

広告等に関するガイドライン

平成16年 4月28日制定
平成18年10月13日改正
平成24年 5月17日改正
平成25年 2月21日改正
平成25年12月12日改正
平成26年 7月15日改正
平成27年11月12日改正
平成28年 1月14日改正
平成30年12月13日改正
令和 3年 9月 9日改正
令和 3年12月 9日改正
令和 5年 5月18日改正
令和 6年 2月 8日改正

第1部 法令諸規則の概要

1 広告等の定義等

広告等の表示及び景品類の提供に関する規則（以下「規則」という。）第2条にいう金融商品取引法（昭和23年法律第25号、以下「金商法」という。）における広告又は広告類似行為は次のように定義されている。

「金融商品取引業者等は、その行う金融商品取引業の内容について広告その他これに類似するものとして内閣府令で定める行為（※1）をするときは、内閣府令で定めるところにより、次に掲げる事項（※2）を表示しなければならない。」【金商法第37条】

（※1） 「広告その他これに類似するものとして内閣府令で定める行為」【金融商品取引業等に関する内閣府令（以下「金商業等府令」という。）第72条】

（1） 広告

次に掲げる行為は広告に該当すると考えられる。【平成19年7月31日付金融庁「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」Ⅰ．金融商品取引法関連 ●広告等の規制〔第37条〕（以下「パブコメ」という。）No.14～16, 46～51】

- ・ テレビCM
- ・ ラジオCM
- ・ ポスターを貼る方法
- ・ 新聞に掲載する方法
- ・ 雑誌に掲載する方法
- ・ インターネット・ホームページに掲載する方法

（注）上記のうちから、テレビCM、ラジオCM及びポスターを貼る方法については、後段（3）の「広告等には該当するがその特性が勘案されるもの」に該当することに留意が

必要である。

(2) 広告類似行為

次に掲げる方法により、多数の者に対して同様の内容で行う情報の提供行為は広告類似行為に該当すると考えられる。

- ・ 郵便
- ・ 信書便
- ・ ファクシミリ装置を用いて送信する方法
- ・ 電子メールを送信する方法
- ・ ビラ又はパンフレットを配布する方法
- ・ その他

ただし、次に掲げるものは広告等に該当しないと考えられる。【金商業等府令第72条各号】

- ① 法令又は法令に基づく行政官庁の処分に基づき作成された書類を配布する方法
- ② 個別の企業の分析及び評価に関する資料（アナリスト・レポート）であって、金融商品取引契約の締結の勧誘に使用しないものを配布する方法
- ③ 次に掲げるすべての事項のみが表示されている景品その他の物品（いわゆる「ノベルティ・グッズ」。ロからニまでに掲げる事項について明瞭かつ正確に表示されているものに限る。）を提供する方法（当該事項のうち景品その他の物品に表示されていない事項がある場合にあつては、当該景品その他の物品と当該事項が表示されている他の物品とを一体のものとして提供する方法を含む。）

イ 次に掲げるいずれかのものの名称、銘柄又は通称

- ・ 金融商品取引契約又はその種類
- ・ 有価証券又はその種類
- ・ 出資対象事業又はその種類
- ・ その他上記の各事項に準ずる事項

ロ 金融商品取引業者等の商号、名称若しくは氏名又はこれらの通称

ハ 元本損失が生じるおそれがある旨及び当該損失の額が保証金等の額を上回ることとなるおそれがある場合には、当該おそれがある旨（なお、当該事項の文字又は数字が当該事項以外の文字又は数字のうち最も大きなものと著しく異なるない大きさで表示されているものに限る。）

ニ 契約締結前交付書面（又は目論見書）等の内容を十分に読むべき旨

(※2) 「広告等における表示事項」

広告等（広告及び広告類似行為）には、次に掲げる事項を表示しなければならない。

- ① 金融商品取引業者等の商号、名称又は氏名 【金商法第37条第1項第1号】
- ② 金融商品取引業者等である旨及び金融商品取引業者等の登録番号 【金商法第37条第1項第2号】
- ③ 金融商品取引業者等の行う金融商品取引業の内容に関する事項であつて、顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの 【金商法第37条第1項第3号】

- イ 金融商品取引契約に関して顧客が支払うべき手数料、報酬その他の対価に関する事項 【金融商品取引法施行令（以下「施行令」という。）第16条第1項第1号】
- ・ 手数料、報酬、費用その他いかなる名称によるかを問わず、金融商品取引契約に関して顧客が支払うべき対価（有価証券の価格又は保証金等の額を除く。）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（金融商品取引契約に係る有価証券の価格、デリバティブ取引等の額若しくは運用財産の額に対する割合又は金融商品取引行為を行うことにより生じた利益に対する割合を含む。）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、これらの表示をすることができない場合にあっては、その旨及びその理由 【金商業等府令第74条第1項】
 - ・ 投資信託若しくは外国投資信託に表示されるべき権利若しくは組合契約若しくは外国組合契約に掲げる権利の取得に係るものであって、当該投資信託受益権等に係る財産が他の投資信託受益権等に対して出資され、又は拋出されるものである場合には、手数料等には、出資対象投資信託受益権等に係る信託報酬その他の手数料等を含む。 等 【金商業等府令第74条第2項～第4項】
- ロ 顧客が行う取引行為において、金利、通貨の価格、金融商品市場における相場その他の指標に係る変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれがある場合にあっては次の事項（リスク文言） 【施行令第16条第1項第4号】
- ・ 当該指標
 - ・ 当該指標に係る変動により損失が生じるおそれがある旨及びその理由
- ハ 金融商品取引契約に関する重要な事項について顧客の不利益となる事実 【施行令第16条第1項第7号、金商業等府令第76条第1号】
- ニ 協会（当該金融商品取引業の内容に係る業務を行う者を主要な協会員又は会員とするものに限る。）に加入している場合にあっては、その旨及び当該協会の名称 【施行令第16条第1項第7号、金商業等府令第76条第2号】（法定記載事項となる金融商品取引業協会以外の加入金融商品取引業協会を任意に記載する取扱いも妨げられない 【令和元年6月5日付金融庁コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方 No.16、17】）
- ホ レバレッジ指標等（金融商品市場における相場その他の指標であって、その一日の変動率が他の指標（以下「原指標」という。）の一日の変動率に一定の数を乗じて得た率となるように算出されるものをいう。以下同じ。）に関する金融商品取引行為について広告等をする場合にあっては、次に掲げる事項 【施行令第16条第1項第7号、金商業等府令第76条第4号】
- ・ 当該レバレッジ指標等の変動率とその原指標の変動率に一定の数を乗じて得た率とに差が生ずることとなるおそれがある場合にあっては、その旨及びその理由
 - ・ 当該レバレッジ指標等に関する有価証券に対する投資が中長期的な投資の目的に適合しないものであるときは、その旨及びその理由

- (3) 広告等には該当するがその特性が勘案されるもの
広告等の行為を一般放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他これに準ずるものとして内閣府令で定める方法（※3）によりする場合には、次に掲げるものを表示する。 【施行令第16条第2項】
- ① 金融商品取引業者等の商号、名称又は氏名
 - ② 金融商品取引業者等である旨及び登録番号
 - ③ 顧客が行う取引行為について、金利、通貨の価格、金融商品市場における相場その他の指標に係る変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれがある場合にあっては、当該おそれがある旨 【施行令第16条第2項第1号】
 - ④ 契約締結前交付書面（又は目論見書）の内容を十分に読むべき旨 【施行令第16条第2項第2号、金商業等府令第77条第2項、金商業等府令第72条第3号ニ】
- (※3) 一般放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他これに準ずるものとして内閣府令で定める方法
- ① 次に掲げる者の放送設備により放送をさせる方法（いわゆる、テレビCM又はラジオCM） 【金商業等府令第77条第1項第1号、パプコメ No. 50, 51】
 - イ 有線テレビジョン放送事業者
 - ロ 有線ラジオ放送の業務を行う者
 - ハ 電気通信役務利用放送の業務を行う者
 - ② 金融商品取引業者等又は金融商品取引業者等が行う広告等に係る業務の委託を受けた者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに記録された情報の内容（一般放送事業者の放送設備により放送をさせる方法又は上記①に掲げる方法により提供される事項と同一のものに限る。）を電気通信回線を利用して顧客に閲覧させる方法（いわゆるテレビCM又はラジオCMの内容をインターネット・ホームページに掲載したもの） 【金商業等府令第77条第1項第2号】
 - ③ 常時又は一定の期間継続して屋内又は屋外で公衆に表示させる方法であって、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出させ、又は表示させるもの並びにこれらに類するもの（看板、壁面に貼り付けたポスター（ビラとして配布する等の方法に用いる場合を除く。）、電光掲示板等） 【金商業等府令第77条第1項第3号】
- (4) 広告等の表示方法
金融商品取引業者等がその行う金融商品取引業の内容について広告等をするとき、上記（※2）における表示事項を明瞭かつ正確に表示しなければならない。 【金商業等府令第73条第1項】
また、上記（※2）③ロに掲げる事項については、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と著しく異ならない大ききさで表示すること。 【金商業等府令第73条第2項】

(5) 誇大広告の禁止

金融商品取引業者等がその行う金融商品取引業の内容について広告等をするときは、金融商品取引行為を行うことによる利益の見込み及び次の事項について、著しく事実と相違する表示をし、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。【金商法第37条第2項】

- ① 金融商品取引契約の解除に関する事項 【金商業等府令第78条第1号】
- ② 金融商品取引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 【金商業等府令第78条第2号】
- ③ 金融商品取引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 【金商業等府令第78条第3号】
- ④ 金融商品取引契約に係る取引市場又は取引市場に類似する市場で外国に所在するものに関する事項 【金商業等府令第78条第4号】
- ⑤ 金融商品取引業者等の資力又は信用に関する事項 【金商業等府令第78条第5号】
- ⑥ 金融商品取引業者等の業の実績に関する事項 【金商業等府令第78条第6号】
- ⑦ 金融商品取引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 【金商業等府令第78条第7号】
- ⑧ レバレッジ指標等に関する金融商品取引行為について広告等をする場合にあっては、次に掲げる事項【金商業等府令第78条第14号】
 - ・レバレッジ指標等又はレバレッジ指標等に関する有価証券の性質
 - ・レバレッジ指標等の数値若しくはレバレッジ指標等に関する有価証券の価格の推移又はこれらの見込みに関する事項

(6) 特定投資家に対する取扱い

特定投資家に対する広告等については、金商法第37条の適用はない。【金商法第45条第1号】

2 金融商品取引法におけるその他規制の概要

(1) 目論見書以外のその他資料

有価証券の募集又は売出しのために目論見書以外の文書、図画、音声その他の資料を使用する場合には、虚偽の表示又は誤解を生じさせる表示をしてはならない。【金商法第13条第5項】

(2) その他留意事項（法令概要）

- ① 金融商品取引業者等又はその役員若しくは使用人は、金融商品取引契約の締結又はその勧誘に関して、顧客に対し虚偽のことを告げる行為をしてはならない。【金商法第38条第1号】
- ② 金融商品取引業者等又はその役員若しくは使用人は、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のあることを告げて金融商品取引契約の締結の勧誘をする行為をしてはならない。【金商法第38条第2号】

- ③ 金融商品取引業者等又はその役員若しくは使用人は、顧客に対し、信用格付業者以外の信用格付業を行う者の付与した信用格付について、当該信用格付を付与した者が金商法上の登録を受けていないものである旨及び当該登録の意義等を告げることなく提供して、金融商品取引契約の締結の勧誘をする行為をしてはならない。【金商法第38条第3号】
- ④ 金融商品取引業者等又はその役員若しくは使用人は、金融商品取引契約の締結又はその勧誘に関して、虚偽の表示をし、又は重要な事項につき誤解を生ぜしめるべき表示をする行為をしてはならない。【金商法第38条第9号、金商業等府令第117条第1項第2号】

※ 上記の金融商品取引業者等に対する禁止行為のほか、一般的な禁止事項として、金商法第168条（虚偽の相場の公示等の禁止）、同第169条（対価を受けて行う新聞等への意見表示の制限）、同第170条（有利買付け等の表示の禁止）、同第171条（一定の配当等の表示の禁止）があることにも留意が必要。

3 内部審査の必要性

規則第5条に規定する正会員（定款第6条に定める正会員をいう。以下同じ。）の内部審査に当たっては、次によるものとする。

- (1) 「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」第5条第1項により、広告審査を求めている広告等であっても、その内容が当該規則第4条に規定する禁止行為に該当する場合には規則違反となる。従って、広告等を作成する者又は広告等を使用する者は禁止行為に該当しないことを確認する必要がある。また、自社の社内規則等により審査が義務付けられている場合には、当該社内規則等に従う必要がある。
- (2) 特定投資家向けに作成され審査が行われていない資料を、特定投資家以外の者に対し広告審査担当者の審査なく使用した場合には規則違反となる。（単独の顧客のみを対象として行われる当該顧客に即した情報提供の場合は、広告等に該当しないものと考えられる。）
【パプコメ No. 66】

4 内部審査体制

規則第5条に規定する正会員の内部審査及び第6条に規定する社内管理体制の整備については、次によるものとする。

- (1) 広告審査担当者は、自社の組織体制、業務内容等にかんがみ、各社において任命する。また、複数の者を広告審査担当者に任命することができる。
- (2) 任命した広告審査担当者を本協会に届け出る必要はない。
- (3) 広告審査担当者が自ら作成した広告等を審査する場合にも、下記の「5 審査基準」及び「6 広告等の保管」に沿って適正に審査・管理が行われるよう体制を整備する必要がある。

5 審査基準

正会員が行う広告等は、規則第4条に該当する又は該当するおそれのあるものであってはならないが、広告審査担当者は以下に掲げる事項についても留意する必要がある。

- (1) 自社が作成する広告等については、「第2部 投資信託等に係る広告等の作成に係る留意事項」を考慮し、規則第4条に照らして問題がないか否かについて審査することとなる。
- (2) 債券の条件一覧のようにあらかじめ表示項目が決まっており、その都度、各項目に銘柄名、条件等が記入されるような広告等については、その様式について審査すればよく、個々の広告等についての審査は必要ない。(いわゆる雛形の審査で足りる。)
- (3) 他社が作成する資料を自社の広告等として使用する場合は、通常、内容については修正することができないので、規則第4条に照らして、当該資料を自社の広告等として使用できるか否かについて審査し、自社の商号又は名称、金融商品取引業者等である旨、登録番号、及び自社が加入している当該協会(当該金融商品取引業の内容に係る業務を行う者を主要な協会員又は会員とするものに限る。)の名称等金商法上の必要記載事項が記載される手段(別様の書面に記載し、顧客へ一体として提供する方法等)を講じた上で審査を実施する(法定記載事項となる金融商品取引業協会以外の加入金融商品取引業協会を任意に記載する取扱いも妨げられない【令和元年6月5日付金融庁コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方No.16、17】)。

6 広告等の保管

規則第6条に規定する保管体制については、保管の期間及び方法等を各社において定めるものとする。

<参考>

広告等の該当性について

広告等規制(金商法第37条)において、規制の対象となるのは、金融商品取引業者等が「その行う金融商品取引業の内容について」行う広告等(「広告」と「広告類似行為」)である。(特定投資家に対する広告等を除く。)

よって、広告等規制の対象となるか否かについては、次の観点が主なポイントとなる。

- ① 「広告」又は「広告類似行為」であるか否か
- ② 「金融商品取引業の内容」であるか否か
- ③ 法令等により広告等に該当しない行為や広告等規制の適用除外となる行為であるか否か

1 「広告」又は「広告類似行為」であるか否かの該当性

- (1) 一般的に「広告」とは、随時又は継続してある事項を広く(宣伝の意味を含めて)一般に知らせることをいうと考えられ、例えば、次の行為は、「広告」であると考えられる。

【パブコメ No. 14～16, 46～49】

- ① テレビCM、ラジオのCM
 - ② ポスターを貼る方法
 - ③ 新聞や雑誌に掲載する方法
 - ④ インターネット・ホームページに掲載する方法
- (2) 「広告類似行為」とは、次に掲げる方法により、多数の者に対して同様の内容で行う情報の提供行為であると考えられる。
- ① 郵便
 - ② 信書便
 - ③ ファクシミリ装置を用いて送信する方法
 - ④ 電子メールを送信する方法
 - ⑤ ビラ又はパンフレットを配布する方法
 - ⑥ その他
- (3) 「単独の顧客のみを対象として行われる当該顧客に即した情報の提供」は、当該行為が個別の販売、勧誘行為と考えられることから、「広告等」に該当しないものと考えられる。

【パブコメ No. 66】

2 「金融商品取引業の内容」であるか否かの該当性

- (1) 「金融商品取引業の内容」とは、金商法第2条第8項各号に掲げる行為に係る業務の内容であり、例えば、次に掲げる内容が表示されていれば、一般的には、当該商品等を勧誘する手段として当該表示がなされたものと考えられることから、「金融商品取引業の内容」に該当するものと考えられる。 【パブコメ No. 19～21, 29, 34, 53 等】
- ① 金融商品取引業に関する商品名（投資信託の名称等）
 - ② 商品の種類（投資信託等（特定の金融商品について言及がなく、単なる取扱い業務の紹介にとどまるものを除く。））
 - ③ 取引手段やサービスの名称
 - ④ 金融商品取引業者等が取り扱う商品・サービスの一覧
 - ⑤ 金融商品の仕組みが紹介されたもの
 - ⑥ 金融商品取引の仕組み・スキーム、メリット・デメリットが表示されたもの
- (2) 次に掲げる内容の表示にとどまるものは、「金融商品取引業の内容」には、該当しないと考えられる。 【パブコメ No. 29, 33, 36, 37】
- ① 「税制に関する案内」や「法令・制度に関する案内」にとどまるもの
 - ② 「支店の移転等」の連絡にとどまるもの
 - ③ 「営業時間」や「営業案内」を表示するにとどまるもの
 - ④ 商品の商品概要や詳細等の表示を伴っていない単なるキャッチコピー的なもの（例えば、「株式・国債・公社債・投資信託」や「投資信託は〇〇証券まで」や「個人向け国債は△△証券まで」という文言のみ表示されたもの）

3 法令により広告等に該当しない行為や広告等規制の適用除外となる行為であるか否か

(1) 法令により、次に掲げるものは広告等に該当しないと考えられる。 【金商業等府令第72条、パブコメ No. 40～45, 53】

- ① 法令又は法令に基づく行政官庁の処分に基づき作成された書類を配布する方法
(法定公告、会社公告、目論見書、外国証券情報、投資信託の運用報告書等)
- ② 個別の企業の分析及び評価に関する資料(アナリスト・レポート)であって、金融商品取引契約の締結の勧誘に使用しないものを配布する方法
- ③ 次に掲げるすべての事項のみが表示されている景品その他の物品(例えば、メモ帳、ボールペンや貯金箱等のいわゆるノベルティ・グッズ等)を提供する方法

イ 次に掲げるいずれかのものの名称、銘柄又は通称

- ・ 金融商品取引契約又はその種類
- ・ 有価証券又はその種類
- ・ 出資対象事業又はその種類
- ・ その他上記の各事項に準ずる事項

ロ 金融商品取引業者等の商号、名称若しくは氏名又はこれらの通称

ハ 元本損失が生じるおそれがある旨及び当該損失の額が保証金等の額を上回ることとなるおそれがある場合には、当該おそれがある旨(なお、当該事項の文字又は数字が当該事項以外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されているものに限る。)

ニ 契約締結前交付書面(又は目論見書)等の内容を十分に読むべき旨

(注1) ③の景品その他の物品は、上記ロからニまでに掲げる事項について明瞭かつ正確に表示されているものに限る。

(注2) ③の方法にあつては、当該景品その他の物品に表示されていない事項がある場合であっても、当該景品その他の物品と併せて、表示されていない事項が表示されている他の資料又は物品とを一体のものとして提供する方法でも良いとされている。ただし、イ～ニの事項のみの表示であることに留意する必要がある。

(2) 特定投資家に対する広告等は、広告等規制の適用から除かれている。

4 その他

(1) 次に掲げる行為のように、他社が作成した広告等を金融商品取引業者等が使用する場合についても広告等に該当するものと考えられる。 【パブコメ No. 54, 55, 258】

- ① 投資信託委託会社が作成する投資信託のポスターを貼る行為やリーフレットを配布する行為
- ② 財務省や地方公共団体が作成する個人向け国債や地方債のポスターを貼る行為やリーフレットを配布する行為

(2) 次に掲げる行為については、一般的に広告等に該当しないものと考えられる。 【パブ

コメ No. 53、「金融商品取引法の疑問に答えます」質問⑥】

- ① プレス・リリース資料を報道機関のみに配布する行為
- ② 新聞・雑誌（経済誌、マネー雑誌、四季報等）等そのものを提供する行為
- ③ 個別商品名の記載はあるが、直接的な誘引文言や当該商品の商品概要又は詳細等の記載がない資料等を、個別商品の取引を誘引する目的ではなく、情報提供する行為

例えば、この条件を満たした次の行為

- イ セミナーの案内のみを目的とした案内状を送付する行為やポスターを貼る行為
- ロ 資料請求用紙（はがき）やアンケートを送付する行為
- ハ ディスクロージャー誌やアニュアルレポートを配付する行為
- ニ 決算内容を説明することを目的に、IR資料等を提供する行為 等

※ 一般的に「取扱商品一覧の案内」は、「個別商品の取引を誘引する目的ではない」とまでは言えないことに留意する必要がある。

※ 上記イに係るセミナーの案内において、セミナーの案内に加え、個別商品に関する説明や当該企業のサービスに関する説明等、金融商品取引業者等の行う「金融商品取引業の内容」について多数の者に同様の内容の情報提供が行われる場合には、広告等に該当するものと考えられる。さらに、広告等に該当するしないにかかわらず、セミナーにおいて金融商品取引契約の締結の勧誘（勧誘を目的とした具体的商品説明を含む）を行う場合には、「金融商品取引を誘引する目的がある」旨を明確に表示する必要があると考えられる【パブコメ No. 25】。

- ④ 顧客に対し、個別商品名の記載はあるが、直接的な誘引文言や当該商品の商品概要又は詳細等の記載がない資料等を、個別商品の取引を誘引する目的ではなく情報提供する行為（アフターサービスの一環と認められるものなど）

例えば、この条件を満たした次の行為

- ・ 投資信託の基準価格等を提供する行為
- ・ 投資信託協会における「投資信託及び投資法人に係る運用報告書等に関する規則」第18条に規定する委託会社が作成する適時開示資料（運用レポート）を提供する行為
- ・ 経済・為替等のレポートを提供する行為
- ・ 顧客が保有する有価証券等に重要な事象（上場廃止、合併、償還、株式分割その他コーポレート・アクション等）が生じ、プレス・リリース資料や当該事象を通知する文書を提供する行為
- ・ 客観的事実のみが記載された統計資料を提供する行為 など

※ アフターサービスの一環と認められるためには、当該商品の保有者に限定した提供であること（ウェブサイト等に掲載する場合、保有者以外でも容易に閲覧できるページに掲載することは不可）、当該提供資料に追加買付や売却推奨を示唆する表示等を含まないこと、他の商品や取引に関する資料や記述が一体のものとして提供されないことが必要と考えられる。さらに、「本資料は、〇〇（商品・銘柄名）を保有されているお客様に（アフターサービスの一環として）提供しております。」や「本資料は、〇〇に関する情報提供を目的とし、売買等をお勧めするものではありません。」等の

表示を付記しておくことが考えられるが、これのみによりアフターサービスの一環と認められるものではないことに留意が必要である。

第2部 投資信託等に係る広告等の作成に係る留意事項

I 全般

1 表示に関する基本事項

広告等の表示を行うに当たっては、第1部 法令諸規則の概要、1 広告等の定義等に記載された要件を満たさなければならない。また、表示においては、次の事項及び以下の2～15の事項に留意しなければならない。

- ① 金商法に規定される表示事項について、明瞭かつ正確に表示しているか。
- ② 顧客が支払うべき手数料、報酬、その他の対価又は費用が無料又は実際のものよりも著しく低額であるかのように誤解させるような表示をしていないか。
- ③ 金商法に規定される表示事項について、広告等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。
- ④ 金利や相場等の指標の変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれのある場合の当該指標、損失が生ずるおそれのある旨・その理由等、リスクに関する事項が広告等の表示における文字又は数字の中で最も大きなものと著しく異なる大きさで表示しているか。
- ⑤ 契約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としていないか。
- ⑥ 広告等を画面上に表示して行う場合に、金商法に規定される表示すべき事項のすべ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。

※ 広告等の表示を行うに当たっては、投資者に誤認されるおそれのないよう、グラフや図、可能な限り平易な言葉を使用するなどにより、分かりやすい表示に努めること。

特に、リスク及び費用に関する事項については、レイアウトや文字の大きさ、配色などに配慮するとともに、明確かつ分かりやすい表示を行うよう留意すること。

2 誇大広告等に関する留意事項

(1) 留意事項

広告等の表示を行うときは、誇大広告等とならないよう、次に掲げる事項に留意する必要がある。

- ① 有価証券等の価格、数値、対価の額の動向を断定的に表現したり、確実に利益が得られるように誤解させ、投資意欲を不当に刺激するような表示をしていないか。
- ② 利回りの保証若しくは損失の全部若しくは一部の負担を行う旨の表示又はこれを行っていることを誤解させるような表示をしていないか。
- ③ 「注目」等の表現を用いる場合は、当該有価証券が他の有価証券や他の銘柄より著しく優れているように誤解させるような表示をしていないか。※
- ④ 申込みの期間、対象者数等が限定されていない場合に、それらが限定されていると誤

解させるような表示をしていないか。

- ⑤ 登録を行っていること等により、内閣総理大臣、金融庁長官、その他の公的機関が、金融商品取引業者等を推奨し、又はその広告等の内容を保証しているかのように誤解させるような表示をしていないか。
- ⑥ 不当景品類及び不当表示防止法、屋外広告物法に基づく都道府県の条例その他の法令に違反する又は違反するおそれのある表示をしていないか。
- ⑦ 社会的に過剰宣伝であるとの批判を浴びるような表示をしていないか。

※ REITやインフラファンドについて、『注目銘柄』等の表示を行う場合は、「Ⅲ ETF（上場投資信託）、REIT（上場不動産投資証券）及びインフラファンド、7 REIT及びインフラファンドに係る留意事項」の該当箇所も併せて参照すること。

（２） 比較広告

正会員が、手数料又は金融商品の運用実績等に関して、他の正会員の手数料又は他の金融商品の運用実績等との比較表示（いわゆる比較広告。自社商品を単に商品ラインナップとして一覧表示するものは含まれない。）を行う場合には、広告媒体又は紙幅等にかかわらず次の①～③に掲げる要件をすべて満たす必要がある。例えば、①～③に掲げる要件をすべて満たさずに、「業界最低水準」「当社の手数料は最安値」と表示する場合又は表示内容が事実と反している場合は、誇大広告とみなされるおそれがあることに留意する。また、比較表示を行う場合は、比較対象範囲や抽出基準等を明記するなどして、投資者に誤解を与えないように留意する必要がある。

① 比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること

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されないおそれがある。

- ・ 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
- ・ 自社の商品ではない商品の運用実績等を、自社における実績として表示し、比較するもの
- ・ 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

② 実証されている数値や事実を正確かつ適正に引用していること

例えば、次のような表示は、正確かつ適正な引用とみなされないおそれがある。

- ・ 運用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
- ・ 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
- ・ 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
- ・ 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

※ 比較広告の広告審査に当たり、数値が正確かつ適正に引用されていることについて、基となるデータを確認し、必要に応じてその記録を保存しておくことが望ましいと考えられる。

③ 比較の方法が公正であること

例えば、次のような表示は、公正な比較とみなされないおそれがある。

- ・ 同一の前提条件ではないもの（例えば、運用方針や投資対象等の商品性が異なる投資信託の運用実績等）を合理的根拠なく比較し、自社商品が有利であるかのように表示するもの
- ・ 例えば、「ロコミ」サイト、アフィリエイトサイト、リスティング広告等において、自社又は自社が依頼した者（アフィリエイト、リスティング業者、広告代理店等）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
- ・ 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出稿するもの

* 「15 インターネットにおける広告等について」（6）及び（7）も参照のこと。

（注）「比較広告に関する景品表示法上の考え方」（昭和62年4月21日公正取引委員会事務局／改正平成28年4月1日消費者庁）を参照すること。

3 募集又は売出しに関する事項

（1） 有価証券届出書提出前の勧誘の禁止

金商法第4条第1項の規定に基づき、同法第2章「企業内容等の開示」の規定の適用を受ける有価証券の募集又は売出しに係る勧誘については、外国証券売出しや、政令で定める場合等を除き、発行者が当該募集又は売出しについて有価証券届出書を内閣総理大臣に提出した後でなければ、投資勧誘及びこれに類似する行為は一切これを行ってはならないこととされている。

（2） 顧客に交付する資料等

① 目論見書の交付

正会員は、有価証券届出書提出後、有価証券の発行者が作成する目論見書又は仮目論見書を使用して募集又は売出しに係る勧誘が可能となる。また、募集又は売出しの方法により投資者に対し有価証券を取得させ、又は売り付ける場合には、あらかじめ又は同時に目論見書を交付することとされている。

なお、目論見書の使用は「法令に基づき作成された書類を配布する方法」に該当するため広告等には該当しない。【金商業等府令第72条第1号、パブコメ No. 53】

② 販売用資料（目論見書以外のその他の資料）の作成・交付

平成16年12月の証取法改正により、目論見書制度が見直され、目論見書の記載内容を省略・要約した「要約目論見書」や投資者に目論見書の交付場所等を知らせるためのい

わゆる「墓石広告」は、目論見書以外の文書、図画、音声その他の資料（販売用資料※）として整理され、当該資料を使用する場合には、虚偽の表示又は誤解を生じさせる表示をしてはならないとされている。（法第13条第5項）

※ 販売用資料の法的な位置付け等について

- ・ 販売用資料は、金商法第13条第5項で規定されている「目論見書以外の文書、図画、音声その他の資料」に該当すると考えられる。

なお、販売用資料は、目論見書の交付前においても使用することができる。

- ・ 販売用資料を用いて、多数の者に対して同様の内容で行う情報の提供行為は、広告等に該当すると考えられる。 【パブコメ No. 18】

販売用資料（目論見書以外のその他の資料）は、虚偽又は誤解を生じさせる表示をしてはならないため、当該表示の全体を総合的に評価し、例えば、以下の点に照らし、投資者保護に欠けることがないよう判断する必要がある。

イ 当該文書又は表示の内容が目論見書の内容と矛盾する場合

ロ 当該文書又は表示の内容（例えば分析）の前提が目論見書の内容と矛盾する場合

ハ 当該文書又は表示の内容（例えば分析）の前提が明確に示されていない、又はその前提が非現実的である場合

ニ 当該文書又は表示の内容が恣意的に歪められている場合

ホ 当該文書又は表示の内容に至る過程が恣意的に歪められている場合

ヘ 当該文書又は表示の内容に重要な事項を記載していない（都合のよい部分のみ強調している）場合 等

個別の勧誘に際して提供される販売用資料（目論見書以外のその他の資料）の特質によりこれらに該当するか否かを個別具体的に判断することとなるが、上記イ～へのいずれかに該当する場合には虚偽又は誤解を生じさせる表示に該当する可能性が高いと考えられる。

4 金融サービス提供法に基づく重要事項の表示

正会員は、広告等において、金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律（平成12年法律第101号、以下「金融サービス提供法」という。）に基づく重要事項の表示を行う場合には、金融サービス提供法及び同施行令のほか、本会の「投資信託委託会社の金融商品販売法に基づく説明義務に関するガイドライン」を参考に行うものとする。

5 税に関する表示

(1) 投資信託等の売買その他の取引に関し、分配金、譲渡損益等に対する課税方法について表示することが望ましい。

(2) 投資信託等の売買その他の取引に関し、分配金、譲渡損益等に対する課税、相続税、贈与税等を免れることを示唆する、又はそれと誤認されるおそれのある表示は行わない。

6 消費税法における総額表示義務

広告等において商品・サービス等の価格を表示する場合には、総額表示（消費税額及び地方消費税額の合計額に相当する額を含めた価格の表示）が義務付けられている。【消費税法第63条】

※ 消費税率の変更に伴い、2021年3月31日までの間は、現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置を講じることを前提として税抜価格を表示することを可能とする消費税法の特例が設けられていたが、2021年4月1日以降は当該特例の適用がなくなり、総額表示が義務付けられていることに留意する。

(1) 総額表示の例（税率が10%の場合）

11,000 円
11,000 円（税込）
11,000 円（税抜 10,000 円）
11,000 円（うち税 1,000 円）
11,000 円（税抜 10,000 円、税 1,000 円）
10,000 円（税込 11,000 円）

(2) 総額表示が義務付けられている単価・手数料率の表示の例

総額表示義務には、商品やサービスの単価、手数料率を表示する場合など最終的な取引価格そのものは表示されていないものの、事実上、価格を表示していることに等しい表示（投資信託の募集取扱手数料、投資信託の信託報酬等）についても対象に含まれる。

【募集時の募集取扱手数料や信託報酬の表示例】（税率が10%の場合）

1.10%（税込）
1.10%（税抜 1.00%）
1.10%（うち税 0.10%）
1.10%（税抜 1.00%、税 0.10%）
年1%の率に消費税及び地方消費税を加算した額とし合計で年1.10%の率

7 キャッチコピーの表示

表示の内容に商品概要や詳細などの記述を伴わず、会社名、住所及び連絡先と一緒に「特定口座は〇〇会社」などという一種のキャッチコピー的な文言にとどまる場合は、当該表示が一義的に個別の金融商品を勧誘しているとまではいえないため、当該表示は広告等には該当しないと考えられる。ただし、投資信託の特質の一部を誇張する、又は、運用実績の一部を抽出する等、投資者に誤解を生じさせるような恣意的又は過度に主観的な表示を用いないよう留意する必要がある。【パブコメ No. 33】

8 記事コピー、類似挿し絵等の表示、統計資料等の転載

(1) 新聞、雑誌記事等の複写（コピー）を無断で転載しない。

(注) これらの記事等を利用する場合は、著作権法により引用して利用することが認められる場合を除き、著作権者の承諾が必要である。

(参考)

著作権法において著作権者の承諾なくして引用が認められるためには、当該引用は、公正な慣行に合致するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内で行われるものでなければならない（著作権法第32条第1項）。そして、同条にいう「引用」に該当するためには、①引用する資料等は既に公表されているものであること、②引用部分とそれ以外の部分の「主従関係」が明確であること、③カギ括弧などにより「引用部分」が明瞭に区別して認識することができること、④当該引用が著作者人格権を侵害するような態様ではないこと等の各要件も満たす必要があると解釈されている。さらに、同条に基づく著作物の引用に当たっては、出所が明示されていることも必要となり（著作権法第48条）、引用された著作物の著作権者の氏名、当該著作物の掲載されている出版物名、出版物中における引用部分の掲載部分（ページ数など）の特定に関する記載が求められるケースもある。

- (2) マンガ、イラスト等についても同様の注意を払う。
- (3) 記事等に個人の写真や当該個人を特定しうる情報が含まれている場合は、肖像権や個人情報保護の観点からの注意が必要である。
- (4) 国若しくは地方公共団体の機関、独立行政法人又は地方独立行政法人が一般に周知させることを目的として作成した統計資料等を自社の刊行物その他の広告等において説明の材料として利用する場合は、その出典を明示して転載することができる。
なお、国若しくは地方公共団体の機関、独立行政法人又は地方独立行政法人以外の統計資料等については、上記（1）～（3）と同様である。

9 タイアップ記事等

第三者であるマスコミ（TV、ラジオ、新聞、雑誌等）又は他の企業・団体又は個人が運営するインターネットサイト等とタイアップ（対価を支払う又は受け取る場合、無償で依頼する又は依頼される場合も含む。）し、記事や意見等が当該第三者によって掲載される場合には、以下の点に留意する必要がある。

- (1) 金融商品取引業の内容についての広告等に該当するか。

内閣総理大臣の登録を受けた者でなければ、金融商品取引業を行えないことを踏まえ、記事等が金融商品取引業の内容についての広告等に該当するかどうかを確認し、確認の結果、当該記事等が金融商品取引業の内容についてのものであり、かつ、正会員の広告等に該当する場合は、法令等で規定されている必要表示事項の記載が必要となる。

- (2) 記事等の内容は正確かつ適正か。

記事等であっても、タイアップしたものが金融商品取引業の内容についての広告等に該当する場合には、掲載前に「第2部 投資信託等に係る広告等の作成に係る留意事項、I 全般」等に照らし、正確かつ適正な内容となっていることを確認する必要がある。また、掲載後に記事等の内容が不適正であると判明した場合には、訂正又は削除を申し入れる等の対応

が必要となる。

10 IR資料

(1) 正会員以外の上場企業等が作成した当該企業のIR資料(動画や説明会映像を含む。)を、金融商品取引契約の締結(有価証券の売買等)の勧誘等を行う目的以外で正会員のホームページ等に独立したページとして掲載する場合は、広告等に該当しないと考えられる。その場合、事実上特定銘柄の推奨を意図していると判断され得る恣意的な情報提供とならないよう、掲載対象企業の選定・掲載資料の種類等について基準や方針を予め定め、当該基準や方針に沿った選定・掲載を行うものとする。その他、投資家からみて正会員による広告等と誤認を受けることのないよう、例えば、以下のような対応を行うことが考えられる。

- ① 正会員のホームページに掲載する際には、「企業IRコーナー」等のタイトルをつけ、バナーやタブのクリックにより別ウインドウを展開させる等して、正会員のポータルページからは独立させる。
- ② 当該ページに以下の趣旨の説明文章を目立つように記載する。
 - ・ 掲載資料は企業が投資家向けに作成したものであり、正会員が作成したものではないこと。(又は、企業のIRを目的として当該企業で作成された資料であること。)
 - ・ 情報提供を目的として掲載しており、有価証券の勧誘を目的としていないこと。
 - ・ 正会員が正確性を保証するものではないこと。
 - ・ 今後告知なく変更される可能性があり、また最新の情報でない可能性があること。
- ③ 当該ページに以下のような記載を行わないよう留意する。
 - ・ 投資を促すような記述(「今が買い時」「お勧め銘柄」「注目銘柄」等)
 - ・ 投資判断に影響を与えるような記述(「割安な企業」「業績上方修正銘柄」「ピーク利益銘柄」等)
 - ・ 当該企業の株価や配当利回り、正会員による評価や意見、引受実績その他のコメント
- ④ 当該ページのIR資料の配置順等は、無作為又は客観的な基準(50音順、銘柄コード順、IR資料作成日順、掲載日順等)となるよう留意する。

(2) 正会員以外の上場企業等が作成した当該企業のIR資料(動画や説明会映像を含む。)を、金融商品取引契約の締結(有価証券の売買等)の勧誘等を行う目的で正会員のホームページ等に掲載する場合は、広告等に該当すると考えられる。その場合は、以下の点に留意する必要がある。

- ① IR資料を含めた広告等のエリアを明確にし、当該エリア内に、「このエリアは、発行体企業のIR資料を〇〇(「投資のための参考情報」等掲載目的を記載)として、当社が掲載しているものです。」等の説明文章を目立つように記載する。
- ② 企業が作成した部分と正会員が記載した部分が明確に判別できるようにする。
- ③ 当該エリア内に金商法上の広告等に関する法定記載事項(株式又は債券に関する投資に係る投資リスクや手数料等)を明記する。
- ④ 投資を推奨する文章等を記載してもよいが、「広告等に関する指針」で示す株式等に関する広告等についての留意事項を遵守する。

11 第三者の意見等

正会員が行う広告等において、第三者が投資についての判断を提供すべき意見を表示している場合であって、当該第三者に対価を支払っているとき、又は支払うべき約束をしているときは、金商法第169条の規定に基づき、その旨の表示を併せて行わなければならない。ただし、当該第三者が当該広告料を対価とし「広告」として表示する場合（一見して「広告」であることが明白な場合）には、当該表示を行う必要はないと考えられる。

12 特定投資家に対する広告等

広告等の相手方が特定投資家に限定される場合には、金商法の広告規制は適用されないことから、本規則上の広告審査義務はない。ただし、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が必要である。

13 預金等との誤認防止に関する注意

預金業務等を行う正会員の投資信託等の販売に関する広告等においては、預金等との誤認防止に関する注意文言を表示することが望ましい。

14 金融商品仲介業に関する注意

金融商品仲介業による投資信託等の販売に関する広告等においては、金融商品仲介業により取扱う旨を表示することが望ましい。

15 インターネットにおける広告等について

- (1) ウェブサイトにおける「バナー広告」や「テキスト広告」、又はツイッターなど、限られたスペースを利用した広告など（以下「バナー広告等」という。）については、投資者に誤解を生じさせるような過度に主観的な表示を用いない。

※ 「投資者に誤解を生じさせるような過度に主観的な表示」にならないためには、例えば、その名称に「（条件付）元本確保型」等の使用が禁止されている店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託（例えば、一定条件の下で元本確保となる投資信託）のバナー広告等ではキャッチコピー等にも「元本確保型」との表示を行わない。なお、リンク先のページでの詳細説明において、「元本確保型」の表示を用いる場合は、リンク先のページに元本確保の定義や条件が容易に理解できるように表示し、かつ当該条件を満たさなくなった場合のリスクについて明確に表示するなどの対応が考えられる。

- (2) 個別商品においてバナー広告等を行う場合やツイッターに個別商品の記述をする場合において、顧客から見て一体性が認められる別のページに法令で規定されている必要表示事項（以下14において、「必要表示事項」という。）が表示されているのであれば、基本的に広告等規制に沿った対応であると考えられる。なお、当該バナー広告等から必要表示事項が表示されている別ページへ容易に遷移できるようなもの等は、顧客から見て一体性が認められると考えられる一方で、必要表示事項が表示されている別のページに遷移するために多数回のクリックを要する場合や、別ページ内での必要表示事項が表示されている箇

所に至るまでに長大なスクロールを要するもの等は、顧客から見て一体性が認められない可能性が高い。また、ウェブサイトにおいて動画（テレビCM等と同様の内容のものに限る。）を用いた表示を行う場合は、テレビCMに準じた対応を行うこととなるが、それ以外の動画、商品説明資料又はバナー広告等が切り替わり表示されるものについては、それぞれに必要な表示事項を表示するか、上記の一体性のある表示を行うことが必要である。

【パブコメ No. 93～95】

- (3) 自社のウェブサイトにおいて、例えば、①トップページにおいて商品・サービスメニューが表示され、そこから②各種商品又はサービスが表示され、最後に③個別の商品内容や個別サービス内容が表示される場合において、③の個別の商品内容や個別サービス内容のページに、法定記載事項である「手数料等」や「リスク文言」の表示がされていれば、当該サイトの当該表示は、基本的に広告等規制に沿った対応であると考えられる。 【パブコメ No. 95】

また、自社のウェブサイトにおいて、商品のロゴなどの見出しや図表・絵を用い、個別商品の商品名に加え、当該商品の商品内容の一部（利率、投資メリット等）のみを表示する場合は、顧客から見て一体性が認められるよう、同一のページ内（PDF等の電子ファイルを含む。）のわかりやすい場所に必要表示事項を表示するか、または必要表示事項が表示されている場所に容易に遷移できるように「詳細はこちら」や「リスクに関する説明」などの文字を表示したリンクやタグをわかりやすい場所に表示することが考えられる。従って、このような対応は、基本的には広告等規制に沿った対応であると考えられる。なお、「リスク文言」については、文字の大きさに留意する必要がある。

- (4) 法定記載事項や「必要表示項目」（例えば、目論見書の交付場所等）が記載されていない他社作成資料を自社の広告等として自社ホームページに掲載する場合（他社ホームページに掲載されている資料を自社ホームページにおいて閲覧できるようにリンクを貼る場合を含む。）、顧客から見て一体性が認められるよう、当該広告等を掲載するページ（リンク元の自社ページ）に法定記載事項及び当該「必要表示項目」を表示することが考えられる。従って、このような対応は、広告等規制及び本ガイドラインに沿った対応であると考えられる。 【パブコメ No. 94, 95】

- (5) ソーシャルメディア（※）において、個別商品の案内等、金融商品取引業の内容について表示する場合は、当該表示は広告等に該当すると考えられる。その場合の必要表示事項の記載方法については、上記（2）を参考にすること。また、リツイートやフォローのような第三者が行う記載は基本的には正会員が行う広告等には該当しないと考えられるが、当該記載が正会員の行った記載と一体とみなされる場合は当該第三者が行う記載部分を含めて正会員が行う広告等に該当する可能性があることに留意する。 【パブコメ No. 15, 16】
- ※ このガイドラインにおいて「ソーシャルメディア」とは、フェイスブックやミクシィ等のSNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）及びツイッターを指す。

(6) アフィリエイト広告(※)は、金融商品取引業者等が自ら作成するものではなく、基本的には金商法で規定する広告等には該当しないと考えられるが、自社又は自社の商品・サービスに関する不適正なアフィリエイト広告が掲載されないように、以下①又は②に掲げる事項につき、それぞれの場合に応じて十分留意すること。

※ このガイドラインにおいて「アフィリエイト広告」とは、広告主たる正会員(以下、(6)において「正会員」という。)以外のブログその他のウェブサイトの運営者(以下「アフィリエイトター」という。)が、当該サイトに正会員が供給する商品・サービスのバナー広告等を掲載し、当該サイトを閲覧した者がバナー広告等をクリックしたり、バナー広告等を通じて正会員のサイトにアクセスして正会員の商品・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、正会員から成功報酬が支払われるものをいう。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広告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広告等が掲載されるようなインターネット広告を除く。

① 正会員がアフィリエイトターと直接契約する場合(直接的な契約形態)

正会員がアフィリエイトターとの間で直接契約を締結してアフィリエイト広告を行う場合(ランキング等が掲載されたアフィリエイト広告に対し、掲載内容等に応じて料金を支払う場合を含む。)については、「自社の広告等に類するもの」として以下のとおり取り扱う。

イ 正会員は、アフィリエイト広告の掲載前に、自社のバナー広告等を貼付するウェブサイト(以下「コンテンツ」という。)の内容について、自社が作成する広告等と同等の審査を実施するなど適切な対応を行う。

ロ コンテンツの審査に当たり、自社の審査基準に照らし「不適正」と判断されるような内容については、アフィリエイトターに対して不適正な内容の修正又は削除を求める。その後、改善がなされない場合には当該アフィリエイトターとの契約を解除するなど適切な対応を行う。

ハ アフィリエイト広告に貼付される自社のバナー広告等をクリックすると一旦ランディングページに遷移する仕組みとし、当該ランディングページに、「ご覧いただいていたウェブサイトは当社が作成したものではない」旨、及び、「掲載されている感想や評価はあくまでも作成者自身のものであり、当社のものではない」旨を明記する。この際、当該注意事項は投資者が読みやすい位置に明確に記載するよう留意する必要がある。

ニ 金商法で求められる必要表示事項(金融商品取引業者等の概要やリスク事項等)の表示に努める。この場合、バナー広告等から遷移するランディングページ等に必要表示事項を掲載することも考えられる。

なお、正会員がアフィリエイトターに対し、アフィリエイト広告に記載すべき内容等を具体的に指示している場合など、実質的に金融商品取引業者等が行うものと認めら

れる場合には、当該アフィリエイト広告が「自社の広告等（自社の広告等の作成の委託）」に該当することもあり得ると考えられる。このため、「自社の広告等」に該当するものについては、他の広告等と同様に、自社で定める広告等の手続き・基準に従い審査等を行うこと。

② 正会員とアフィリエイトの間にASPが介在する場合（間接的な契約形態）

正会員がアフィリエイトサービスプロバイダー（以下「ASP」という。）を經由してアフィリエイト広告を行う場合（正会員とASPの間、及びASPとアフィリエイトの間でそれぞれ契約が締結される場合）については、例えば、次のような対応を行うことが考えられる。

イ 正会員から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。）について、報酬支払時等にコンテンツの内容に関する事後チェックを行う。

なお、アフィリエイト広告の掲載前にコンテンツの内容をチェックできるような場合は、事前チェックを実施することも可とする。

ロ コンテンツのチェックに当たり、不適正なコンテンツについては、正会員が直接又はASP経由にて、速やかにアフィリエイトに対して当該コンテンツの修正又は削除を求める。その後、改善がなされない場合には、ASPに対して当該アフィリエイトとの契約の解除（※）を求めるなど適切な対応を行う。

※ 契約の解除とは、ASPとアフィリエイトとの間の契約を解除すること、又はASPがアフィリエイトに対して正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指す。

ハ アフィリエイト広告に貼付される自社のバナー広告等をクリックすると一旦ランディングページに遷移する仕組みとし、当該ランディングページに、「ご覧いただいていたウェブサイトは当社が作成したものではない」旨、及び、「掲載されている感想や評価はあくまでも作成者自身のものであり、当社のものではない」旨を明記する。この際、当該注意事項は投資者が読みやすい位置に明確に記載するよう留意する必要がある。

ニ バナー広告等から遷移するランディングページに、金融商品取引業者等の概要及びリスク事項について表示するよう努める。

（注） アフィリエイト広告に係る実務上の取扱い等については、日本証券業協会の「アフィリエイト広告に関するQ&A」を参照すること。

（7） 「口コミ」サイト（企業、商品・サービス等に関する評判や噂といった、いわゆる「口コミ」情報を掲載するインターネット上のサイトを指し、「口コミ」情報の交換を目的とするサイトだけではなく、特定の業者が自らの商品・サービスに関する「口コミ」情報を掲載するサイト又は個人が行うブログ等の情報提供サイトも含む。）に正会員が「口コミ」情報を掲載し、又は第三者（正会員の従業員やその家族等を含む。）に依頼して掲載させる場合（広告費用の負担や謝礼の有無にかかわらず。）には、当該「口コミ」情報の表示が当該正会員の広告等とみなされるおそれがあることに留意する必要がある。広告等であると

みなされる場合は、当該「ロコミ」情報について、必要表示事項を記載するとともに、「第2部 投資信託等に係る広告等の作成に係る留意事項、I 全般」)を遵守する必要がある。

※ 正会員の従業員やその家族等が当該正会員からの指示や依頼に基づかず、私的に行う行為は含まれないが、広告審査担当者（「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」第5条に規定する「広告審査担当者」をいう。）による審査を受けずに、正会員が行う金融商品取引業の内容について従業員個人が広告等を行うことは禁止されていることを踏まえ、従業員教育等を適切に行うとともに、不適正な表示が認められた場合は、削除又は修正を行わせるなどの対応を行うことが必要である。

また、インターネット上のサイトだけではなく、同様の「ロコミ」情報が記載された出版物又はその一部を加工・編集した書面等についても、正会員の広告等とみなされるおそれがあることに留意する必要がある。

例えば、正会員が行う又は第三者に依頼して行わせる以下のような表示（広告費用の負担や謝礼の有無にかかわらず。）は、当該正会員の広告等とみなされるおそれがあると考えられる。

- ・ 当該正会員の商品等について、好意的な価値判断を説明していると考えられる表示（「〇〇社（当該正会員の名称）の△△という商品は××新興国に投資する魅力的な商品だ。」等）
- ・ 当該正会員の商品等に関する売買その他の取引を誘引していると考えられる表示（「ぜひ〇〇社の△△を買うべきだ。」等）
- ・ 当該正会員の商品やサービスに関し、第三者が実施した評価であると誤認させるような表示（「取引画面の使いやすさランキング第一位は〇〇社！」等）

上記のように、正会員が自ら又は当該正会員の商品等の高評価情報を書き込むことに加え、「ロコミ」サイト等において、当該正会員又は当該正会員の商品等に対する低評価情報を削除させること、他の正会員又は他の正会員の商品等の低評価情報を書き込むこと等の行為についても、いわゆるステルスマーケティングとして、その内容等によっては、不当な広告表示やその他の法令に違反する行為に該当するおそれがあることにも留意する必要がある。

(注)「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」(制定 平成23年10月28日 消費者庁／一部改定 平成24年5月9日 消費者庁／一部改定 令和4年6月29日 消費者庁)を参照すること。

16 NISA口座に関する広告等の留意事項

NISA口座に関する広告等を作成する場合には、その制度設計・趣旨を踏まえ、顧客に誤解を与えることのないように、留意事項(※)等について、分かりやすく表示する必要がある。

※「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」Ⅳ-3-1-2(8)少額投資非課税制度を利用する取引の勧誘に係る留意事項 ①顧客に対する説明態勢の整備 ロ.NISA制度に関する説明を参照すること。

なお、NISA制度のみを説明しているリーフレット等で「税に関する案内」や「法令・制度に関する案内」にとどまるものは、「金融商品取引業の内容」に該当しないため、広告等には該当しない。

Ⅱ 投資信託等

1 販売用資料の作成に当たっての留意事項

(1) 必要表示事項

投資信託の広告等を行う場合には、必ず次に掲げる項目を表示する。

また、私募の投資信託については、当該「Ⅱ 投資信託等」の内容を参考にして、各社において対応するものとする。

① 法定記載事項

イ 法定記載事項のうち、手数料等については、購入又は換金手数料（スイッチング手数料を含む）のほか

- ・ 運用管理費用（信託報酬）
- ・ 信託財産留保額
- ・ その他の費用・手数料

を記載する必要があると考えられる（以下、すべてを含めて「手数料等」という）。

なお、ファンド・オブ・ファンズの手数料等を記載する場合は、出資対象ファンドに係る手数料等（手数料等の合計額の上限又はその計算方法の概要も可）も記載し、顧客が実質的に負担することとなる費用をわかりやすく表示する必要があると考えられる。

※ 複数商品名を記載した取扱い投資信託一覧などで、個別商品の詳細説明が無いもの（投資判断ができるまでには至らないもの）における手数料等の記載については、「ご案内の商品は、銘柄ごとに設定された購入又は換金手数料（最大〇.〇%）および運営管理費用（信託報酬等）の諸経費をご負担いただく場合があります。」などが考えられる。【パブコメ No.155】

ロ 法定記載事項のうち、指標変動による損失については

- ・ 価格変動リスクに関する文言
- ・ 外貨建て投資信託の場合、為替リスクに関する文言

を記載する。

※ 価格変動については、当該投資信託の投資対象商品（株式、円建て公社債等）の価格変動要素を具体的に表示する。

※ 複数商品名を記載した取扱い投資信託一覧などで、個別商品の詳細説明が無いもの（投資判断ができるまでには至らないもの）におけるリスク文言は、「ご案内の

商品は、価格の変動等により損失が生じるおそれがあります。」などが考えられる。

※ 通貨選択型投資信託の場合は、円建ての場合であっても、為替リスクに関する表示が必要となる（通貨選択型に限らず、主たる投資対象が外国商品であり、為替変動の影響が直接ファンドの基準価額に反映されると考えられる場合は同様の対応を行う）。

ハ レバレッジ指標等に関する金融商品取引行為に係る法定記載事項のうち、「当該レバレッジ指標等の変動率とその原指標の変動率に一定の数を乗じて得た率とに差が生ずることとなるおそれがある旨とその理由」については、例えば、「レバレッジ指標の上昇率・下落率は、2営業日以上の場合、同期間の原指数の上昇率・下落率の●倍とは通常一致せず、それが長期にわたり継続することにより、期待した投資成果が得られないおそれがあります。」など、必要に応じて、図などを用いてわかりやすく記載することが考えられる。

また、「当該レバレッジ指標等に関する有価証券に対する投資が中長期的な投資の目的に適合しない旨とその理由」については、例えば、上記で説明した事項を理由として、「上記の理由から、一般的に長期間の投資には向かず、比較的短期間の市況の値動きを捉えるための投資に向いている金融商品です。」などのように記載することが考えられる。

- ② 当該投資信託の名称
- ③ 目論見書の入手方法・入手場所
- ④ 作成主体及び「取得の申込みに当たっては、目論見書をお渡ししますので必ず内容をご確認の上、ご自身でご判断ください。」旨の文言
- ⑤ クローズド期間が設けられている場合は、「クローズド期間中は、換金することができません。」旨の文言
- ⑥ その他購入又は換金に際し、制限がある場合は、その旨

(2) 表示することが望ましい事項

- ① ファンドの概要
- ② 申込みに関する事項
- ③ 償還に関する事項
- ④ 解約（買取り）に関する事項（換金期日、解約（買取り）申込み手続き等）
- ⑤ 税制に関する事項

(3) 具体的な留意事項

投資信託等の広告等を行う場合における具体的な留意事項は、下記のとおりである。

- ① 「目論見書の入手方法・入手場所」を表示する場合

目論見書を提供する者が複数ある場合であっても、すべての会社の会社名等を表示する必要はなく、一の者の会社名等を表示することができる。

なお、その際の表示については、例えば、「目論見書は、〇〇〇会社まで」、「問い合わせ先は、〇〇〇会社まで」のように表示すること等が考えられる。

② 第三者機関の評価

評価機関等の第三者機関より取得した当該投資信託等に関する評価を表示する場合には、当該第三者機関の名称及び評価基準年月日を記し、併せて「当該評価は過去の一定期間の実績を分析したものであり、将来の運用成果等を保証したものではありません。」旨を表示する。

③ 第三者機関等のレポートの引用等

イ 販売用資料として第三者機関等の当該投資信託等に関する評価、分析、コメント等を引用した文書等を作成する場合には、当該第三者機関等の名称、文書の作成日、評価の対象期間と併せて「将来の運用成果等を保証するものではない。」旨を表示する。

ロ 販売用資料として第三者機関等が作成した当該投資信託等に関する評価・分析等が記載されている文書等を使用する場合には、「当該評価は過去の一定期間の実績を分析したものであり、将来の運用成果等を保証したものではありません。」旨を表示する。

④ 市場環境等についての評価、分析等の表示

調査機関より取得した当該投資信託等の投資対象に関する市場環境等についての評価、分析等を表示する場合には、当該調査機関の名称等と併せてその根拠となる客観的な事実やデータ等を表示し、客観的な表現になるよう留意する。また、併せて「将来の運用成果等を保証するものではない。」旨を表示する。

⑤ 運用手法等の表示

当該投資信託等の運用手法や投資対象によって生じる価格変動要因等を説明する場合には、客観的かつ分かり易い表現に留意する。また、併せてモデル図等を表示する場合には、その根拠となる計算例等を表示する等、客観性に留意し、投資者に誤解を与えるような表示を用いてはならない。

⑥ 運用実績等の表示

イ 直近から過去3年以上（当初設定後3年未満のものは当該設定以降）継続した期間のデータを表示することとし、運用実績の一部を強調する等により投資者に誤解を与えるような表示はこれを慎むこと。この場合、当該実績の計算期間と併せて「当該実績は過去のものであり、将来の運用成果等を保証するものではない」旨を表示する。
なお、当初設定後6か月に満たない投資信託等の年換算利回りは表示しない。

ロ 日々実績分配を行う追加型公社債投信又は分配は行わないが運用内容が同様のものにおいて実績を表示する場合には、直近7日間の年換算利回り（又は月単位の平均実績を併記したもの）を表示する。この場合、当該実績の計算期間と併せて「当該実績は過去のものであり、将来の運用成果等を保証するものではない。」旨を表示する。

ハ 運用実績等を表示する場合には、当該運用実績等が税引前のものであるか税引後のものであるかを明示すること。また、解約に際し手数料等が徴求される場合には、手数料等を差し引く前のものであるか差し引いた後のものであるかを明示すること。

ニ 外貨建投資信託について運用実績等を表示する場合には、当該運用実績等に係る通貨を明示すること。また、円換算している場合には、換算レートを明示すること。

ホ 過去の運用実績と市場指数等を対比して表示する場合には当該市場指数等の名称を表示する。また、独自の合成指数等を使用する場合には、併せてその計算式、計算の

根拠を表示する。

⑦ 分配金の表示

イ 分配金の一部又はすべてが元本の一部払い戻しに相当する場合があることについてわかりやすく表示するよう留意する。

※ 「投資信託及び投資法人に係る運用報告書等に関する規則」等の一部改正の実施以降（平成24年6月1日以降）に作成する広告等において特別分配金について表示する場合は、運用報告書や交付目論見書における表示と同様に、「特別分配金」を「元本払戻金（特別分配金）」と表示することが望ましい。

ロ 分配金を表示する場合には、分配金の対象期間における分配金込みの基準価額の推移も考慮し、当該投資信託の運用実績について投資者が適切に判断できるよう留意すること。

※ 毎月分配型投信の表示については、「⑬毎月分配型・通貨選択型投資信託の表示」も参照すること。

ハ 税引前のものであるか税引後のものであるかを明示すること。

ニ 分配金の実績を過度に強調し、表示された分配金があたかも受取れるとの誤解を生じさせないように留意すること。

例えば「運用状況によっては、分配金額が変わる場合、又は分配金が支払われない場合がある」旨の注意を表示する。

⑧ 運用方針等の表示

当該投資信託等の運用担当者の今後の運用方針等を表示する場合には、当該運用担当者の判断の根拠となった客観的なデータ等やその出典等を表示するとともに、過度に恣意的な表現を慎むことに留意し、併せて「将来の市場環境の変動等により、当該運用方針が変更される場合がある。」旨の注意を表示する。

⑨ 投資信託等の名称等の表示

有価証券届出書に記載された当該投資信託等の名称を表示する。なお、当該投資信託等の愛称（ニックネーム）を記載する場合には、有価証券届出書に記載されている範囲にとどめること。

⑩ 元本確保型投資信託（店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託を除く。）の表示

目論見書に元本を確保する旨を表示している投資信託（店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託を除く。）においては、元本確保の定義や条件を併記する等、元本の安全性について顧客に誤認されることのないよう留意する。

⑪ 店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託の表示

店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託に関する規則第2条に規定する投資信託（以下「店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託」という。）に関する表示を行う場合には、顧客に元本の安全性や商品の有するリスク特性等について誤認されることのないよう、同規則及び細則の規定を踏まえた表示を行うこと、及び次の点も踏まえた表示を行うことに留意する。

イ. 店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託に該当する場合、原則として名称の

前方に「複雑な投資信託」と表示したうえで、名称の近くの顧客の目につきやすい箇所にわかりやすくリスク特性について表示を行う。

※「複雑な投資信託」の表示にあたっては、文字のサイズ、色やフォントを変えるなど、顧客の目につきやすい工夫を施すことが考えられる。

※リスク特性の表示にあたっては、特に「デリバティブ取引を内包していること」「元本を大きく毀損する可能性があること」について表示を行う。例えば「本商品はデリバティブを組み込んでおり、元本を大きく毀損する可能性があります」と明示することが考えられる。

ロ. 店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託に該当する場合、当該投資信託への投資が向かない顧客の属性及び資金の性質について、資料の最上部（ヘッダー部）に枠囲いで記載するなど、目につきやすい場所に目立つように表示する。

※投資が向かない顧客の属性及び資金の性質については、商品特性等に応じ、端的にわかりやすい文言となるよう留意する。例えば、**投資初心者向けの商品ではありません**及び**長期の安定的な資産形成に適した商品ではありません**と表示することが考えられる。

ハ. 店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託の商品の仕組み（スキーム）についてわかりやすく表示する。特に、参照指標に応じて分配金や償還金の変動する条項が付されている場合や早期償還条項が付されている場合には、必要に応じて次の（イ）及び（ロ）の表示を行うことが考えられる。

（イ）商品の仕組み（スキーム）についてわかりやすく表示する

※商品例（条件例）を具体的に示し、計算例を記載するなど、できる限り具体的な表示に努める。

※特にロックイン条項が付されている場合は、ロックインが生じた場合と生じなかった場合の償還損益及び償還方法の違いについて明確に表示する。参照指標が複数の場合は、それぞれの指標に対するロックイン条件を明確に表示する。

※早期償還条項が設定されている場合は、その旨及び早期償還となる条件（ロックアウト条件、発行体によるコール条項等）を明確に記載するとともに、早期償還した場合にはその後の金利が受け取れなくなることを表示する。

※ロックイン条項や早期償還条項が付されている場合には、広告のスペースに応じて、例えば以下のような対応を行うことも考えられる。

- ・ 専門用語に必要に応じて解説をつける等、顧客に対してわかりやすく表示する
- ・ ロックイン条項や早期償還条項の内容について図表を用いて説明する
- ・ 早期償還後には、同等の条件での投資ができるとは限らない旨を表示する

（ロ）初回利率を過度に強調した表示を行わない。

※ステップダウン債や初回のみ固定利率、2回目以降変動利率となるような債券に関し、初回利率のみを過度に強調し、投資者に初回利金が得られ続ける商品であるといった誤解を生じさせる可能性のある表示は行わない。

※デジタルクーポン型である場合は、高金利の数値（利率等）を強調した表示は行わない。例えば、高金利と低金利の数値（利率等）は同レベル（フォントサイズ、

色、文字装飾等)で表示する。

ニ. 店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託の名称に「元本確保型」の表示は用いない。

ホ. 元本欠損のおそれや、基準価額の変動リスクが小さいかの如き誤解を与えるおそれのある名称は用いない。

ヘ. 商品性の説明表示において、「元本確保」のみを強調する表示は行わない。例えば、元本確保の定義や条件が容易に理解できるように表示し、当該条件を満たさなくなった場合のリスクについて明確に表示する。

ト. 「店頭デリバティブ取引等に関する確認書」受け入れのための説明資料として作成する場合は、店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託に関する規則第6条に掲げる事項の表示を行った上で、当該「確認書」の各確認事項欄に説明資料の該当ページ数や項目番号を記載するなどして、当該「確認書」と説明資料が関連付けられた表示となるよう留意する。

⑫ レバレッジをかけることを運用方針としている投資信託の表示

「受益証券等の直接募集等に関する規則」第4条第3項に規定するレバレッジ投資信託に関して、正会員において「確認書」を受け入れることとしている場合で、当該「確認書」受け入れのための説明資料として広告等を作成する場合には、「店頭デリバティブ取引に類する複雑な投資信託に関する規則」第6条を参考にして必要と考える事項を表示する。

⑬ 毎月分配型・通貨選択型投資信託の表示

毎月分配型投資信託及び通貨選択型投資信託に関する表示を行う場合は、平成23年7月22日付日本証券業協会通知「投資信託の販売・勧誘時における説明態勢について」及び平成23年8月2日付日本証券業協会通知「毎月分配型」及び「通貨選択型」投資信託のリーフレット参考例の御送付について」の趣旨を踏まえ、説明態勢の充実の観点から、次に掲げる事項に留意すること。

イ 毎月分配型投資信託の分配金の説明に関する表示

毎月分配型投資信託の分配金の説明について表示する場合は、目論見書に記載されている「収益分配金に関する留意事項を参考に、顧客に預金の利息と同様のものであるとの誤解を与えないよう、当該広告等の記載内容に応じて、以下の事項を表示することが望ましい。また、表示に当たっては、図・表・グラフ等を用いる等できる限りわかりやすい表示となるよう留意すること。

- ・ 分配金は預貯金の利息とは異なり、投資信託の純資産から支払われること
- ・ 分配金は計算期間中に発生した収益を超えて支払われる場合があること
- ・ 受益者の購入価額によっては、分配金の一部ないしすべてが、実質的には元本の一部払い戻しに相当する場合があること

ロ 通貨選択型投資信託の収益の説明に関する表示

通貨選択型投資信託の収益の説明について表示する場合は、目論見書の記載を参考に、どのような場合に収益を得られ、どのような場合に損失やコストが発生するのかについて、当該広告等の記載内容に応じて、以下の事項を表示することが望ましい。

また、表示に当たっては、図・表・グラフ等を用いる等できる限りわかりやすい表示となるよう留意すること。

- ・ 通貨選択型投資信託の運用の仕組み（資金の流れのイメージ）
- ・ 運用対象資産の値上がり／値下がり、為替取引によるプレミアム（金利差相当分の収益）／コスト（金利差相当分の費用）、為替差益／差損による収益又は損失の関係

ハ 販売手数料に関する表示

毎月分配型投資信託及び通貨選択型投資信託の販売手数料に関する表示を行う場合は、当該広告等の記載内容に応じて、手数料率の表示にとどまらず、手数料の徴収方法や購入金額に対する手数料の金額例を記載するなどにより、できる限りわかりやすい表示を行うことが望ましい。

(4) リスク・リターンの商品分類図の表示

正会員又は販売会社による当該投資信託のリスク・リターンの商品分類図等を使用する場合には、当該分類は、評価機関等の第三者機関より取得した評価ではないことから、その客観性について誤解を避けるため、その表示に際しては、「当該分類は、当該投資信託等の約款に記載された運用の指図範囲等に基づき、当社（又は〇〇〇会社）が分類したものであり、将来の運用成果等を保証したものではありません。」旨を表示すること。

また、他社が分類したリスク・リターンの商品分類図等を使用する場合には、当該他社の了解を得るものとする。

なお、正会員がリスク・リターンの商品分類図を作成する場合は、Ⅳに定める具体的要領によるものとする。

(5) 景品類の提供についての表示

景品類の提供を表示する場合には、商品性を誤解させたり、過度に扇動的な表現とならないよう留意する。

2 販売用資料等の使用に当たっての留意事項

(1) 使用媒体

販売用資料が使用できる媒体については制約が設けられていない。

(2) 説明会用資料等の使用

投資者向けの説明会等において使用する資料等についても、その内容又は使用方法によって販売用資料に該当する場合がある。

(3) 有価証券届出書の提出後の使用

販売用資料は、有価証券届出書の提出後、効力発生の前後に係わらず、使用することが可能である。

(4) 正会員が作成する投資信託の運用状況レポート等の使用

「必要表示事項」が表示されていない正会員が作成する投資信託の運用状況レポート等を広告等として顧客に交付するときは、「必要表示事項」が表示された資料と併せて交付すれば、「必要表示事項」を表示しているものと考えられる。【パブコメ No. 53, 258】

(5) 毎月分配型・通貨選択型投資信託に関する説明資料の使用

平成23年8月2日付日本証券業協会通知「毎月分配型」及び「通貨選択型」投資信託のリーフレット参考例の御送付について」で掲示されたリーフレット参考例に記載された内容の範囲で行う表示は広告等には該当しないものと考えられるが、他の資料に組み込んで使用する、又は記載内容を追加して使用する場合は広告等となる場合があることに留意する。【パブコメ No. 53、「金融商品取引法の疑問に答えます」質問⑥】

3 ランキングの表示に当たっての留意事項

投資信託の広告等において、ランキングを表示する場合には、誤解を与えることのないよう、次に掲げる事項について留意する必要がある。

(1) 抽出基準

ランキングの抽出基準を、次の点に留意して、表示する。

- ① ランキングタイトルを表示する場合は、その抽出基準について誤解を与えるようなタイトルとしないこと。
- ② ランキングの抽出対象範囲を表示すること。特にランキング表示対象であるにも関わらず、除外した投資信託がある場合、その旨を明示すること。
(例) 買付金額ランキングの抽出対象範囲は、当社が取扱う全ての投資信託です。なお、MRF等一部の投資信託は除外しています。
- ③ ランキングの抽出対象期間を表示すること。

(2) その他留意事項

その他、留意すべき点があれば、必要に応じて、表示する。

Ⅲ E T F（上場投資信託）、R E I T（上場不動産投資証券）及びインフラファンド

1 総論

E T F（上場投資信託）、R E I T（上場不動産投資証券）及びインフラファンドの販売は、他の投資信託とは違い、通常、募集又は売出しの方法ではなく、株式と同様に金融商品取引所等における売買の方法で行われるが、正会員が、E T F、R E I T及びインフラファンドの広告等を行うに当たっての留意事項は以下のとおりである。

なお、募集又は売出しに際し広告等を行う場合には、E T Fにあつては前記「Ⅱ 投資信託等」、R E I Tにあつては下記「2 R E I T及びインフラファンドの募集又は売出しにおける広告等」により行うものとする。

2 REIT及びインフラファンドの募集又は売出しにおける広告等

(1) 必要表示事項

販売用資料を使用して募集又は売出しが行われるREIT及びインフラファンドの広告等を行う場合には、必ず次に掲げる項目を表示する。

① 法定記載事項

法定記載事項（第1部法令諸規則の概要 1 広告等の定義等（※2）「広告等における表示事項」参照。以下同じ。）のうち、指標変動による損失については

- ・ 価格変動リスクに関する文言
 - ・ 外貨建証券の場合、為替リスクに関する文言
- を記載する必要があると考えられる。

② 当該投資法人の名称

③ 目論見書の入手方法・入手場所（目論見書を作成する場合に限る）

④ 「投資判断は、目論見書を見て行うべき旨」の文言（目論見書を作成する場合に限る）

(2) 表示することが望ましい事項

① 目論見書における募集（売出し）要項に関する事項（目論見書を作成する場合に限る）

(3) 具体的な留意事項

① 「目論見書の入手方法・入手場所」を表示する場合

目論見書を提供する者が複数ある場合であっても、すべての会社の会社名等を表示する必要はなく、一の者の会社名等を表示することができる。

なお、その際の表示については、例えば、「目論見書は、〇〇〇会社まで」、「問い合わせ先は、〇〇〇会社まで」のように表示すること等が考えられる。

② 当該投資証券の発行会社が開示した業績予想等を表示する場合

広告等として当該投資証券の発行会社が金融商品取引所又は認可金融商品取引業協会の規則により開示した業績予想等を表示する場合には、発行会社が開示した業績予想等である旨、発行会社が開示した業績予想等の根拠となる前提（例えば、〇年〇月〇日開示された決算短信あるいはプレス・リリースに記載された業績予想等である旨等）及び「将来の投資証券の価格等を保証するものではない。」旨についても併せて表示すること。

③ 自社又は第三者による評価又は分析

自社又は第三者による当該投資証券の評価、分析は表示しないこと。

④ 景品類の提供についての広告等

投資証券の個別銘柄に関して、景品類の提供（懸賞による場合を含む。）を行う旨の表示は行わないよう留意すること。

(4) 具体的事例の紹介

例えば、目論見書の記載から抜粋する等により下記項目を誤りなく表示した広告（いわゆる墓石広告を含む。）は、一般的には虚偽の表示又は誤解を生じさせる表示に該当しな

いものと考えてるが、下記①及び②以外の事項を併せて表示した場合や文字のバランス等によっては、虚偽の表示又は誤解を生じさせる表示に該当する可能性もあるので十分留意する。

なお、いわゆる「墓石広告」を作成する場合は、下記①及び②の記載事項を参考とすること。

また、目論見書を作成しない売出しに際して使用する「募集要項」を作成する場合は、下記①及び②から該当する項目について記載すること。

① 必要表示事項

イ 法定記載事項

法定記載事項のうち、指標変動による損失については

- ・ 価格変動リスクに関する文言
 - ・ 外貨建証券の場合、為替リスクに関する文言
- を記載する必要があると考える。

ロ 当該投資法人の名称

ハ 目論見書の入手方法・入手場所（目論見書を作成しない場合には、営業所の所在地・電話番号等）

ニ 「投資判断は、目論見書を見て行うべき旨」の文言（目論見書を作成する場合に限る）

ホ 「目論見書が作成されない旨」の文言（目論見書を作成しない場合に限る）

② 上記①以外に追加表示として考えられる例

イ 銘柄コード

ロ 上場市場

ハ 申込投資証券数単位

ニ ブックビルディング（需要申告）期間

ホ 仮条件決定日

へ 募集（売出し）価格（仮条件含む）

ト 募集又は売出し数

チ 申込期間

リ 上場予定日若しくは受渡期日（売買開始日）

ヌ 引受シ団

ル 資金使途

ヲ ロックアップに関する説明

ワ ブックビルディングの説明及びブックビルディングに際しての留意事項

3 ETFの表示項目

(1) 必要表示事項

ETFの広告等を作成する場合には、必ず次に掲げる項目を表示する。

① 法定記載事項

イ 法定記載事項のうち、指標変動による損失については

- ・ 当該E T F自身の価格変動リスクに関する文言
 - ・ 外貨建て証券の場合、為替リスクに関する文言
- を記載する必要があると考えられる。

※ 価格変動リスクについては当該E T F自身の価格変動に加え、連動する指数等の変動による価格変動リスクがある旨を記載することが望ましいと考えられる。

なお、銘柄名や連動する指数の名称から、当該指数が影響を受ける株価、金利、為替、商品等の金融指標がわかり難い場合には、連動する指数の種類（例えば、株価指数、金利指数、債券指数、為替指数、商品指数など）を表示することが望ましいと考えられる。

※ E T Fのうち債券を裏づけ資産とするものの広告等において、商品性に関し言及する場合には、信用リスクについて適宜記載することが望ましいと考えられる。

ロ レバレッジ指標等に関する金融商品取引行為に係る法定記載事項のうち、「当該レバレッジ指標等の変動率とその原指標の変動率に一定の数を乗じて得た率とに差が生ずることとなるおそれがある旨とその理由」については、例えば、「レバレッジ指標の上昇率・下落率は、2営業日以上の場合、同期間の原指数の上昇率・下落率の●倍とは通常一致せず、それが長期にわたり継続することにより、期待した投資成果が得られないおそれがあります。」など、必要に応じて、図などを用いてわかりやすく記載することが考えられる。

また、「当該レバレッジ指標等に関する有価証券に対する投資が中長期的な投資の目的に適合しない旨とその理由」については、例えば、上記で説明した事項を理由として、「上記の理由から、一般的に長期間の投資には向かず、比較的短期間の市況の値動きを捉えるための投資に向いている金融商品です。」などのように記載することが考えられる。

- ② 銘柄名（類似商品がある場合は、銘柄コード等を記載し、誤解を生じさせないように留意する。）
- ③ 連動する指数等の名称（銘柄名により連動する指数等の名称が明らかな場合は省略可）
- ④ 商品現物型E T Fである場合はその旨を表示する。

（2） 表示することが望ましい事項

- ① 上場している金融商品取引所又は外国金融商品取引所
- ② 投資方針
- ③ 連動する指数等の内容
- ④ ファンドの関係法人（委託会社、受託会社等）
- ⑤ 分配方針
- ⑥ ファンドの費用に関する事項（信託報酬等）
- ⑦ 税制に関する事項

4 E T Fに係る留意事項

（1） リンク債及びO T Cデリバティブ取引に投資するE T Fの表示に関する留意事項

リンク債及びOTCデリバティブ取引に投資するETFは、当該ETFの価格変動及び連動する指数の変動による価格変動リスクのほか、リンク債の発行者やデリバティブ取引契約の相手方等に関する信用リスクを有している。

当該ETFが上場されている金融商品取引所のホームページ等には、信用リスクに関する説明ページ（以下「説明ページ」という。）が設けられているので、当該ETFの商品性について説明する広告等を作成する場合には、説明ページ等の案内（URLの記載等）を表示することが望ましい。

(2) エンハンス型指標又はレバレッジ型・インバース型指標に連動するETFの表示に関する留意事項

エンハンス型指標又はレバレッジ型・インバース型指標に連動するETFの商品性やリスクを十分に理解しないまま投資を行った場合、その後の価格の変動が顧客にとって思いもかけぬものとなり、その結果、想定以上の損失を被ったり、期待どおりの利益を得られなかったりする場合も考えられる。

当該ETFの商品性について説明する広告等を作成する場合には、当該広告における商品性の説明に係る表示に加え、当該ETFが上場されている金融商品取引所のホームページ等に設けられた説明ページ等の案内（URLの記載等）を表示することが考えられる。

また、レバレッジ型・インバース型指標に連動するETFの広告等の場合には、上記「3. ETFの表示項目(1)必要表示事項①法定記載事項」のロに掲げる事項を法定記載事項として記載する必要があることに留意する。

5 REITの表示項目

(1) 必要表示事項

① 法定記載事項

法定記載事項のうち、指標変動による損失については

- ・ 価格変動リスクに関する文言

を記載する必要があると考えられる。

価格変動リスクについては当該REIT自身の価格変動のほか、運用する不動産の価格や収益力の変動により、投資元本を割り込むおそれがある旨を表示する。

② 投資法人の名称

③ 主な投資対象の種類（例：オフィスビル、商業施設等）

(2) 表示することが望ましい事項

① 上場している金融商品取引所又は外国金融商品取引所

② 投資方針

③ 投資対象の詳細

④ リスクの詳細

⑤ ファンドの関係法人（資産運用会社、事務受託会社、資産保管会社等）

⑥ 分配方針

- ⑦ ファンドの費用に関する事項（管理報酬等）
- ⑧ 税制に関する事項

6 インフラファンドの表示項目

(1) 必要表示事項

① 法定記載事項

法定記載事項のうち、指標変動による損失については

- ・ 価格変動リスクに関する文言

を記載する必要があると考えられる。

価格変動リスクについては当該インフラファンド自身の価格変動のほか、運用するインフラ資産等の価格や収益力の変動により、投資元本を割り込むおそれがある旨を表示する。

② 銘柄名

③ 主な投資対象の種類（例：再生可能エネルギー発電設備、公共施設等運営権 等）

(2) 表示することが望ましい事項

① 上場している金融商品取引所又は外国金融商品取引所

② 投資方針

③ 投資法人の資産保有形態（直接保有、間接保有）

④ 投資対象の詳細

⑤ リスクの詳細

⑥ ファンドの関係法人（資産運用会社、オペレーター、事務受託会社、資産保管会社等）

⑦ 分配方針

⑧ ファンドの費用に関する事項（管理報酬等）

⑨ 税制に関する事項（※）

※ 平成 27 年 11 月現在の税制において、投資法人が再生可能エネルギー発電設備を直接保有するインフラファンドにおいては、導管性要件の時限的な措置により、将来、投資法人への課税が適用される旨などファンドの法人税制に関する事項を含む。

7 REIT及びインフラファンドに係る留意事項

(1) 「注目銘柄」等に関する表示

REIT及びインフラファンドについて、自社が選定した「注目銘柄」等として定期刊行物、パンフレット、リーフレット、及びホームページ等により広告等を行う場合には、日本証券業協会「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」第12条第1項に規定する「主観的又は恣意的な情報提供となる特定銘柄の有価証券の一律集中的推奨」及び大量推奨販売に該当しないよう、「注目銘柄」等に関する表示については、日本証券業協会「広告等に関する指針」の「Ⅱ. 株式. 2. セカンダリーにおける広告等（1）個別企業の紹介③『注目銘柄』等の表示に関する留意事項 イ大量推奨販売等」(*)を参考にして表示する。また、分配金に関する広告等を行う場合も同様とする。

(*) 〈参考〉

日本証券業協会「広告等に関する指針」

「Ⅱ. 株式. 2. セカンダリーにおける広告等 (1) 個別企業の紹介 ③『注目銘柄』等の表示に関する留意事項

イ. 大量推奨販売等

自社が選定した「注目銘柄」、「選定銘柄」、「参考銘柄」等(以下『「注目銘柄」等』という。)について、定期刊行物、パンフレット、リーフレット、及びホームページ等により広告等を行う場合には、その株式の大量買付が行われることで公正な価格形成が損なわれ、金商業等府令第117条第1項第17号又は第18号に規定する不特定かつ多数の者に対する特定少数銘柄の行き過ぎた大量推奨販売に該当することや、協会の「協会の投資勧誘、顧客管理等に関する規則」(以下「投資勧誘規則」という。)第12条第1項に規定する「主観的又は恣意的な情報提供となる特定銘柄の有価証券の一律集中的推奨」に該当することがないように留意する。特に、媒体や期間(どの程度の者の目や耳に留まるか)、表示の内容(客観的事実のみか、主観を含むか等)、広告等を行う銘柄数や当該銘柄の流動性、広告等を提供する者の数等を勘案し、大量推奨販売や一律集中的推奨に該当する蓋然性が高いと考えられる場合は「注目銘柄」等の表示を行わない。

例えば、新聞、ラジオ、テレビは極めて多数の者に対して表示され、かつその表示スペースや表示時間を考えると、選定理由等の表示が容易でないことが多いと考えられるため「注目銘柄」等の表示を行わないことが考えられる。また、雑誌等の書籍についても、発行部数や発行期間、表示の掲載スペース等を勘案し、大量推奨販売や一律集中的推奨に該当する蓋然性が高いと考えられる場合は「注目銘柄」等の表示を行わない。

インターネットのホームページ(特定の会員のみが利用するウェブサイトを含む。)等に関しても、同様に掲載箇所や掲載期間、利用者数、アクセスの容易さ、表示の内容等を考慮し、大量推奨販売や一律集中的推奨に該当する蓋然性が高いと考えられる場合は「注目銘柄」等の表示を行わない。

これらは、株主優待制度に関する広告等を行う場合も同様とする。

そのうえで、「注目銘柄」等の表示を行う場合には、広告等を行う媒体や当該広告等を閲覧する対象者数等も考慮したうえで、「注目銘柄」等を選定した理由や基準に加えて、必要に応じて銘柄選定は最終的には投資者ご自身で行っていただくこと等を当該広告等において分かりやすく記載する。

(2) 法人関係情報の有無等の確認

あらかじめ法人関係情報の有無等について売買審査部門で確認を受けたものでなければ、広告等を行ってはならない。

(3) 個別銘柄に関する景品類の提供の禁止

REIT及びインフラファンドの個別銘柄に関して、景品類の提供(懸賞による場合を含む。)を行う旨の表示は行わない。

(4) 利回り表示

REIT及びインフラファンドの配当利回りを表示する場合は、日本証券業協会の「広告等に関する指針」中、「Ⅱ. 株式 2. セカンダリーにおける広告等 (1) ② ホ※」の留意事項を参考にして表示する。

※ 日本証券業協会「広告等に関する指針」の該当箇所

ホ. 配当の表示等に関する事項

- ・ 1株当たり「金額」(円銭)で表示する(配当率を併記することは可)。
- ・ 配当利回りを表示する場合、計算根拠となる株価及び配当金額を併せて表示する。
- ・ 配当が予想値である場合、その旨及び当該予想値を算出した者(例:発行会社予想等)を表示する。

(注) 株主優待制度の優待内容については、利回り及び配当と合算した利回り表示は行わない。また、配当金額と優待内容を金銭換算した額を合算した金額の表示は行わない。

(例) 「1,000株当たり2,000円相当の食事券」等 …… 可
「2,000円相当の食事券を利回りに換算すると年〇〇%になります。」等
…… 不可

IV 投資信託等のリスク・リターンの商品分類の作成

投資信託等の募集等の勧誘に当たり、投資者に投資信託等がリスク商品でありその度合いは商品の種類によって異なることを認識してもらう観点から法定目論見書を補完する資料として、投資信託委託業者等は自社の責任において、次に定める要領により商品分類図を作成し、募集等の勧誘の対象となる自社の投資信託等がいずれの分類に属するものであるかを投資者に明示することができるものとする。

当該分類図を作成する場合には、「資料に記載している夫々の投資信託等の位置付けは投資信託委託業者等が運用に当たって想定している当該投資信託等のリスク度合いを相対的に明示しているものであり、将来の運用成果等を保証するものではない。」及び「本資料は販売用資料であり、購入する際は必ず目論見書をご覧ください。」旨の文言を記載するものとする。

なお、商品分類図については、投資者の誤認を防止する観点から、複数の投資信託委託業者等の投資信託等を一表にまとめたものは作成しないものとする。

(1) 作成要領

「投資信託等のリスク・リターンの商品分類図の作成について」の具体的要領

① 群の名称及び説明

投資信託等を以下(別図参照)の5群に分類する。

I 群 … 安定重視型

安定した利回りを目標として運用するファンドです。従って、基準価額の変動が極めて小さい性格のファンドですが、元本が保証されているわけではありません。

II 群 … 利回り追求型

利回り向上を目標として運用するファンドです。従って、基準価額の変動が小さい性格のファンドです。

III 群 … 値上がり益・利回り追求型

値上がり益追求・利回り追求を目標として運用するファンドです。従って、基準価額の変動が小さくない性格のファンドです。

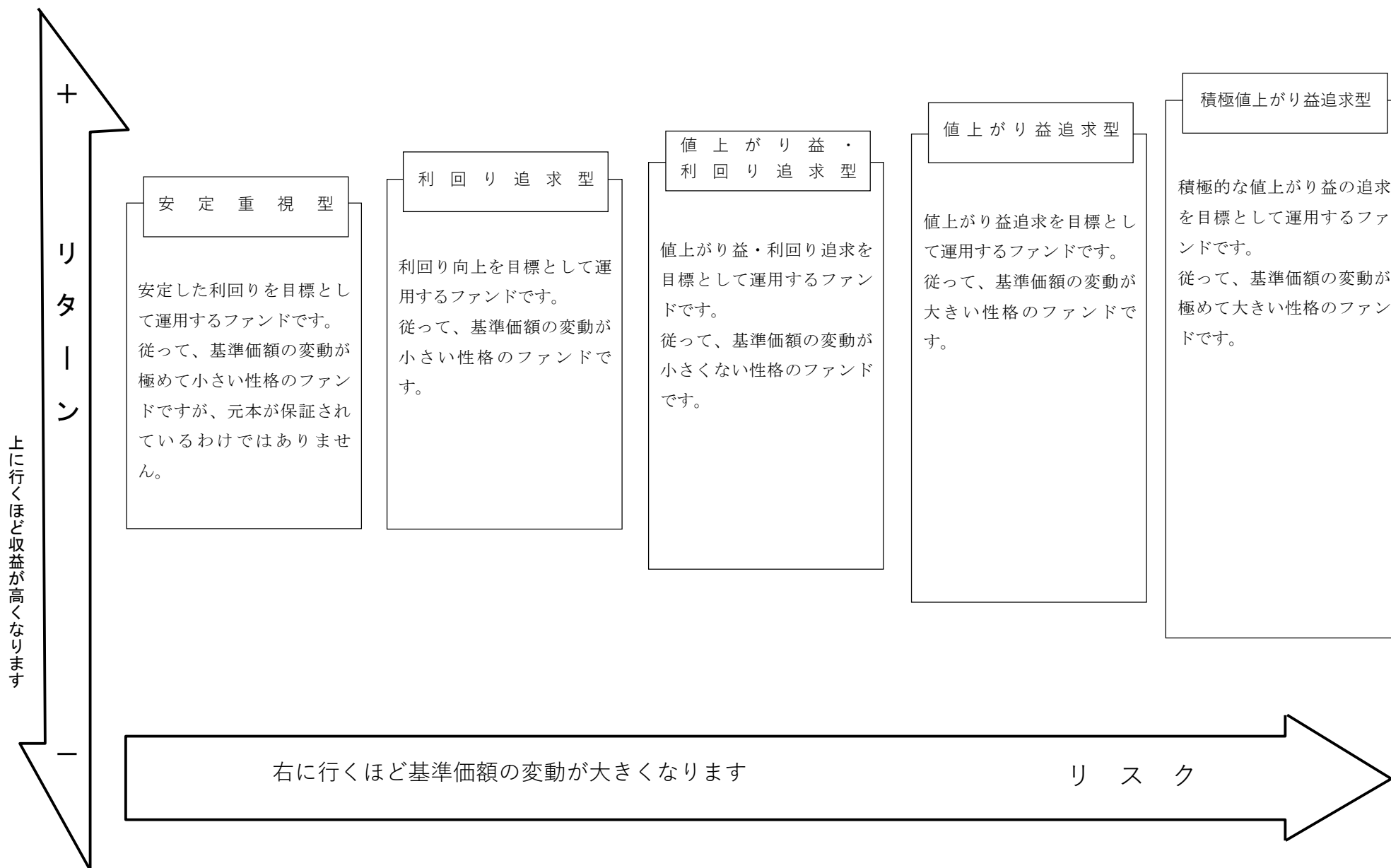
IV 群 … 値上がり益追求型

値上がり益追求を目標として運用するファンドです。従って、基準価額の変動が大きい性格のファンドです。

V 群 … 積極値上がり益追求型

積極的な値上がり益の追求を目標として運用するファンドです。従って、基準価額の変動が極めて大きい性格のファンドです。

(2) 別図



附 則

この改正ガイドラインは、平成16年5月1日から実施する。

附 則

- 1 この改正は、平成18年10月13日から実施する。
- 2 改正後の規定を適用する広告等は、会員が改正後の規定を踏まえ、速やかに社内体制等を整備した後、新たに企画・制作する広告等とする。

附 則

この改正は、平成24年5月17日から実施する。

附 則

この改正は、平成25年2月21日から実施する。

附 則

この改正は、平成25年12月12日から実施する。

附 則

この改正は、平成26年7月15日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 2 (1) 見出しを改正し、(2)を新設。
- (2) 第2部 I 6 (1)、(2)、8見出しを改正。
- (3) 第2部 I 旧9を改正し、8(4)に繰り上げ、9を新設。
- (4) 第2部 I 14 (2)、(6)①ハ、②ハを改正し、(7)を新設。

附 則

この改正は、平成27年11月12日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 2 (1) ③を新設。③から⑥を繰り下げ。参照箇所を追加。15を新設。
- (2) 第2部 II 3を新設。
- (3) 第2部 III 見出しを改正。1、2を改正。6を新設。
6を繰り下げ見出しを改正。7(1)、(3)、(4)を改正

附 則

この改正は、平成28年1月14日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 1及び15を改正。

附 則

この改正ガイドラインは、平成16年5月1日から実施する。

附 則

- 1 この改正は、平成18年10月13日から実施する。
- 2 改正後の規定を適用する広告等は、会員が改正後の規定を踏まえ、速やかに社内体制等を整備した後、新たに企画・制作する広告等とする。

附 則

この改正は、平成24年5月17日から実施する。

附 則

この改正は、平成25年2月21日から実施する。

附 則

この改正は、平成25年12月12日から実施する。

附 則

この改正は、平成26年7月15日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 2 (1) 見出しを改正し、(2)を新設。
- (2) 第2部 I 6 (1)、(2)、8見出しを改正。
- (3) 第2部 I 旧9を改正し、8(4)に繰り上げ、9を新設。
- (4) 第2部 I 14 (2)、(6)①ハ、②ハを改正し、(7)を新設。

附 則

この改正は、平成27年11月12日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 2 (1) ③を新設。③から⑥を繰り下げ。参照箇所を追加。15を新設。
- (2) 第2部 II 3を新設。
- (3) 第2部 III 見出しを改正。1、2を改正。6を新設。
6を繰り下げ見出しを改正。7(1)、(3)、(4)を改正

附 則

この改正は、平成28年1月14日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 1及び15を改正。

附 則

この改正は、平成30年12月13日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 2 ③、6、15を改正。

附 則

この改正は、令和3年9月9日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第1部 1 ③ニ、2 ④、5 (3)、6 〈参考〉 広告等の該当性 4 (2) ③及び④を改正。
- (2) 第2部 I 6を改正。10を新設。10～16を繰り下げ。
- (3) 第2部 III 7 (1)を改正。

附 則

この改正は、令和4年1月24日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第1部 1 (2) (※2) ③ホ及び(5) ⑧を新設。
- (2) 第2部 I 4を改正。
- (3) 第2部 II 1 (1) ①ハを新設。
- (4) III 3 (1) ①ロを新設、4 (2)を改正。

附 則

この改正は、令和5年7月1日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- (1) 第2部 I 2 (2) 及び同(注)、15 (7) 及び同(注)を修正。
- (2) 第2部 II 1 (3) ⑩を改正。

附 則

この改正は、令和6年2月8日から実施する。

*改正条項は、次のとおりである。

- 第2部 I 4及び16を改正し、同16の(注1)及び(注2)を削除。