

【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

細則案（変更後）	ガイドライン（変更前）
<p>（目的）</p> <p>第1条 <u>この細則は、広告等の表示及び景品類の提供に関する自主規制規則（以下「広告規則」</u>という。）<u>第9条の規定に基づき、</u>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、<u>虚偽若しくは誇大な表示を排除し、又は表示されるべき事項を定め、</u>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ことを目的とする。</p> <p>（定義）</p> <p>第2条 <u>この細則において「店頭外国為替証拠金取引」とは、金融商品取引業等に関する内閣府令第117条第1項第28号の2に規定する特定通貨関連店頭デリバティブ取引（金融商品取引法第2条第8項に規定する金融商品取引業から除かれるものを除く。）をいう。</u></p> <p><u>2 この細則において「広告」とは、広告規則第2条に規定する広告等の表示をいう。</u></p> <p><u>3 この細則において「スプレッド」とは、</u>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。</p> <p><u>4 この細則において「スプレッド広告」とは、</u>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。</p> <p><u>5 この細則において「おとり行為」とは、広</u></p>	<p>（目的）</p> <p>第1条 <u>このガイドラインは、</u>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、<u>その表示内容の適正性を維持するために必要とされる</u> <u>会員内部の態勢整備等の留意事項等</u>を示すことを目的とする。</p> <p>（定義）</p> <p>第2条 新設</p> <p><u>1 このガイドラインにおいて「広告」とは、</u> <u>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2条に定義する「広告等の表示」をいう。</u></p> <p><u>2 このガイドラインにおいて「スプレッド」</u> <u>とは、</u> <u>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。</u></p> <p><u>3 このガイドラインにおいて「スプレッド広告」</u> <u>とは、</u> <u>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。</u></p> <p><u>4 このガイドラインにおいて「おとり行為」</u></p>

<p>告を行いながら<u>合理的な理由なく</u>広告どおりの<u>スプレッドを顧客に提示せずに</u>、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行うことをいう。</p>	<p>とは、広告を行いながら、広告どお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。</p>
<p><u>6 この細則において「広告審査担当者」とは、広告規則第7条第1項に規定する広告審査担当者をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p><u>7 この細則において「取引時間」とは、顧客との店頭外国為替証拠金取引に関し、契約上取引可能な時間をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p><u>8 この細則において「内部管理責任者」とは、金融先物取引業務の内部管理責任者等に関する規則(次項において「内部管理責任者等規則」という。)第8条第1項の規定に基づき任命された内部管理責任者をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p><u>9 この細則において「内部管理担当役員」とは、内部管理責任者等規則第2条に規定する内部管理担当役員をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p>(おとり行為の禁止)</p>	<p>(おとり行為に対する留意事項)</p>
<p>第<u>3</u>条 会員は、おとり行為を行ってはならない。</p>	<p>第<u>6</u>条 会員は、おとり行為を行ってはならない。</p>
<p><u>2 会員は、おとり行為の未然防止を図るため、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・監督するものとする。</u></p>	<p><u>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。</u></p>
<p><u>削除</u>(要点説明の第3条第2項関係に取り入れる)</p>	<p><u>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。</u></p>
<p><u>削除</u>(要点説明の第3条第2項関係に取り入れ</p>	<p><u>4 会員は、第2項の管理・監督に関して、常</u></p>

<p>る)</p> <p><u>削除</u> (要点説明の第5条第2項関係に取り入れる)</p> <p><u>3 前項の管理・監督は、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が行うものとする。</u></p> <p>(<u>広告の審査時の確認事項</u>)</p> <p><u>第4条 会員の広告審査担当者は、スプレッド広告の審査を行う際、次の各号に掲げる事項を確認するものとする。</u></p> <p><u>(1) 広告のスプレッドが適正であること</u></p> <p><u>(2) スプレッドに関し、投資者に有利な数値のみを強調していないこと</u></p> <p><u>削除</u> (広告が適切であることを判断する基準値については、要点説明の第4条第1号関係及びQ&A【2-1】に取り入れる。)</p> <p><u>削除</u></p> <p><u>(3) スプレッドが広告と異なり顧客にとって不利となる可能性がある場合には、当該場合があること及びその具体的な状況を明確に表示していること</u></p> <p><u>削除</u> (要点説明の第4条第1号関係に取り入れる)</p>	<p><u>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。</u></p> <p><u>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。</u></p> <p><u>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。</u></p> <p>(<u>広告掲載前の審査基準</u>)</p> <p>第3条 新設</p> <p>新設</p> <p>新設 (第4条①を移行)</p> <p><u>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。</u></p> <p><u>2 前項の具体的な審査基準には、広告開始以前及び以後において、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。</u></p> <p>新設 (第4条④、⑤を移行)</p> <p><u>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</u></p>
--	---

<p><u>削除</u> (要点説明の第4条第1号関係に取り入れる)</p> <p><u>(4) 広告掲載日を表示していること</u></p> <p><u>(5) 広告に期限がある場合には有効期限を表示していること</u></p> <p>(広告掲載時の留意事項)</p> <p><u>削除</u></p> <p><u>削除</u> (第4条第2号に移行)</p> <p><u>削除</u> (要点説明の第4条第2号関係に取り入れる)</p> <p><u>削除</u></p> <p><u>削除</u> (第4条第3号に移行、要点説明の第4条第3号関係及びQ&A【2-2】に取り入れる)</p> <p><u>削除</u> (第4条第3号に移行、要点説明の第4条第3号関係に取り入れる)</p> <p><u>削除</u></p>	<p><u>者による意思決定と合致したのか確認する。</u></p> <p><u>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。</u></p> <p>新設 (第4条⑧を移行)</p> <p>新設 (第4条⑦を移行)</p> <p>(広告掲載時の留意事項)</p> <p><u>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。</u></p> <p><u>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</u></p> <p><u>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</u></p> <p><u>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</u></p> <p><u>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</u></p> <p><u>⑤ 実際の取引において、広告するスプレッド値と異なり、顧客にとって不利となることがある場合には、当該場合があること及びその具体的な状況を、スプレッド広告の閲覧者に十分に分かるようにすること。</u></p> <p><u>⑥ 過去の実績値をもって表示を行う場合に</u></p>
--	--

削除 (第4条第5号に移行、要点説明の第4条第5号関係に取り入れる)

削除 (第4条第4号及び同条第5号に移行)

(広告掲載中の確認事項)

第5条 会員の広告審査担当者は、スプレッド広告の有効期間中、広告のスプレッドが適正であることを、継続して確認するものとする。

削除 (Q&A【2-1】【2-12】に取り入れる)

2 会員は、前項の確認の結果、広告のスプレッドが適正でないと判断した場合には、当該広告の修正又は中止を速やかに実施し、広告の適正性を確保するものとする。

*但し書き部分は、要点説明の第5条第2項関係に取り入れる

(スプレッド実績の公表等)

第6条 会員は、スプレッド広告を行う場合は、当該広告の対象とする通貨に関し、次の各号に掲げる事項を毎営業日記録するものとする。

(1)取引時間(第2号の時間を除く。)において、顧客に提示したスプレッドが広告内容と合致

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

⑦ 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

⑧ 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、第1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。

新設

し、又は広告内容を下回る時間

(2)取引時間において、価格の提示を停止した、又は約定を停止した時間

(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

2 会員は、前項の記録を基に、営業日毎の前項各号の時間を集計し、毎週金曜日までに、次の各号に掲げる事項を自社のホームページで公表するものとする。

(1)公表日の属する週の前週から遡って4週における前項第1号の時間の累計が、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の累計に占める割合

(2)公表日の属する週の前週から遡って4週における前項第2号の時間の累計

(3)公表日の属する週の前週から遡って4週において前項第3号の値の中で最大となる値

3 前項第1号の割合から判断して、実際に提示したスプレッドが広告と異なっていると認められる場合には、その要因を掲載するものとする。

(記録の保存)

第7条 会員は、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、次の各号に掲げる事項に関する記録を作成し、当該記録の作成から3年間保存するものとする。

(1)第3条第2項の規定に基づく管理・監督及びその結果を踏まえた措置

(2)第4条の規定に基づく広告の審査の内容

(3)第5条第1項の規定に基づく確認及びその結果を踏まえた措置

(4)第6条第1項及び同条第2項の各号に掲げる事項

削除

(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

<p><u>(内部管理責任者等への報告)</u></p> <p><u>第8条 会員は、定期的及び必要に応じて随時に、前条各号に掲げる事項について内部管理責任者に報告するものとする。</u></p> <p><u>2 内部管理責任者は、本細則の規定に違反する事実が認められる場合には、速やかにその内容を内部管理担当役員に報告するものとする。</u></p> <p><u>削除 (内部監査については、要点説明の第9条関係で説明)</u></p> <p><u>削除</u></p> <p><u>削除 (第6条で規定)</u></p> <p><u>削除</u></p>	<p><u>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。</u></p> <p><u>(内部監査の実施)</u></p> <p><u>第8条 新設</u></p> <p><u>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。</u></p> <p><u>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項の情報をを用い、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。</u></p> <p><u>(スプレッド実績の公表)</u></p> <p><u>第9条 過去のスプレッド実績を公表する場合には、最新の情報を公表するよう努めなければならない。</u></p> <p><u>2 前項の公表には、スプレッドの計測方法について具体的に記載しなければならない。</u></p> <p><u>(その他)</u></p> <p><u>第10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</u></p>
---	--

<p><u>(社内管理体制の整備)</u></p> <p><u>第9条 会員は、スプレッド広告の適正化を図るため、スプレッド広告に関する審査体制、審査基準、審査記録の保存、スプレッド実績の公表及びおとり行為の未然防止を図るための管理・監督等に関する社内規則を整備し、これを役職員に周知し、その遵守を徹底させるものとする。</u></p>	<p><u>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。</u></p> <p>新設</p>
--	--

【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><u>第2条第4項関係</u></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><u>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。</u></p>	<p><u>第2条3項関係</u></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><u>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。</u></p>
<p><u>第3条第2項関係</u></p> <p><u>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、こうした行為が行われていないか確認する必要があります。</u></p> <p><u>第4条第1号関係</u></p>	<p>新設</p> <p><u>第3条2項関係</u></p>

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（【Q 2 - 1】で説明）

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については中心値が中央よりも顧客有利な方向にあること、③につい

削除 (第4条第1号関係で説明)

削除 (【Q2-9-①】で説明)

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ると考えます。

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、

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。

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。

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。

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も、最大値の表記は必要となります。

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ると考えます。

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る**と考えます。

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、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

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、投資者の誤認を防ぐなどの施策を合わせて行うことは投資

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、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

*ミリ秒単位以下の端数が付かない時刻のこと

(2)取引時間において、レートが提示が停止し、又は顧客との取引が停止した時間（秒単位）の合計

(3)取引時間において、実際に提示したスプレッドの

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、投資者に広く伝わ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

中で最大であった値(広告で表示した単位に揃える。)

第6条第2項第1号関係

計算式は、以下のとおり。(百分率で表示)

(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)

第6条第3項関係

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&A【2-12】をご参照ください。)

第9条関係

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。

削除

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。

新設

新設

新設

第9条1項、2項関係

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&A事例集」の該当箇所をご覧ください。

その他

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データの保存が行われておらず、合理的な説明が得ら

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。

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。

広告等の表示及び景品類の提供に関するQ & A事例集

修正案	現行
<p>第一部 FX取引</p> <p>1. 広告全般</p> <p>【Q1-1】～【Q1-5】（略）</p> <p>2. 「スプレッド広告」について</p> <p>【Q2-1】</p> <p>当社では、店頭FX取引における米ドル円提示レートのスプレッドを最低2銭から提供しているが、相場動向によってはこの限りではない。このような取引状況下で、「米ドル円スプレッド2銭～」と表示したスプレッド広告を行うことについて、<u>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（以下、「細則」という。）に抵触しないようにするため、どのような点に留意すべきか。</u></p> <p>【A2-1】</p> <p><u>細則第1条では、その目的を『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、虚偽若しくは誇大な表示を排除し、又は表示されるべき事項を定め、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こと』と定めています。この目的を達成するために、各社が細則に則って自主的にスプレッド広告の適正性の確保に向けた取組みを行えるよう、本Q&Aにおいて、細則の各規定の趣旨に沿った考え方を示しています。</u></p> <p><u>細則第4条第2号では、広告審査時の確認事項として、『スプレッドに関し、投資者に有利な数値のみを強調していないこと』と規定しています。スプレッドの下限值である「2銭～」のみを表示することは、一定の範囲で変動するスプレッドについて投資者に有利な数値のみを強調していることと認められます。ご質問のように、スプレッドが変動することを前提とするのであれば、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（以下、「要点説明」という。）第4条第2号関係の解説のとおり、「2銭～」のように投資家にとって有利な最小値のみを強調することなく、「2銭～△銭」のように投資家にとって不利な最大値も同等に</u></p>	<p>第一部 FX取引</p> <p>1. 広告全般</p> <p>【Q1-1】～【Q1-5】（略）</p> <p>2. 「スプレッド広告」について</p> <p>【Q2-1】</p> <p>当社では、店頭FX取引における米ドル円提示レートのスプレッドを最低2銭から提供することとしているが、相場動向によってはこの限りではない。このような取引状況下で、「米ドル円スプレッド2銭～」と表示したスプレッド広告を行うことについて、<u>協会の「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」（以下、スプレッド広告ガイドラインという。）に抵触することはないか。</u></p> <p>【A2-1】</p> <p><u>本協会のスプレッド広告ガイドラインでは、会員が行う店頭FX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体制整備等の留意事項等を示しております。スプレッド広告ガイドライン第4条では、スプレッド広告を行う場合の留意事項として、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、と規定しております。</u></p> <p><u>ご質問のように、スプレッドの下限值である「2銭～」のみを表示することは、投資者に有利な側の数値のみを強調することと認められるので、スプレッド広告ガイドラインに不適合となります。また、スプレッドが変動することを前提としてスプレッド広告を行う場合は、その下限値2銭及び上限値△銭をともに表示することが求められるため、「2銭～△銭」と表示するなど範囲を明確に示さなければなりません。</u></p>

修正案	現行
<p>表示する必要があります。</p> <p>また、細則第4条第1号に基づき、実際に顧客に提示する(した)スプレッドに関し、広告表示が適正であることを確認する必要があります。例えば、「米ドル円スプレッド2銭～4銭」と表示するスプレッド広告を行う場合には、<u>広告日前の1週間や1月間を観測期間として、実際に顧客に提示したスプレッド(米ドル円)が、</u></p> <ol style="list-style-type: none"> ①最大値である4銭以下にある割合 ②中央値である3銭以下にある割合 ③最低値である2銭以下にある割合 <p>について、会員が自社の数値基準をそれぞれ設け、広告内容(2銭～4銭と表示すること)の適否を判断する必要があると考えます。なお、数値基準に関する協会の考え方については、以下のとおりです。</p> <p>【数値基準の妥当性に関する協会の考え方(指針)】</p> <p>スプレッド広告については、(相場急変時に)広告どおりのスプレッドが提示されないなど、閲覧者にとってわかり辛い内容となっているのではないかといった指摘があるところです。会員は自社でスプレッドをある程度コントロールできるものの、時としてやむを得ない事情によりスプレッドが変動することがあり得ることを前提として取り扱う必要があります。例えば、インターバンク市場の流動性が低下する時間帯や注目度の高い経済指標の発表時や、震災などの突発事象の発生時には、スプレッドが想定以上に拡大し、実際の取引で提示されるスプレッドが広告表示どおり提示されないといった例外的な事象が発生し得ると考えられます。</p> <p>他方、当然のことながら広告内容の適正性は確保される必要があることから、上記のような例外的な事象が発生した場合でも、それが許容される範囲は真にやむを得ない範囲の取引に止まるべきものです。このため、協会は、例外的な事象の発生に係る取引の許容範囲について、関係当局との調整を図りつつ検討を重ねてきましたが、広告自体の信頼性、投資者の誤認防止及びFX業者のリスク管理の観点から、契約上顧客が取引可能な時間帯にこうした例外的な事象が発生する時間の割合は5%以内であるべきとの結論に至りました。</p>	<p>例えば、会員が「米ドル円スプレッド2銭～4銭」と表示する(した)スプレッド広告を行う場合には、<u>過去および広告後の提示スプレッド(米ドル円)が、</u></p> <ol style="list-style-type: none"> ①2銭～4銭の範囲内にある割合 ②中央値である3銭以下にある割合 ③最低値である2銭以下である割合 <p>について、会員が自社の数値基準をそれぞれ設け、広告内容(2銭～4銭と表示すること)の適否を判断する必要があります。</p> <p>なお、同数値基準の妥当性に関する協会の考え方(指針)は、『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(案)に関するご意見と協会の考え方(No.4)』に示しているとおり、①(突発的な事象を除き、例外的な事象が生じても)提示スプレッドの95%以上が広告表示の最大値以下であること、②提示スプレッドの70%以上が広告表示の中央値以下であり、かつ、提示スプレッドの10%以上が最低値以下であること、又は、提示スプレッドの50%以上が広告表示の中央値以下であり、かつ、提示価格の20%以上が広告表示の最低値以下であること、③広告表示の最大値は実勢に準拠した値であること(当面、円/ドルの場合は5銭程度を想定)の3条件を全て満たすことを協会監査上の当面の目安としています。</p> <p>上記①の突発的な事象とは、突発的でいつ発現するかわからないものであり、例外的な事象とは、一定の条件により定常的に発現するため事前に想定しうるものが該当します。【A2-2】では、当該2つの事象について、それぞれ具体例を挙げています。</p>

修正案	現行
<p>したがって、真にやむを得ない範囲での例外的な事象が発生していないにもかかわらず、提示どおりのスプレッドが 95%以上を維持している状況下で、5%以内の範囲で意図的にスプレッドを広げる行為は不適正な行為となります。協会としては、こうした考え方を踏まえ、上記の事例であれば、(ア)①については、顧客との契約上取引可能な時間帯において、例外的な事象が発生しても、提示スプレッドの 95%以上が広告表示の最大値以下であること、(イ)②及び③については、提示スプレッドの 70%以上が広告表示の中央値以下であり、かつ、提示スプレッドの 10%以上が最低値以下であること、又は、提示スプレッドの 50%以上が広告表示の中央値以下であり、かつ、提示スプレッドの 20%以上が広告表示の最低値以下であることが必要であり、(ア)及び(イ)のいずれも満たすことを監査上の目安とします。</p> <p>各社においては、スプレッド広告が適正であると判断する基準を定めることとなりますが、『数値基準の妥当性に関する協会の考え方(指針)』の趣旨を踏まえたものとする必要があります。なお、この場合でも、一定時間(期間)にスプレッドを恣意的に広げる行為など不適正な行為は認められません。要点説明の第3条第2項関係の説明をご参照ください。</p> <p>【Q2-2】</p> <p>【不適切な表示等】1. 不適切な表示についての⑥について、注意書きで『*「原則固定」と表示する場合は、広告対象とする取引について、当該広告内容に完全に従って行われるものではない旨あるいは例外的な事象がある旨を明記し、その詳細を説明する場合を除く。』とありますが、「原則固定〇銭」と表示するに当たって、どのような点に留意すべきか。</p> <p>【A2-2】</p> <p>ご質問のように、「原則固定〇銭」など自社のスプレッドを強調するキャッチコピー</p>	<p>【Q2-2】</p> <p>【不適切な表示等】1. 不適切な表示についての⑥について、注意書きで『*「原則固定」と表示する場合は、広告対象とする取引について、当該広告内容に完全に従って行われるものではない旨あるいは例外がある旨を明記し、その詳細を説明する場合を除く。』とありますが、「原則固定〇銭」と表示するにあたって、どのような点に留意すべきでしょうか。</p> <p>【A2-2】</p> <p>スプレッド広告表示に関するガイドライン第4条④は、顧客に限定せず、スプレッド広告を閲覧する者すべてが容易に確認できるようにする必要がある旨を示しています。</p> <p>ご質問のように、「原則固定〇銭」など自社のスプレッドを強調するキャッチコピー</p>

修正案	現行
<p>を用いる（いた）場合、表示する（した）数値を上回る可能性が認められるのであれば、<u>閲覧者がこうした例外的な事象について容易に視認し、かつ正確に理解できるように、当該キャッチコピーの直後などに「例外あり」を表示し、閲覧者が容易に確認できる場所にその具体的な説明を載せる必要があると考えます。</u>前述の固定値をもって行うスプレッド広告に限らず、例えば「原則〇銭～△銭」と表示する場合においても、実際のスプレッドが表示する数値の<u>最大値</u>を上回る可能性が認められるのであれば、同様に対応する必要があると考えます。</p> <p>また、『数値基準の妥当性に関する協会の考え方（指針）』については、固定値をもってスプレッド広告を行う場合にも、【A2-1】に<u>準じて、契約上顧客が取引可能な時間帯において例外的な事象が発生しても、提示スプレッドの95%以上が広告されるスプレッドの数値以下であること（例外的な事象の発現率は5%以下であること）が広告を開始及び継続する上で必要であると考えます。</u></p> <p>なお、<u>例外的な事象</u>が発生する可能性があるにもかかわらずスプレッド広告を行う場合には、広告スペースの大小如何にかかわらず、<u>スプレッド表記やその付近に表示されるキャッチコピー（以下、「スプレッド表記等」という。）の直後又はその同枠に「例外あり」の表示を当該スプレッド表記等と遜色なく閲覧者が容易に認識できる文字サイズや色合いなどを用いて記載し、閲覧者が容易に確認できる場所に例外的な事象が発生する可能性に関する具体的な説明を載せることが適切な広告の在り方と考えます。</u>バナー広告や短文のテキスト広告など（バナー等）においてスプレッド広告を行う場合についても、少なくともバナー等のスプレッド表示の付近に「例外あり」の</p>	<p>一を用いる（いた）場合、表示する（した）数値を上回る可能性が認められるのであれば、こうした事象（例外等）について閲覧者が正確に理解できるよう具体的に説明する必要があると考えます。また、前述の固定値をもって行うスプレッド広告に限らず、例えば「原則〇銭～△銭」と表示する場合においても、実際のスプレッドが表示する数値の範囲を上回る可能性が認められるのであれば、同様に対処する必要があると考えます。</p> <p>そこで「例外等」について検討すると、例外等には、①突発的でいつ発現するかわからないものと②一定の条件により定常的に発現するため事前に想定しうるものがあると考えることができます。</p> <p>①は例えば震災など天変地異やリーマンショックなどの現象であり、②は例えば営業時間終了間際などにおけるインターバンク取引の流動性低下などの現象です。</p> <p>①の場合には、突発事象の具体例と当該事象による市場への影響などを例示することが有効と考えられます。②の場合には、具体例と共に定常的に発現する可能性の高い具体的な曜日、時間帯などを例示することが有効と考えられます。</p> <p>また、数値基準の妥当性に関する協会の考え方（指針）については、固定値をもってスプレッド広告を行う場合には、【A2-1】に準拠し、例外等を除けば100%、広告されるスプレッドの数値以下であることおよび例外等のうち②の発現率は5%未満であることが広告を開始および継続する上で必要であると考えます。</p> <p>なお、例外等が発生する可能性があるにもかかわらずスプレッド広告を行う場合には、広告スペースの大小如何にかかわらず、スプレッド広告に用いるキャッチコピーあるいは数値などスプレッドにかかる強調表現を用いる箇所の付近に「例外あり」などの表示を閲覧者が容易に認識できる文字サイズや色合いなどを用いて記載し、その直後などに例外等の具体的な説明を行うことが適切な在り方と考えます。</p> <p>バナー広告や短文のテキスト広告など（バナー等）においてスプレッド広告を行う場合についても、少なくともバナー等のスプレッド表示の付近に「例外あり」の表示をした上で、バナー等から遷移する最初の画面などそれらと一体性が認められる</p>

修正案	現行
<p>表示をした上で、バナー等から遷移する最初の画面などそれらと一体性が認められる場所において例外的な事象の具体的な説明を行うことが必要と考えます。</p> <p>【Q2-3】 スプレッド約定率とは。</p> <p>【A2-3】</p>	<p>場所において、例外等の具体的な説明を行うことが必要と考えます。</p> <p>一定の時間帯に対し完全に固定したスプレッドを用いる場合には、その一定時間帯については例外が生じないことが顧客に保証されている場合に限り、例外にかかる記載上の手当ては必要とはなりません。ただしこの場合においては、閲覧者が、例外の生じることがないのは一定の時間帯のみであることが十分に認識できるよう、その旨を記載する必要があります。</p> <p>【Q2-6】 スプレッドの実績を公表する場合に留意する点はありますか</p> <p>【A2-6】 FX取引において、スプレッドに関する情報は、種々の取引情報の中でも投資者の関心の高い事項と考えられます。したがって、スプレッドの実績を公表する場合には、投資者に対し正確かつ分かり易い情報を提供するとともに、公表した情報が実態とかけ離れないよう適宜更新を行うなど、最新の情報を提供する必要があります。</p> <p>スプレッドの実績を公表する場合に当たっての留意事項及び参考事項は、以下のとおりです。</p> <p><留意事項></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提示率（滞在率）〈*1〉、約定率〈*2〉のどちらについての表示であるかを明示するとともに、算出方法などの定義を説明すること。 2. 公表するスプレッド実績には、広告掲載期間中において①表示スプレッドの範囲内であった割合（提示率、約定率）、②表示スプレッドの範囲内にあったスプレッド実績の中心値（約定件数または約定数量による加重平均値）、③表示スプレッドの最低値以下である割合について公表すること。 <p>なお、その他「期間中の平均」「最大値」など、投資家の関心の高い事項を併せて公表することは支障ない。</p>

修正案	現行
<p>スプレッド約定率とは、スプレッド広告期間中の全約定に対する表示スプレッドの範囲内での約定の割合です。約定については、約定件数または約定数量による加重平均値を使用し、約定時のスプレッドについては、約定レート（例えば、買いレート）と同時刻における実際に取引が成立した反対側の約定レート（例えば、売りレート）との差とすることが妥当と考えられます。ただし、これが不可能な場合においては、例えば、約定レートと当該約定に係るカバー取引で成立したレートと同時に配信を受けた反対側のレート等を基に算定した数値とすることが望ましいと考えます。</p> <p>なお、広告等の表示においてスプレッド約定率を掲載する場合には、当該掲載する数値がスプレッド約定率についての表示であることを明示し、その算出方法を説明する必要があると考えます。</p>	<p>3. <u>上記2のスプレッド実績について月次集計結果を公表すること。併せて、投資者の理解を深めるため、日次、週次合計あるいは時間帯別などに細分化して月次集計とともに公表することは支障ない。</u></p> <p>〈*1〉提示率（滞在率）：顧客に提示されたスプレッドが広告で表示されたスプレッドの範囲内であった時間の割合。提示スプレッドについては、顧客に同時に提示した売り買い双方のレートの差とする。</p> <p>〈*2〉約定率：スプレッド広告期間中の全約定に対する表示スプレッド範囲内での約定の割合。なお、約定については、約定件数または約定数量による加重平均値を使用する。約定時のスプレッドについては、約定レート（例えば、買いレート）と同時刻における実際に取引が成立した反対側の約定レート（例えば、売りレート）との差とすることが妥当と考えられるが、これが不可能な場合においては、例えば、約定レートと当該約定に係るカバー取引で成立したレートと同時に配信を受けた反対側のレート等を基に算定した数値とすることが望ましい。</p> <p><参考事項></p> <p>4. <u>上記2の数値に関しチャートなど図表をもって公表する場合においても、正確かつ分かり易いものとするよう努めること。</u></p> <p>5. <u>前月の実績について当月中に公表するよう努めること。</u></p> <p>6. <u>広告掲載期間中の実績を公表する場合には、当該広告掲載期間終了日の翌月末まで実績を引き続き公表するよう努めること。</u></p> <p>7. <u>取引時間中の特定の時間帯に限定したスプレッド広告を行っている場合には、スプレッド実績の公表においても、特定の時間帯である旨を明示し、投資家が全取引時間中の実績と誤認しないように努めること。</u></p> <p>8. <u>スプレッド広告ガイドライン第6条に抵触する事実が判明した場合には、スプレッド広告を中止するとともに実績開示も中止し、中止の理由についても公表するよう努めること。</u></p> <p>9. <u>顧客からの注文に対しカバー取引成立後約定を行い、提示価格は参考値（気</u></p>

修正案	現行
<p>【Q2-4】</p> <p>当社は、顧客からの注文に対してカバー取引を行い、そのカバーレートを顧客との約定レートとしているが、その際、カバー先との間で、原則、一定のスプレッドを適用する旨の取り決め等はない。また、顧客に対して、提示価格は参考値（気配値）として提供している。このような状況の中でスプレッド広告を行うに当たって、どのような点に留意すべきか。</p> <p>【A2-4】</p> <p>ご質問の仕組みのように、カバー先との間で、原則、一定のスプレッドを適用する旨の取り決め等がないため、どのような水準で約定するか分からないような場合には、スプレッドについて、自らが主体的にコントロールできないことと思われま</p> <p>したがって、将来の取引について、スプレッド固定を示すような広告を行うことは難しいものと思料します。ただし、過去のスプレッド実績について広告を行う場合には、約定時点の売買価格を基に算出されたスプレッドを広告に利用することは支障ないものと考えられます。</p> <p>他方、ホワイトラベル又はS T P方式等でカバー取引を行うものの、システム等の設定により、当社がスプレッドを固定的にコントロール可能な場合には、ご質問の仕組みに該当しないものと考えます。</p>	<p>配値) として提供している場合については、約定率に基づく実績を公表するよう努めること。ただし、カバー先との間で所定のスプレッドを適用したレートで約定する旨の取り決め等により、スプレッドに関し当社が主体的にコントロールできる場合については、提示率（滞在率）に基づく実績を公表することは支障ない。</p> <p>【Q2-5】</p> <p>当社は、顧客からの注文に対してカバー取引を行い、そのカバーレートを顧客との約定レートとしているが、その際、カバー先との間で、原則、一定のスプレッドを適用する旨の取り決め等はありません。また、顧客に対して、提示価格は参考値（気配値）として提供しています。このような場合において、スプレッド広告を行うにあたっての留意点はありますか。</p> <p>【A2-5】</p> <p>ご質問の仕組みのように、カバー先との間で、原則、一定のスプレッドを適用する旨の取り決め等がないため、どのような水準で約定するか分からないような場合には、スプレッドについて、自らが主体的にコントロールできないことと思われま</p> <p>したがって、将来の取引について、スプレッド固定を示すような広告を行うことは難しいものと思料します。ただし、過去のスプレッド実績について広告を行う場合には、約定時点の売買価格を基に算出されたスプレッドを広告に利用することは支障ないものと考えられます。</p> <p>他方、ホワイトラベル又はS T P方式等でカバー取引を行うものの、システム等の設定により、当社がスプレッドを固定的にコントロール可能な場合には、ご質問の仕組みに該当しないものと考えます。</p> <p>なお、広告として過去の市場実勢等（ブルームバーグ等のベンダー価格）を用いたスプレッドを表示する場合は、当該スプレッドが過去の当社のスプレッド実績と異なるものであることが投資者に的確に伝わるよう、例えば、その出典元（ブルー</p>

修正案	現行
<p>【Q2-5】 インターバンク市場の流動性が低下する時間帯を除外するなど広告適用時間を限定して、「原則固定〇銭（例外あり）」などと謳ったスプレッド広告を行う場合、どのような点に留意すべきか。</p> <p>【A2-5】 ご質問のようなケースでは、細則第4条第2号に基づき、一方の有利な数値のみを強調すべきではなく、それ以外の他方のスプレッド値を表示することが可能である場合には、広告適用時間及びそれ以外の時間に提示される各々のスプレッド値を表示する必要がありますと考えます。ただし、それ以外の時間に提示されるスプレッド値を確定することができないなどの理由がある場合には、広告適用時間のスプレッド値のみを表示することはやむを得ないと考えます。</p> <p>このように、前者のケース（①広告適用時間のスプレッド値及び②それ以外のスプレッド値を両方表示する）と、後者のケース（広告適用時間のスプレッド値のみを表示する）が想定されるため、前者の及び後者のそれぞれのケースに分けて、以下の計算式により、提示スプレッドが広告のスプレッド値以下である割合（以下「スプレッド提示率」という。）を算出し、細則第6条第2項に基づき週次で公表することとなります。</p> <p>なお、この週次で公表されるスプレッド提示率は各社の定める数値基準を満たす必要があります。数値基準の妥当性に関する協会の考え方は、【A2-1】及び【A2-2】で示したとおりです。</p> <p><前者のケース> 計算式：$(A+B)/C \times 100$ A：公表する日の属する週の前週から遡って4週において、広告適用時間に提示スプレッドが広告に表示された上記①「広告適用時間のスプレッド値」以下である時間の累計</p>	<p>ムバーク等) がわかるように示す必要があると考えます。</p> <p>【Q2-4】 当社では、取引時間帯を「〇時から△時まで」と限定して、通常よりも顧客に有利なスプレッドを提供している。このような取引状況下でスプレッド広告を行う場合、どのようなことに留意すべきですか。</p> <p>【A2-4】 取引時間帯によって提示スプレッドが異なるのであれば、スプレッド表記とその取引時間帯を同一箇所に表示するなど、当該広告を見た投資者が容易に判るように配慮する必要があります。</p> <p>例えば、一定期間のキャンペーン企画として、取引時間帯を限定して通常より顧客に有利なスプレッドを提示することに関する広告を行う場合は、スプレッドを表示するとともに、当該スプレッド表示の同枠もしくは直後などに一体として見える箇所に、当該スプレッド表示と著しく異なるフォントサイズで取引時間帯に関する説明文等を表示するなどして、投資家が正確に理解できるように配慮する必要があります。</p> <p>また、スプレッド広告ガイドライン第4条では、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、と規定しています。</p>

修正案	現行
<p>B：公表する日の属する週の前週から遡って4週において、広告適用除外時間に提示スプレッドが広告に表示された上記②「それ以外のスプレッド値」以下である時間の累計</p> <p>C：公表する日の属する週の前週から遡って4週において、契約上顧客が取引可能な時間の累計</p> <p>*公表フォーマット例については、別紙【2-12】参考例②をご参照のこと。</p> <p><後者のケース></p> <p>計算式：D/E×100</p> <p>D：公表する日の属する週の前週から遡って4週において、契約上顧客が取引可能な時間に提示スプレッドが広告適用時間のスプレッド値以下である時間の累計</p> <p>E：公表する日の属する週の前週から遡って4週において、契約上顧客が取引可能な時間の累計</p> <p>*公表フォーマット例については、別紙【2-12】参考例③をご参照のこと。</p> <p>他方、表示の方法に関しては、閲覧者が広告適用時間に条件があることを容易に認識できるよう、スプレッド表示等の同枠もしくは直後など一体として見える箇所にスプレッド表示と著しく異ならないフォントサイズでその旨を表示するとともに、その具体的な説明を閲覧者が容易に確認できる場所に掲載する必要があります。</p> <p>【Q2-6】</p> <p>当社では、普段は変動スプレッドでサービスを提供しているが、固定スプレッドを提供できる仕組みもある。キャンペーンなどで広告適用時間を特定の時間帯（例えば、14：00～16：00）に限定して、「原則固定〇銭（例外あり）」などと謳ったスプレッド広告を行う場合、どのような点に留意すべきか。</p> <p>【A2-6】</p> <p>ご質問のような広告を行う場合にも、基本的には【A2-5】と同様に考える必要があります。有利な数値のみを強調するべきではないため、例えば、過去の実績から</p>	<p>新設</p>

修正案	現行
<p>特定の時間帯以外のスプレッドを表示すること等が考えられます。特定の時間帯以外 のスプレッドを表示できない場合には、【A2-5】＜後者のケース＞に準じて考える 必要があります。</p> <p>また、本件のような場合には、広告閲覧者は、【Q2-5】の場合よりも一層、例外的 な事象の発生余地は少ないとの印象を受ける可能性が高いと考えられることから、 『数値基準の妥当性に関する協会の考え方（指針）』の趣旨を踏まえ、特定時間にお ける基準を別途定めるなどの対応が求められます。</p> <p>【Q2-7】</p> <p>予め、クリスマス期間や年末年始を広告適用期間から除外するなど期間を限定して、 「原則固定〇銭（例外あり）」などと謳ったスプレッド広告を行う場合、どのような点 に留意すべきか。</p> <p>【A2-7】</p> <p>ご質問のようなケースについては、閲覧者の誤認防止の観点から、原則、広告適用 除外期間において広告を掲載しないことが望ましいと考えます。このような広告を行 う場合には、有効期限を明示したうえ、期限到来後直ちに、広告の掲載を取り下げる ことが望ましいと考えます。（実際には、WEBサーバーから広告を削除するなどの 対応が必要となります。）</p> <p>また、このように広告を一旦中止する場合には、広告の有効期間において、スプレ ッド提示率を算出することとなります。（別紙【2-11】の【算出事例3：中止期 間あり】をご参照ください。）</p> <p>他方、除外する期間が2～3日と短期であるなどの理由から、当該除外期間に関す る説明を表示したうえで広告面に有効期限を表示することなく広告を行う場合には、 広告表示されたスプレッド値をもって当該除外期間においてもスプレッド広告が行わ れたものとみなし、広告掲載期間（除外期間を含む。）のスプレッド提示率を算出す ることとなります。</p> <p>なお、いずれのケースにおいても、スプレッド提示率が数値基準を満たす必要がある</p>	<p>新設</p>

修正案	現行
<p>と考えます。数値基準の妥当性に関する協会の考え方は、【A 2-1】及び【A 2-2】で示したとおりです。</p> <p>【Q 2-8-①】 取引単位を 1000 通貨までなどと条件を付けて、「原則固定〇銭（例外あり）」などと謳ったスプレッド広告を行う場合は、広告審査時にどのような点に留意すべきか。</p> <p>【A 2-8-①】 細則第 4 条第 2 号に基づき、投資者にとって有利な数値のみを強調することなく、それと比較して有利にならない他方の数値も表示する必要があるため、ご質問のような広告を行う場合は、基本的には 1000 通貨までの取引に適用されるスプレッド値のみならず、1000 通貨を超える取引に適用されるスプレッド値も表示する必要があると考えます。また、こうしたケースで複数のスプレッド値を表示する（した）スプレッド広告を行う場合、それぞれの異なるスプレッド値をもって独立した複数のスプレッド広告が行われたものと看做し、その各々の広告についてスプレッドが適正であることを確認する必要があります。</p> <p>ご質問のケースでは、1000 通貨までの取引と 1000 通貨を超える取引のそれぞれについてスプレッド提示率を算出し、そのいずれの値も数値基準を満たす必要があると考えます。また、他方の数値を表示することができない場合には、【A 2-5】＜後者のケース＞に準じて考える必要があります。数値基準の妥当性に関する協会の考え方は、【A 2-1】及び【A 2-2】で示したとおりです。</p> <p>なお、細則第 6 条第 2 項に定める公表については、別紙【2-12】参考例④をご参照ください。</p>	<p>新設</p>
<p>【Q 2-8-②】 1000 通貨までの取引と 1000 通貨超の取引を別の商品として、例えば「初心者コース」と「上級者コース」のように分けている場合は、【A 2-8-①】と同様に考える必要があるか。</p>	<p>新設</p>

修正案	現行
<p>【A2-8-②】 別の商品という扱いであっても、実態に即して実質的に判断されるべきと考えます。実態として別の商品である場合は、他方の商品のスプレッド値を必ずしも広告表示する必要はないと考えますが、その場合でも、閲覧者に誤認を与えることがないように十分注意する必要があります。他方、そうでない場合は、【A2-8-①】と同様に考える必要があると考えます。</p> <p>【Q2-9-①】 固定スプレッド広告を行う当社では、毎週1回、細則第6条第2項に基づき公表したスプレッド実績（スプレッド提示率）に照らして、広告のスプレッドが適正であるかどうかを確認しているが、こうした確認方法について細則第5条第1項の規定に抵触することはないか。</p> <p>【A2-9-①】 要点説明の第5条第1項関係において、「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ります。」と解説しています。ご質問のケースのように、広告日前の直近4週分のスプレッド提示率に照らし、毎週1回、広告の適正性を確認することは、同規定の趣旨に合致し、実務に沿った適切な対応と認められます。</p>	<p>新設</p>
<p>【Q2-9-②】 【Q2-9-①】の確認の結果、広告のスプレッドが適正でないと判断し、当該広告を一旦取り下げた上で新たな広告を掲載する場合、どのような点に留意すべきか。</p> <p>【A2-9-②】 細則第5条第2項では、『広告のスプレッドが適正でないと判断した場合には、当該広告の修正又は中止を速やかに実施』すると規定しています。ご質問のケースについては、既存の広告を中止した上で改めて新たな広告を行うものと考えられますが、このような広告を行うに際しては、広告審査担当者の審査にかかる必要があります。広</p>	<p>新設</p>

修正案	現行
<p>告の審査時の留意点については、要点説明第4条第1号関係をご参照ください。</p> <p>この場合、新たな広告を行うことになるため、新たな広告掲載日を表示する必要があること、及び実績の開示については前の広告に対する実績と新たな広告に対する実績を併記する期間が発生することに留意する必要があります。</p> <p>また、アフィリエイト広告への対応については、ランディングページにおいて、スプレッド広告が中止となったことを表示するなど、閲覧者の誤認を防止するための必要な手当てを講じる必要があります。</p> <p>なお、協会監査では、広告審査の内容等について検証を行うなどの方法により、内部管理体制が適切に整備され、有効に機能しているかどうかを確認します。不備等が認められる場合には、所要の措置を行う場合があります。</p>	
<p>【Q2-10】</p> <p>スプレッド広告を新規に行う場合、スプレッド実績に関する情報（細則第6条第2項各号及び第3項に規定する事項）を、いつから公表すればよいか。</p> <p>【A2-10】</p> <p>ご質問のケースでは、広告開始日の翌週金曜日までに公表しなければなりません。広告開始から記録・集計を経て公表までの流れについては、別紙【A2-10】をご参照ください。</p>	<p>新設</p>
<p>【Q2-11】</p> <p>細則第6条第2項①号の割合（スプレッド提示率）について、どのように算出すればよいか。</p> <p>【A2-11】</p> <p>別紙【2-11】をご参照ください。</p> <p>*算出方法について、事例ごとに説明しています。</p>	<p>新設</p>
<p>【Q2-12】</p>	<p>新設</p>

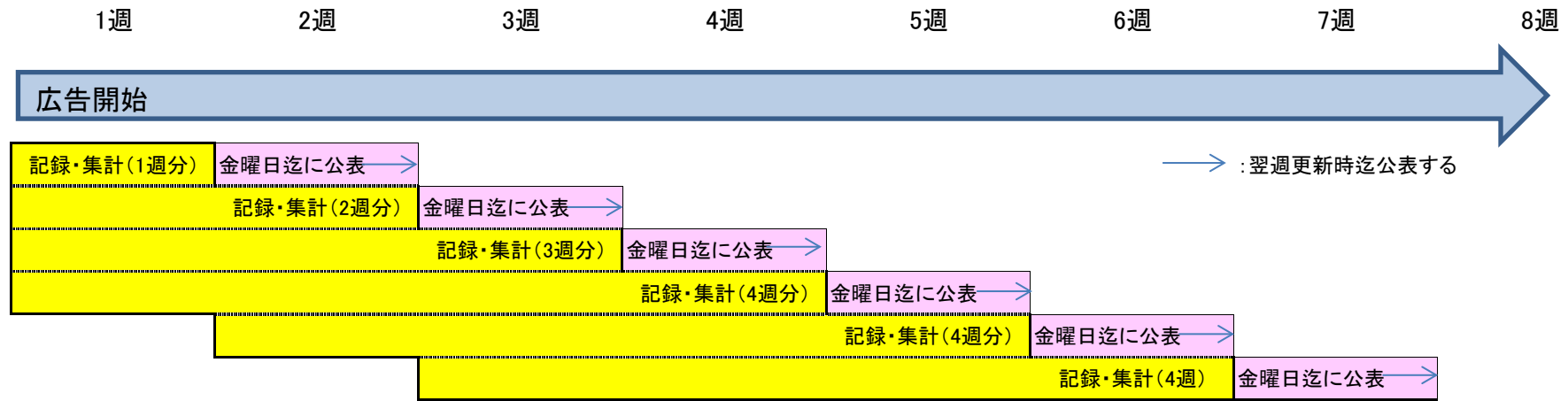
修正案	現行
<p>細則第6条第2項各号及び同条第3項に定める事項を公表するに当たって、どのような点に留意すべきか。</p> <p>【A2-12】</p> <p>一般的に、スプレッドはFX取引をする中で取引コストとみなされていることから、スプレッドに関する情報は、種々の取引情報の中でも、投資者にとって関心が高くかつ重要な情報として位置づけられると考えます。したがって、各社が当該情報を公表する場合は、投資者目線に立って、投資者が容易に比較できるようにすることが重要と考えます。公表フォーマット例については、別紙【2-12】(参考例)をご参照ください。</p> <p>また、当該情報の公表に当たっては、閲覧者が容易に視認することができるような場所に掲載する必要があります。自社のホームページ上でスプレッド広告を行う場合は、スプレッド表記等が表示された同一画面で公表することが望ましいと考えられますが、実際には、広告スペース等の事情により、スプレッド表記等から離れた場所で公表することがあると考えられます。こうした場合には、閲覧者が気付かないおそれがあるため、離れた場所に掲載されていることが一見して認識できるような記述や記号(例えば、「実績開示はこちら(☞)」など)を、スプレッド表記等に併記するなど隣接する箇所に表示し、それをワンクリックすれば閲覧できる仕組みを整えておく必要があります。</p> <p>他方、バナー広告などスペースに制約があるケースでは、当該バナー等から遷移する最初の画面上で閲覧者が容易に視認できる場所にスプレッド実績を掲載することが望ましいと考えます。ただし、それが困難な場合には、当該バナー等から遷移する最初の画面上で、閲覧者の注意を向けるような記述や記号(例えば、「実績開示はこちら(☞)」など)を表示し、それをワンクリックすれば閲覧できる仕組みを整えておく必要があります。</p> <p>なお、雑誌など紙面にスプレッド広告を行う際にスプレッド実績を掲載するためのスペースが取れない場合には、自社のホームページにスプレッド実績を掲載し、その旨を広告紙面に表示するなどの対応が必要となります。</p>	

修正案	現行
<p>削除</p> <p>3. 「キャンペーン広告」について 【Q3-1】～【Q3-5】 (略)</p> <p>【Q3-6】 キャンペーンで、条件に応じてキャッシュバックを行うことを検討している。 その際に、当該キャッシュバック金額をスプレッドに換算すると、実質的にスプレ</p>	<p>【Q2-3】 過去の提示スプレッドの実績に照らして、スプレッド広告の数値表示の妥当性についての検証を行う場合、例えば、ニューヨーク市場終了間際などインターバンク取引の流動性が低下する一定の時間帯における当該実績を除外することについて、協会のスプレッド広告ガイドラインに抵触することはないか。</p> <p>【A2-3】 【A2-1】では、スプレッド表示が妥当であると判断する基準に係る協会の考え方として、①（突発的な事象を除き、例外的な事象が生じても）提示スプレッドの95%以上が広告表示の最大値以下であること、と示しています。 【A2-2】では、例外等について、①突発的でいつ発現するかわからないもの、と②一定の条件により定常的に発現するため事前に想定しうるものを区別し、其々に該当する事象を例示しております。「突発的な事象」とは、リーマンショック（2007年9月）や東日本大震災（2011年3月11日）のような通常想定し得ない事象のことであり、毎日繰り返し発生するインターバンク市場での流動性の低下、定期的に行われる重要な経済指標の発表等については、原則、「突発的な事象」に含まれないものとして考えます。 したがって、ご質問のようなケースでは、ニューヨーク市場終了間際などインターバンク取引の流動性が低下する時間帯における実績も含めて検証する必要があります。</p> <p>3. 「キャンペーン広告」について 【Q3-1】～【Q3-5】 (略)</p> <p>新設</p>

修正案	現行
<p>ドが狭まった状態と同等の効果が生じることから、「実質スプレッド〇銭」、「スプレッドの一部（〇銭）を還元」などのキャッチコピーを表示して広告することは問題ないか。</p> <p>【A3-6】</p> <p>スプレッドとは、あくまでも売買をする際の BID と OFFER の差額を指すものとして一般的に浸透しているものであり、このようなキャッチコピーは閲覧者にとって分かり難い表現であると思われます。したがってこのような広告は、誤認を与えるおそれが高いと思われますので、適切ではないと考えます。</p> <p>4. 「比較広告等」について 【Q4-1】～【Q4-2】（略）</p> <p>【Q4-3】</p> <p>今般、スプレッド広告を行う場合には実績を公表することが義務付けられましたが、以下①～③について問題がないか確認したい。</p> <p>①各社が開示している実績値を元に比較広告を行うこと。</p> <p>②比較広告において競合他社の個社名を記載すること。</p> <p>③スプレッド最大値についての比較広告を行う場合、各個社の実績値の開示は対象期間が限定されているが、各個社の過去の開示内容を記録・確認したうえで、開示対象期間を超えた長期間での比較を行うこと。</p> <p>【A4-3】</p> <p>①及び②については、【A4-1】をご参照ください。③に関しては、①及び②に問題が認められない場合に限って、許容されるものと考えます。</p> <p>第二部 個人向け店頭バイナリーオプション取引 【Q1】～【Q4】（略）</p>	<p>4. 「比較広告等」について 【Q4-1】～【Q4-2】（略）</p> <p>新設</p> <p>第二部 個人向け店頭バイナリーオプション取引 【Q1】～【Q4】（略）</p>

以 上

【広告開始から記録・集計を経て公表までの流れ】



細則第6条第2項(1)号の値(スプレッド提示率)の求め方について

*細則第6条第1項(1)の値:営業日ごと顧客が取引可能な時間において、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)以下である時間の合計(価格の提示を停止した、あるいは約定を停止した時間を除く)

【算出事例1:継続中】

公表日の属するE週の前週から遡って4週のうちA~D週で広告実施(休業日あり)

曜日	A週					B週					C週					D週					E週					
	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金						
*細則第6条第1項(1)の値	ms	ms	ms	ms	ms	休業日	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	金曜日までに公表

計算式:細則第6条第1項(1)の累計(ミリ秒単位) / A~D週の営業日(19日)における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)

【算出事例2:新規広告開始】

公表日の属するE週の前週から遡って4週のうちD週で広告実施

曜日	A週					B週					C週					D週					E週
	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	
*細則第6条第1項(1)の値	新規にスプレッド広告を掲載→															ms	ms	ms	ms	ms	金曜日までに公表

計算式:細則第6条第1項(1)D週分の累計(ミリ秒単位) / D週の営業日(5日)における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)

【算出事例3:中止期間あり】

公表日の属するE週の前週から遡って4週において、①A週で中止前の広告を実施、②D週で新規広告を実施

曜日	A週					B週					C週					D週					E週
	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	
*細則第6条第1項(1)の値	ms	ms	ms	ms	ms	広告中止					ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	金曜日までに公表(注)

計算式: ①中止前 細則第6条第1項(1)A週分の累計(ミリ秒単位) / A週の営業日(5日)における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)
 ②新規 細則第6条第1項(1)D週分の累計(ミリ秒単位) / D週の営業日(5日)における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)

注) 広告中止を行った場合、中止前及び新規の値を計算し両方を公表する。

【算出事例4:途中でスプレッド値の変更あり】

公表日の属するE週の前週から遡って4週においてA~D週で広告実施(B週の火曜日にスプレッド値を変更)

曜日	A週					B週					C週					D週					E週					
	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金	月	火	水	木	金						
*細則第6条第1項(1)の値	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	ms	金曜日までに公表

⇒B週火曜日以降は変更後のスプレッド値で計測

計算式:細則第6条第1項(1)の累計(ミリ秒単位) / A~D週の営業日(20日)における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)

参考例①：広告適用条件なしの広告を行う場合

公表日：○年○月○日

(対象期間：○年○月○日～○月○日)

提示スプレッド等に関する実績情報

通貨ペア：○/○

顧客が契約上取引可能な時間：月曜日午前○：○～土曜日午前○：○

(除く非取引時間：火曜日～金曜日の午前○：○～○：○)

【顧客が契約上取引可能な時間帯における取引について】			
広告表示のスプレッド：○銭			
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
○%	○銭	○秒	(例) システム障害：○秒 カバーレートの配信停止：○秒
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止 注)スプレッド提示率が95%を下回る場合は、今後の対応方針(広告表示の修正または広告の中止など)を記載すること	

参考例②：広告適用時間に条件を付ける広告を行う場合

(適用除外時間のスプレッド値を表示するケース)

公表日：○年○月○日

(対象期間：○年○月○日～○月○日)

提示スプレッド等に関する実績情報

通貨ペア：○/○

顧客が契約上取引可能な時間：月曜日午前○：○～土曜日午前○：○

(除く非取引時間：火曜日～金曜日の午前○：○～○：○)

【顧客が契約上取引可能な時間帯における取引について】			
広告表示のスプレッド		○銭	適用時間 ○：○～○：○
		○銭	適用時間 ○：○～○：○
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
○%	○銭	○秒	(例) システム障害：○秒 カバーレートの配信停止：○秒
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止 注)スプレッド提示率が95%を下回る場合は、今後の対応方針(広告表示の修正または広告の中止など)を記載すること	

【広告適用時間における取引について-1】			
広告表示のスプレッド		○銭	適用時間 ○：○～○：○
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
○%	○銭	○秒	
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止	

【広告適用時間における取引について-2】			
広告表示のスプレッド		○銭	適用時間 ○：○～○：○
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
○%	○銭	○秒	
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止	

参考例③：広告適用時間に条件を付ける広告を行う場合

(適用除外時間のスプレッド値を表示しないケース)

公表日：○年○月○日

(対象期間：○年○月○日～○月○日)

提示スプレッド等に関する実績情報

通貨ペア：○/○

顧客が契約上取引可能な時間：月曜日午前○：○～土曜日午前○：○

(除く非取引時間：火曜日～金曜日の午前○：○～○：○)

【顧客が契約上取引可能な時間帯における取引について】			
広告表示のスプレッド		○銭	適用時間 ○：○～○：○
		○銭	適用時間 ○：○～○：○
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
○%	○銭	○秒	(例) システム障害：○秒 カバーレートの配信停止：○秒
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止 注)スプレッド提示率が95%を下回る場合は、今後の対応方針(広告表示の修正または広告の中止など)を記載すること	

【広告適用時間における取引について】			
広告表示のスプレッド		○銭	適用時間 ○：○～○：○
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
○%	○銭	○秒	
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止	

参考例④：取引数量について〇〇通貨までと条件を付けた広告を行う場合

公表日：〇年〇月〇日

(対象期間：〇年〇月〇日～〇月〇日)

提示スプレッド等に関する実績情報

通貨ペア：〇/〇

顧客が契約上取引可能な時間：月曜日午前〇：〇～土曜日午前〇：〇

(除く非取引時間：火曜日～金曜日の午前〇：〇～〇：〇)

【顧客が契約上取引可能な時間帯における取引について】			
広告表示のスプレッド		〇銭	〇〇通貨までの取引に適用
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
〇%	〇銭	〇秒	(例) システム障害:〇秒 カバーレートの配信停止:〇秒
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止 注)スプレッド提示率が95%を下回る場合は、今後の対応方針(広告表示の修正または広告の中止など)を記載すること	
広告表示のスプレッド		〇銭	〇〇通貨までの取引に適用
スプレッド提示率	スプレッド 最大値	配信停止 時間(秒)	配信停止の理由
〇%	〇銭	〇秒	
提示スプレッドが広告と異なる こととなった要因等 (スプレッド提示率が100%を下回った要因等)		(例) ・米国雇用統計発表に伴う相場急変の影響によるもの ・システム障害によるもの ・カバーレートの配信停止 注)スプレッド提示率が95%を下回る場合は、今後の対応方針(広告表示の修正または広告の中止など)を記載すること	

【用語の説明】

スプレッド提示率：実際に顧客に提示したスプレッドが広告表示のスプレッド値以下であった時間の割合

スプレッド最大値：実際に顧客に提示したスプレッドの中で最大であった値

配信停止時間：価格の提示を停止した、または約定を停止した時間

【算出方法等について】

- ・スプレッド提示率：(対象期間において、顧客が契約上取引可能な時間に実際に提示したスプレッドが広告で表示されたスプレッド値（変動の場合は上限値）以下である時間の累計（配信停止時間を除外する））／（対象期間において、顧客が契約上取引可能な時間の累計）×100（小数点第3位以下を切り捨て）
 - ・配信停止時間：顧客が契約上取引可能な時間に、価格の提示を停止した、あるいは約定を停止した時間（秒単位）
 - ・配信停止の理由：例えば、システム障害の影響等
 - ・スプレッド最大値：顧客が契約上取引可能な時間に実際に提示したスプレッドの中で最大であった値
- *参考例②、③【広告適用時間における取引について】の各事項を算出する場合は、顧客が契約上取引可能な時間を「広告適用時間」に置き換えて計算すること。

【留意事項】

- ✓ 広告適用時間の実績を掲載する場合、顧客が契約上取引可能な時間より後方、かつ文字サイズが大きいものとならないように表示すること。
- ✓ 取引数量ごとに実績情報を掲載する場合、一部を強調することなく、各々の文字サイズは同等であること。
- ✓ 一部の実績を強調しないこと。