告その他これに類似するものとして内閣府令で定める行為をするときは、内閣府令で定めるところにより、次に掲げる事項を表示しなければならない。

- 一 当該金融商品取引業者等の商号、名称又は氏名
- 二 金融商品取引業者等である旨及び当該金融商品取引業者等の登録番号
- 三 当該金融商品取引業者等の行う金融商品取引業の内容に関する事項であつて、顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものとして政令で定めるもの

○ 金融商品取引業者等に関する内閣府令

(広告類似行為)

第七十二条 法第三十七条各項に規定する内閣府令で定める行為は、郵便、信書便（民間事業者による信書の送達に関する法律（平成十四年法律第九十九号）第二条第六項に規定する一般信書便事業者又は同条第九項に規定する特定信書便事業者の提供する同条第二項に規定する信書便をいう。第二百六十六条において同じ。）、ファクシミリ装置を用いて送信する方法、電子メール（特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（平成十四年法律第二十六号）第二条第一号に規定する電子メールをいう。第二百六十六条において同じ。）を送信する方法、ビラ又はパンフレットを配布する方法その他の方法（次に掲げるものを除く。）により多数の者に対して同様の内容で行う情報の提供とする。

[以下略]

○「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」Ⅲ. 監督上の評価項目と諸手続(共通編)、Ⅲ-2 業務の適切性(共通編)、
Ⅲ-2-3 勧誘・説明態勢、Ⅲ-2-3-3 広告等の規制

金融商品取引業者が行う広告等（金商業等府令第 73 条第 1 項に規定する広告等をいう。以下同じ。）の表示は、投資者への投資勧誘の導入部分に当たり、明瞭かつ正確な表示による情報提供が、適正な投資勧誘の履行を確保する観点から最も重要であるが、その徹底に当たっては、以下の点に特に留意するものとする。

(注) なお、広告等には、勧誘資料やインターネットのホームページ、郵便、信書便、ファックス、電子メール、ビラ、パンフレット等による多数の者に対する情報提供が含まれるが、実際に広告等に該当するか否かの判断は、投資者との電子メール等のやり取り、イメージCM、ロゴ等を記載した粗品の提供などの外形ではなく、実態をみて個別具体的に判断する必要がある。

○「広告等に関する指針」

第2部 広告等の作成に係る留意事項

I. 全 般

14. インターネットにおける広告等について

(1) ウェブサイトにおける「バナー広告」や「テキスト広告」、又はツイッターなど、限られたスペースを利用した広告など（以下「バナー広告等」という。）については、投資者に誤解を生じさせるような過度に主観的な表示を用いない。

※「投資者に誤解を生じさせるような過度に主観的な表示」にならないためには、例えば、その名称に「(条件付) 元本確保型」等の使用が禁止されている店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託（例えば、一定条件の下で元本確保となる投資信託）のバナー広告等ではキャッチコピー等にも「元本確保型」との表示を行わない。なお、リンク先のページでの詳細説明において、「元本確保型」の表示を用いる場合は、リンク先のページに元本確保の定義や条件が容易に理解できるように表示し、かつ当該条件を満たさなくなった場合のリスクについて明確に表示するなどの対応が考えられる。

(2) 個別商品においてバナー広告等を行う場合やツイッターに個別商品の記述をする場合において、顧客から見て一体性が認められる別のページに法令で規定されている必要表示事項（以下 14 において、「必要表示事項」という。）が表示されているのであれば、基本的に広告等規制に沿った対応であると考えられる。 なお、当該バナー広告等から必要表示事項が表示されている

別ページへ容易に遷移できるようなもの等は、顧客から見て一体性が認められると考えられる一方で、必要表示事項が表示されている別のページに遷移するために多数回のクリックを要する場合や、別ページ内での必要表示事項が表示されている箇所に至るまでに長大なスクロールを要するもの等は、顧客から見て一体性が認められない可能性が高い。また、ウェブサイトにおいて動画（テレビCM等と同様の内容のものに限る。）を用いた表示を行う場合は、テレビCMに準じた対応を行うこととなるが、それ以外の動画、商品説明資料又はバナー広告等が切り替わり表示されるものについては、それぞれに必要表示事項を表示するか、上記の一体性のある表示を行うことが必要である。【パブコメ No. 93～95】

- (3) 自社のウェブサイトにおいて、例えば、①トップページにおいて商品・サービスメニューが表示され、そこから②各種商品又はサービスが表示され、最後に③個別の商品内容や個別サービス内容が表示される場合において、③の個別の商品内容や個別サービス内容のページに、法定記載事項である「手数料等」や「リスク文言」の表示がされていれば、当該サイトの当該表示は、基本的に広告等規制に沿った対応であると考えられる。【パブコメ No. 95】

また、自社のウェブサイトにおいて、商品のロゴなどの見出しや図表・絵を用い、個別商品の商品名に加え、当該商品の商品内容の一部（利率、投資メリット等）のみを表示する場合は、顧客から見て一体性が認められるよう、同一のページ内（PDF等の電子ファイルを含む。）のわかりやすい場所に必要表示事項を表示するか、または必要表示事項が表示されている場所に容易に遷移できるように「詳細はこちら」や「リスクに関する説明」などの文字を表示したリンクやタグをわかりやすい場所に表示することが考えられる。したがって、このような対応は、基本的には広告等規制に沿った対応であると考えられる。なお、「リスク文言」については、文字の大きさに留意する必要がある。

- (4) 法定記載事項や「必要表示項目」（例えば、目論見書の交付場所等）が記載されていない他社作成資料を自社の広告等として自社ホームページに掲載する場合（他社ホームページに掲載されている資料を自社ホームページにおいて閲覧できるようにリンクを貼る場合を含む。）、顧客から見て一体性が認められるよう、当該広告等を掲載するページ（リンク元の自社ページ）に法定記載事項及び当該「必要表示項目」を表示することが考えられる。したがって、このような対応は、広告等規制及び本指針に沿った対応であると考えられる。【パブコメ No. 94, 95】

- (5) ソーシャルメディア^(※)において、個別商品の案内等、金融商品取引業の内容について表示する場合は、当該表示は広告等に該当すると考えられる。その場合の必要表示事項の記載方法については、上記(2)を参考にすること。また、リツイートやフ

オローのような第三者が行う記載は基本的には協会員が行う広告等には該当しないと考えられるが、当該記載が協会員の行った記載と一体とみなされる場合は当該第三者が行う記載部分を含めて協会員が行う広告等に該当する可能性があることに留意する。【パブコメ No. 15, 16】

※この指針においてソーシャルメディアとは、フェイスブックやミクシィ等のSNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）及びツイッターを指す。

第3. 株式等の5銘柄表示について

○「広告等に関する指針」第2部広告等の作成に係る留意事項、Ⅱ. 株式、2. セカンダリーにおける広告等、(1)個別企業の紹介

③「注目銘柄」等の表示に関する留意事項

イ. 大量推奨販売等

自社が選定した「注目銘柄」、「選定銘柄」、「参考銘柄」等（以下『「注目銘柄」等』という。）について、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、その株式の大量買付が行われることで公正な価格形成が損なわれ、金商業等府令第117条第1項第17号又は第18号に規定する不特定かつ多数の者に対する特定少数銘柄の行き過ぎた大量推奨販売（以下「大量推奨販売」という。）に該当することや、協会の「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」（以下「投資勧誘規則」という。）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」に該当することがないよう留意する。特に媒体や期間（どの程度の者の目や耳に留まるか）、表示の内容（客観的事実のみか、主観を含むか等）を勘案し、大量推奨販売や一律集中的推奨に該当する蓋然性が高いと考えられる場合は「注目銘柄」等の表示を行わない。

例えば、新聞、ラジオ、テレビは極めて多数の者に対して表示され、かつその選定理由等の表示が容易でないことが多いと考えられるため「注目銘柄」等の表示は行わない。また、雑誌等の書籍は発行部数や発行期間、表示の掲載スペース等を勘案し、大量推奨販売や一律集中的推奨に該当する蓋然性が高いと考えられる場合は「注目銘柄」等の表示を行わない。

インターネットのホームページ（特定の会員のみが利用するウェブサイトを含む。）等に関しても、掲載箇所や掲載期間、利用者数、アクセスの容易さ、表示の内容等を考慮し、大量推奨販売や一律集中的推奨に該当する蓋然性が高いと考えられる場合は「注目銘柄」等の表示を行わない。

以上のことを勘案した上で、「注目銘柄」等に関する表示を行う場合は、原則として、5銘柄以上（REIT（上場不動産投資証券）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）を容易に閲覧できるように表示する。また、株主優待制度に関する広告等を行う場合も同様とする。

(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や、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等）を表示する場合は、必ずしも5銘柄以上とする必要はない。た

だし、ある一定の客観的事実に基づいて抽出した場合は、その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。

(参考)

○「金融商品取引業等に関する内閣府令」第 117 条第 1 項第 17 号、第 18 号

(禁止行為)

第 117 条 法第 38 条第 9 号に規定する内閣府令で定める行為は、次に掲げる行為とする。

17 不特定かつ多数の顧客に対し、特定かつ少数の銘柄の有価証券の買付け若しくは売付け若しくはデリバティブ取引又はこれらの委託等を一定期間継続して一斉にかつ過度に勧誘する行為（金融商品仲介業務の委託を行う登録金融機関又は金融商品仲介業者に勧誘させる行為を含む。次号において同じ。）で、公正な価格（市場デリバティブ取引にあっては、価格に相当する事項）の形成を損なうおそれがあるもの

18 顧客の取引に基づく価格、指標、数値又は対価の額の変動を利用して自己又は当該顧客以外の第三者の利益を図ることを目的として、不特定かつ多数の顧客に対し、有価証券の買付け若しくは売付け若しくはデリバティブ取引又はこれらの委託等を一定期間継続して一斉にかつ過度に勧誘する行為

○「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第 12 条第 1 項

(過当勧誘の防止等)

第 12 条 協会員は、顧客に対し、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又は有価証券の売買に係るオプションの一律集中的推奨をしてはならない。

第4. 広告等の審査

- 「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」Ⅲ. 監督上の評価項目と諸手続(共通編)、Ⅲ-2 業務の適切性(共通編)、
Ⅲ-2-3 勧誘・説明態勢、Ⅲ-2-3-3 広告等の規制

(1) 主な着眼点

…[中略]…

⑤ 広告等審査体制

金商法第37条の規定を遵守する観点から、広告等の審査を行う広告等審査担当者が配置され、審査基準に基づいた適正な審査が実施されているか。

○ 日本証券業協会「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」

2. 内部審査の必要性【広告等の表示及び景品類の提供に関する規則第5条第1項】

広告等を行おうとするときは、広告審査担当者の事前の審査が必要である。

ただし、特定投資家に対する広告等の表示及び特別会員が行う登録金融機関金融商品仲介行為に係る広告等の表示で委託会員(当該特別会員に登録金融機関金融商品仲介行為の委託を行った会員)の広告審査担当者の審査が行われたものを除く。

3. 内部審査体制【広告等の表示及び景品類の提供に関する規則第5条第2項～第5項】

協会員は、広告等の審査を行う者として「広告審査担当者」を任命しなければならない。

この「広告審査担当者」は、原則として、次のいずれかに該当する者でなければならない。

<会員>

- ① 内部管理統括責任者
- ② 会員営業責任者資格試験の合格者
- ③ 会員内部管理責任者資格試験の合格者
- ④ その知識等からみて本協会が審査を行わせることが適当であると認めた者

<特別会員>

- ① 内部管理統括責任者
- ② 会員営業責任者資格試験（平成18年4月1日施行前の試験規則に基づくもの）の合格者
- ③ 会員内部管理責任者資格試験、特別会員営業責任者資格試験又は特別会員内部管理責任者資格試験の合格者
- ④ その知識等からみて本協会が審査を行わせることが適当であると認めた者

4. 審査基準【広告等の表示及び景品類の提供に関する規則第4条】

広告審査担当者は、広告等の審査に当たっては、当該広告等が、次に掲げる各号に該当する又はそのおそれのあるものでないことを確認しなければならない。

- 1 取引の信義則に反するもの
- 2 協会員としての品位を損なうもの
- 3 金商法その他の法令等に違反する表示のあるもの
- 4 脱法行為を示唆する表示のあるもの
- 5 投資者の投資判断を誤らせる表示のあるもの
- 6 協会員間の公正な競争を妨げるもの
- 7 恣意的又は過度に主観的な表示のあるもの
- 8 判断、評価等が入る場合において、その根拠を明示しないもの

※ 債券の条件一覧のように予め表示項目が決まっており、その都度、各項目に銘柄名、条件等が記入されるような広告等については、その様式について審査すればよく、個々の広告等についての審査は必要ない。（いわゆる雛形の審査で足りる。）

※ 他社が作成する資料を自社の広告等として使用する場合は、通常、内容については修正することができないので、上記の審査基準に照らして、当該資料を自社の広告等として使用できるか否かについて審査し、自社の商号、名称又は氏名、金融商品取引業者等である旨、登録番号、及び自社が加入している当該協会の名称等金商法上の必要記載事項が記載される手段（別様の書面に記載し、顧客へ一体として提供する方法等）を講じた上で審査を実施する。

第5. セミナーの案内状・案内広告

○ 広告等に関する指針

<参考> 広告等の該当性について

4. その他

(2) 次に掲げる行為については、一般的に広告等に該当しないものと考えられる。【パブコメ No. 53、「金融商品取引法の疑問に答えます」質問⑥】

- ① プレス・リリース資料を報道機関のみに配布する行為
- ② 新聞・雑誌（経済誌、マネー雑誌、四季報等）等そのものを提供する行為
- ③ 個別商品名の記載はあるが、直接的な誘引文言や当該商品の商品概要又は詳細等の記載がない資料等を、個別商品の取引を誘引する目的ではなく、情報提供する行為

例えば、この条件を満たした次の行為

- ・セミナーの案内のみを目的とした案内状を送付する行為やポスターを貼る行為
- ・資料請求用紙（はがき）やアンケートを送付する行為
- ・ディスクロージャー誌やアニュアルレポートを配付する行為
- ・決算内容を説明することを目的に、IR資料等を提供する行為 等

※一般的に「取扱商品一覧の案内」は、「個別商品の取引を誘引する目的ではない」とまでは言えないことに留意する必要がある。

- ④ 顧客に対し、個別商品名の記載はあるが、直接的な誘引文言や当該商品の商品概要又は詳細等の記載がない資料等を、個別商品の取引を誘引する目的ではなく情報提供する行為（アフターサービスの一環と認められるものなど）

例えば、この条件を満たした次の行為

- ・株価（チャート）や投資信託の基準価格等を提供する行為
- ・投資信託協会における「投資信託及び投資法人に係る運用報告書等に関する規則」第18条に規定する委託会社が作成する適時開示資料（運用レポート）を提供する行為

- ・ 経済・為替等のレポートを提供する行為
- ・ 顧客が保有する有価証券等に重要な事象（上場廃止、合併、償還、株式分割その他コーポレート・アクション等）が生じ、プレス・リリース資料や当該事象を通知する文書を提供する行為
- ・ 客観的事実のみが記載された統計資料を提供する行為 など

※セミナーの案内については、広告等に該当するしないにかかわらず、金融商品取引契約の締結の勧誘（勧誘を目的とした具体的商品説明を含む）を行う場合には、「金融商品取引を誘引する目的がある」旨を明確に表示する必要があると考えられる。【パブコメ No. 25】

VII. 店舗の新設・営業の案内等

3. セミナーに関する表示等

- ① セミナーの内容に関する表示において、個別商品や取引に関する説明を記載した場合は、広告等に該当するものと考えられる。
- ② 広告等に該当するしないにかかわらず、金融商品取引契約の締結の勧誘（勧誘を目的とした具体的商品説明を含む。）を行う場合には、「金融商品取引を誘引する目的がある旨」を明確に表示する必要がある。

○ 監督指針

金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針

III. 監督上の評価項目と諸手続（共通編）

III-2 業務の適切性（共通編）

III-2-3 勧誘・説明態勢

III-2-3-3 広告等の規制

（1）主な着眼点

…[中略]…

④ 顧客を集めての勧誘

イ. セミナー等（講演会、学習会、説明会等の名目の如何を問わない。以下同じ。）を開催して、一般顧客等を集め、当該一般顧客等に対して金融商品取引契約の締結の勧誘（勧誘を目的とした具体的商品の説明を含む。）を行う場合には、当該セミナー等に係る広告等及び送付する案内状等に、金融商品取引契約の締結を勧誘する目的があることをあらかじめ明示しているか。

ロ. 上記イの「金融商品取引契約の締結を勧誘する目的があることをあらかじめ明示」することには、セミナー等の名称が、金融商品取引に関連するものであることを明確に表していることのみでは足りず、勧誘する目的がある旨を明確に表示している必要がある。

○（参考）広告等に関する指針

<参考> 広告等の該当性について

広告等規制（金商法第 37 条）において、規制の対象となるのは、金融商品取引業者等が「その行う金融商品取引業の内容について」行う広告等（「広告」と「広告類似行為」）である。（特定投資家に対する広告等を除く。）

よって、広告等規制の対象となるか否かについては、次の観点が必要なポイントとなる。

- ① 「広告」又は「広告類似行為」であるか否か
- ② 「金融商品取引業の内容」であるか否か
- ③ 法令等により広告等に該当しない行為や広告等規制の適用除外となる行為であるか否か

1. 「広告」又は「広告類似行為」であるか否かの該当性

(1) 一般的に「広告」とは、随時又は継続してある事項を広く（宣伝の意味を含めて）一般に知らせることをいうと考えられ、例えば、次の行為は、「広告」であると考えられる。【パブコメ No. 14～16, 46～49】

- ① テレビCM、ラジオCM
- ② ポスターを貼る方法

- ③ 新聞や雑誌に掲載する方法
 - ④ インターネット・ホームページに掲載する方法
- (2) 「広告類似行為」とは、次に掲げる方法により、多数の者に対して同様の内容で行う情報の提供行為であると考えられる。
- ① 郵便
 - ② 信書便
 - ③ ファクシミリ装置を用いて送信する方法
 - ④ 電子メールを送信する方法
 - ⑤ ビラ又はパンフレットを配布する方法
 - ⑥ その他
- (3) 「単独の顧客のみを対象として行われる当該顧客に即した情報の提供」は、当該行為が個別の販売、勧誘行為と考えられることから、「広告等」に該当しないものと考えられる。【パブコメ No. 66】

2. 「金融商品取引業の内容」であるか否かの該当性

- (1) 「金融商品取引業の内容」とは、金商法第2条第8項各号に掲げる行為に係る業務の内容であり、例えば、次に掲げる内容が表示されていれば、一般的には、当該商品等を勧誘する手段として当該表示がなされたものと考えられることから、「金融商品取引業の内容」に該当するものと考えられる。【パブコメ No. 19～21, 29, 34, 53 等】
- ① 金融商品取引業に関する商品名（株式の銘柄名や投資信託の名称等）
 - ② 商品の種類（株式、債券、投資信託等（特定の金融商品について言及がなく、単なる取扱い業務の紹介にとどまるものを除く。））
 - ③ 取引手段やサービスの名称
 - ④ 金融商品取引業者等が取り扱う商品・サービスの一覧
 - ⑤ 金融商品の仕組みが紹介されたもの

⑥ 金融商品取引の仕組み・スキーム、メリット・デメリットが表示されたもの

(2) 次に掲げる内容の表示にとどまるものは、「金融商品取引業の内容」には、該当しないと考えられる。【パブコメ No. 29, 33, 36, 37】

① 「税制に関する案内」や「法令・制度に関する案内」にとどまるもの

② 「支店の移転等」の連絡にとどまるもの

③ 「営業時間」や「営業案内」を表示するにとどまるもの

④ 商品の商品概要や詳細等の表示を伴っていない単なるキャッチコピー的なもの（例えば、「株式・国債・公社債・投資信託」、「投資信託は〇〇証券まで」や「個人向け国債は△△証券まで」という文言のみ表示されたもの）

3. 法令により広告等に該当しない行為や広告等規制の適用除外となる行為であるか否か

(1) 法令により、次に掲げるものは広告等に該当しないと考えられる。【金商業等府令第 72 条、パブコメ No. 40～45, 53】

① 法令又は法令に基づく行政官庁の処分に基づき作成された書類を配布する方法

（法定公告、会社公告、目論見書、外国証券情報、投資信託の運用報告書等）

② 個別の企業の分析及び評価に関する資料（アナリスト・レポート）であって、金融商品取引契約の締結の勧誘に使用しないものを配布する方法

③ 次に掲げるすべての事項のみが表示されている景品その他の物品（例えば、メモ帳、ボールペンや貯金箱等のいわゆるノベルティ・グッズ等）を提供する方法

イ. 次に掲げるいずれかのものの名称、銘柄又は通称

- ・金融商品取引契約又はその種類
- ・有価証券又はその種類
- ・出資対象事業又はその種類
- ・その他上記の各事項に準ずる事項

ロ. 金融商品取引業者等の商号、名称若しくは氏名又はこれらの通称

ハ. 元本損失が生じるおそれがある旨及び当該損失の額が保証金等の額を上回るおそれがある場合には、当該おそれがある旨（なお、当該事項の文字又は数字が当該事項以外の文字又は数字のうち最も大きなものと著しく異なる大きさで表示されているものに限る。）

ニ. 契約締結前交付書面（又は目論見書）等の内容を十分に読むべき旨

（注1）③の景品その他の物品は、上記ロからニまでに掲げる事項について明瞭かつ正確に表示されているものに限る。

（注2）③の方法にあつては、当該景品その他の物品に表示されていない事項がある場合であっても、当該景品その他の物品と併せて、表示されていない事項が表示されている他の資料又は物品とを一体のものとして提供する方法でも良いとされている。ただし、イ～ニの事項のみの表示であることに留意する必要がある。

(2) 特定投資家に対する広告等は、広告等規制の適用から除かれている。

以 上

高齢顧客への勧誘による販売に係る規制体系

(1) 法令

金融商品取引法

(適合性の原則等)

第四十条 金融商品取引業者等は、業務の運営の状況が次の各号のいずれかに該当することのないように、その業務を行わなければならない。

- 一 金融商品取引行為について、顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行って投資者の保護に欠けることとなっており、又は欠けることとなるおそれがあること。
- 二 前号に掲げるもののほか、業務に関して取得した顧客に関する情報の適正な取扱いを確保するための措置を講じていないと認められる状況、その他業務の運営の状況が公益に反し、又は投資者の保護に支障を生ずるおそれがあるものとして内閣府令で定める状況にあること。

(2) 監督指針

金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針

IV. 監督上の評価項目と諸手続（第一種金融商品取引業）

IV-3 業務の適切性（第一種金融商品取引業）

IV-3-1 有価証券関連業に係る業務の適切性

IV-3-1-2 勧誘・説明態勢

(3) 高齢顧客への勧誘に係る留意事項

高齢顧客は、過去の投資経験が十分であったとしても、身体的な衰えに加え、短期的に投資判断能力が変化する場合もあることから、高齢顧客に対する投資勧誘においては、適合性の原則に基づいて、慎重な勧誘・販売態勢を確保するとともに、問題のある勧誘・販売を早期に発見するためのモニタリング態勢を整備する必要がある。また、商品販売後においても、丁寧にフォローアップしていく必要がある。以上を踏まえ、以下の点に留意して監督するものとする。

- ① 日本証券業協会自主規制規則「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」及び「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第5条の3の考え方」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）を踏まえ、高齢顧客に対する勧誘・販売に関する社内規則を整備するとともに、社内規則の遵守状況をモニタリングする態勢を整備しているか。
- ② 商品の販売後においても、高齢顧客の立場に立って、きめ細かく相談にのり、投資判断をサポートするなど丁寧なフォローアップを行っているか。

(3) 協会規則

協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則

(通 則)

第3条 協会員は、その業務の遂行に当たっては、常に投資者の信頼の確保を第一義とし、金商法その他の法令諸規則等を遵守し、投資者本位の事業活動に徹しなければならない。

2 協会員は、顧客の投資経験、投資目的、資力等を十分に把握し、顧客の意向と実情に適合した投資勧誘を行うよう努めなければならない。

3 協会員は、当該協会員にとって新たな有価証券等（有価証券、有価証券関連デリバティブ取引等、特定店頭デリバティブ取引等及び商品関連市場デリバティブ取引取次等（定款第3条第10号に規定する商品関連市場デリバティブ取引取次等をいう。以下同じ。）をいう。以下同じ。）の販売（新規の有価証券関連デリバティブ取引等、特定店頭デリバティブ取引等及び商品関連市場デリバティブ取引取次等を含む。以下同じ。）を行うに当たっては、当該有価証券等の特性やリスクを十分に把握し、当該有価証券等に適合する顧客が想定できないものは、販売してはならない。

4 協会員は、有価証券の売買その他の取引等に関し、重要な事項について、顧客に十分な説明を行うとともに、理解を得るよう努めなければならない。

(高齢顧客に対する勧誘による販売)

第5条の3 協会員は、高齢顧客に有価証券等の勧誘による販売を行う場合には、当該協会員の業態、規模、顧客分布及び顧客属性並びに社会情勢その他の条件を勘案し、高齢顧客の定義、販売対象となる有価証券等、説明方法、受注方法等に関する社内規則を定め、適正な投資勧誘に努めなければならない。

(4) ガイドライン

「協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則第5条の3の考え方」（高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン）（平成25年10月29日）

ガイドラインの内容については、「プリンシプルベースの視点での自主規制の見直しに関する懇談会」報告書 資料5「高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン」見直しのイメージの「現行」を参照。

以 上

インターネット取引において留意すべき事項について（ガイドライン）

I 趣 旨

本ガイドラインは、協会におけるインターネット取引に関するワーキングの検討等を踏まえ、インターネット取引における「非対面性」及び「非書面性」という特性に鑑み、投資者保護及び証券取引の公正性を確保し、投資者のインターネット取引に対する信頼性を維持・向上させる観点から、証券会社が留意すべき事項等について取りまとめたものである。

本ガイドラインにおける「インターネット取引」とは、顧客が、証券会社の営業部店以外の場所に設置したコンピュータ又は携帯情報端末等の電子機器によりインターネット又は他の商用オープンネットワークを利用して有価証券の売買注文等を発注し、当該売買注文等が機械的に認識・処理される取引をいう。

なお、本ガイドラインは、必要に応じ適宜見直しを行うものとする。

II 一般的な留意事項

インターネット取引は、「非対面性」及び「非書面性」という特性を有すことから、投資者は、通常取引に比してより一層、自己の責任及び判断により取引を行うことが求められる。証券会社は、投資者に自己の責任及び判断を求めるに当たり、次の事項について十分に留意する必要がある。

- ① インターネット取引についても、当然に、現行の法令・諸規則が全て適用されること。
- ② 社内規程を作成する等の方法により、インターネット取引に係る社内管理体制を整備すること。
- ③ 投資者がインターネット取引を適正かつ円滑に行うために必要と考えられる情報について、投資者に周知又は連絡すること。特に、法令・諸規則により営業所への備え置き等が求められている書類に係る情報については、投資者に対し周知又は連絡するよう努めること。
- ④ インターネットを利用して提供する投資情報等は、投資者にとって分かりやすい表現であって、かつ、必要な情報を含んでいること。

Ⅲ 具体的な留意事項

インターネット取引について各社において留意すべき事項及び当該留意事項に係る具体的な方策等は、次のとおりである。

1 一般的な事項

留意事項	具体的な方策等
<p>1 インターネット取引の業務を開始するに当たって</p> <p>(1) 証券会社がインターネット取引の業務を開始しようとする場合は、インターネット取引の対象となる顧客層、提供しようとするサービスの内容、インターネット取引を稼働させるシステムの規模、顧客属性の把握、顧客に対する情報提供、内部管理体制等について総合的に勘案する必要がある。</p> <p>(2) インターネット取引の非対面性に鑑み、顧客の属性把握、情報提供のために必要な措置について十分に工夫する必要がある。また、インターネット取引に係るシステム構築に当たっては、自社のシステムの能力等に十分に留意する必要がある。</p>	<p>・インターネット取引の業務を開始するに当たって留意すべき具体的な事項は以下のとおりと考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none">イ 提供しようとするサービスの内容 インターネット取引において提供するサービスの内容（注文の発注、約定確認、受渡代金確認、預り明細確認、取引に関する質問受付等）については、顧客が取引開始前に確認できるような構成にすることが望ましい。ロ システムの規模 サービスの内容を決定するには、インターネット取引の機械環境を勘案する必要がある。ハ 顧客属性の把握 インターネット取引においても通常取引の場合と同様に、顧客カードを整備する等の方法により、顧客の投資経験、知識、資産状況等の属性を適切に把握する体制が求められる。

留 意 事 項	具体的な方策等
	<p>ニ 顧客に対する情報提供 取引に関し重大な影響を与える情報を、顧客に迅速かつ正確に連絡できる体制が求められる。</p> <p>ホ 内部管理体制 上記の事項に加え、法令・諸規則により管理・監督することが求められる事項を、適切に管理・監督できる体制を整備する必要がある。</p> <p>・インターネット取引に係る口座開設の際に、顧客が顧客カード記載事項等の必要な情報を提供しない場合には、口座開設手続を中断する等の措置を取ることも考えられる。</p>
<p>2 取扱証券・取引</p> <p>(1) インターネット取引において取り扱う証券・取引については、各社において、自社の実務上の観点のみならず、インターネット取引の対象となる顧客層との適合性及び重要事項に係る情報提供の観点から、取り扱う範囲を決定する必要がある。</p> <p>(2) 一般的にリスクが高いと考えられる証券・取引及びその仕組みが複雑であると考えられる証券・取引を取り扱おうとする場合には、当該証券・取引を開始するに当り、適合</p>	<p>・リスクが高い又は仕組が複雑である証券・取引を取り扱う場合の手続としては、例えば以下のような方法が考えられる。</p> <p>イ ホームページにおいて、当該証券・取引の仕組み及びリスクの説明について表示を行う。</p> <p>ロ 顧客が説明の内容について確認した場合、その旨をホームページ又は電子メールにより連絡を受ける。</p> <p>ハ ホームページ又は電子メールにより内容を確認した旨の連絡を受けた顧客に対し、電話等により、その内容について</p>

留意事項	具体的な方策等
<p>性の原則・重要事項に係る情報提供について配慮し、取引開始基準及び取引に当たっての手續等を定める必要がある。</p> <p style="text-align: center;">関連項目：3「5 口座開設基準」(P12) 「9 証券・取引に係る解説」(P13)</p>	<p>て再度確認を行い、取引を開始することに関し問題がないと判断した顧客について、当該取引を開始する。 (ただし、法令・協会規則において説明書の交付及び確認書の徴求が求められる場合には、当該規定に従い、説明書の交付・確認書の徴求を行う。)</p>
<p>3 取引に係る基準</p> <p>過度に投機的な取引の抑制及び取引・決済の安全性の確保の観点から、各社の社内規程又は約款等において、取引に係る基準を定める必要がある。 また、取引を開始する前に、取引に係る基準を顧客に知らしめる必要がある。</p> <p style="text-align: center;">関連項目：3「5 口座開設基準」(P12)</p>	<p>・社内規程又は約款等においては、差金決済の禁止等の法令事項のほか、例えば以下のような取り決めを定めることが考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 取得代金及び売却証券の前受け ロ 1日当たりの取引限度金額の設定 ハ 1日当たりの取引件数、取引数量の制限

留 意 事 項	具体的な方策等
<p>4 インターネット取引に係る契約</p> <p>(1) 通常取引の場合と同様に顧客から口座開設の申し込みを受け、保護預り契約・外国証券取引口座契約等の契約を締結するとともに、必要事項を盛り込んだインターネット取引に係る契約を締結する必要がある。</p> <p>(2) 暗証番号等を利用する場合には、暗証番号等についても届出・確認を受ける必要がある。</p>	<p>・インターネット取引に係る契約において盛り込む必要があると考えられる項目としては、通常取引契約において規定される項目のほか、例えば以下の項目が考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 利用時間 利用時間に制約がある場合にはその旨を規定する。 ロ 取引の種類 取引の種類に制約がある場合にはその旨を規定する。 ハ 取扱証券（銘柄）の範囲 取扱証券（銘柄）に制約がある場合にはその旨を規定する。 ニ 取扱数量等の範囲 取扱数量、取引金額、取引件数等に制約がある場合にはその旨を規定する。 ホ 注文に関する事項 受注の定義、注文の有効期間、注文の受付・取消しの方法について規定する。 ヘ 受渡に関する事項 受渡の方法等に特例がある場合にはその旨を規定する。

留 意 事 項	具体的な方策等
	<p>ト 免責事項 顧客の損害に関し証券会社が免責となる場合について規定する。</p> <p>チ 顧客のパソコンの性能等 顧客がある一定以上の性能のパソコン又は特定のソフトを有していることが取引開始の条件となる場合にはその旨を規定する。</p> <p>リ 解約の取扱い インターネット取引に係る契約の解約について規定する。</p>
<p>5 免責事項</p> <p>顧客との紛争防止の観点から、免責事項を明確にする必要があり、免責事項については、消費者契約法等を踏まえ、顧客の利益を一方的に害することのないよう留意する必要がある。</p> <p>また、取引を開始する前に、免責事項を顧客に知らしめる必要がある。</p>	<p>・免責事項としては、例えば以下の事例が考えられる。</p> <p>イ 通信機器又は通信回線の障害による損害</p> <p>ロ 暗証番号等の一致を確認して行った取引による損害</p> <p>ハ 暗証番号等の誤使用等により取引を制限・中断したことによる損害</p> <p>ニ 顧客が契約事項に反した取引による損害</p> <p>ホ 通信回線の傍受等による損害</p>

留 意 事 項	具体的な方策等
<p>6 顧客相談窓口の設置</p> <p>(1) 顧客からの問い合わせ・苦情への対応及びシステム障害時における代替的な受注手段として、顧客相談窓口を設置する必要がある。</p> <p>(2) 顧客からの問い合わせ・苦情等について迅速に対応できるよう、顧客相談窓口には適切な人員配置を行う必要がある。</p> <p>(3) 顧客相談窓口の連絡先等については、ホームページに表示するだけでなく、取引を開始する前に顧客に書面により通知する必要がある。</p> <p>関連項目：3「7 問い合わせ・苦情への対応」(P13)</p>	<p>・顧客相談窓口を設置するほか、ホームページにおいてもQ&Aを設け、顧客からの問い合わせのうち典型的なものを表示することも考えられる。</p>

2 内部管理体制の整備及び取引の安全性確保に係る事項

留 意 事 項	具体的な方策等
<p>1 所管部署の設置</p> <p>インターネット取引について所管部署を設け、インターネット取引に係る内部管理体制を整備する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・業務内容に応じ複数の部署において業務を担当することも考えられる。 ・インターネット取引の日常的な管理・運営のほか、システム障害等不測の事態が発生した場合に速やかに対応できる体制を整える必要がある。
<p>2 取引内容の監視・審査</p> <p>顧客の取引に関し、当該取引について違法性の疑いがないか監視・審査できるよう内部管理体制を整備する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・監視・審査は、通常取引と同様に売買審査部門において行うことが考えられる。 ・監督指針、「Ⅱ－3－3－3 顧客の不正取引防止のための売買管理体制」に則り、適切な売買管理体制を整備する必要がある。 ・売買審査については、本協会理事会決議「会員における顧客による不正取引の防止のための売買管理体制の整備について」に基づき売買審査基準を作成のうえ、同基準に従い審査を行う必要がある。 ・不正な取引につながるおそれがあると認識した場合には、

留 意 事 項	具体的な方策等
	<p>当該取引を行った顧客に対し注意喚起を行うとともに、改善が見られない場合には注文の受託を停止する等適切な措置を講じる必要がある。</p>
<p>3 本人確認</p> <p>顧客の本人確認については、インターネット取引の非対面性に鑑み、より一層の留意が必要である。</p>	<p>・本人確認法に基づく顧客の本人確認に加え、監督指針、「Ⅱ－3－7 本人確認、疑わしい取引の届出」、「(1) 本人確認の徹底」に則り、本人確認事務を行う必要がある。</p>
<p>4 暗証番号等の取扱い</p> <p>(1) 顧客の暗証番号等を適正かつ厳正に取り扱うため、暗証番号等の取扱いについて社内規程又は約款等において定める必要がある。</p> <p>(2) 暗証番号等については、取引を開始する前に、顧客の届出又は確認を受ける必要がある。</p> <p>(3) 顧客に対し、暗証番号等を他に漏らさぬよう注意喚起する必要がある。</p>	<p>・暗証番号等の取扱いについて社内規程又は約款等において定める事項としては、例えば以下の事項が考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 登録手続き <ul style="list-style-type: none"> 社内における暗証番号等の登録手続きについて規定する。 ロ 登録対象顧客 <ul style="list-style-type: none"> 暗証番号等の登録対象となる顧客の範囲を規定する。 ハ 管理部署 <ul style="list-style-type: none"> 暗証番号等の管理部署を規定する。 ニ 守秘義務 <ul style="list-style-type: none"> 暗証番号等の取扱いに伴う守秘義務について規定する。

留 意 事 項	具体的な方策等
	<p>ホ 暗証番号等失念の場合の取扱い 顧客が暗証番号等を失念した場合の取扱いについて規定する。</p> <p>ハ 暗証番号等の変更 顧客が暗証番号等を変更する場合の取扱いについて規定する。</p>
<p>5 セキュリティーの確保</p> <p>プライバシーの保護及び取引安全性の確保の観点から、セキュリティの安全性・信頼性の確保について所要の措置を講じる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティの確保については、顧客から注文を受ける際だけでなく、約定通知等を顧客に対しホームページ又は電子メールにより連絡する場合についても十分に留意する必要がある。 ・セキュリティの確保については、今後の技術革新が予想されることから、定期的に見直しを行う必要がある。 ・セキュリティ確保の方策としては、例えば以下のような事項が考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> イ 交信情報の暗号化 ロ ネットワーク不正侵入（ハッカー）に対する防止策 ハ コンピューターウイルスに対する防止策

留意事項	具体的な方策等
<p>6 発注の方法</p> <p>注文を発注する際に口座番号及び暗証番号等を顧客に入力させることにより、口座を開設した者以外の者が発注することを防ぐ必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客が入力した暗証番号については、画面上は当該番号でなく*（アスタリスク）等により表示されることが必要である。 ・口座番号及び暗証番号等の入力画面については、顧客が意識的に操作しない限り注文が発注されないような仕組みを考える必要がある。
<p>7 記録の保存</p> <p>取引公正性の確保及び顧客との紛争の未然防止のため、顧客とのホームページ又は電子メールによる交信について、一定期間、記録を保存することが望ましい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・法令により記録の保存義務がある法定帳簿書類のほか、ホームページ又は電子メールによる交信の内容についても、内容の重要性等必要に応じ保存することが考えられる。 ・記録の保存に当たっては、内容を改ざんされることがないよう留意する必要がある。
<p>8 システム障害等への対応</p> <p>(1) インターネット取引に係る安全性の確保及びシステム障害等への対応のため、適切な人員配置を行うなど社内の内部管理体制を整備する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・システム障害等への対応としては、代替手段として注文を電話等により受けることが考えられ、このような措置に備え内部管理体制を整備する必要がある。 ・コンテンジェンシー・プランにおいて規定すべきと考えられ

留意事項	具体的な方策等
<p>(2) システム障害等が発生した場合に備え、十分なバックアップ体制を敷くとともに、各社においてシステム障害等に係るコンテンジェンシー・プランを作成する必要がある。</p> <p>(3) システム障害の発生を想定した訓練を定期的に行うことが望ましい。</p> <p>関連項目：3「10 システム障害時の代替手段等」(P14)</p>	<p>る事項は、例えば以下のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 担当部署・責任者に関する事項 ロ 社内連絡・社外連絡（当局及び協会への報告を含む。）に関する事項 ハ 人員確保に関する事項 ニ 顧客との連絡に関する事項（ホームページ上での表示を含む。） ホ 受注業務に関する事項 ヘ 受渡・決済業務に関する事項 ト 顧客管理に関する事項 チ システム障害等の復旧に関する事項 <p>・訓練の結果を踏まえ、必要に応じ、コンテンジェンシー・プランの見直しを行うことが考えられる。</p>
<p>9 システム障害の記録・報告</p> <p>(1) システム障害が発生した場合には、その状況等について記録し、適宜、再発防止策を講じる必要がある。</p> <p>(2) 一定のシステム障害が発生した場合には、「障害等発生報告書」を当局及び協会に提出する必要がある。</p>	<p>・システム障害について記録する項目としては、例えば以下の項目が考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 発生日時 ロ 復旧日時 ハ 障害の状況

留 意 事 項	具体的な方策等
<p>また、証券事故による損失を補てんしようとする場合には、一定の例外の場合を除き、事故確認申請書を提出する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ニ 障害の原因 ホ 復旧までの影響 ハ 対応方法 <p>・以下に掲げるシステム障害が発生した場合には、当局及び協会に報告書を提出する必要がある。(ただし、一部のシステム・機器にこれらの影響が生じても他のシステム・機器が速やかに代替することで実質的にはこれらの影響が生じない場合を除く。)</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 預り有価証券の売却、解約代金の払出し等に遅延、停止等が生じているもの又はそのおそれがあるもの ロ 資金繰り、財務状況把握等に影響があるもの又はそのおそれがあるもの ハ その他業務上、イ又はロに類すると考えられるもの

3 顧客に対する情報の提供及び取引の手続きに係る事項

留意事項	具体的な方策等
<p>1 登録番号の表示等</p> <p>証取法（外証法）上の登録を受けていない者の証券業類似行為を排除し、もって投資者保護に資するため、登録番号を表示する等の方法により当該証券会社が我が国の法令に基づく真正な証券会社であることを顧客に認識させることが望ましい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・証取法（外証法）上の登録年月日及び登録番号を顧客が認識しやすい場所に表示しておくことが望ましい。 ・協会ホームページの「協会員一覧」のページへのリンクを設けるという方法も考えられる。
<p>2 勧誘方針の公表</p> <p>金融商品販売法及び同施行令の規定に基づき、自社の勧誘方針をホームページに公表（表示）する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・勧誘方針においては、以下の事項について定めるものとする。 <ul style="list-style-type: none"> イ 勧誘の対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項 ロ 勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に対し配慮すべき事項 ハ イ及びロの事項のほか、勧誘の適正の確保に関する事項
<p>3 最良執行方針等の公表</p> <p>証取法、施行令及び行為規制府令に基づき、自社の最良執</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・最良執行方針等においては、有価証券取引について、最良の取

留意事項	具体的な方策等
<p>行方針等をホームページに公表（表示）する必要がある。</p>	<p>引の条件で執行するための方法及び当該方法を選択する理由を記載して定める必要がある。</p>
<p>4 証券会社のディスクロージ</p> <p>顧客に対し自己責任原則を求める前提として、ホームページにおいて自社の業務の状況等を公表する必要がある。</p>	<p>・例えば、ホームページにおいて「業務及び財産の状況に関する説明書」（証取法 50 条）、「自己資本規制比率を記載した書面」（証取法 52 条）を表示することが考えられる。</p> <p>なお、これらの説明書等の記載事項は以下のとおりとされている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①「業務及び財産の状況に関する説明書」 <ul style="list-style-type: none"> イ 会社の概況及び組織に関する事項 ロ 業務の状況に関する事項 ハ 財産の状況 ニ 管理の状況 ホ 連結子会社等の状況 ②「自己資本規制比率を記載した書面」 <ul style="list-style-type: none"> イ 固定化されていない自己資本の額 ロ 市場リスク相当額 ハ 取引先リスク相当額 ニ 基礎的リスク相当額 ホ 自己資本規制比率

留意事項	具体的な方策等
<p>5 口座開設基準</p> <p>口座開設基準を設けている場合には、その旨及び基準に適合しない場合には口座を開設することができない旨を口座開設申込書類等により顧客に知らせる必要がある。</p> <p>また、信用取引等の取引開始基準を設けている証券・取引を取扱う場合には、取引開始基準を設けている旨及び基準に適合しない場合には取引することができない旨を当該取引の口座申込書類等により顧客に知らせる必要がある。</p> <p style="text-align: center;">関連項目：1「2 取扱証券・取引」(P3) 1「3 取引に係る基準」(P3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・口座開設基準及び取引開始基準の具体的な内容は、必ずしも顧客に知らせる必要はないものと考えられる。 ・口座開設又は取引の開始を断る際にその理由を顧客に開示しない場合には、あらかじめその旨を顧客に知らせることが望ましい。
<p>6 システム構成のディスクロース</p> <p>インターネット取引に係るシステム構成については、顧客が証券会社を判断する際の要因の一つとなりえる事項であり、また、顧客の信頼性の確保を担保するという観点からも、自社のシステム構成についてホームページにおいて開示することが望ましい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・システム構成について開示する場合の項目としては、例えば以下の項目が考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> イ 安全対策の概要（バックアップ体制の有無等） ロ サーバーの状況・容量 ハ 回線の状況 ・システム構成を開示するに当たっては、ネットワークへの不正侵入（ハッカー）の被害を受けないよう、その内容に留意する必要がある。

留意事項	具体的な方策等
<p>7 問い合わせ・苦情への対応</p> <p>顧客からの問い合わせ・苦情に対応するため、自社の問い合わせ窓口をホームページに表示する必要がある。</p> <p>関連項目：1「6 顧客相談窓口の設置」(P5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・問い合わせ窓口としては、自社の問い合わせ窓口のほか、協会の証券あっせん・相談センターの連絡先をホームページに表示することが考えられる。 ・ホームページに Q&A を設け、顧客からの問い合わせのうち典型的なものを表示することも考えられる。
<p>8 金融商品販売法に基づく重要事項の説明</p> <p>金融商品販売法に基づく重要事項の説明をホームページ等において行う必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ等における具体的な説明の方法としては、例えば、以下のような方法が考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> イ 重要事項の説明が表示された画面を設定し、当該画面を経由した後に発注する仕組みとする。 ロ ホームページ上での説明に加え、仕組みが複雑・高度と思われる有価証券等については、取引開始時等に電話等により説明を行う。
<p>9 証券・取引に係る解説</p> <p>(1) インターネット取引の非対面性という特性に鑑み、法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・例えば、株式については、以下の事項を解説することが考えら

留意事項	具体的な方策等
<p>令・諸規則において説明書の交付義務が課されていない証券・取引であっても、自社が提供する証券・取引については、ホームページにおいてその概要の解説を行うことが望ましい。特に、リスクが高い又は仕組みが複雑である証券・取引を取り扱う場合には、当該証券・取引に係る仕組み・リスク等について詳細かつ具体的な解説を行うことが望ましい。</p> <p>(2) インターネット取引は、通常、広く一般投資者を対象とすることから、その解説は、平易な言葉により分かりやすく行うよう留意する必要がある。</p> <p>(3) ホームページにおける解説について、顧客からホームページ、電子メール、電話等により質問を受け付ける体制を整備するとともに、その旨をホームページに表示する必要がある。</p> <p style="text-align: center;">関連項目：1「2 取扱証券・取引」(P3)</p>	<p>れる。</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 株式投資の仕組み ロ 株式投資の特徴 ハ 株式投資のリスク ニ 株式投資に係る用語解説 <p>・協会及び証券教育広報センターのホームページにおいて証券投資に係る解説を行っていることから、自社のホームページにおいて協会又は証券教育広報センターをリンク先とし、当該ホームページにおいて顧客が情報を入手することも考えられる。</p>
<p>10 システム障害時の代替手段等</p> <p>システム障害が発生する可能性がある旨及びシステム障害が発生し、ホームページにおいて注文を発注できなくなった</p>	<p>・顧客に知らしめる方法としては、口座開設時に案内する方法のほか、ホームページに表示する方法が考えられる。</p>

留意事項	具体的な方策等
<p>場合の代替手段を顧客に知らしめる必要がある。</p> <p>関連項目：2「8 システム障害等への対応」(P8)</p>	
<p>11 配分の基本方針等の公表</p> <p>募集の取扱い等に係る株式等をインターネット取引において販売する場合には、配分の基本方針及び社内規則の概要をホームページにおいて開示することが望ましい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「株式等」とは、株式、新株予約権付社債券、新株予約権証券、優先出資証券及び不動産投資信託証券をいう。 ・引受けを行わない場合は、社内規則の概要を策定及び開示する必要はない。 ・配分の基本方針及び社内規則については、「株券等の募集等の引受け等に係る顧客への配分について」(理事会決議)、平成14年4月3日会員通知「顧客への配分に関する報告及び社内規則の参考事例について」(日証協(市エ)14第1号)及び平成14年11月29日会員通知「顧客への配分に関する報告及び社内規則の参考事例について」(日証協(市エ)14第74号)に則り策定する必要がある。
<p>12 注文の受託等</p> <p>(1) 顧客がホームページにおいて入力した注文・注文の取消しを証券会社が受託するに当たっての流れ・手続き等について、取引を開始する前に顧客に知らしめる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客は、自身が注文の内容又は注文取消しの旨をホームページにおいて入力したことをもって、当該注文又は注文取消しが受託されたと考えることが予想される。このため、注文又は

留意事項	具体的な方策等
<p>また、出来済みの場合等注文取消を受け付けられない場合についても、同様に顧客に知らしめる必要がある。</p> <p>(2) 顧客による不公正な取引につながる行為を未然に防止するため、ホームページ等において注意喚起を行う必要がある。</p>	<p>注文の取消しが受託されるまでの流れについて、顧客に知らしめる必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・証券会社が顧客の注文・注文の取消しを承諾したことを明確にするための方法としては、証券会社が顧客からの注文・注文の取消しを受託した場合、直ちにその旨をホームページ又は電子メール等により連絡することが考えられる。 ・注意喚起の内容としては、不公正な取引につながる行為について、本協会理事会決議「会員における顧客による不公正取引の防止のための売買管理体制の整備について」の内容を参考に、証券会社が顧客による不公正な取引につながる行為を認識した場合の対応を含め、示すことが考えられる。
<p>13 発注時の誤入力への対応について</p> <p>インターネット取引の非対面性・非書面性という特性に鑑み、入力した注文内容を、顧客が再度確認する画面を作成する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・確認画面については、顧客が意識的に操作しない限り注文が発注されないような仕組みを考える必要がある。 ・いわゆるダブリ注文を防止するため、受注した注文の状況（出来・不出来の別）を顧客が確認できる画面を設定することも考えられる。

留意事項	具体的な方策等
<p>14 受渡方法の明示</p> <p>顧客との間の資金・証券の受渡方法について、取引を開始する前に顧客に知らせる必要がある。</p> <p>また、顧客が注文を発注する際に、注文の内容と同様に、受渡の方法についても顧客が選択・確認を行う必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット取引においては、通常取引に比べ受渡方法が制限されることが考えられるため、受渡方法については、取引を開始する前に顧客に知らせることが必要となる。
<p>15 手数料等の説明</p> <p>顧客が注文を発注する前に、手数料等の取扱いについて顧客に知らせる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・公正慣習規則9号23条において、取引に係る手数料等（名称のいかんにかかわらず業務の対価として受け取るものをいう。）の種類、金額、徴収の方法等を、あらかじめ顧客に説明することとされている。 ・顧客が行い得る取引について、当該取引に係る手数料等の取扱いをホームページにおいて表示することも考えられる。
<p>16 適用為替レートの明示</p> <p>インターネット取引において外貨建証券の売買を行う場合には、外貨建証券の売買において適用される為替レートの決定方法について、取引を開始する前に顧客に知らせる必要がある。また、ホームページにおいても同じ内容の表示を行</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に適用される為替レートを示すのではなく、適用される為替レートの決定方法を示すことで差し支えないと考える。

留 意 事 項	具体的な方策等
う必要がある。	
<p>17 約定等の連絡</p> <p>取引報告書を郵送により交付する場合には、インターネット取引の非対面性に鑑み、郵送による取引報告書に先立ち、注文の成立後に直ちにホームページ又は電子メール等により約定した旨を連絡することが望ましい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ホームページ又は電子メール等により約定した旨を連絡した場合も、取引報告書を電子的に交付することについて顧客の承諾を得ていない場合には、郵送等により取引報告書を交付する必要がある。
<p>18 不出来の場合の取扱い</p> <p>(1) 注文の不出来が確定する時間等について、取引を開始する前に顧客に知らせる必要がある。</p> <p>(2) 注文が不出来となった場合には、その旨をホームページ又は電子メール等により顧客に連絡する必要がある。</p> <p>(3) 注文の有効期限についても、取引を開始する前に顧客に知らせる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 注文の不出来を確認するために、取引時間終了後、数時間を要することも考えられるが、最終的に不出来注文であることが確認される時間について、取引を開始する前に顧客に知らせる必要がある。 ・ 顧客が注文の状況を確認する手段として、注文の成約状況等を一覧して確認できる画面を作成することも考えられる。 ・ 注文の有効期限については、ホームページにその旨を表示する等の方法により、取引の都度、顧客に知らせることが望ましい。

留意事項	具体的な方策等
<p>19 掲示板の運営</p> <p>自社のホームページにおいて、掲示板を運営する場合には、当該掲示板において不法又は不適切な書き込みが行われないための適切な措置を講じる必要がある。</p> <p>関連項目：4「8 自社の役職員に対する指導・監督」(P22)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・不法又は不適切な書き込み防止の具体的な措置としては、例えば、以下のような方法が考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> イ 掲示板の管理責任者を定める。 ロ 書き込みの内容について事前の確認を行ったうえで、掲示板に掲載する。 ハ 掲示板の利用に際し口座番号又は暗証番号を入力させる等の方法により、書き込みの行える者を顧客等に制限する。 ニ 書き込みの内容について監視を行い、法令・諸規則違反に該当する書き込みや不適切であると考えられる書き込みが発見された場合には、当該書き込みを削除する。 ・個別企業・個別銘柄に係る書き込みについては、特に留意する必要がある。
<p>20 誤認防止のための措置</p> <p>他の会社のホームページにリンクを張る場合、他の会社のホームページからのリンクを認める場合、又は、バーチャルモールに出店する場合には、顧客が自社のホームページと他社のホームページを誤認することを防止するための適切な措置を講じる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・誤認防止のための具体的な措置としては、例えば、以下のような方法が考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> ① 他の会社のホームページにリンクを張る場合 <ul style="list-style-type: none"> イ リンクを設定した画面上にリンク先の会社名等を表示する。

留 意 事 項	具体的な方策等
	<ul style="list-style-type: none"> <ul style="list-style-type: none"> □ 他の会社のホームページに移る際に、顧客が当該証券会社のホームページから離れる旨を表示する。 ハ リンク先のページは、リンク先の会社名等が表示されている画面とする。 ② 他の会社のホームページからのリンクを認める場合 <ul style="list-style-type: none"> イ 他の会社のホームページのリンクを設定した画面上に証券会社名等を表示する。 □ リンクページは、証券会社名等が表示されている画面とする。 ③ バーチャルモールに出店する場合 <ul style="list-style-type: none"> 証券会社名等を表示する。 ・個別商品の説明画面に直接リンクするような場合には、誤認防止のための措置に関し特に留意する必要がある。

4 法令・諸規則の遵守に係る事項

留意事項	具体的な方策等
<p>1 勧誘・広告に係る規制</p> <p>インターネット取引に係るシステムの構築及び運営に当たっては、勧誘・広告に係る法令・諸規則に十分に留意する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ホームページにおいて広告等を行う場合には、広告責任者の審査が必要である。 ・ ホームページにおいて、アナリスト・レポート等を表示する場合には、当該表示が、特定銘柄の一律集中的推奨に該当しないよう留意する必要がある。 ・ ホームページに誤表示がある場合には、誤認勧誘等に該当し、証券事故となる可能性があることに留意する必要がある。 ・ 本ガイドラインにおいて記述している規制のほか、勧誘・広告に係る規制は概ね以下のとおりである。 <ul style="list-style-type: none"> イ 断定的判断の提供(証取法 42 条) ロ 一律推奨販売 (証取法 42 条) ハ 損失保証、利益保証 (証取法 42 条の 2、公正慣習規則 8 号 9 条) ニ 虚偽の表示(証取法 157 条、行為規制府令 4 条) ホ 特別の利益提供(行為規制府令 4 条) ヘ 過当勧誘 (公正慣習規則 8 号 9 条、9 号 8 条) ト 法人関係情報を提供しての勧誘(行為規制府令 4 条) チ 広告規制 (公正慣習規則 7 号)

留 意 事 項	具体的な方策等
<p style="text-align: center;">関連項目：4「8 自社の役職員に対する指導」(P22)</p>	<p>リ アナリスト・レポート規制（「アナリスト・レポートの取扱い等について」（理事会決議））</p>
<p>2 取引の受託等に係る規制</p> <p>インターネット取引に係るシステムの構築及び運営に当っては、取引の受託等に係る法令・諸規則に十分に留意する必要がある。</p> <p>また、取引の受託等に係る主な規制については、ホームページにおいてその内容を表示する等の方法により、顧客に知らしめる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本ガイドラインにおいて記述している規制のほか、取引の受託等に係る規制は概ね以下のとおりである。 イ 取引態様の事前明示義務(証取法 38 条) ロ 有価証券取引の最良執行義務(証取法 43 条の 2) ハ 不公正取引行為(証取法 157 条) ニ 仮装売買、相場操縦(証取法 159 条、行為規制府令 4 条) ホ 安定操作期間内の買付の受託(証取法 42 条、行為規制府令 4 条) ヘ 地位利用等による売買(行為規制府令 4 条) ト 非開示外国証券である旨の告知(公正慣習規則 4 号 12 条) チ 過当数量の取引(公正慣習規則 8 号 9 条) リ 仮名取引の受託(公正慣習規則 8 号 9 条) ヌ 空売り注文の受託(証取法 162 条、施行令 26 条の 2、26 条の 3、公正慣習規則 8 号 9 条) ル 地場出し・地場受け(公正慣習規則 8 号 9 条) ヲ 新規・大口取引の前受け(公正慣習規則 9 号 15 条)

留 意 事 項	具体的な方策等
<p>3 募集・売出しに係る規制</p> <p>インターネット取引に係るシステムの構築及び運営に当たっては、募集・売出しに係る法令・諸規則に十分に留意する必要がある。</p> <p>なお、投資信託受益証券の販売は、通常、募集の形態により行われている。</p>	<p>・募集・売出しに係る主な規制は以下のとおりである。</p> <p>イ 目論見書の交付 顧客に目論見書（訂正目論見書を含む。）を交付したうえで受注する措置が講じられている必要がある。</p> <p>ロ 広告規制 募集・売出し銘柄に係るホームページ上の情報提供については、法令・諸規則、広告の指針に従い行う必要がある。</p>
<p>4 内部者取引の排除</p> <p>インターネット取引の非対面性・非書面性という特性に鑑み、顧客から内部者取引に係る注文を受託しないよう留意する必要がある。このため、本人確認を行う際に又はホームページ等において、内部者取引の規制内容を顧客に十分に知らしめる必要がある。</p>	<p>・内部者取引を排除するための方法としては、例えば以下の方法が考えられる。</p> <p>イ 顧客が画面により内部者取引に該当しない旨を確認しない限り、注文を発注できない仕組みとする。</p> <p>ロ 口座開設時に作成した顧客カードにより、内部者に該当する企業の株式等については注文が発注されないようにシステム上のロックをかける。</p> <p>ハ 定期的に顧客にアンケートを行う等により顧客カードの情報を更新し、新たに内部者に該当することとなった企業の株式等について注文が発注されないようにシステム</p>

留 意 事 項	具体的な方策等
	上のロックをかける。
<p>5 売買規制銘柄等への対応</p> <p>取引所・協会による売買停止・制限等の措置及び自社の判断による受注の停止・制限等の措置に備え、内部管理体制を整備する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・売買停止・制限等が行われた場合には、直ちにその内容についてホームページに表示するとともに、売買停止の銘柄に係る注文及び制限を超える注文については、当該注文が発注されないようシステム上のロックをかけることが考えられる。
<p>6 自社の役職員との取引</p> <p>自社の役職員と取引を行う場合には、就業規則等に従い適正に取引が行われるよう留意する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・就業規則等に違反する取引については、システム上のロックをかける等の方法が考えられる。
<p>7 他の証券会社の役職員との取引</p> <p>他の証券会社の役職員と取引を行う場合には、地場受け・地場出しの規制に抵触しないよう慎重に取り扱う必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・他の証券会社の役職員から注文を受ける場合は、原則として当該役職員が所属する証券会社から事前に書面による承諾を受ける必要がある。 ・公正慣習規則 8 号において、地場受け・地場出しについて概ね以下のとおり規定されている。 <ul style="list-style-type: none"> イ 証券会社の役職員は所属証券会社の書面による承諾を

留 意 事 項	具体的な方策等
	<p>受けないで、他の証券会社に有価証券(国債証券、投資信託又は外国投資信託の受益証券を除く。)の売買等の注文を出してはならない。</p> <p>□ 証券会社の役職員は、他の証券会社の役職員から、当該従業員が当該他の証券会社の従業員であることを知りながら、当該他の証券会社の書面による承諾を受けないで、有価証券(国債証券、投資信託又は外国投資信託の受益証券を除く。)の売買等の注文を受けてはならない。</p>
<p>8 自社の役職員に対する指導・監督</p> <p>自社の役職員がインターネットを利用して法令・諸規則に違反する行為、そのおそれがある行為又はその温床となり得る行為を行うことのないよう社内規則を定め指導・監督を行う等適切な措置を講じる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・役職員に対し指導・監督を行う項目としては、例えば以下のような項目が考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> イ 掲示板への証券に関する事項の書き込み <ul style="list-style-type: none"> □ 役職員による証券に係る掲示板の運営 ・法令・諸規則に違反する行為、そのおそれがある行為又はその温床となり得る行為としては、例えば以下のような項目が考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> イ 有価証券相場又は個別銘柄について根拠のない噂等の書き込み □ 他社及び他社商品の誹謗・中傷 ハ 営業に利用することを目的とした投資勧誘に係る書き込

留 意 事 項	具体的な方策等
<p style="text-align: center;">関連項目：3「19 掲示板の運営」(P17) 4「1 勧誘・広告に係る規制」(P19)</p>	<p>み（公正慣習規則7号に規定する「広告等」に該当することから、事前の社内審査が必要となる。）</p>
<p>9 非居住者との取引</p> <p>(1) 英語等の外国語により証券取引の勧誘・広告を行おうとする場合には、諸外国における証券取引・証券業者規制に十分に留意する必要がある。</p> <p>(2) 非居住者（特に海外駐在の日本人）と取引を行おうとする場合にも、諸外国における証券取引・証券業者規制に十分に留意する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・規制当局の存する国の母国語となる言語による勧誘・広告及び非居住者との取引に係る規制については、現在のところ各国共通のルールはないことから、セーフハーバーとなる措置を明記することはできないが、IOSCO 及び SEC においては、以下のとおりの考え方を示している。 ・IOSCO 専門部会の報告書「インターネット上の証券活動」（98年9月公表） <p style="margin-left: 40px;">同報告書においては、インターネットによる募集について以下のとおり勧告を行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 規制当局が規制上の権限を行使するという決定を支持するであろう要因は、以下のとおりである。 <ul style="list-style-type: none"> イ 規制当局の管轄地域の居住者を対象とした情報であることが明確であること。 ロ 当該証券会社等が規制当局の管轄地域の居住者からの購入又は同人へのサービス提供の申し込みを受け入れ

留 意 事 項	具体的な方策等
	<p>ていること。</p> <p>ハ 証券会社等が、規制当局の管轄地域の居住者に情報を「売り込む」ために電子メール等を利用すること。</p> <p>② 規制当局が規制上の権限を行使しないという決定を支持するであろう要因は、以下のとおりである。</p> <p>イ 証券会社等が、インターネット上の募集について誰に対してのものか明確に述べていること。</p> <p>ロ 証券会社等が証券を募集又は販売することを認可されている（又は、認可されていない）管轄地域を記載した文章がホームページに含まれていること。</p> <p>ハ 証券会社等が、規制当局の管轄地域の居住者への販売を妨げることを合理的に意図するような注意を払っていること。</p> <p>・米国 SEC の解釈通達（98年3月公表）</p> <p>同解釈通達においては、インターネット上での証券の募集・証券取引サービスの提供について以下のとおりの考え方が示されている。</p> <p>① 一般的に、米国外の発行者が海外で行っている公募は米国に対して向けられたものとはみなされないが、以下に掲げる措置を取ることが望ましい。</p>

留 意 事 項	具体的な方策等
	<p>イ ホームページに当該募集が米国以外の国のみに向けられたものであることを明記する。例えば、当該募集が米国内又は米国居住者に向けられたものでない旨を表示するか、又は、募集の対象となっている米国国外の国・地域を表示する方法が考えられる。</p> <p>ロ ホームページを提供する証券会社等が、米国居住者に対して販売が行われないような合理的な予防的措置を講ずる。例えば、売付けに先立ち郵送先の住所や電話番号といった情報を入手することにより購入者の居住地を確認することができる。このような措置により、米国内の住所や電話番号を有する者に対して証券・目論見書等を送付又は引き渡すことを未然に防止できる。</p> <p>② 一般的に、米国居住者と証券取引を行わないよう合理的な措置を講じている限り、米国内法の証券会社としての登録を要しないと考えられるが、具体的には以下に掲げる措置を講じることが望ましい。</p> <p>イ ホームページにサービス対象となる国・地域を限定する旨を表示するか、又は、米国居住者がサービスの対象でない旨を明記する文書を明確に表示する。</p> <p>ロ ホームページを開設する証券会社が、住所、郵送先住所、支払方法等の情報に基づいて、米国居住者であると考えられる事情がある場合には、顧客とすることを拒絶</p>

留 意 事 項	具体的な方策等
	する。

注1 法令・諸規則については、平成17年12月1日現在の規定に基づき記載している。

注2 本ガイドラインにおいて使用した略称は次のとおりである。

「証 取 法」……………証券取引法（昭和23年法律第25号）

「外 証 法」……………外国証券業者に関する法律（昭和46年法律第5号）

「金融商品販売法」……………金融商品の販売等に関する法律（平成12年法律第101号）

「本人確認法」……………金融機関等による顧客等の本人確認等及び預金口座等の不正な利用の防止に関する法律（平成14年法律第32号）

「施行 令」……………証券取引法施行令（昭和40年政令第321号）

「行為規制府令」……………証券会社の行為規制等に関する内閣府令（昭和40年大蔵省令第60号）

「監督指 針」……………証券会社向けの総合的な監督指針

「公正慣習規則4号」……………日本証券業協会・外国証券の取引に関する規則（公正慣習規則第4号）

「公正慣習規則7号」……………日本証券業協会・広告等及び景品類の提供に関する規則（公正慣習規則第7号）

「公正慣習規則8号」……………日本証券業協会・証券従業員に関する規則（公正慣習規則第8号）

「公正慣習規則9号」……………日本証券業協会・協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則（公正慣習規則第9号）

以 上