

「広告等に関するガイドライン」の制定について（案）

平成 30 年 4 月 19 日

一般社団法人第二種金融商品取引業協会

1. 趣旨

正会員が行う広告等の表示及び景品類の提供の適正化を図るため、広告等の表示及び景品類の提供に関する規則（以下「広告等規則」という。）第 13 条に基づき、別紙のとおり、「広告等に関するガイドライン」を制定する。

2. 骨子

(1) 広告等規制、広告等の範囲

広告等規制、広告等（広告、広告類似行為）の定義・範囲、広告等規制の適用除外について、金融商品取引法等の該当条文等を解説する。（I-1、2）

(2) 法令等により記載が義務付けられる事項及び留意事項

① 法令等により記載が義務付けられる事項、虚偽・誇大広告の対象となる事項、広告等規則で禁止される表示、広告等の表示方法、セミナーに関する表示について、金融商品取引法、広告等規則等の該当条文等を解説する。

(I-3 (1)、(2)①②、(3)、(4))

② その他の留意事項として、ファンドの出資対象事業又は信託受益権に係る信託財産の運用、安全性・リスク、目標・想定利回り、運用実績、手数料等、利益相反関係、財産管理、中途解約等、キャンペーンの表示に関する留意事項のほか、記載事項に係る特則、不動産信託受益権取引に係る特則について定める。

(I-3 (2)③)

(3) インターネットを利用した広告等

正会員が運営する自社のホームページ（ウェブサイト）、アフィリエイト広告、タイアップ広告、ソーシャルメディア、ロコミサイト等、インターネットを通じて投資者・顧客に向けて発信される広告等を行う場合の留意事項を定める。

(I-4)

(4) 広告等の審査に係る特則

特定投資家向けに作成された広告等、定型広告等、発行者等の他社が作成する資料を広告等として使用する場合の審査に係る留意事項を定める。(I-5)

(5) 社内管理体制の整備

正会員が、広告等の表示の適正化を図るために求められる社内管理体制の整備等について、留意事項を定める。(I-6)

(6) 景品類の提供について

景品類の定義、不当景品類及び不当表示防止法の「景品類」に該当する場合の規制、景品類の価額の算定等について、同法及び告示等を解説する。(II)

3. 施行の時期

このガイドラインは、平成30年10月1日から施行する。

以 上