

「広告等に関するガイドライン」(案)の制定に関するパブリックコメントの概要及び本協会の考え方

平成 30 年 6 月 29 日
第二種金融商品取引業協会

本協会では、「広告等に関するガイドライン」(案)の制定について、平成 30 年 4 月 19 日から同年 5 月 18 日までの間、広く意見の募集を行いました。

この間に寄せられたご意見・ご質問(延べ 13 件、6 法人)及びこれらに対する本協会の考え方は、次のとおりです。

なお、「本ガイドライン」は「広告等に関するガイドライン(案)」、「広告等規則」は「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」を指しますので、念のため、申し添えます。

項番	コメントの概要	本協会の考え方
広告等規制の対象となる広告等の範囲 (I 2 関係)		
特定投資家が相手方の場合の適用除外 (3) 関係)		
1	I 2 (3)の規定は、勧誘の相手方が特定投資家である広告等であっても、虚偽や重要な事項につき誤解を生じさせる表示となっていないか及び法令・諸規則に違反していないか等に留意は必要であるが、広告等規則及び本ガイドライン上広告審査の義務はないという理解で正しいか。	ご理解のとおりです。 勧誘の相手方が特定投資家である場合、金商法の広告等規制や広告等規則の審査義務の対象となりませんが(金商法第 45 条第 1 項第 1 号、広告等規則第 10 条第 1 項ただし書)、虚偽表示・重要事項誤解表示等がないよう留意事項を定めたものです。
法令等により記載が義務付けられる事項及び留意事項 (I 3 関係)		
その他留意事項 ((2)③ホ関係)		
2	広告等に掲載する手数料等について、「手数料等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	ご理解のとおりです。 ご意見を踏まえ、手数料等の表示に係る本ガイドライン I 3 (2)③ホ(イ)について、次のとおり、修正いたします(下線部が

項番	コメントの概要	本協会の考え方
	<p>の概要」を表示することが定められているが、これは、次の①及び②の両方を表示するという理解で良いか。</p> <p>① 手数料等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</p> <p>② 上記①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</p> <p>また、「手数料等」の定義について、手数料は「購入・保有・償還」のほか、「譲渡」に際して発生する場合もあり、その旨記載を修正すべきである。</p>	<p>修正箇所。</p> <p>「(イ) 手数料等（金商業等府令第 74 条に規定する金融商品取引契約に関して、顧客が購入・保有・償還等に際して支払うべき対価の額をいう。以下同じ。）<u>について、次の(a)及び(b)を表示すること。</u></p> <p><u>(a) 手数料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</u></p> <p><u>(b) 手数料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</u>」</p>
その他留意事項（(2)③チ関係）		
3	<p>中途解約を認めている場合の表示について、「解約の条件、方法及び受取金額が元本を下回る、利回りが低下するときは、その旨」のほか、トラブル防止の観点から、中途解約時に生じる手数料やペナルティについても表示させるべきである。</p>	<p>ご意見を踏まえ、中途解約の表示に係る本ガイドライン I 3 (2)③チ(ハ)について、次のとおり、修正いたします（下線部が修正箇所）。</p> <p>「(ハ) 中途解約を認めている場合、解約の条件、<u>方法、手数料等及び受取金額が元本を下回る、利回りが低下するときは、その旨を表示すること。</u>」</p>
広告等の表示方法（(3)①、②関係）		
4	<p>自社ホームページに取り扱う事業型ファンドの一般的なスキーム図を掲載する場合、広告等に該当すると思料するが、具体的な案件の記載ではないので、3. (3) 広告等の表示方法の①基本的事項、②法定記載事項に係る表示方法について、どのように適用すべきか判断が困難である。</p>	<p>I 3 (3) 広告等の表示方法の「①基本的事項」は、金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針から、「②法令記載事項に係る表示方法」は、金融商品取引業等に関する内閣府令から、それぞれ引用したものです。</p> <p>広告等の表示方法については、広告等として多種多様なもの</p>

項番	コメントの概要	本協会の考え方
	<p>本ガイドラインの適用にあたり、自社ホームページに対する規制について、より実用的な内容を定めてほしい。できれば、具体例も追記していただきたい。</p>	<p>が想定されることに鑑み、法令においては概括的なルールを定めるに留められており、第二種金融商品取引業者においては、投資者保護の観点から、投資者が広告等の内容を理解できるよう表示方法を適宜工夫することが期待されます。</p>
<p>インターネットを利用した広告等（I 4 関係）</p>		
<p>アフィリエイト広告（(1)②ニ、ホ関係）</p>		
<p>5</p>	<p>I 4 (1)②ニ(イ)の「コンテンツ」の定義について「バナー広告等を掲載するウェブサイトの内容」とされているが、ここでいう「ウェブサイト」は当該バナー広告等が表示されるページ（長文である等の理由により複数ページに分割されている場合には、当該複数ページの全体を含む。）を指すという理解で正しいか。例えば、アフィリエイト広告等の先となるメディアが膨大なコンテンツを有しているような場合、当該二種業者の販売する金融商品と関連性を有しない箇所も全てチェックの対象とする趣旨ではないことを確認したい。</p>	<p>ご理解のとおりです。</p>
<p>6</p>	<p>ASPを介した間接契約については、会員が間接的にアフィリエイトターを使用して広告等を掲載させ、結果として会員がアフィリエイトターに報酬を支払っているとも評価できることを勘案すれば、会員が、投資者保護のため、適切に対応すべき立場にあると考える。しかしながら、会員とアフィリエイトターとの間に直接的な契約関係が存在しないため、直接的な契約形態の場合のように「自社の広告等と類似した側面を有する」とま</p>	<p>ご意見を踏まえ、アフィリエイト広告に係る本ガイドライン I 4 (1)②ホについて、次のとおり、修正いたします（下線部が修正箇所）。</p> <p>「(イ) 会員は、アフィリエイト広告の掲載前に、会員からASPへの報酬支払いの対象となるコンテンツ（最終的にASPからアフィリエイトターに報酬が支払われているかどうかは問わない。以下同じ。）<u>の内容について、事前チェックを</u></p>

項番	コメントの概要	本協会の考え方
	<p>では言えないことから、「審査」でなく、「チェック」という文言にとどめるべきである。</p> <p>(理由)</p> <p>日本証券業協会が公表している「アフィリエイト広告に関するQ&A」問5では、「直接的な契約形態の場合と間接的な契約形態の場合とで対応が異なるのはなぜですか。」への回答として「ASPを介した間接契約については、協会員とアフィリエイトターとの間に直接的な契約関係が存在しないため、直接的な契約形態の場合のように『自社の広告等と類似した側面を有する』とまでは言えません。しかし…協会員が間接的にアフィリエイトターを使用して広告等を掲載させ、結果として協会員がアフィリエイトターに報酬を支払っているとも評価できることを勘案すれば、協会員が、投資者保護のため、適切に対応すべき立場にあると言えます。そこで、協会員からASPへの報酬支払いの対象となるコンテンツ（最終的にASPからアフィリエイトターに報酬が支払われているかどうかは問いません。以下同じ。）に関する事後チェック等の対応を求めています。」との記載があり、直接的な契約形態の場合と間接的な契約形態の場合における審査（チェック）のレベルが異なることを文言上に反映したとの説明がなされている。</p> <p>上記の考え方は、二種業者におけるアフィリエイト広告においても変わるところはないため、本ガイドラインにおいても同</p>	<p>実施するように努めるとともに、報酬支払時等に当該コンテンツの内容に関する<u>事後チェック</u>を実施すること。</p> <p>(ロ) コンテンツの<u>内容のチェック</u>にあたり、不適正なコンテンツについては、会員が直接又はASP経由により、速やかにアフィリエイトターに対して当該不適正なコンテンツの訂正又は削除を求め、その後も改善がなされない場合には、当該ASPに対して当該アフィリエイトターとの契約の解除（ASPとアフィリエイトターとの間の契約を解除すること、又はASPがアフィリエイトターに対して会員が提供するバナー広告等の掲載を禁止すること等をいう。）を求めること。」</p>

項番	コメントの概要	本協会の考え方
	<p>様に、直接的な契約形態と間接的な契約形態の場合とで表現を区別して記載すべきである。</p>	
7	<p>ASPを經由してアフィリエイト広告を行う場合について、「会員は、アフィリエイト広告の掲載前に、広告審査を実施するように努める」とあるが、ASPを利用する場合、アフィリエイトと直接やり取りをする訳ではなく、その記事内容を事前審査することは困難な場合が多い。</p> <p>アフィリエイトの記事内容を事前審査することが困難な場合、事後審査でも良いか。</p> <p>一方、事前審査することができた場合、事後審査は不要という理解で良いか。</p>	<p>ご理解のとおりです。</p> <p>本ガイドラインでは、会員が、ASPを經由してアフィリエイト広告を行う場合であっても、事前にアフィリエイトの記事内容をチェックできる場合には、当該チェックを実施することを求める趣旨で、「事前チェックするように努める。」と定めております。</p> <p>他方、ご意見のとおり、ASP・アフィリエイトとの関係によっては、事前チェックができない場合も想定されます。このような場合には、会員は、事後チェックを実施していただくこととなります。この趣旨を明確化するため、アフィリエイト広告に係る本ガイドラインI 4 (1)②ホ(イ)について、次のとおり、修正いたします（下線部が修正箇所）。</p> <p>「(イ) 会員は、アフィリエイト広告の掲載前に、会員からASPへの報酬支払いの対象となるコンテンツ（最終的にASPからアフィリエイトに報酬が支払われているかどうかは問わない。以下同じ。）の内容について、事前チェックを実施するように努めるとともに、<u>事前チェックができなかった場合は、報酬支払時等に当該コンテンツの内容に関する事後チェックを実施すること。</u>」</p>

項番	コメントの概要	本協会の考え方
8	<p>ASPを經由してアフィリエイト広告を行う場合の審査について、ASPに審査（チェック）基準を伝達し、監督体制等を整備するのであれば、二種業者においても、ASPに対して審査（チェック）を委託することは許容されるべきであると考え。I 4 (1)②ホ(イ)の末尾に、「なお、コンテンツの内容に関するチェックは、ASP側の正当な事由によりコンテンツの情報の提供が受けられない等の場合には、ASPに委託することも可とする。ただし、この場合、会員は、委託するASPに自社のチェック基準等を正しく伝えるとともに、当該ASPに対しチェック結果の報告体制を整備させ、当該ASPに対する監督体制等を整備することとする。」との文言を追記すべきである。</p> <p>（理由）</p> <p>ASPを介した間接的な契約形態においては、日本証券業協会が公表している「アフィリエイト広告に関するQ&A」問7への回答において「間接的な契約形態の場合において、例えば、ASP側の正当な事由により事後チェックすべきコンテンツに対する情報の提供が受けられないときは、ASPに事後チェックを委託することも可能」との回答がされており、この旨は本ガイドラインにおいても反映すべきである。</p>	<p>ご意見を踏まえ、アフィリエイト広告に係る本ガイドラインI 4 (1)②ホ(イ)に、次の記載を追加いたします。</p> <p>「会員は、コンテンツの内容に関するチェックにあたり、ASPから正当な事由によりコンテンツの情報の提供が受けられない場合等、チェックを行うことができないときには、ASPに当該チェックを委託することができるものとする。この場合、会員は、委託するASPに自社の基準によるチェックを実施させるとともに、当該チェック結果の報告を受ける等、必要な措置を講じるものとする。」</p>

項番	コメントの概要	本協会の考え方
広告等の審査に係る特則（I 5 関係）		
特定投資家向けに作成された広告等（(1)関係）		
9	<p>I 5 (1)①の規定は、勧誘の相手方が特定投資家である広告等であっても、虚偽や重要な事項につき誤解を生じさせる表示となっていないか及び法令・諸規則に違反していないか等に留意は必要であるが、広告等規則及び本ガイドライン上広告審査の義務はないという理解で正しいか。</p>	<p>ご理解のとおりです。</p> <p>勧誘の相手方が特定投資家である場合、金商法の広告等規制や広告等規則の審査義務の対象となりませんが(金商法第 45 条第 1 項第 1 号、広告等規則第 10 条第 1 項ただし書)、虚偽表示・重要事項誤解表示等がないよう留意事項を定めたものです（項番 1 参照）。</p>
社内管理体制の整備（I 6 関係）		
10	<p>本ガイドライン制定を踏まえ、貴協会において、社内規程モデル「広告等の表示及び景品類の提供に関する規程」の改正は予定しているか。</p> <p>また、本ガイドラインは運用面の整備のみを求めているのか、若しくは運用面に加え、社内規程の整備も別途対応する必要があるのかどうかについて確認したい。</p> <p>（理由）</p> <p>社内規程モデルを参考に社内体制の整備を行いたいため。</p> <p>また、広告等規則第 11 条に基づき制定した現行の社内規程に加え、新たに本ガイドラインに基づく社内規程を作成する必要があるのかどうか、明確にしたいため。</p>	<p>本ガイドラインは、会員が広告等を掲載するにあたって、その表示、方法及び遵守・留意すべき内容を定めたものです。会員は、広告等の表示の適正化を図るため、本ガイドラインの内容を踏まえ、各社の実情に応じて、必要な社内規程の見直し・整備を行っていただく必要があります。</p> <p>なお、本協会では、本ガイドラインの施行（平成 30 年 10 月 1 日）までに、当該社内規程モデルを改正する予定です。</p>
11	<p>I 6 (2)の規定は、会員の業務内容及び規模等、並びに、勧誘する顧客の属性や広告等の作成・交付状況等に鑑み、個社の</p>	<p>ご理解のとおりです。</p>

項番	コメントの概要	本協会の考え方
	状況に応じて適切な広告等の法令等遵守状況に関する報告体制を構築及び運用すれば足り、必ずしも定期的な報告までも要請する趣旨ではないという理解で正しいか。	
12	I 6 (6)の規定は、会員の業務内容や規模等、及び、勧誘する顧客の属性や広告等の作成・交付状況等に鑑み、個社の状況に応じた適切な研修頻度や対象者を検討・実施すればよいという理解で正しいか。	ご理解のとおりです。
13	I 6 (7)の規定は、会員の業務内容や規模等、及び、勧誘する顧客の属性や広告等の作成・交付状況等に鑑み、個社の状況に応じた適切な監査の頻度や対象を検討・実施すればよいという理解で正しいか。	ご理解のとおりです。

以上