

## 【比較表】

- ・ 広告等の表示及び景品類の提供に関する自主規制規則第9条に関する細則の要点説明（案）
- ・ 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の要点説明

細則の要点説明（変更後）	ガイドラインの要点説明（変更前）
<p>第2条第4項関係</p> <p>スプレッド広告には、次に掲げるものが含まれます。</p> <p>① 価格情報が無く、スプレッドを一覧表示したもの（スプレッド表）</p> <p>② 取扱う通貨ペアの一部を記載したスプレッド表</p> <p>③ 取扱う通貨ペアをすべて記載するものの、一部の通貨ペアを強調表示するスプレッド表</p> <p>また、相場表（取扱通貨ペアについて、売り、買い双方の価格が同時に表示されているもの）であっても、取扱通貨ペアの一部のスプレッドを表示する場合やスプレッドを強調する表示を施す場合などにおいては、スプレッドの広告効果を期待しているものと解されることから、スプレッド広告に準じて取り扱う必要があると考えられます。</p> <p>なお、取引説明書やその付属資料の一部に記載されたスプレッド一覧、顧客への説明のために当該書面等の要約説明に用いられる同一のスプレッド表は、広告を目的としたものではない限り、第2条第4項には該当しないものと考えます。</p> <p>第3条第2項関係</p> <p>おとり行為としては、広告内容と異なる広いスプレッドを恣意的に提示している行為、広告内容に添った取引を装いながら提示価格又は約定価格を顧客に不利な方向に動かす行為、顧客との約定を恣意的に拒否又は遅延させる行為などが考えられます。例えば、第4条第1号関係の基準値を満たすものの、本来は例外が発生した場合にやむを得ず許容される範囲を悪用し、特定の時間（期間）にスプレッドを恣意的に広げる行為は、これに該当するものと考えられます。管理・監督に当たっては、こうした行</p>	<p>第2条3項関係</p> <p>スプレッド広告には、次に掲げるものが含まれます。</p> <p>① 価格情報が無く、スプレッドを一覧表示したもの（スプレッド表）</p> <p>② 取扱う通貨ペアの一部を記載したスプレッド表</p> <p>③ 取扱う通貨ペアをすべて記載するものの、一部の通貨ペアを強調表示するスプレッド表</p> <p>また、相場表（取扱通貨ペアについて、売り、買い双方の価格が同時に表示されているもの）であっても、取扱通貨ペアの一部のスプレッドを表示する場合やスプレッドを強調する表示を施す場合などにおいては、スプレッドの広告効果を期待しているものと解されることから、スプレッド広告に準じて取り扱う必要があると考えられます。</p> <p>なお、取引説明書やその付属資料の一部に記載されたスプレッド一覧や顧客への説明のために当該書面等の要約説明に用いられる同一のスプレッド表は、広告を目的としたものではない限り、第2条第3項には該当しないものと考えます。</p> <p>新設</p>

為が行われていないか確認する必要があります。

#### 第4条第1号関係

広告の審査に当たっては、各社において、提示する(した)スプレッドが広告内容に照らし適正であると判断する基準値を定め(文書化し)、広告のスプレッドが適正となっているかどうかを確認する必要があります。

また、スプレッド広告の適正性を確保するためには、提示段階のみならず約定時点で広告内容と相違がないことが重要であり、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約定した売買価格とその価格差であるスプレッド(以下「約定スプレッド」という。)と乖離しないことが前提となっている必要があります。

本細則では、実際の約定処理、或いはポジション評価などに用いる、常時生成されている基本価格の全て、又は一部が顧客に配信されているとの前提を置き、提示価格(基本価格)＝約定価格との前提に立って、提示価格によるスプレッドを測定することにより広告の適正性を判断することとしています。

なお、新規の広告を行うなど過去のスプレッド実績と関係なくスプレッド広告を行う場合には、上記の基準値に照らして広告の審査を行うことができないため、これに代わる措置をとることとします。こうした場合には、スプレッドが広告と合致するように、例えば、システムによりスプレッドをコントロールできるような仕組みを作ることが必要となります。

\* 例示部分は削除(【Q2-1】で説明)

#### 第3条2項関係

広告する(した)スプレッドと提示する(した)スプレッドの合致状況を確認し、判断する基準を具体的に定めることとしています。

例えば、スプレッドの広告値を2銭～5銭とする場合には、過去および広告後の提示スプレッドが、

①2銭～5銭の範囲内にある割合

②2銭～5銭の範囲内にあって、その中心値(加重平均値)

③最低値である2銭以下である割合

について、それぞれ数値基準を設け、広告内容(2銭～5銭と表示すること)の適否を判断します。

なお、①については、突発的な事情(リーマンショックのような通常想定しえない事象、あるいは市場の予想を大幅に上回る経済指標の発表など)のない限り、その範囲内にあることを前提とし、②については中心

<p>削除（第4条第1号関係で説明）</p>	<p>値が中央よりも顧客有利な方向にあること、③については通常、顧客が期待する程度の割合を満たすこととし、それぞれに自社の判断基準（数値基準）を設定する（文書化する）ことを想定しています。</p> <p>第3条4項関係          スプレッド広告がおとり行為に該当しないようにするためには、提示段階のみならず約定時点で広告内容と相違がないことが重要です。一方、約定時点でのスプレッドは技術的に正確に把握することが困難と推察されます。このため、本ガイドラインでは、提示価格＝約定価格との前提を置き、この前提に立って提示価格によるスプレッドを測定することにより表示の適否を判断する仕組みとしています。したがって、第2項に設定する提示価格による基準の有効性を担保する上で、自社の取引状況について、提示価格＝約定価格の前提が成り立っているのかを予め確認することが要となります。</p>
<p>削除（【Q2-9-①】で説明）</p>	<p>第3条関係（その他）          広告前におけるスプレッド等の観測期間については、顧客にとって、直近の変動状況が、直接的に影響することから、広告日前の短期間（例えば1週間、1カ月など）の測定を重視する必要があります。なお、上記の考え方は広告後においても同様です。</p>
<p>第4条第2号関係          スプレッドが変動することを前提とする場合は、最小値と最大値を共に記載し、投資者にとって有利な最小値のみを強調することなく、最大値も同等に表示する必要があると考えます。          また、例えば、朝方のインターバンク市場の流動性が低下する時間帯とそれ以外の時間帯における取引に対し異なるスプレッドを適用する場合は、投</p>	<p>第4条①、②関係          投資者に適切にリスク（最大リスク）を伝えるため、スプレッド広告を行う場合には、最小値と最大値を共に記載し（固定スプレッドの場合を除く）、最小値と最大値の文字サイズや色調、デザイン等を違えることにより、最小値が際立つような表現を用いないことを規定しています。なお、平均値を用いてスプレッド広告を行う場合にあっては、最大値の表記は必要となります。</p>

資者にとって有利なスプレッド値のみを強調することなく、他方のスプレッド値も同等に表示する必要があります。

その他にも、例えば、1000通貨以下と1000通貨を超える取引に対し異なるスプレッドを適用する場合は、投資者にとって有利な一方のみを強調することなく、それぞれの取引に適用されるスプレッド値を同等に表示する必要があります。

#### 第4条第3号関係

実際の取引において、広告よりもスプレッドが拡大し、顧客が不利となることがあり得る場合(例外)には、スプレッド広告に用いるキャッチコピーやスプレッド表記(以下「スプレッド表記等」という。)の直後又はその同様に、それらの文字サイズや色合いなどと遜色のない視覚効果により例外のある旨を明示し、閲覧者が例外状況への意識を失わないように広告表現を工夫するとともに、閲覧者が容易に確認できる場所に具体的な例外状況の説明を掲載するなど、閲覧者が誤認をしないための措置が必要と考えます。(具体的なキャッチコピー等の不適切表現、例外状況の明示、例外状況の説明方法については、「広告等の表示及び景品類の提供に関するQ&A事例集(以下「Q&A」という。)」の【Q2-2】を確認してください。)

また、例えば、取引の一部(ロスカット取引や大口取引等)に関し、広告で表示する(した)スプレッドが適用されないことや提示価格とは別の価格で約定することがあらかじめ取り決められている場合は、そうした取引に適用されるスプレッドが広告で表示するスプレッドと比べて、顧客にとって不利となることがあり得ると考えられるので、契約締結前書面等のみで説明するのではなく、当該広告においても閲覧者が容易にわかるように説明する必要があります。

#### 第4条第5号関係

キャンペーンなど、広告に期限がある場合には、

#### 第4条⑤関係

実際の取引において、広告するスプレッド値と異なり、スプレッドが拡大し、顧客が不利となることがあり得る場合(例外状況)には、スプレッド広告に用いるキャッチコピーやスプレッド(数値)などの文字サイズや色合いなどと遜色のない視覚効果により例外のある旨を示し、閲覧者が例外状況への意識を失わないように広告表現を工夫するとともに、閲覧者が容易に確認できる場所に具体的な例外状況の説明を掲載するなど、閲覧者が誤認をしないための措置が必要と考えます。(具体的なキャッチコピー等の不適切表現、および例外状況の示唆、状況の説明方法については、「FX取引の広告等に関するQ&A事例集」を確認してください。)

#### 新設

#### 第4条③関係

第3条2項、4項の考え方と同様です。

なお、スプレッドの実績値を具体的に公表し、投資者

当該期限を投資者が容易に視認できるように表示する必要があります。

削除

削除

#### 第5条第1項関係

会員は、スプレッド広告の有効期間中、少なくとも週に1回以上継続的に、広告のスプレッドが適正であることを確認する必要があると考えます。

#### 第5条第2項関係

広告掲載後、実際に提示したスプレッドと広告で表示したスプレッド値とが乖離し、広告内容に問題があると認められることとなった場合には、速やかに広告を修正または中止するほか、顧客がより認識し易い方法(メール、取引ツール画面に表示する等)によって周知するなど、必要に応じた対応を行う必要があります。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掲載済みの広告など、過去に行った内容の修正等が直接的に行えない広告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、顧客へ当該修正等の周知徹底を図るなどの代替措置を講じる必要があります。

なお、おとり行為が認められた場合にも、上記と同様な対応を行う必要があります。

#### 第6条第1項関係

第1号から第3号までの各事項について、毎営業日記録すること。

(1)取引時間(第2号の時間を除く。)において、

の誤認を防ぐなどの施策を合わせて行うことは投資者の信頼性確保の上で有効と考えます。

#### 第4条④関係

上記、第3条関係(その他)の考え方に拠ります。

新設

#### 第5条3項関係

広告掲載後、広告したスプレッドと実際に提示したスプレッドが乖離し、広告内容が不適切なものとなった場合には、速やかに広告の訂正または回収を行う必要があります。例えば印刷物については、配布前のものについては回収または修正し、すでに配布しているものがあれば、自社のホームページ等を通じて広告事項の停止または訂正を配信するなど、投資者に広く伝える措置を講じることを規定しています。なお、立て看板等についても速やかに書き換え、また、配送会社内にあるパンフレット等についても配布前であれば配送停止を指示するなど、投資者に誤解を与えないための最大限の措置を実施する必要があります。

新設

<p>毎正ミリ秒時点*に顧客に提示したスプレッドが          広告で表示したスプレッド値（変動の場合は上限          値）以下である時間（ミリ秒単位）の合計</p> <p>*ミリ秒単位以下の端数が付かない時刻のこと</p> <p>(2)取引時間において、レートの提示が停止し、          又は顧客との取引が停止した時間（秒単位）の合計</p> <p>(3)取引時間において、実際に提示したスプレッ          ドの中で最大であった値(広告で表示した単位に揃          える。)</p> <p>第6条第2項第1号関係</p> <p>計算式は、以下のとおり。(百分率で表示)</p> <p>(公表する日の属する週の前週から遡って4週          における第6条第1項関係(1)の時間(ミリ秒単位)          の累計/当該4週においてスプレッド広告を行っ          た日の取引時間を累計した時間(ミリ秒単位)×100          (小数点第3位以下を切り捨て)</p> <p>第6条第3項関係</p> <p>第6条第2項第1号関係の計算値から判断して、          実際に提示したスプレッドが広告の内容と合致し          ていないと認められる場合は、乖離することとなっ          た理由を投資者及び閲覧者に説明する必要があります。          (Q&amp;A【2-12】をご参照ください。)</p> <p>第9条関係</p> <p>各社の事情に即して、社内規則が具体的に規定さ          れる必要があります。また、内部監査を実施するこ          とで、社内規則どおりに適切な運用がなされている          ことを担保する必要があると考えます。</p> <p>削除</p>	<p>新設</p> <p>新設</p> <p>新設</p> <p>第9条1項、2項関係</p> <p>スプレッドの実績を公表することは基本的には好ま          しいものと考えられますが、公表方法や内容によっ          ては顧客に誤った印象を与える可能性があるため、慎重          に対応する必要があります。公表における具体的な留          意点については、「FX取引の広告等に関するQ&amp;A          事例集」の該当箇所をご覧ください。</p> <p>その他</p> <p>今後、協会監査については第3条、5条、6条により          行われた審査・監督状況を確認するほか、第8条によ          り行われた内部監査を再検証するなどの方法により、          スプレッド広告の適正性確保の態勢整備状況の確認          を行うことがあります。この際、事後検証に必要な諸</p>
---	---

その他

今後、協会監査については、第7条の記録の内容について検証を行うなどの方法により、スプレッド広告の適正性確保の態勢整備状況の確認を行うことがあります。この際、事後検証に必要な諸データの保存が行われておらず、合理的な説明が得られない場合には態勢整備の状況が十分でないと判断します。

また、顧客からの苦情等の情報に基づき、協会が各会員の広告内容の適正性を確認する場合で、対象となった会員の内部に当該情報の正否を確認するためのデータ等の備えがなく、また、合理的な説明が会員より得られない場合には、所要の措置を行う場合があります。

データの保存が行われておらず、合理的な説明が得られない場合には態勢整備の状況が十分でないと判断します。

また、顧客からの苦情等の情報に基づき、協会が各会員の広告内容の適正性を確認する場合には、対象となった会員の内部に当該情報の正否を確認するためのデータ等の備えがなく、また、合理的な説明が会員より得られない場合には、所要の措置を行う場合があります。