

スプレッド広告表示の適正性維持に関するガイドライン

平 22. 9. 3 制定

(目的)

第 1 条 このガイドラインは、会員が行う店頭外国為替証拠金取引に伴うスプレッド広告に関し、投資者の広告表示内容に対する誤認等を防止し、投資者の保護を図るとともに、金融先物取引業の健全な発展に資するため、その表示内容の適正性を維持するために必要とされる会員内部の態勢整備等の留意事項等を示すことを目的とする。

(定義)

第 2 条 このガイドラインにおいて「広告」とは、広告等に関する自主規制基準第 2 条に定義する「広告等」をいう。

2 このガイドラインにおいて「スプレッド」とは、会員が店頭外国為替証拠金取引を行うに際し、顧客に提示する対象通貨の売り (offer)、買い (bid) の価格差をいう。

3 このガイドラインにおいて「スプレッド広告」とは、会員が店頭外国為替証拠金取引について行う広告のうち、具体的な金銭単位等の数値をもってスプレッドが表示された広告をいう。

4 このガイドラインにおいて「おとり行為」とは、広告を行いながら、広告通りの取引を顧客に提供しない行為又は形式上は広告内容に添った取引を装いながら、実際には顧客に不利となる取引を合理的な理由なく行うことをいう。

(広告掲載前の審査基準)

第 3 条 会員は、スプレッド広告を行う場合には、スプレッド広告に関する具体的な審査基準を定める。

2 前項の具体的な審査基準には、広告開始以前および以後において、自らが顧客との取引に対して提示するスプレッドが、広告掲載するスプレッドと合致し、適正であると判断する基準値を組み入れる。

3 過去のスプレッド実績と関わりなくスプレッド広告を行おうとする場合は、前項の基準値による審査判断に代え、広告するスプレッドの値が、自社のスプレッドに関する業務運営責任者による意思決定と合致したものが、確認する。

4 第 2 項は、顧客との取引に対して提示した売買価格とその価格差であるスプレッドが、実際に顧客との間で成立した売買価格とスプレッドとが乖離しないことを前提とし、会員は、スプレッド広告を行う場合には、当該乖離が発生していないことを確認する。

(広告掲載時の留意事項)

第 4 条 会員は、スプレッド広告を行う場合には、以下の事項に留意する。

①スプレッドに関し、投資者に有利な側の数値のみを強調しないこと

- ②スプレッドが変動することを前提とする場合は、その上限値と下限値をともに表示すること
- ③上記の値については、通常、想定される取引環境を前提とし、社会通念上、広告内容に偽りがないと解される値を記載すること
- ④広告表示するスプレッドが、実際の取引に際して提示されないことがあること、約定の結果による実質的なスプレッドが広告表示の値と合致しない場合があること及び実際の取引時のスプレッドを保証するものではないことなど、スプレッドに関わるリスクについて、顧客以外の投資者にも容易に確認できるようにすること
- ⑤過去の実績値をもって表示を行う場合にあっては、当該実績の測定期間を記載するとともに、可能な限り最新の値を用いること
- ⑥キャンペーンなど、広告内容に期限がある場合には、当該期限を投資者が容易に視認できるように明示すること
- ⑦広告の有効期限又は広告年月日を記載すること

(広告掲載中の留意事項)

- 第5条 会員は、スプレッド広告の有効期間中、実際に顧客との取引において提示したスプレッドが、広告表示と合致しているか、継続して確認する。
- 2 会員は、前項の確認においては、第3条第2項の基準値に照らして、広告中のスプレッドと顧客との取引において提示したスプレッドが合致しているかを判断する。
 - 3 会員は、前項の確認の結果、広告内容と実際のスプレッドが合致していないと判断した場合には、広告に表示されたスプレッドの修正又は当該広告の中止を速やかに実施する。ただし、既に顧客に配布し、会員の管理が及ばないチラシ、放映を終えたテレビCM又は新聞紙面において実施済みの広告など、過去に行った内容の修正が直接的に行えない媒体による広告については、例えば自社のホームページにおいて、顧客への修正内容の徹底を図るなどの代替措置をもって行うことができるものとする。

(おとり行為に対する留意事項)

- 第6条 会員は、おとり行為を行ってはならない。
- 2 会員は、既に実施した広告の内容が、顧客との取引の結果として不適切なものとならないよう、顧客の注文を処理し、約定を図る過程（以下「注文執行過程」という。）を管理・監督する。
 - 3 前項の管理・監督に当たっては、顧客との取引において提示したスプレッド又は約定時のスプレッドが広告掲載するスプレッドと合致する場合であっても、提示価格又は約定価格そのものを顧客に不利な方向に動かす行為及び顧客との約定を拒否又は遅延させる行為が行われていないかどうかを確認する。
 - 4 会員は、第2項の管理・監督に関して、常時取引全件をモニタリングする方法又は無作為抽出した取引をモニタリングする方法などの具体的な管理・監督方法を明文化して定め、これに基づき管理・監督を実施する。

- 5 前項によるモニタリングの結果、顧客との取引状況に不適切な状況が認められた場合には、スプレッド広告については前条第3項に準じた措置を行う。
- 6 第2項の管理・監督は、営業部門及び売買執行部門など、注文執行過程に直接関与する部署及び担当者から独立した部署及び担当者により行う。

(記録の保全)

- 第7条 会員は、第3条から第6条までによる審査及び管理・監督（以下「審査等」という。）の実施記録を作成し、保管する。
- 2 会員は、実施したスプレッド広告の適正性について、事後の検証が行えるよう、顧客への配信、受注、約定及びカバー取引等のデータなどの必要な情報を、前項の審査等の実施記録とともに、保管期間を定め、保管する。

(内部監査の実施)

- 第8条 会員は、第3条から第6条までの審査等が適切に行われていること並びに第7条の記録及びデータが適切に保管されていることを確認するため、適宜、内部監査を行う。
- 2 前項の内部監査においては、審査等の手順の遵守状況などプロセス確認に止まらず、前条第2項の情報をうい、無作為抽出による再検証を行うなどの方法により、審査等の判断の適切性及び記録保管状態を確認する。

(その他)

- 第9条 顧客へのレート配信、注文執行過程について全てシステムに依存する場合にあつては、一連のシステムの初期設定が第5条及び第6条の趣旨に反してないことを前提に、第5条第1項、第2項及び第6条第2項から第4項に代え、一連のシステムが正常に稼働していること、取引に影響を与える各種設定数値、あるいはプログラムが正常な手続を経ずに変更されていないかなど、システムの運用・管理状況について確認する。