

暗号資産交換業に係る勧誘及び広告等に関する規則

(2018年7月30日 制定)

(2018年10月23日 一部改正)

(2020年4月24日 一部改正)

第1章 総則

(目的)

第1条 本規則は、会員により行われる利用者との暗号資産の売買等その他利用者保護を図る必要のある暗号資産関連取引(定款第3条第6項に規定する暗号資産関連デリバティブ取引を除く。以下同じ。)について、利用者に対して取引を勧誘する行為及び取引の勧誘を目的とする広告並びに景品類の提供等に関し、その適正な業務運営に関する基本事項を定めることにより、勧誘及び広告等の適正化を図り、もって利用者の保護に資することを目的とする。

第2章 勧誘

(勧誘の基本姿勢)

第2条 会員は、取引の勧誘に際して、利用者保護の精神に則り、取引の信義則を遵守し、品位の保持を図るために、利用者に対して的確な情報を提供しなければならない。

2 会員は、利用者の知識、経験、財産の状況、年齢及び暗号資産関連取引に係る契約を締結する目的やリスク管理判断能力等を慎重に勘案し、利用者の意向と実情に即した取引の勧誘を行わなければならない。

3 会員は、取引の勧誘に際しては、自己の判断及び責任で取引を実施すべきことを、利用者に対して適切に理解させなければならない。

(勧誘開始基準)

第3条 会員は、利用者に対し、暗号資産関連取引の勧誘を行うにあたっては、取引の類型ごとに勧誘を開始する基準を定めるものとし、当該基準に適合した者でなければ、当該取引の勧誘を行ってはならない。

2 会員は、未成年及び高齢者に暗号資産関連取引の勧誘を行う場合には、当該会員の業態、規模、利用者分布及び利用者属性並びに社会情勢その他の条件を勘案し、未成年及び高齢者の定義及び提供する取引並びに暗号資産の種類、説明方法、受注方法等に関する社内規則を定め、適正な取引勧誘を行わなければならない。

(勧誘の承諾)

第4条 会員及びその役職員は、暗号資産交換契約(暗号資産の交換等を行うことを内容とする契約に限る。第5項において同じ。)の締結につき、その勧誘に先立って、利用者から当該勧誘を行うことについての承諾を得なければならない。

2 会員及びその役職員は、利用者が勧誘を受ける旨を承諾した場合には、当該承諾の事実を事後に確認できるよう記録・保存しなければならない。

3 会員及びその役職員は、暗号資産交換契約の締結につき、利用者が当該暗号資産交換契約を締結しない旨の意思(当該暗号資産交換契約の締結の勧誘を受けることを希望しない旨の意思を含む。)を表示した場合には、以後、当該利用者を勧誘してはならない。ただし、当該利用者から再び勧誘の要請があった場合にはこの限りではない。

- 4 会員及びその役職員は、取引の勧誘が目的であることをあらかじめ明示しないで利用者を勧誘してはならない。
- 5 会員及びその役職員は、暗号資産交換契約の締結については、勧誘を要請していない利用者に対し、訪問し又は電話をかける方法により勧誘を行ってはならない。ただし会員との間で継続的な取引関係にある利用者（勧誘の日前1年間に2以上の暗号資産の売買又は他の暗号資産との交換を行った者に限る。）を除く。
- 6 会員及びその役職員は、利用者の私生活又は業務の平穩を害するような勧誘を行ってはならない。

（他者による勧誘の禁止）

第5条 会員及びその役職員は、暗号資産交換業者以外の者に、会員のために、利用者に対して暗号資産関連取引の勧誘を行わせてはならない。

（特別の利益提供による勧誘の禁止）

第6条 会員は、暗号資産関連取引につき、利用者若しくはその指定した者に対し、特別の利益の提供を約し、又は第三者をして特別の利益の提供を約させることにより勧誘を行ってはならない。

- 2 会員及びその役職員は、利用者による資金又は暗号資産の借入について、その保証、あっせんの便宜を供与することを約して勧誘を行ってはならない。

（虚偽・偽計及び誇大広告の禁止）

第7条 会員及びその役職員は、取引の勧誘に際して、利用者に対し、虚偽の事実を告げてはならない。

- 2 会員及びその役職員は、暗号資産関連取引に係る契約の締結の勧誘に際して、利用者に対し虚偽の表示をし、又は暗号資産の性質、暗号資産交換業者に関する内閣府令（以下「府令」という。）第19条各号に掲げる事項その他重要な事実につき、利用者を誤認させるような表示又は裏付けとなる合理的な根拠を示さない表示をしてはならない。
- 3 会員及びその役職員は、取引の勧誘に関し、偽計を用い、又は暴行若しくは脅迫をしてはならない。

（断定的判断の提供禁止）

第8条 会員及びその役職員は、利用者に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤解させるおそれがあることを告げ、又は表示して取引の勧誘を行ってはならない。

（大量推奨販売等の禁止）

第9条 会員及びその役職員は、不特定かつ多数の利用者に対し、公正な価格の形成を損なうおそれのある特定かつ少数の銘柄の暗号資産の買付け若しくは売付けを一定期間継続して一斉にかつ過度に勧誘してはならない。

- 2 会員及びその役職員は、取引価格の変動を利用して自己又は当該利用者以外の第三者の利益を図ることを目的として、不特定かつ多数の利用者に対し、暗号資産の買付け若しくは売付けを一定期間継続して一斉にかつ過度に勧誘してはならない。

（暗号資産関係情報を利用した勧誘の禁止）

第10条 会員及びその役職員は、入手した暗号資産関係情報（「暗号資産交換業に係る暗号資産関係情報の管理体制の整備に関する規則」第2条第1項に定める意味をいう。）を利用して、利用者の取引を勧誘してはならない。

（対当取引の勧誘禁止）

第 11 条 会員及びその役職員は、自己又は特定の者の利益を図るなどの不当な動機・目的に基づいて、利用者に対し、他の利用者が行う取引の売付又は買付と対当する取引を勧誘してはならない。

(明瞭かつ正確な表示を欠く勧誘の禁止等)

第 12 条 会員（暗号資産の交換等を行わない会員を除く。）及びその役職員は、第 22 条各号に掲げる事項を明瞭かつ正確に表示しないで、暗号資産関連取引に係る契約の締結の勧誘を行ってはならない。

2 暗号資産の交換等を行わない会員及びその役職員は、第 22 条第 1 号及び第 2 号に掲げる事項を明瞭かつ正確に表示しないで、暗号資産関連取引に係る契約の締結の勧誘を行ってはならない。

3 会員は、勧誘する暗号資産関連取引の内容に関し、勧誘の対象とする利用者に対して的確な情報をもって、明瞭かつ正確な説明を行わなければならない。

(図利目的を助長する勧誘の禁止)

第 13 条 会員及びその役職員は、暗号資産関連取引に係る契約の締結の勧誘に際し、支払手段として利用する目的ではなく、専ら利益を図る目的で暗号資産の売買又は他の暗号資産との交換を行うことを助長するような表示をする行為をしてはならない。

(契約締結前説明書面の説明)

第 14 条 会員及びその役職員は、取引の勧誘に際して、協会が別に定める「暗号資産交換業に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第 8 条に定める契約締結前書面を表示し、その内容について、利用者の知識、経験、財産の状況及び取引契約を締結する目的に照らして当該利用者に理解されるために必要な方法及び程度により説明しなければならない。

第 3 章 宣伝広告

(広告宣伝等の基本姿勢)

第 15 条 会員は、広告又は景品類の提供を行う場合には、利用者保護の精神に則り、取引の信義則を遵守し、品位の保持を図らなければならない。

2 会員は、広告の内容に関し、的確な情報をもって、明瞭かつ正確に表示しなければならない。

3 会員は、実施する広告又は景品類の提供が本規則に反することが明らかとなった場合には、速やかに、本規則に則した取扱いとするために必要な措置を取らなければならない。過去に実施した広告又は配布した景品類についても、その回収に努めなければならない。

(禁止行為)

第 16 条 会員は、公序良俗に照らして不適切な場所等（インターネット上のホームページなど広告の内容を伝達するための一切の手段を含む。）及び時間を利用して広告を行ってはならない。

2 会員は、利用者の射幸心又は競争心を煽ることを目的として、広告又は景品類の提供を行ってはならない。

3 会員は、特定の暗号資産に係る暗号資産関連取引を過度に推奨する目的をもって、広告及び景品類の提供を行ってはならない。

4 会員は、その行う暗号資産交換業に関して広告をするに際し、支払手段として利

用する目的ではなく、専ら利益を図る目的で暗号資産の売買又は他の暗号資産との交換を行うことを助長するような表示をする行為をしてはならない。

- 5 会員は、景品類を提供する場合には、不正競争防止法及びその関連法規に従い、会員間の公正な競争環境を乱すことなく、これを実施しなければならない。

(第三者による広告等の配布)

第 17 条 会員は、会員の役職員以外の者に広告物（電子媒体を含む。以下、本条において同じ。）又は景品類の配布を行わせる場合には、配布を依頼した役職員の氏名及び配布を請け負った者の氏名、住所、配布を行う方法、場所、配布期間を記録し、保管しなければならない。

- 2 会員は、役職員以外の者に広告物又は景品類の配布を行わせる場合には、配布を行う者に対して、適切に広告物又は景品類の配布を行うために守るべき事項を具体的に示し、その内容を理解させなければならない。

(自社ページ等への誘導表示)

第 18 条 会員が使用するバナー等(第三者が管理するウェブページやメール上に貼付され、会員が指定するウェブページに誘導するための表示をいう。以下同じ。)は、広告とみなす。

- 2 会員は、バナー等(ただし、第 17 条に規定するアフィリエイト広告として用いるバナー等を除く。)を広告として利用する場合、バナー等から遷移し表示されるページに第 20 条に規定する表示事項を記載しなければならない。

- 3 会員は、バナー等から自己のホームページに遷移させる場合には、バナーを付したコンテンツの閲覧者が、会員との暗号資産関連取引に際して誤解を生じさせないために必要な事項を遷移の途中又は会員ホームページに表示し、利用者の注意を促さなければならない。

(アフィリエイト広告の取扱い)

第 19 条 会員は、アフィリエイト広告を行う場合、当該広告を含むコンテンツの内容について、広告等審査基準を適用し、その適否を判断しなければならない。かかる審査の結果、不適切と判断したコンテンツをアフィリエイト広告に利用してはならない。

- 2 会員は、アフィリエイト広告の実施期間中に、その利用するコンテンツ内に広告等審査基準に照らし不適切な内容を検知した場合には、当該コンテンツの内容が適切な状態を回復しない限り、当該コンテンツの利用を継続してはならない。

- 3 会員は、アフィリエイト広告の実施期間中、利用するコンテンツの監視に努めなければならない。

(アフィリエイトによる勧誘の禁止)

第 20 条 会員は、アフィリエイト広告を行う場合には、第 5 条の定めに従って、アフィリエイト（暗号資産交換業者の登録を有する者を除く。）に対し、暗号資産関連取引の勧誘を委託してはならない。

- 2 会員は、当該アフィリエイトが会員のために暗号資産関連取引の勧誘を行った場合には、当該アフィリエイトとの契約を解除することを、あらかじめアフィリエイトとの間で合意しなければならない。

- 3 会員は、前項に定める合意に反し、アフィリエイトが暗号資産関連取引を勧誘したことを確認した場合には、直ちに当該アフィリエイトとの契約を解除しなければならない。

- 4 会員は、アフィリエイトが暗号資産関連取引の勧誘を行うことを誘発させ、又は助長させるおそれのある過度なインセンティブを、アフィリエイトに対して付与してはならない。

(口コミサイト等に関する留意事項)

第 21 条 会員は、役職員の SNS への発言及び口コミサイトへの情報掲載について、広告に該当するおそれがある場合には、あらかじめ広告審査を実施し、その他広告の取扱いにおいて必要な管理を施さなければならない。

- 2 会員は、役職員による SNS への発言及び口コミサイトへの情報掲載に関し、会員の許可なく広告に該当する恐れのある発言又は情報掲載を行わぬように役職員を教育しなければならない。
- 3 会員及びその役職員は、広告を目的に第三者に SNS への発言及び口コミ情報の掲載を依頼し、行わせてはならない。
- 4 会員及びその役職員は、SNS への発言及び口コミ情報の掲載を利用し、自ら又は第三者を通じて他の会員及びその役職員を誹謗中傷してはならない。

(広告における表示事項)

第 22 条 会員は、暗号資産関連取引に関し、広告を行う場合には、次の各号に掲げる事項を表示しなければならない。

- (1) 会員の商号
- (2) 暗号資産交換業者である旨及びその登録番号
- (3) 認定資金決済事業者協会に所属する旨
- (4) 暗号資産は本邦通貨又は外国通貨ではないこと
- (5) 暗号資産の価値の変動を直接の原因として損失が生ずるおそれがあるときは、その旨及びその理由
- (6) 暗号資産は対価の弁済を受ける者の同意がある場合に限り代価の弁済のために使用することができること。

(必要事項の表示方法)

第 23 条 会員は、前条の規定により広告に表示する事項については、府令第 17 条の定めに従い、明瞭かつ正確に表示しなければならない。

- 2 会員は、インターネットを通じて行う広告については、広告に該当する箇所から認識しやすい位置に前条に規定する事項を表示しなければならない。ただし、他のページに遷移するリンクを広告に該当する表示付近に設ける場合には、当該リンクにより遷移する最初のページに表示することを妨げない。
- 3 会員は、動画を用いて行う広告について、前項各号の事項を表示する場合には、視聴者が十分に視認することができる表示時間及び文字サイズを用いて行わなければならない。

(音声のみによって行われる広告)

第 24 条 会員は、ラジオなど音声を通じてのみ行われる広告を利用する場合には、前条各号の事項を聴取者が十分に聞き取れる速度と音量をもって、音声にて伝えなければならない。

(不実表示の禁止等)

第 25 条 会員は、虚偽の表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をして広告及び景品類の提供を行ってはならない。

- 2 会員は、暗号資産関連取引に関し、次の各号に掲げる事項について広告する場合

には、その内容を適切に表示しなければならない。

- (1) 取引を行うことによる利益の見込み
 - (2) 契約の解除に関する事項
 - (3) 契約に係る損失の全部若しくは一部の負担又は利益の保証に関する事項
 - (4) 契約に係る損害賠償額の予定（違約金を含む。）に関する事項
 - (5) 会員の資力又は信用に関する事項
 - (6) 会員の取引の実績に関する事項
 - (7) 契約に関して利用者が支払うべき手数料、報酬若しくは費用の金額若しくはその上限額又はこれらの計算方法に関する事項
- 3 会員は、次の各号のいずれか該当し又は該当するおそれのある広告の表示を行ってはならない。
- (1) 取引の信義則に反するもの
 - (2) 会員企業の品位を損なうもの
 - (3) 関連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) 利用者の判断を誤らせる表示のあるもの（取引に関する課税を不正に免れる表示を含む。）
 - (6) 取引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（バナー広告等におけるものを含むが、これに限られない。）
 - (8) 判断、評価等が入る場合において、その根拠を明示せず、又は誤解を生じせしめるもの
 - (9) 暗号資産の性質、府令第 19 条各号に掲げる事項その他重要な事実につき、利用者を誤認させるような表示又は裏付けとなる合理的な根拠を示さない表示のあるもの
 - (10) 利用者に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤解されるおそれのある表示のあるもの

（比較広告に関する留意事項）

第 26 条 会員は、自己と他者を比較して広告を行う場合には、次の各号に従い、適切に行わなければならない。

- (1) 客観的に実証されていること。
 - (2) 正確かつ適正に引用していること。
 - (3) 比較の方法が公正であること
- 2 会員は、比較広告を行う場合は、比較対象範囲及び抽出基準その他比較の適正を示す事項を明らかにしなければならない。
- 3 広告審査担当者（第 32 条 1 項に定める意味をいう。以下、本条において同じ。）は、比較すべきデータその他の情報を検証し、比較広告の内容に誤りのないことを審査しなければならない。
- 4 広告審査担当者は、前項により用いるデータその他の情報を審査資料として保管しなければならない。

（協会による指導等）

第 27 条 会員は、会員が行う広告又は景品類の提供に対し、協会から確認を求められた場合には、速やかに応じなければならない。

- 2 会員は、協会により広告又は景品類の提供に対する指導を受けた場合には、速やかにこれに応じ、広告又は景品類の提供について修正その他の対応を計らなければならない。
- 3 前項の結果、会員に生じる損害については会員自身が負うものとし、協会にこれを求償することはできない。

第4章 業務管理

(広告に関する社内規則)

第28条 会員は、勧誘、広告及び景品類の提供の実施に関する社内規則を定めなければならない。

- 2 会員は、広告方法及び内容並びに景品類の提供方法及び提供する景品が適切であることを確認するための審査基準を定めなければならない。
- 3 会員は、勧誘、広告及び景品類の提供業務並びに第32条に基づく広告等の審査に関する業務に対し、内部監査を行わなければならない。

(営業員の管理)

第29条 会員は、会員の営業所以外の場所で取引の勧誘を行う役職員（以下「営業員」という。）の氏名及び所属部署、営業員としての登録日及び登録廃止日を記録した営業職員簿を作成し、保管しなければならない。

- 2 会員は、営業員以外の役職員に、営業所以外の場所で、利用者の勧誘行為を行わせてはならない。

(営業責任者)

第30条 会員は、営業員の業務行為を統括する責任者（以下「営業責任者」という。）を定めなければならない。

- 2 営業責任者は、営業員の業務行為を監督するほか、営業員が適切に利用者の勧誘を行うための業務上の指導及び教育を行わなければならない。

(広告の管理)

第31条 会員は、広告及び景品類の提供を適切に行うために必要な体制を整備しなければならない。

- 2 会員は、会員の役職員が、会員の許可なく広告又は景品類の提供を行わないように、その行動を管理しなければならない。
- 3 会員は、使用する広告及び景品類を管理するための管理簿を設け、行った広告等を容易に検索できるように管理しなければならない。
- 4 会員は、広告及び景品類の提供を管理する者及び会員の業容や広告の媒体、内容、規模等に応じた決裁基準を定めなければならない。
- 5 会員は、使用した広告及び景品類のサンプルを、会員が定める期間、保存しなければならない。ただし、物理的に保存することができない場合には、使用する広告又は景品類に代えてその内容が具体的に判別することができるように記録し、保管しなければならない。
- 6 会員は、広告及び景品類の提供を行った日時、場所、配布を行った場合には当該配布を行った者及び第3項の管理簿に記載した事項、次条第3項の審査結果その他の情報を記録し、前項の保存する広告物又は資料とともに保管しなければならない。

(広告等の審査)

第32条 会員は、広告及び景品類の提供に係る業務を担当する部署及び前条第4項に定め

- る管理者から独立した者を広告審査担当者として定めなければならない。
- 2 前項の担当者は、会員が定める広告審査基準及び前条第 4 項に定める決裁基準に従い、会員が行う広告の方法、及び内容、景品類の提供方法及び提供する景品が適切であることをあらかじめ確認し、その結果を保管しなければならない。
 - 3 会員は、前条第 6 項の記録に関し、前項の審査結果を記載しなければならない。
 - 4 会員は、広告又は景品類の提供期間中又は終了後、実際の広告及び景品類の提供が社内規則及び決裁指示に従い、適切に行われたか確認しなければならない。

第 5 章 誤認防止等

(登録証の表示)

第 33 条 会員は、暗号資産交換業者の登録番号及び協会の会員である旨を記した登録証を、本店及び営業所に掲示しなければならない。

- 2 会員は、自ら管理するインターネット上のコンテンツに対し、暗号資産交換業者である旨、暗号資産交換業者登録番号及び当協会の会員である旨を表示しなければならない。

(誤認防止)

第 34 条 会員は、他の暗号資産交換業者が現に用いている商号若しくは名称と同一の商号若しくは名称又は他の暗号資産交換業者と誤認されるおそれのある商号若しくは名称を用いてはならない。

- 2 会員は、法定通貨又は金融商品取引その他の金融関連取引と誤解される名称を用いて取引を行ってはならない。

附則

この規則は、2018 年 10 月 24 日から施行する。

附則 (2020 年 4 月 24 日決議)

この規則は、2020 年 5 月 1 日から施行する。

「暗号資産交換業に係る勧誘及び広告等に関する規則」に関するガイドライン

(2018年7月30日 制定)

(2018年10月23日 一部改正)

(2020年4月24日 一部改正)

第1条関係

本規則において「会員」とは第一種会員のうち暗号資産交換業者を指します。

暗号資産交換業に該当しない暗号資産関連取引に関しても、例えば、暗号資産の貸借サービス等、利用者保護を図る必要のある取引については、当該取引によって利用者に生じ得るリスクの内容に応じ、本規則の定めに従って対応する必要があります。

但し、本規則の各条項が、会員が行う取引やサービスに当てはまらず、本規則の適用を緩和や除外したとしても利用者保護に特段の支障がないものと判断する取引やサービス（例えば、他の会員に対する勧誘）については、適用を緩和若しくは除外する理由を明らかにして、社内に規定する手続をもって決定することができます。

第2条第2項関係

府令第20条第6号は、利用者の知識、経験、財産の状況及び暗号資産交換契約を締結する目的に照らして不適と認められる勧誘をする行為を禁止し、これにより暗号資産交換契約の締結における適合性原則が法令上明文化されました。本項は、この適合性原則の遵守を会員に求めるものです。

第2条第3項関係

利用者の理解を確認する方法としては、利用者から理解している旨を表す書面（確認書）を徴求する方法や利用者画面に確認書と同じような文章を表示し、チェックを入れてもらう方法などが考えられます。

第3条第1項関係

会員には、利用者属性並びに招請状況及び取引実態に照らして取引の種類ごとに、当該利用者に適した取引を行うための基準を設け、その基準に従って勧誘を行うことが求められます。取引の種類によって個々の利用者の適合状況も異なりますので、会員の行う取引の種類に応じて、KYC（Know Your Customer）を通じて把握すべき利用者の情報も異なります。したがって、会員は提供する取引の種類を勘案して取得する利用者情報を選択し、利用者から入手した情報を基に提供可能な取引を勘案することとなります。「暗号資産交換業に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第2条、第3条及び第7条をあわせて確認してください。

第3条第2項関係

例えば、インターネットを通じてのみ勧誘する会員の場合には、KYCは利用者の申告に依存するため、外形的な基準を設けて行う度が高くなるものと思われます。一方、対面営業型の会員の場合には、利用者との接触を通じて得られる情報を反映して判断することも可能です。インターネットによる勧誘を中心としながらも、閾値を満たさない年齢の利用者については直接面談し、判断するなどの方法も考えられます。KYCに基づ

く判断としては、例えば、未成年（特に就学中の未成年）や特別な蓄えのない高齢・年金暮らしの利用者に損失リスクが高い暗号資産関連取引を勧誘することは適当でないと判断します。いずれも自社の営業実態や特性に応じて、基準を定めるほか、当該基準に従った勧誘を行うにあたり、必要な手続きや決裁の取り決め、記録の保存など業務運営に必要な事項を社内規則としてまとめ、規則に従って行動するように役職員への教育・指導を行うことが求められます。なお、高齢者の外形基準とする年齢については、例えば年金受給開始年齢である65歳、健康保険制度に用いられる後期高齢者（75歳）などを援用することや、自社の利用者の実情を反映して見積もるなどの方法があり得るため、会員一律の値を定めるものではありません。

また、今後、法定成人年齢が引き下げられた場合には、その後の社会情勢や対象者の実際の理解力、金融リテラシーなどに照らし、引き続き未成年者に準じて取り扱うなど、慎重な対応が求められます。

第4条第1項関係

利用者に対し、暗号資産交換契約の締結を勧誘する場合には、必ず利用者から勧誘の承諾を得なければなりません。例えば、対面による勧誘を行う場面において、当初、利用者に対して勧誘であることを明かさず接触し、後段になって、“取引をしませんか”と持ち掛けることは本項の規定に抵触することになります。なお、確認等の手順としては、先ず本条に従って、勧誘を受ける意思があることを確認し説明を行った後、実際に口座開設手続きに入る前に、第3条の適合性を確認するための情報を入手、適合性基準を満たしている場合には、口座開設手続きを完了することが基本的な流れと考えられます。インターネットなどにより画面入力をもって行う場合には、この基本的な流れにそって画面を構成することが望まれます。

第4条2項関係

承諾の取得方法としては、例えば次の各号に掲げる方法が考えられます。

- (1) 口頭での承諾の事実を確認し、当該承諾に係る記録を作成及び保管する方法
- (2) 電磁的方法により承諾を取得する方法
- (3) 書面により承諾を取得する方法

第4条3項関係

一度、暗号資産交換契約を締結しない旨の意思を示し、あるいは勧誘を受けることを希望していない旨の意思を示した相手には、相手から再び勧誘して欲しいとの意思表示がなければ、二度と勧誘してはなりません。

第4条4項関係

セミナー等を開催し、利用者を勧誘するときには、必ず当該セミナーが勧誘を目的とするものであることを明らかにしたうえで、参加者を募らなければなりません。会員の役職員以外の者が行うセミナーであっても、当該他の者が会員との取引を推奨するような場合には、勧誘に当たる可能性がありますので、そのような可能性のある場合には、あらかじめ勧誘を目的とする旨を明らかにする必要があります。

第4条第5項関係

本項は府令第20条第3号の禁止規定の遵守を会員に求めるものであるところ、同号は、勧誘禁止の例外となる「会員との間で継続的な取引関係にある利用者」を「勧誘の日前1年間に2以上の暗号資産の売買又は他の暗号資産との交換を行った者」に限っているため、同様の限定を本項においても付しています。

「訪問し、又は電話をかけて、暗号資産交換契約の締結の勧誘をする行為」には、勧誘を行ってよいか否かを尋ねることも含まれます。

第4条第6項関係

「私生活又は業務の平穩を害するような勧誘」に該当するかの判断は、利用者ごとに個別に判断せざるを得ませんが、例えば、次の各号に掲げる行為については、一般的に、利用者の私生活又は業務の平穩を害する可能性が高いものと考えられます。

- (1) 社会通念に照らし不相当と認められる時間帯に、利用者に電話をかけ、若しくはファクシミリ装置を用いて送信し、又は利用者の居宅を訪問すること。
- (2) 利用者の勤務先その他の居宅以外の場所に電話をかけ、電報を送達し、若しくはファクシミリ装置を用いて送信し、又は利用者の勤務先その他の居宅以外の場所を訪問すること。
- (3) 利用者の居宅又は勤務先その他の利用者を訪問した場所において、利用者から当該場所から退去すべき旨の意思を示されたにもかかわらず、当該場所から退去しないこと。

第5条関係

暗号資産交換契約に係る勧誘行為は、暗号資産の売買又は交換を媒介する行為として暗号資産交換業に該当するものと考えられることに加え、他の暗号資産関連取引に係る勧誘行為についても、第三者による不適切な勧誘行為が頻発し、利用者保護が図れなくなるおそれがあることから、会員との暗号資産関連取引に係る契約の勧誘を行うことができる者は、会員の役職員及び会員が業務を委託（媒介、取次ぎ及び代理）する他の暗号資産交換業者（の役職員）に限るものとし、その他の者に会員との取引の勧誘を行わせてはなりません。

勧誘に至らない程度の行為については、暗号資産交換業者以外の第三者もこれを行うことができますが、「勧誘に至らない程度」であるかは、個別具体的に判断する必要があります。なお、次の各号に掲げる行為については、一般的には勧誘には該当しないものと考えられます。

- (1) 商品の案内チラシ・パンフレット・契約申込書等の単なる配布・交付。この場合において、暗号資産交換業者の連絡先等を伝えることは差し支えありませんが、配布又は交付する書類の記載方法等の説明をする場合には勧誘に当たることがあり得ることに留意する必要があります。
- (2) 契約申込書及びその添付書類等の受領・回収。この場合において、単なる契約申込書の受領・回収又は契約申込書の誤記・記載漏れ・必要書類の添付漏れの指摘を超えて、契約申込書の記載内容の確認等まで行う場合は、勧誘に当たることがあり得ることに留意が必要です。
- (3) 説明会における暗号資産に関連する商品・サービスの仕組み・活用法等に

ついで の一般的な説明

なお、例えば、インターネット上の表示等を用いる場合でも、当該表示等を用いた上で特定の利用者に対して暗号資産交換契約に係る契約締結に向けた誘引行為を行っていると評価できる一連の行為を第三者に行わせることは、本条に違反する可能性がある点に留意が必要です。

第6条第1項関係

「特別の利益」は、金銭や暗号資産、その他の金品に限りません。利益の供与を受ける者は、利用者のほか、第三者が受ける場合も含まれます。

利用者等に対して手数料等の軽減、景品類の提供、キャッシュバック等を行う行為は、直ちに「特別の利益」に該当するものではありませんが、条件が一定の基準に基づき設定され不当でないこと、同様の取引条件にある利用者に対して同様の取り扱いをすること、過大なものではないことなど、社会通念上妥当と認められる範囲に留まるよう留意する必要があります。

本項は、特別の利益の提供を約して行う勧誘を禁止するものですが、取引に際して特別の利益の提供若しくは保証を約することは「暗号資産交換業に係る不公正取引等の防止に関する規則」において禁じられ、暗号資産の交換等に係る取引の結果として生じた利益の不足や損失の補てんを行うことは、「暗号資産交換業に係る損失補填等の禁止に関する規則」において禁止されていることに留意してください。

第6条第2項関係

本項は、利用者との契約に基づき会員が行う暗号資産信用取引や暗号資産の貸借取引（以下「暗号資産信用取引等」といいます。）を対象とするものではありません。ただし、暗号資産信用取引等であっても役職員自身が利用者へ信用を供与するかの行為を行うことは本項に抵触します。なお、暗号資産信用取引等については、会員が利用者へ信用を供与することとなりますので、利用者へ過度の損失リスクを負わせぬようにすること及び過度の信用供与が暗号資産取引全体の健全性を損なわぬように、「利用者の管理及び説明に関する規則」第3条に基づいて、利用者に対する限度額を設けるなどの管理を徹底することが必要です。

第7条第2項関係

府令第19条各号に掲げる事項とは、①暗号資産の保有又は移転の仕組みに関する事項、②暗号資産の取引数量若しくは価格の推移又はこれらの見込みに関する事項、③暗号資産交換業者の資力又は信用に関する事項、④暗号資産交換業者の暗号資産交換業の実績に関する事項、⑤暗号資産に表示される権利義務の内容に関する事項、⑥暗号資産の発行者、暗号資産に表示される権利に係る債務者又は暗号資産の価値若しくは仕組みに重大な影響を及ぼすことができる者の資力若しくは信用又はその行う事業に関する事項、⑦暗号資産交換業の利用者が支払うべき手数料、報酬若しくは費用の金額若しくはその上限額又はこれらの計算方法に関する事項です。

第9条第1項関係

本条における価格の公正性とは、会員各社自身が管理する売買・交換の場における価

格の公正性をいい、当該会員の管理していない売買・交換の場における価格と比較した場合の公正性をいうものではありません。会員各社自身による一斉かつ過度な勧誘を通じて、取引が一定の方向に導かれるような状況は適切とは言えず、そのような状況を生じさせる行為を禁止するものです。第1項では、マス媒体を利用して、買付け又は売付けのいずれか一方の取引を過度に、かつ、継続して勧誘することを禁ずるものです。

通常の営業活動の範囲内において、買付け又は売付けという取引の方向性を示すことなく、暗号資産の広告・紹介を行うこと自体を禁止するものではありません。

第9条第2項関係

例えば、取扱い開始後日が浅く、利用者の保有数量が少ない暗号資産の取引を活発化させようと勧誘しようとする場合であって、約定数の向上を図るため、あらかじめ利用者の買付けに応じるための暗号資産を自己保有し、あるいは当該暗号資産を保有する第三者に売却を依頼する行為などは、結果として自己又は依頼した第三者が利益を得る可能性が高く、勧誘の態様が通常の営業活動の範囲を超える過度なものである場合には、本項に抵触するおそれがあることに十分留意する必要があります。

第11条関係

競争売買取引やマーケットメイク方式取引において、特定の利用者の利益を図るなどの不当な目的に基づいて、当該利用者の注文に対当する注文の発注を他の利用者に対して勧誘すること等を禁止しています。このような行為は、特定の利用者への利益供与等の温床となるほか、会員が利用者に対して果たすべき誠実な対応を離れて、約定数量の上積みを求めるなど不適切な行為につながる懸念があり、そうした可能性を取り除くために設けられています。なお、店頭取引は、そもそも利用者に会員が相対（対当）して取引を行うものですから、本条により禁止されるものではありませんが、会員が保有するポジションから生ずる損失リスクを回避することを利用者の利益よりも優先し、会員自身が管理する売買・交換の場における実勢価格からかい離れた価格をもって、利用者を勧誘することは、自己の利益を優先した、利用者保護に欠ける不適切な業務姿勢と見なされる可能性があることを十分に認識し、留意する必要があります。

【参考】

一般の個人利用者との取引とは別に、例えば買付け意向を示す大口利用者に対して、大量の暗号資産を保有する利用者を紹介し、あるいは、両者の取引の媒介を目的に勧誘することは、第三者への利益供与等を図るなど不当な動機によるものでない限り、本条の規定に抵触するものではありません。

第12条第1項、第2項関係

本項は、府令第20条第1号の禁止規定の遵守を会員に求めるものであるところ、同号によれば、書面の交付その他これに準ずる方法を用いて勧誘する場合において、第22条第4号、第5号、第6号に掲げる事項の文字又は数字を、同条第1号、第2号に掲げる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らない大きさで表示しない場合は、「明確かつ正確に表示しない」場合にあたるとみなされます。

第13条関係

例えば、暗号資産の価格の推移の実績及び将来予測をことさら強調することにより、

明示的にあるいは暗にその利益獲得を慫慂するような勧誘行為や、暗号資産の売買又は他の暗号資産との交換等によって利益を得た者を紹介する等して、支払手段としてではなく射幸性を煽ることによりその取引を勧誘行為は、本条において禁止される勧誘行為にあたるものと考えられます。

第 15 条関係

本規則における広告とは、いかなる名称であるかを問わず、会員がその営業に関し、暗号資産関連取引に誘引する目的で、ある事項を随時又は継続して広く宣伝するため、一般の人に知らせることを指し、例えば、次の各号に掲げるものが考えられます。

- (1) テレビコマーシャル
- (2) ラジオコマーシャル
- (3) 新聞紙、雑誌その他の刊行物への掲載
- (4) 看板、立て看板、はり紙、はり札等への掲載
- (5) 広告塔、広告板、建物その他の工作物等への表示
- (6) チラシ、カタログ、パンフレット、リーフレット等の配布
- (7) インターネット・ホームページへの掲載

電子メールの送信やダイレクトメールの送付であって、特定の者に対して特定の行為をするように勧め誘う行為は、広告ではなく勧誘に該当します。

暗号資産関連取引を誘引する目的ではなく情報提供する行為は、本規則における広告には当たりませんが、「誘引する目的」の有無については、表示の内容、情報提供時の状況、情報の受け手の属性などを考慮の上、個別具体的に判断されるものと考えられます。なお、次の各号に掲げる表示物については、一般的には、広告には該当しないものと考えられます。

- (1) 社名と事業名のみの表示
- (2) 社員の募集を目的とする表示
- (3) 会員が一般に公表した情報であって、例えば、新規に取り扱う暗号資産の名称とその取扱い開始日や募集販売を行う暗号資産の名称とその販売期間などの情報を伝達することのみを目的として行う表示

本規則第 32 条における広告審査においては、広告に該当するか否かの判断についてもその対象となりますので、本規則の対象とならない広告であっても、審査結果については記録・保管することとなる点については留意してください。例えば、広告を利用し、他の事業者を誹謗中傷することや限られた一部の要素のみを取り上げて、自社があたかも他の事業者よりも優れているかのように強調し広告することは、公正性を欠いた不適切な広告とみなされるものと考えられます。

本規則における景品類とは、不当景品類及び不当表示防止法第 2 条の規定により景品類及び表示を指定する件」(昭和 37 年公正取引委員会告示第 3 号) 第 1 項に規定するものをいいます。

第 15 条第 2 項関係

「明確かつ正確な表示」の方法については、第 23 条第 1 項関係のガイドラインを参照してください。

第 15 条第 3 項関係

広告の修正や回収、景品類の配布の中断や中止などの措置については、今後実施しようとする広告や配布予定の景品類に限らず、すでに実施中にあるもの又は過去に実施したものを含みます。ただし、実施中の広告や過去に実施した広告、配布済みの景品類の回収等は困難なこともあり得ますので、そのような場合には回収等に向けて合理的な努力を払うほか、過去3年内に行った広告については、修正すべき事項を公表するなどの方法により、必要な対応を図らなければなりません。

第 16 条第 1 項関係

公序良俗に照らして不適當な場所等とは、例えば風俗街やギャンブル施設（公営ギャンブルのほかパチンコ等の遊戯施設を含みます。）などが該当するほか、学校等の教育施設、通学路なども該当することとなります。インターネット上の広告においては、ギャンブルや犯罪、性風俗を扇動、あっせん又は推奨するようなサイトやコンテンツが該当し、その中にはヘイト問題を助長することを目的とするものなども含まれます。なお、明確な根拠を示すことなく暗号資産を宣伝するサイトやコンテンツ又は会員との取引を誘引するサイトなどを広告に利用することは、その内容が不適切である可能性があり、また、本規則第5条の第三者による勧誘行為の禁止に抵触するおそれがあることから、適切な広告手段とは言えません。また、公序良俗に照らして不適當な時間の一例として、学童がテレビ放送を視聴するような時間帯にリスク度の高い取引のCMを放映する場合はこれに該当するものと考えられます。

第 16 条第 2 項関係

商業広告は本来、衆目を集め、大衆の購買意欲を高めることを目的とするものではありますが、暗号資産関連取引のように損失を被る可能性のある取引においては、利用者が冷静、かつ、合理的な判断を行った上で取引が実施されなければなりません。したがって、暗号資産交換業者においては、たとえ広告であっても、利用者の冷静かつ合理的な判断を著しく妨げる効果を有する内容は好ましくありません。例えば、あたかも暗号資産を利用していないことが時代遅れであるかのように利用者の心理を誘導するような内容の広告は、この項における「競争心を煽る」ことに該当し、好ましくないものと考えられます。景品類の提供についても同様であり、例えば、取引数量が増えるごとに段階的に著しく高価な景品を提供することは、景品類の提供方法としては好ましくないものと考えられます。なお、利用者に対して公平な方法と仕組みによって行われる手数料等の割り戻しに相当する行為（いわゆる「キャッシュバック」）については、景品類の提供には該当せず、直ちに本規則は適用されないものの、射幸心又は競争心を煽る程の高い割引率を設定することは、利用者保護の精神に照らしても、望ましくないものと考えられます。

第 16 条第 3 項関係

会員は、本規則第9条により、特定の暗号資産を対象とする取引について、当該取引の方向性を示して過度に推奨販売することが禁止されています。したがって広告や景品類の提供も過度な推奨販売につながる恐れのある方法や表現を用いて行ってはなりません。例えば、特定の暗号資産を著しく強調することや、連呼するなどの広告表現は、利用者にとって特定の暗号資産を脳裏に刷り込み、あたかも当該暗号資産の取得を強く推奨された印象を与える恐れがあり、適切な広告表現ではないものと考えられます。映像によ

るサブプリミナル効果を用いることも同様です。

会員名の一部に特定の暗号資産の名称が組み込まれている場合には、利用者に特定の暗号資産の推奨と受け取られぬように、十分に配慮して広告する必要があります。会員が既に公表した新規に取り扱う暗号資産の名称及び取扱い開始日や募集販売する暗号資産の名称及び販売期間に関する情報のみを表示することは、第15条関係のガイドラインにて示す通り、本規則を適用する広告には該当しないため、推奨販売 広告を禁止する本項の規定も適用されません。ただし、量又は質において明らかに過剰な広告については、本規則第9条に規定する大量推奨販売の禁止規定に抵触するとみなされます。

第16条第4項関係

例えば、暗号資産の価格の推移の実績及び将来予測をことさら強調することにより、明示的あるいは暗にその取引獲得を慫慂するような表示や、暗号資産の売買又は他の暗号資産との交換等によって利益を得た者を紹介する等して、支払手段としてではなく射幸性を煽ることによりその取引を推奨する行為は、本条において禁止される表示行為にあたります。

第16条第5項関係

そもそも景品類の提供は、事業者間の公正な競争を阻害せぬよう法規制が課せられていますが、他の会員の追随を許さぬほどの金額と期間をもって景品類の提供が行われた場合には、適法であったとしても結果として公正な競争環境が損なわれることがあります。会員は、このような観点を踏まえて提供する景品類の額及び期間を管理する必要があります。

第17条第1項関係

役職員以外の者に広告物や景品類を配布させる行為も会員が行う広告行為として、会員自らがこれを管理する必要があります。広告物や景品類の配布は、あくまで単に配ることを指し、広告物や景品類を受け取った相手から、会員や取引の内容を聞かれ、これらに対して具体的な説明を行うことは限りなく勧誘行為に近づくものと考えられます。勧誘行為は、本規則第5条のとおり、暗号資産交換業者又はその役職員に限られますので、他の者には勧誘に当たるような受け答えをさせてはなりません。なお、広告物や景品類を受け取った人から会員への連絡方法を尋ねられたような場面 にあって、広告物や景品類に記載された会員への連絡方法を示す程度の行為は勧誘には 該当しないものと考えられます。

第17条第2項関係

審査基準に則して、例えば広告物を配布してはならない相手、場所、時間等を具体的に示すほか、配布した広告物の内容について具体的に説明することは、勧誘行為に該当し禁止されることなども説明する必要があります。

第18条第1項関係

本規則に定めるバナー等の対象とするものは、ウェブページ上に表示されるバナーに限らず、ウェブページ又はメールの文章中に埋め込まれたリンクも含まれます。

第 18 条第 3 項関係

「暗号資産関連取引に際して誤解を生じさせないために必要な事項」とは、例えば次の各号に掲げる事項をいいます。

- (1) 遷移前に表示された情報(バナー広告等にて表示されているものを除く。)は、会員が作成し管理しているものではないこと。
- (2) 法定通貨とは異なり、国等によりその価値が保証されているものではないこと。
- (3) 秘密鍵を失った場合、保有する暗号資産を利用することができず、その価値を失うこと。
- (4) 暗号資産は、移転記録の仕組みが破たんした場合には、その価値が失われること。
- (5) 暗号資産の価格変動により損失を生じることがあること。
- (6) 会員が倒産した場合には、預託された暗号資産を利用者に返還することができない可能性があること。
- (7) 暗号資産は対価の弁済を受ける者の同意がある場合に限り対価の弁済のために使用することができること。
- (8) 取引の内容を十分に理解し、自己の責任をもって行うこと。

第 19 条第 1 項関係

本規則における「アフィリエイト広告」とは、アフィリエイトターが、当該サイトに会員が供給する商品・サービスのバナー等を掲載し、当該サイトを閲覧した者がバナー等をクリックしたり、バナー等を通じて会員のサイトにアクセスして会員の商品・サービスを購入したり、購入の申し込みを行ったりした場合など、あらかじめ定められた条件に従って、アフィリエイトターに対して、会員又はアフィリエイトサービスプロバイダーなどの広告代理店(以下「広告代理店」という。)から成功報酬が支払われる、各種媒体を通じた広告をいいます。ただし、広告配信会社が広告媒体となる複数のウェブサイトを集めて「広告配信ネットワーク」(以下「ネットワーク」という。)を形成し、広告主から受注したバナー等をネットワーク上で配信することにより、当該ウェブサイトの空きスペース(広告枠)にネットワークのプログラムが選択したバナー等が掲載されるようなインターネット広告を除きます。本規則における「アフィリエイトター」とは、広告主たる会員以外の者であって、会員の提供するバナー等を添付するブログその他のウェブサイトの運営者であり、アフィリエイト広告料を受け取る者をいいます。アフィリエイト広告のような成功報酬型広告においては、バナー広告等のクリック回数や購入実績等に報酬額が連動することから、アフィリエイトターにとってサイト閲覧者にクリックや購入等を促すインセンティブになるため、アフィリエイト広告がサイト閲覧者に対して恣意的な又は過度に主観的あるいは不正確な表現等を用いて行われるおそれがあります。また、サイト閲覧者から見た場合、アフィリエイト広告のうち、アフィリエイトター自身の記事・コメントに該当する部分と会員の広告等に該当する部分の区別が容易ではなく、サイト閲覧者に、表現主体に関し誤解を招くおそれがあります。以上の理由から、会員は、アフィリエイトター自身の記事・コメントに該当する部分(バナー広告等を含む。)のみならず、会員の広告等に該当する部分を含めたコンテンツの内容全体について、本規則第 32 条 2 項に定める広告等審査基準に基づいて、その適切性の判断を行わなければならないものとします。

アフィリエイト広告をアフィリエイトターとの間で直接契約し、実施する場合には、バナーを貼付するページの所在を会員自身が把握することができることから、当該ページの記載内容が会員自身の規定する広告審査基準に照らして適正であることを予め確認する必要があるほか、契約期間中、適宜に、ページ内容の再確認を行わなければなりません。一方、広告代理店を経由してアフィリエイト広告を行う場合には、広告代理店に会員内の広告審査基準を示し、当該代理店が会員に代わってコンテンツの審査を行うことが可能です。また、広告代理店を通じて広告審査基準をアフィリエイトターに事前に示し、当該審査基準を満たしたコンテンツのみを用いることを条件に、当該代理店とアフィリエイトターとの間でアフィリエイト広告に係る契約が締結される場合には、第3項の監視を強化することを条件に、コンテンツに対する事前審査を行わないことができます。

第17条第2項関係

アフィリエイトターの管理するコンテンツが不適切であることを検知した場合には、会員が直接又は広告代理店を通じて、速やかにアフィリエイトターに連絡し、コンテンツの修正を求めます。アフィリエイトターが即刻修正に応じ、短日のうちに修正が実施された場合には、当該アフィリエイトターとのアフィリエイト広告に係る契約を継続することができます。ただし、アフィリエイトターが修正を拒否した場合には、会員が当該アフィリエイトターとの契約を解除する又は広告代理店に対して、当該アフィリエイトターとの契約の解除を求める等の適切な対応を講じなければなりません。なお、アフィリエイトターとの契約(広告代理店を通じて契約を行う場合には、当該広告代理店とアフィリエイトターとの契約を含む。)においては、アフィリエイト広告の適正化を図るために、例えば以下のような事項に留意する必要があります。

- (1) アフィリエイトターの禁止行為が契約等において具体的に規定されているか。
(例) 虚偽や誤解を与える表現等の使用、アフィリエイトターによる勧誘の禁止
- (2) アフィリエイトターの行為や広告内容等について、会員又は広告代理店が適切に管理・指導等を行う旨が契約等において規定されているか。(例) 会員又は広告代理店による広告掲載状況等に関するモニタリングの実施、不適正な内容に関する会員又は広告代理店からアフィリエイトターへの是正指導等
- (3) 不適正なアフィリエイトターとの契約の解除について契約等において規定されているか。(例) 本規則違反・契約違反の場合や是正指導に応じない場合におけるアフィリエイトターとの契約の解除等
- (4) 不適切な勧誘広告等を会員又は広告代理店がアフィリエイトターに対して修正を要請したときから修正を実施するまでの期限をあらかじめ設定しているか。

第20条第1項関係

アフィリエイト広告においては、バナー広告等のクリック回数や購入実績等に報酬額が連動することから、他の形態の広告と比較して、アフィリエイトターが利用者を直接的に勧誘するインセンティブが強く働くものと考えられます。本規則第5条のとおり、暗号資産交換業者以外の者に、利用者に対して暗号資産関連取引の勧誘を行わせてはなら

ないとされていますので、会員は、アフィリエイト広告を行う場合においても、アフィリエイト（暗号資産交換業者の登録を有する者を除く。）に対し、暗号資産関連取引の勧誘を委託してはなりません。

第 20 条第 4 項関係

アフィリエイト広告の対価として、会員がアフィリエイトに対して過度のインセンティブを付与する場合、アフィリエイトが、当該インセンティブの獲得のために、アフィリエイト広告を通じて不適切な表示や勧誘を行うおそれがあることから、このようなおそれを誘発又は助長し得る過度のインセンティブ付与を禁止するものです。

第 21 条第 1 項関係

本規則における「口コミサイト」とは、企業又は商品若しくはサービス等に関する評判又は噂等の、いわゆる口コミ情報を掲載するインターネット上のウェブサイトを指します。口コミ情報の交換を目的とするウェブサイトだけではなく、特定の業者が自らの商品又はサービスに関する口コミ情報を掲載するウェブサイト又は個人が行うブログ等の情報提供サイトも含まれます。

第 21 条第 3 項関係

第三者に口コミを依頼する行為には、会員や役職員が発信した情報の拡散を依頼することも含まれます。ただし、その内容が本規則に規定する広告に該当しない場合には、この規定によって禁止されるものではありません。社内手続きに従って、会員又は会員の役職員が適切に情報発信すること及び自然に情報が拡散することは問題ありませんが、利用者を暗号資産関連取引に誘引する目的をもって発信する情報の拡散を第三者に依頼する場合には、この規定に抵触します。既に一般公表した、既に取り扱っている又は今後取り扱う予定の暗号資産に関する情報についても、会員又は役職員が情報を発信し、自然に拡散することについては特段問題ありませんが、拡散を依頼する場合には、本規則第 9 条の大量推奨販売禁止ルールに抵触しない態様で行うよう、留意しなければなりません。

第 22 条第 1 項第 3 号関係

例えば「所属する認定資金決済事業者協会：一般社団法人日本暗号資産取引業協会」と表示します。

第 23 条第 1 項関係

必要事項の表示については、例えば紙媒体による広告であれば少なくとも 9 ポイント以上の文字サイズを用いることが望まれます。インターネット上の広告については、表示可能なスペースを考慮し、明瞭に判読できる大きさの文字サイズを用いなければなりません。

また、「明瞭かつ正確に表示」するに当たり、以下の点に留意する必要があります。

- ① 当該広告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こと。特に、本規則第 22 条第 3 号、第 4 号、第 5 号に規定する事項については、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らない大きさで表示しているこ

と。

- ② 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こと。

第 23 条第 2 項関係

バナー広告等については、一度目の遷移画面において本規則第 18 条第 3 項に規定する事項を表示し、その後遷移する自社のホームページ画面に本規則第 22 条各号の必要事項を表示することとなります。なお、本規則第 23 条第 2 項但書に基づいて、このホームページ画面からもう一度遷移した画面上に必要事項を表示するページを設けて行うことは可能です。ただし、バナーから遷移したどり着く自社のホームページ画面から必要事項を表示するページへの遷移は 1 度限りとします。広告に該当する箇所から認識しやすい位置とは、本来広告したい事項が表示された箇所からあまり離れておらず、閲覧者が同一画面上で発見することができるか、又は少し画面をスクロールすれば容易にみることができる位置を指します。ただし、必要事項の分量やコンテンツ構成上、あまり近い位置に必要事項を記載することができない場合には、本規則第 23 条第 2 項但書に基づいて、広告表示の付近に必要事項の確認を促す記述を行い、その記述から他のページに遷移させて、遷移後のページに必要事項を表示することは可能です。(長くスクロールするよりは利用者が見やすく、認識も進むものと考えられることから、そのような措置を設けています。)

第 23 条第 3 項関係

「視聴者が十分に視認することができる速度及び文字サイズ視聴者が十分に視認することができる速度及び文字サイズ」の標準的な目安として、以下を参考にしてください。

各項目 大きさ 秒数 第 22 条第 1 項 (3) から (6) 号 12 ポイント以上 2.8 秒以上
その他 8 ポイント以上 特に指定しない。

第 25 条第 3 項第 2 号関係

広告を視聴する人の多くが不快を感じる類の表示や表現方法がこれに該当し、例えば、あたかも暗号資産関連取引が、一攫千金を目論むギャンブルであるかのような強い印象を与える演出などは、同号の品位に欠ける広告に該当するものと考えます。

第 25 条第 3 項第 9 号関係

「暗号資産の性質、府令第 19 条各号に掲げる事項その他重要な事実につき、利用者を誤認させるような表示又は裏付けとなる合理的な根拠を示さない表示」の例については、第 7 条第 2 項関係のガイドラインを参照してください。

第 26 条第 1 項第 1 号関係

例えば、次のような表示は、客観的に実証されているとみなすことができないものと考えます。

- (1) 机上(空想上)の計算に基づく数値を、実績値又は確定値であるかのように表示し、比較するもの

- (2) 会員では取り扱ったことがない暗号資産の取扱実績等を、会員における実績として表示し、比較するもの
- (3) ごく少数の利用者等の評価や感想（アンケート結果を含む。）を、一般的な（大多数の）評価であるかのように表示し、比較するもの

第 26 条第 1 項第 2 号関係

例えば、次のような表示は、正確かつ適正な引用とはみなされないものと考えます。

- (1) 暗号資産の取扱実績又は手数料率等について、さらに有利なものがあるにもかかわらず、恣意的に又は十分な調査を行うことなく、それらを対象から除外したうえで表示し、比較するもの
- (2) 一定の条件の下での実績又は調査結果を、すべての条件の下でも適用されるかのように表示し、比較するもの
- (3) ごく限られた期間の実績数値又は非常に少数のサンプル調査の結果のみを表示し、比較するもの
- (4) 調査時期が明示されており、その時点では事実が正確かつ適正に記載されていた内容であっても、現時点では事実と異なるもの

第 26 条第 1 項第 3 号関係

例えば、次のような表示は、公正な比較とみなされないものと考えます。

- (1) 同一の前提条件ではないもの（例えば、取引条件が異なる場合の手数料率等）を合理的根拠なく比較し、あたかも会員又は会員が取扱う商品が有利であるかのように表示するもの
- (2) 例えば、口コミサイト、アフィリエイト広告、リスティング広告等において、会員、アフィリエイト又はリスティング業者による評価又は恣意的に選択した評価のみを、あたかも第三者による客観的な評価であるように比較表示するもの なお、ランキングを広告費の多寡により順位づける比較サイト等であることを知りながら行う広告についても、公正な比較が行われていないコンテンツを利用した広告に該当し、適切ではないものと考えます。

第 26 条第 4 項関係

本項により保管する資料の保存期間は少なくとも、広告終了から 5 年間とします。

第 27 条関係

協会は、会員の行った広告について適宜モニタリングを実施し、法令又は自主規制規則に違反する疑義のある広告を検知した場合には本条に基づく確認を行います。なお、会員が実施予定の広告に関し、本規則を適用する上で不明点などがありましたら、事前の相談に応じることも可能です。

第 29 条第 1 項関係

例えばセミナー会場などにおいて、具体的な口座開設方法の説明や自社の取扱い仮想通貨の販売等を勧誘する場合には、営業所外における勧誘行為に該当することがあります。この場合には、本項の規定に従い、勧誘に従事した役職員を営業職員簿に記録することとなります。

第 29 条第 2 項関係

営業員以外の役職員が営業所外で勧誘を行う場合には、あらかじめ営業職員簿に記録することが必要です。

第 30 条第 1 項関係

対面営業、インターネットを通じた非対面営業の別に関わらず、会員は、営業責任者を定める必要があります。この場合、

- ①利用者との取引によって得られる会員の収入に対し責任を負う者、
- ②利用者の獲得に責任を負う者、
- ③利用者に提供する暗号資産ないし取引方法を決定する者、

などが適任者の候補として考えられます。なお、内部統制管理の観点からは、小規模の会員であっても、営業責任者は、社長以外の者を任命することが好ましいと考えます。

第 31 条第 3 項関係

実際に行った広告や提供した景品類については、例えば表示に誤りがあった場合には修正することや利用者とのトラブルにおいてその内容を検証するなどの機会が少なくありません。こうした事態に備え、また内部監査などの有効性を高めるために、広告や景品類については、容易に検索できるように管理簿を設けて管理することが必要と考えます。

第 30 条第 4 項関係

管理する者とは、単に担当者を指すものではなく、広告の実施を決裁し、行った広告が不適切だった場合には、その責任を負う者を指します。また、決裁基準に関しては、会員の業容や広告の媒体、内容、規模等に照らし、広告の実施が重要な業務執行に該当する場合には取締役会決議を経る必要があることを明記するなど、広告管理における経営陣の責任を明確化する必要があります。

第 31 条第 5 項関係

「会員が定める期間」とは、例えば誤表示により生じる訴訟等の時効などを勘案し、会員が自ら設定する期間であり、少なくとも 5 年以上の期間とする必要があると考えます。「物理的に保存することができない」とは、例えば立て看板や景品類として提供する食品などが該当します。このような場合、広告の原稿や食品の商品名と金額、数量が記された納品書などの書類のコピーなどを保管することで足りるものと考えます。

第 31 条第 6 項関係

第 3 項の管理簿は実施した広告等のインデックスであり、第 6 項の記録は、管理簿のインデックスによって容易に検索することができる、広告の都度、1 つの資料群として作成・保管されるものとなります。なお、保管期間については 5 年以上とすることとします。

第 32 条第 1 項関係

広告や景品類の提供は営業行為の一部であり、その業務及び管理者は、営業部門に属

するものと考えられます。広告審査は、利用者保護の見地から、例えば内部管理部門が担当するなど、営業部門から独立した部署がこれを行う必要があります。

【参考】

広告規制において想定する組織は、

- ①広告を企画・実施する部署、
- ②行った広告を管理する部署、
- ③広告を審査する部署

の3部署です。このうち、①と②の部署は統合することは可能です。③の広告審査部署は、営業及び広告の指示命令系統とは別の系統に属する部署であることが必要です。このため、①②の部署と③の部署を統合することはできません。

第32条第2項関係

利用者保護にかなう円滑な業務運営のためには、広告等の実施による業務負荷の増加を予測し、これに耐えうる態勢をあらかじめ整備する必要があります。したがって、本項の広告審査基準には、広告等の効果によって増加すると見込まれる利用者数及び利用者属性等に照らし、現状の態勢における業務許容量(広告業務に限らず口座開設業務、受注管理業務、利用者財産管理業務等一切の業務を含みます。)が適切かどうかという観点を含める必要があります。また、広告効果による利用者の増加が事前予測を上回った場合、各種業務を円滑に行うことが困難となることがあり得ます。このため、広告等の実施期間中は、特に各種業務の負荷を確認し、円滑な業務実施が困難となるおそれが生じた場合には、広告等自体の中止又は規模の縮小を含めて、円滑な業務実施を継続するために必要な処置を講じる必要があります。これら広告効果の事前予測及び対策、事後の適切な処置の内容については、広告審査資料として保管する必要があります。

第32条第4項関係

審査を適切に終えた広告商材であっても、実行段階では内容が変更され、あるいは、不適切な実施方法によって行われる可能性がありますので、事後に検証することが必要です。なお、事後検証により不適切な状況が検知された場合には、速やかに是正し、広告表示については正誤情報を発信するなどの措置を図らなければなりません。事後検証は、通常は、広告審査を担当する部署(部署を設けていない場合にあっては広告審査責任者)において行われるものと考えられますが、内部監査部門により広告審査業務の適正性の確認とともにこれを行うことも想定されます。

第33条第1項関係

利用者が無登録業者との識別が容易にできるようにするための一つの方法として、本店及び営業所(営業所については利用者とは接する場所に限りません。)の入り口付近など訪問者が容易に見ることができる場所に登録証を掲げることとします。登録証は協会が別に提示する見本に従い、各会員が作成することとします。ただし、暗号資産交換業を廃業した場合又は当協会を退会した場合には、直ちに登録証を廃棄しなければなりません。

第33条第2項関係

インターネットを介してビジネスを行っている場合には、第1項に規定する登録証に

記載する事項をホームページに記載します。

第34条第2項関係

例えば FX は Foreign Exchange、すなわち外国為替証拠金取引の略称として定着しています。暗号資産は、法定通貨との誤認防止を義務付けられてもいますので、暗号資産のスポット・ローリング方式による取引を FX と称することは好ましいものとはいえ、FX という名称を用いる場合には少なくとも、利用者の誤認を生ぜしめないよう、外国為替証拠金取引とは異なるものであることを説明するなど誤認防止のための措置をとる必要があります。また、スワップ又はスワップポイントは、FX 市場において交換される法定通貨の金利差の調整を図るために用いるものであることから、金利が明らかになっていない暗号資産の交換等において同様の用語を安易に用いると、利用者の誤解を招く恐れがあり、好ましくないものと考えられます。

附則

このガイドラインは、2018年10月24日から施行する。

附則（2020年4月24日決議）

このガイドラインは、2020年5月1日から施行する。