

<p>暗号資産等関連デリバティブ取引業に係る勧誘及び広告等に関する規則</p> <p>(2020年4月24日 制定) (2024年●月●日 一部改正)</p>	<p>「暗号資産等関連デリバティブ取引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</p> <p>(2020年4月24日 制定) (2024年●月●日 一部改正)</p>
<p>第1章 総則</p>	
<p>(目的)</p> <p>第1条 本規則は、第一種会員（デリバティブ）により行われる顧客との定款第3条第21項に規定する暗号資産等関連デリバティブ取引について、顧客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、もって顧客の保護に資することを目的とする。</p>	<p>第1条関係</p> <p>暗号資産等関連デリバティブ取引業に該当しない暗号資産関連取引（暗号資産交換業を除く。以下同じ。）に関しても、例えば、暗号資産等の貸借サービス等、顧客保護を図る必要のある取引については、当該取引によって顧客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、他の暗号資産交換業者、外国暗号資産交換業者、電子決済手段等取引業者、外国電子決済手段等取引業者、暗号資産等関連デリバティブ等を業として行う者に対する勧誘については、本規則の適用対象とはなりません。また、仮にこれらの者について、本規則に則って勧誘を行う場合にも、適合性の緩和を行うことは可能です。</p>
<p>第2章 勧誘</p>	
<p>(勧誘の基本姿勢)</p> <p>第2条 第一種会員（デリバティブ）は、取引の勧誘に際して、顧客保護の精神に則り、取引の信義則を遵守し、品位の保持を図るために、顧客に対して的確な情報を提供しなければならない。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、顧客の知識、経験、財産の状況及び暗号資産等関連デリバティブ取引に係る契約を締結する目的を慎重に勘案し、顧客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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）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、顧客に対して適切に理解させなければならない。</p>	<p>第2条第2項関係</p> <p>本項は、金融商品取引法第40条第1号の適合性原則の遵守を会員に求めるものです。</p> <p>第2条第3項関係</p> <p>顧客の理解を確認する方法としては、顧客から理解している旨を表す書面（確認書）を徴求する方法や顧客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。これら確認については、勧誘を行った後に受領するもので、勧誘に先立ち入手するものではありません。</p>
<p>(勧誘開始基準)</p> <p>第3条 第一種会員（デリバティブ）は、顧客に対し、暗号資産等関連デリバティブ取引の勧誘を行うにあたっては、取引の種類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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、未成年及び高齢者に暗号資産等関連デリバティブ取引の勧誘を行う場合には、当該会員の業態、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、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。</p>	<p>第3条第1項関係</p> <p>会員には、顧客属性に照らして取引の種類ごとに、当該顧客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顧客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顧客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顧客情報を選択し、顧客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。「暗号資産等関連デリバティブ取引業に係る顧客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。</p> <p>第3条第2項関係</p> <p>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は顧客の申告に依存するため、外形的な基準を設けて行う割合が高くなるものと思われれます。一方、対面営業型の会員の場合には、顧客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</p>

	<p>満たさない年齢の顧客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・年金暮らしの顧客に損失リスクが高い暗号資産等関連デリバティブ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、自社の顧客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。</p> <p>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。</p>
<p>(勧誘の承諾)</p> <p>第4条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、暗号資産等関連デリバティブ取引に係る契約（以下「暗号資産等関連デリバティブ契約」という。）の締結につき、その勧誘に先立って、顧客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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、暗号資産等関連デリバティブ契約の締結につき、顧客が当該契約を締結しない旨の意思（当該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、当該顧客を勧誘してはならない。ただし、当該顧客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。</p> <p>4 第一種会員（デリバティブ）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顧客を勧誘してはならない。</p> <p>5 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、暗号資産等関連店頭デリバティブ取引に係る契約の締結について、勧誘を要請していない顧客に対し、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。ただし第一種会員（デリバティブ）との間で継続的な取引関係にある顧客（勧誘の日前一年間に暗号資産等関連店頭デリバティブ取引（暗号等資産並びに暗号等資産の価格及び利率等並びにこれらに基づいて算出した数値である金融指標に係るものに限る。以下、本項において同じ。）に係る二以上の契約のあった者及び勧誘の日に未決済の暗号資産等関連店頭デリバティブ取引の残高を有する者に限る。）を除く。</p> <p>6 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客の私生活又は業務の平穏を害するような勧誘（顧客に迷惑を覚えさせるような時間に電話又は訪問による勧誘を含む。）を行ってはならない。</p>	<p>4条第1項関係</p> <p>顧客に対し、暗号資産等関連デリバティブ取引に係る契約の締結を勧誘する場合には、必ず顧客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、顧客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。</p> <p>第4条2項関係</p> <p>当該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。</p> <p>(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</p> <p>(2) 電磁的方法により承諾を取得する方法</p> <p>(3) 書面により承諾を取得する方法</p> <p>第4条3項関係</p> <p>一度、暗号資産等関連デリバティブ取引に係る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。</p> <p>第4条4項関係</p> <p>セミナー等を開催し、顧客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。</p>

	<p>第4条第5項関係</p> <p>本項は金融商品取引法第38条第4号の禁止規定の遵守を会員に求めるものであるところ、業府令第116条第1項第2号の2は、「継続的な取引関係にある顧客」を「勧誘の日前1年間に2以上の暗号等資産関連店頭デリバティブ取引に係る二以上の契約のあった者及び勧誘の日に未決済の暗号等資産等関連店頭デリバティブ取引に係る契約の残高を有する者」とし、かかる顧客については禁止規定の適用を除外しているため、同様の限定を本項においても付しています。</p> <p>「訪問し、又は電話をかけて、金融商品取引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。</p> <p>第4条第6項関係</p> <p>「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、顧客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、顧客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。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 社会通念に照らし不相当と認められる時間帯に、顧客に電話をかけ、若しくはファクシミリ装置を用いて送信し、又は顧客の居宅を訪問すること。 (2) 顧客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、又は顧客の勤務先その他の居宅以外の場所を訪問すること。 (3) 顧客の居宅又は勤務先その他の顧客を訪問した場所において、顧客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。
<p>(他者による勧誘の禁止)</p> <p>第5条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、暗号資産等関連デリバティブ取引を行うことができる金融商品取引業者（以下「暗号資産等関連デリバティブ取引業者」という。）以外の者に、第一種会員（デリバティブ）のために、顧客に対して暗号資産等関連デリバティブ取引の勧誘を行わせてはならない。</p>	<p>第5条関係</p> <p>暗号資産等関連デリバティブ取引に係る勧誘行為は、媒介行為として金融商品取引業に該当するものと考えられることから、会員との暗号資産等関連デリバティブ取引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）する他の金融商品取引業者（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、金融商品取引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。</p> <ol style="list-style-type: none"> (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、金融商品取引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等関連デリバティブ取引に関連する商品・サービスの仕組み・活用法等についての一般的な説明

	<p>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顧客に対して暗号資産等関連デリバティブ契約に係る契約締結に向けた誘引行為を行っているとは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。</p>
<p>(特別の利益提供の禁止)</p> <p>第6条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、暗号資産等関連デリバティブ取引につき、顧客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、又は顧客若しくはその指定した者に対し特別の利益を保証することを約して（第三者をして特別の利益の提供を約させ、又はこれを提供させる行為を含む。）勧誘を行ってはならない。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客による資金又は暗号資産等の借入について、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。</p>	<p>第6条第1項関係</p> <p>「特別の利益」は、金銭や暗号資産等、その他の金品に限りません。利益の供与又は保証を受ける者は、顧客のほか、第三者が受ける場合も含まれます。</p> <p>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。</p> <p>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「暗号資産等関連デリバティブ取引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、「暗号資産等関連デリバティブ取引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。</p> <p>第6条第2項関係</p> <p>本項にあたる例としては、顧客が暗号資産等関連デリバティブ取引に関して預託する証拠金又は代用証拠金としての金銭又は暗号資産等の借入れについて、会員及びその役職員がその保証、あっせんを行うことを約して勧誘する場合があります。</p>
<p>(虚偽・偽計及び誇大広告の禁止)</p> <p>第7条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、取引の勧誘に際して、顧客に対し、虚偽の事実を告げてはならない。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、取引の勧誘に際して、顧客に対し虚偽の表示をし、又は重要な事実につき誤解を生じせしめるべき表示をしてはならない。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客を相手方として暗号資産等関連デリバティブ取引に係る契約の締結の勧誘をするに際し、金融商品取引業等に関する内閣府令（以下「業府令」という。）第78条第5号から第7号まで又は第13号イからホまでに掲げる事項その他重要な事項について、当該顧客を誤認させるような表示をしてはならない。</p> <p>4 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	
<p>(断定的判断の提供禁止)</p> <p>第8条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客に対し、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て取引の勧誘を行ってはならない。</p>	
<p>(大量推奨販売等の禁止)</p> <p>第9条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、不特定かつ多数の顧客に対し、公正な価格の形成を損なうおそれのある特</p>	<p>第9条第1項関係</p> <p>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暗号</p>

<p>定かつ少数の暗号資産等関連デリバティブ取引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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）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、暗号資産等関連デリバティブ取引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。</p>	<p>資産等関連デリバティブ取引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暗号資産等関連デリバティブ取引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、公正な価格形成を損なう特定の暗号資産等関連デリバティブ取引を過度に、かつ、継続して勧誘することを禁ずるものです。公正な価格形成を損なわない限り、通常の営業活動の範囲内において、暗号資産等関連デリバティブ取引を勧誘紹介すること自体を禁止するものではありません。</p>
<p>（暗号等資産関係情報を利用した勧誘の禁止）</p> <p>第10条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、入手した暗号等資産関係情報（「暗号資産等関連デリバティブ取引業に係る暗号等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、顧客の取引を勧誘してはならない。</p>	
<p>（対当取引の勧誘禁止）</p> <p>第11条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客に対し、当該顧客が行う暗号資産等関連店頭デリバティブ取引と対当する取引を勧誘してはならない。</p>	<p>第11条関係</p> <p>本条は、業府令第117条第1項第26号に対応する規定であり、「当該顧客が行う暗号資産等関連店頭デリバティブ取引と対当する取引」とは、同号の規定に従い、当該暗号資産等関連店頭デリバティブ取引から生じ得る損失を減少させる取引を意味します。</p>
<p>（根拠を示さない勧誘の禁止）</p> <p>第12条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客に対し、業府令第78条第5号から第7号まで又は第13号イからホまでに掲げる事項に関し裏付けとなる合理的な根拠を示さない表示をして勧誘してはならない。</p>	<p>第12条関係</p> <p>本条は、業府令第117条第1項第41号に対応する規定であり、「業府令第78条第5号から第7号まで又は第13号イからホまでに掲げる事項」とは、①金融商品取引業者の資力又は信用に関する事項、②金融商品取引業者の暗号資産等関連デリバティブ業の実績に関する事項、③暗号資産等関連デリバティブ取引に係る契約に関して顧客が支払うべき手数料の額又はその計算方法、支払の方法及び時期並びに支払先に関する事項、④暗号等資産の性質、⑤暗号等資産の保有又は移転の仕組みに関する事項、⑥暗号等資産の取引高若しくは価格の推移又はこれらの見込みに関する事項、⑦暗号等資産に表示される権利義務の内容に関する事項、⑧暗号等資産の発行し、若しくは発行しようとする者、暗号等資産に表示される権利に係る債務者又は暗号等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です。</p> <p>かかる事項に関し「裏付けとなる合理的な根拠を示さない表示」として、例えば、以下のような表示が考えられます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・偏った分析結果を利用して、暗号等資産の価格の推移を予測する行為 ・会員が取引の対象とする暗号等資産であることを理由に、当該暗号資産等が安全かつリスクが低い旨の表示を行う行為 ・会員が暗号資産等関連店頭デリバティブ取引業の登録を受けた者であることを理由に、財務状況が健全である旨の表示を行う行為
<p>（明瞭な表示を行わない勧誘の禁止）</p> <p>第13条 第一種会員（デリバティブ）及びその役職員は、顧客に対し、業府令第76条第三号イ及びロに掲げる事項を明瞭かつ正確</p>	<p>第13条関係</p> <p>本項は、業府令第117条第42号の禁止規定の遵守を会員に求</p>

<p>に表示しないで（書面の交付その他これに準ずる方法を用いる場合にあっては、当該事項の文字又は数字を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しないことを含む。）勧誘してはならない。</p>	<p>めるものです。</p> <p>業府令第 117 条第 42 号の規定によれば、業府令第 76 条第三号イ及びロに掲げる事項の文字又は数字は、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より著しく異なる大きさで表示しなければなりません。</p>
<p>（契約締結前説明書面の説明）</p> <p>第 14 条 第一種会員（デリバティブ）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「暗号資産等関連デリバティブ取引業に係る顧客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の内容について、顧客の知識、経験、財産の状況及び暗号資産等関連デリバティブ取引に係る契約を締結する目的に照らして当該顧客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。</p>	
<p>第 3 章 宣伝広告</p>	
<p>（広告宣伝等の基本姿勢）</p> <p>第 15 条 第一種会員（デリバティブ）は、広告（これに類似するものとして業府令第 72 条に規定する行為を含む。以下同じ。）又は景品類の提供を行う場合には、顧客保護の精神に則り、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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>第 15 条関係</p> <p>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、暗号資産等関連デリバティブ取引に誘因する目的で、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。</p> <ol style="list-style-type: none"> (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 <p>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であるので広告ではなく勧誘に該当します。</p> <p>暗号資産等関連デリバティブ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。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 社名と事業名のみを表示 (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を伝達することのみを目的として行う表示 <p>本規則第 33 条における広告審査においては、広告に該当するかどう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、品位と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。</p> <p>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。</p>

	<p>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 24 条第 1 項関係のガイドラインを参照してください。</p> <p>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。</p>
<p>(禁止行為)</p> <p>第 16 条 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、顧客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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）は、特定の暗号資産等又は暗号資産等関連金融指標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。</p> <p>4 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>第 16 条第 1 項関係 公序良俗に照らして不適切な場所等とは、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冗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等関連デリバティブ取引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切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。</p> <p>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せんが、暗号資産等関連デリバティブ取引のように損失を被る可能性のある取引においては、顧客が冷静、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。したがって会員は、たとえ広告であっても、顧客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。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、顧客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、顧客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。</p> <p>第 16 条第 3 項関係 会員は、本規則第 9 条により、特定の暗号資産等関連デリバティブ取引について、公正な価格形成を損なうおそれのある一定期間継続した過度の勧誘を行う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、特定の暗号資産等関連</p>

	<p>デリバティブ取引を著しく強調することや、連呼するなどの広告表現は、顧客に特定の暗号資産等関連デリバティブ取引を脳裏に刷り込み、あたかも当該暗号資産等関連デリバティブ取引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。映像によるサブリミナル効果を用いることも同様です。</p> <p>会員名の一部に特定の暗号資産等又は暗号資産等関連デリバティブ取引の名称が組み込まれている場合には、顧客に特定の暗号資産等関連デリバティブ取引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。</p> <p>第16条第4項関係</p> <p>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、他の会員の追従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得ます。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。</p>
<p>(第三者による広告等の配布)</p> <p>第17条 第一種会員（デリバティブ）は、第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>第17条第1項関係</p> <p>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、暗号資産等関連デリバティブ取引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であって、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。</p> <p>第17条第2項関係</p> <p>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。</p>
<p>(自社ページ等への誘導表示)</p> <p>第18条 第一種会員（デリバティブ）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、第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、バナー等（ただし、第19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22条に規定する表示事項を記載しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）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、第一種会員（デリバティブ）との暗号資産等関連デリバティブ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、顧客の注意を促さなければならない。</p>	<p>第18条第1項関係</p> <p>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。</p> <p>第18条第3項関係</p> <p>「暗号資産等関連デリバティブ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。</p> <p>(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。</p> <p>(2) 法定通貨とは異なり、国や公的機関によりその価値が保証されているものではないこと。</p> <p>(3) 暗号資産等は、その仕組みが破たんした場合には、その価値が失われる場合があること（記録台帳の仕組み又は電</p>

	<p>子決済手段の価値を安定させる仕組みの破たんを含みます。)</p> <p>(4) 暗号資産等の価格変動により損失を生じることがあること。</p> <p>(5) 投資額を上回る損失が生じる可能性がある場合にはその旨。</p> <p>(6) 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。</p> <p>(7) 暗号資産等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。</p>
<p>(アフィリエイト広告の取扱い)</p> <p>第19条 第一種会員（デリバティブ）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ず、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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>第19条第1項関係</p> <p>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まとめて「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33条第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。</p> <p>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らないとします。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とすることが可能です。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</p>

	<p>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ることとします。</p> <p>第19条第2項関係</p> <p>アフィリエイト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に連絡し、コンテンツの修正を求めます。アフィリエイトが即刻修正に応じ、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、アフィリエイトが修正を拒否した場合には、会員が当該アフィリエイト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。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) アフィリエイト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、アフィリエイトによる勧誘の禁止 (2) アフィリエイト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への是正指導等 (3) 不適正なアフィリエイト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。
<p>(アフィリエイトによる勧誘の禁止)</p> <p>第20条 第一種会員(デリバティブ)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(暗号資産等関連デリバティブ取引業者を除く。)に対し、暗号資産等関連デリバティブ取引の勧誘を委託してはならない。</p> <p>2 第一種会員(デリバティブ)は、当該アフィリエイトが第一種会員(デリバティブ)のために暗号資産等関連デリバティブ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。</p> <p>3 第一種会員(デリバティブ)は、前項に定める合意に反し、アフィリエイトが暗号資産等関連デリバティブ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。</p> <p>4 第一種会員(デリバティブ)は、アフィリエイトが暗号資産等関連デリバティブ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。</p>	<p>第20条第1項関係</p> <p>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、アフィリエイトが顧客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、暗号資産等関連デリバティブ取引業者以外の者に、顧客に対して暗号資産等関連デリバティブ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(暗号資産等関連デリバティブ取引業者を除く。)に対し、暗号資産等関連デリバティブ取引の勧誘を委託してはなりません。</p> <p>第20条第4項関係</p> <p>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。</p>

<p>(口コミサイト等に関する留意事項)</p> <p>第 21 条 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）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、第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>4 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>第 21 条第 1 項関係</p> <p>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。</p> <p>第 21 条第 3 項関係</p> <p>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、顧客を暗号資産等関連デリバティブ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等関連デリバティブ取引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。</p>
<p>(広告における表示事項)</p> <p>第 22 条 第一種会員（デリバティブ）は、暗号資産等関連デリバティブ取引に関し、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。</p> <p>(1) 会員の商号</p> <p>(2) 会員が金融商品取引業者である旨及びその登録番号</p> <p>(3) 協会に所属する旨</p> <p>(4) 取引に関して顧客が支払うべき手数料、報酬その他の対価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、これらの表示ができない場合にあっては、その旨及びその理由）</p> <p>(5) 取引に関して顧客が取引証拠金、保証金その他の担保（以下「証拠金等」という。）を預託しなければならない場合には、その旨及び預託する額又はその計算方法</p> <p>(6) 取引において、暗号資産等の価格その他の指標の変動により損失が発生する可能性がある場合にはその要因と理由</p> <p>(7) 取引において、暗号資産等の価格その他の指標の変動により生じる損失が証拠金等の額を上回ることとなる可能性がある場合にはその要因と理由</p> <p>(8) 取引の額（金融商品取引法施行令（以下「施行令」という。）第 16 条第 1 項 3 号に規定する額をいう）が証拠金等を上回る可能性がある場合にはその旨及び当該取引の額の当該証拠金等の額に対する比率（当該比率を算出できない場合にあっては、その旨及びその理由）</p> <p>(9) 取引について、会員が表示する暗号資産等の売付けの価格と買付けの価格（又は売付けの価格と買付けの価格に相当するものとして業府令第 75 条各号に規定する事項）とに差がある場合にあってはその旨</p> <p>(10) 取引に関する重要な事項について顧客の不利益となる</p>	<p>第 22 条関係</p> <p>本条各項は、法第 37 条第 1 項に基づき、広告（基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他業府令 77 条第 1 項各号に規定する方法により行う広告を除く。）において表示すべき事項として、同項、施行令、業府令に規定された事項を列挙しています。</p> <p>第 22 条第 3 号関係</p> <p>例えば「所属する認定金融商品取引業協会：一般社団法人日本暗号資産取引業協会」と表示します。</p> <p>第 22 条第 4 号関係</p> <p>顧客が支払うべき対価には、例えばスプレッドをもって価格を提示し取引する場合のように、取引価格の中に手数料に相当する額が含まれる場合における当該スプレッド部分も含まれます。</p>

<p>事実</p> <p>(11) 暗号等資産は本邦通貨又は外国通貨ではないこと</p> <p>(12) 暗号等資産は代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</p>	
<p>(放送等による広告における表示事項)</p> <p>第 23 条 第一種会員（デリバティブ）は、施行令第 16 条第 2 項に規定する基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他業府令 77 条第 1 項各号に規定する方法による広告を行う場合には、前条に規定する事項に代わり、次の各号に掲げる事項を表示することができる。</p> <p>(1) 会員の商号又は名称</p> <p>(2) 会員が金融商品取引業者である旨及びその登録番号</p> <p>(3) 取引において、暗号資産等の価格その他の指標の変動により損失が発生する可能性がある場合にはその旨</p> <p>(4) 取引において、暗号資産等の価格その他の指標の変動により生じる損失が証拠金等の額を上回ることとなる可能性がある場合にはその旨</p> <p>(5) 取引を開始するにあたり、あらかじめ顧客に対して書面（「暗号資産等関連デリバティブ取引業に係る顧客の管理及び説明に関する規則」第 8 条に規定する契約締結前書面を含む。）の交付その他の適切な方法により提供される情報の内容を十分に確認すべき旨</p> <p>(6) 暗号等資産は本邦通貨又は外国通貨ではない旨</p> <p>(7) 暗号等資産は代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</p>	<p>第 23 条関係</p> <p>本条各項は、法第 37 条第 1 項及び施行令第 16 条第 2 項に基づき、基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他業府令 77 条第 1 項各号に規定する方法により広告を行う場合において表示すべき事項として、施行令、業府令に規定された事項を列挙しています。</p> <p>「基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他業府令 77 条第 1 項各号に規定する方法」による広告には、テレビ CM やインターネットを通じて提供する動画広告及び立て看板などの屋外広告が含まれます。テレビには、地上波に限らず、衛星放送やケーブルテレビ、配信エリアが限定された地域テレビ放送なども含まれます。</p>
<p>(必要事項の表示方法)</p> <p>第 24 条 第一種会員（デリバティブ）は、第 22 条又は前条の規定により広告に表示する事項については、顧客が十分かつ容易に視認できるようにしなければならない。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、第 22 条の規定により広告に表示する事項については、同条第 6 号、第 7 号、第 11 号及び第 12 号に掲げる事項の文字又は数字をこれらの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しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）は、前条の規定により広告に表示する事項については、同条第 3 号、第 4 号、第 6 号及び第 7 号に掲げる事項の文字又は数字をこれらの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しなければならない。</p> <p>4 第一種会員（デリバティブ）は、動画広告を行う場合には、視聴者が十分に視認することができる表示時間を用いて行わなければならない。</p> <p>5 第一種会員（デリバティブ）は、インターネットを通じて行う広告に表示する事項については、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。</p>	<p>第 24 条第 1 項関係</p> <p>広告により表示する事項を「顧客が十分かつ容易に視認できるような表示にする」ためには以下の点に留意する必要があります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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か。 ・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。 ・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。 <p>第 24 条第 2 項関係</p> <p>本項は、業府令第 73 条第 2 項に対応する規定です。</p> <p>第 24 条第 3 項関係</p> <p>本項は、業府令第 73 条第 3 項に対応する規定です。</p> <p>第 24 条第 4 項関係</p> <p>「視聴者が十分に視認することができる表示時間」の標準的な目安として、第 23 条第 1 項 (3)、(4)、(6) 及び (7) 号の事項については、2.8 秒以上とします。</p> <p>第 24 条第 5 項関係</p> <p>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 24 条第 2 項但書に基づいて、このホーム</p>

	<p>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24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顧客が見やすく、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。)</p>
<p>(音声のみによって行われる広告) 第25条 第一種会員(デリバティブ)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、表示される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。</p>	
<p>(不実表示の禁止等) 第26条 第一種会員(デリバティブ)は、暗号資産等関連デリバティブ取引に関し、次の各号に掲げる事項について広告及び景品類の提供を行う場合には、次の第1号から第4号及び第8号に掲げる事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。また、次の第5号から第7号及び第9号から第12号に掲げる事項について、顧客を誤認させるような表示をしてはならない。</p> <ol style="list-style-type: none"> (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) 取引に係る契約に関して顧客が支払うべき手数料等の額又はその計算方法、支払の方法及び時期並びに支払先に関する事項 (8) 暗号等資産の性質 (9) 暗号等資産の保有又は移転の仕組みに関する事項 (10) 暗号等資産の取引高若しくは価格の推移又はこれらの見込みに関する事項 (11) 暗号等資産に表示される権利義務の内容に関する事項 (12) 暗号等資産を発行し、若しくは発行しようとする者、暗号等資産に表示される権利に係る債務者又は暗号等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 <p>2 第一種会員(デリバティブ)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。</p> <ol style="list-style-type: none"> (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 	<p>第26条第2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、あたかも暗号資産等関連デリバティブ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。</p>

<p>(5) 顧客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。)</p> <p>(6) 取引の公正な競争を妨げるもの</p> <p>(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。)</p> <p>(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</p>	
<p>(比較広告に関する留意事項)</p> <p>第27条 第一種会員(デリバティブ)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。</p> <p>(1) 客観的に実証されていること。</p> <p>(2) 正確かつ適正に引用していること。</p> <p>(3) 比較の方法が公正であること</p> <p>2 第一種会員(デリバティブ)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。</p> <p>3 広告審査担当者(第33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。</p> <p>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。</p>	<p>第27条第1項第1号関係</p> <p>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。</p> <p>(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</p> <p>(2) 会員では取り扱ったことがない暗号資産等関連デリバティブ取引の取扱実績等を、会員における実績として表示し、比較するもの</p> <p>(3) ごく少数の顧客等の評価や感想(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</p> <p>第27条第1項第2号関係</p> <p>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。</p> <p>(1) 暗号資産等関連デリバティブ取引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</p> <p>(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</p> <p>(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</p> <p>(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</p> <p>第27条第1項第3号関係</p> <p>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。</p> <p>(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</p> <p>(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かの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。</p> <p>第27条第4項関係</p> <p>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。</p>

<p>(協会による指導等)</p> <p>第 28 条 第一種会員（デリバティブ）は、当該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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>3 前項の結果、第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>第 28 条関係</p> <p>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。</p>
<p>第 4 章 業務管理</p>	
<p>(広告に関する社内規則)</p> <p>第 29 条 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）は、勧誘、広告及び景品類の提供業務並びに第 33 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。</p>	
<p>(営業員の管理)</p> <p>第 30 条 第一種会員（デリバティブ）は、当該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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、営業員以外の役職員に、営業所以外の場所で、顧客の勧誘行為を行わせてはならない。</p>	<p>第 30 条第 1 項関係</p> <p>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う暗号資産等関連デリバティブ取引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。</p> <p>第 30 条第 2 項関係</p> <p>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。</p>
<p>(営業責任者)</p> <p>第 31 条 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 営業責任者は、営業員の業務行為を監督するほか、営業員が適切に顧客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。</p>	<p>第 31 条第 1 項関係</p> <p>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、</p> <p>①顧客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、</p> <p>②顧客の獲得に責任を負う者、</p> <p>③顧客に提供する暗号資産等関連デリバティブ取引の方法を決定する者、</p> <p>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。</p>
<p>(広告の管理)</p> <p>第 32 条 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、当該会員の役職員が、第一種会員（デリバティブ）の許可なく広告又は景品類の提供を行</p>	<p>第 32 条第 3 項関係</p> <p>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顧客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</p>

<p>わないように、その行動を管理しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>4 第一種会員（デリバティブ）は、広告及び景品類の提供を管理する者及び当該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。</p> <p>5 第一種会員（デリバティブ）は、使用した広告及び景品類のサンプルを、当該会員が定める期間、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。</p> <p>6 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>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。</p> <p>第32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。</p> <p>第32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。</p> <p>第32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。</p>
<p>(広告等の審査)</p> <p>第33条 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>2 前項の担当者は、第一種会員（デリバティブ）が定める広告等審査基準及び前条第4項に定める決裁基準に従い、第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>3 第一種会員（デリバティブ）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。</p> <p>4 第一種会員（デリバティブ）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。</p>	<p>第33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、顧客保護の見地から、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。</p> <p>【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。</p> <p>第33条第2項関係 顧客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顧客数及び顧客属性等に照らし、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、顧客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、広告効果による顧客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</p>

	<p>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、事後的にとった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。</p> <p>第33条第4項関係</p> <p>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つ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。</p>
<p>第5章 誤認防止等</p>	
<p>(登録証の表示)</p> <p>第34条 第一種会員（デリバティブ）は、金融商品取引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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、自ら管理するインターネット上のコンテンツに対し、金融商品取引業者である旨、金融商品取引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。</p>	<p>第34条第1項関係</p> <p>顧客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（営業所については顧客と応接する場所に限り、）の入り口付近など訪問者が容易に見ることが出来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、暗号資産等関連デリバティブ取引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らない。</p> <p>第34条第2項関係</p> <p>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。</p>
<p>(誤認防止)</p> <p>第35条 第一種会員（デリバティブ）は、他の金融商品取引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金融商品取引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。</p> <p>2 第一種会員（デリバティブ）は、法定通貨又は暗号資産等関連デリバティブ取引以外の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。</p>	<p>第35条第2項関係</p> <p>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。暗号資産等は、法定通貨との誤認防止を義務付けられてもいますので、暗号資産等のスポット・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、顧客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。「取引所」という用語も、金融商品取引法等により定義された用語と同一又は類似した用語であることを踏まえると、暗号資産等関連デリバティブ取引において金融商品取引法等の概念と誤認されるおそれがある用語を使用する場合には誤認防止のための措置をとる必要があります。</p> <p>また、スワップ又はスワップポイントは、FX市場においては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等に係る暗号資産等関連デリバティブ取引において同様の用語を安易に用いると、顧客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。</p>
<p>附則（2020年4月24日決議）</p> <p>この規則は、2020年5月1日から施行する。</p>	<p>附則（2020年4月24日決議）</p> <p>このガイドラインは、2020年5月1日から施行する。</p>

附則（2024年●月●日決議）

この規則は、2024年●月●日から施行する。

附則（2024年●月●日決議）

このガイドラインは、2024年●月●日から施行する。