

第 3 0 回 広 報 委 員 会

日本商品先物振興協会

日 時 平成21年 2 月 4 日 (水) 14:00～

場 所 先物協会 会議室

議 題 1. 来年度における広報事業について
そ の 他

以 上

平成21年度事業計画・収支予算策定の基本方針

(平成21年1月22日 理事会決定)

「産業インフラ」として位置づけられるべき商品先物市場の利用文化を、産業界・経済界に定着させ、商品先物市場の機能の見直しとその活用により日本経済の活性化に貢献し寄与する業界を目指す。

(現時点をわが国商品先物市場消失の最大の危機ととらえ、「見直そう商品先物市場」キャンペーンにより、社会貢献できる流動性回復と受託等業務の活力を取り戻し、競争力強化を図る。)

1. 円滑な商品取引所法の改正と施行への協力

法改正の目指す方向とその影響の的確な把握に努め、わが国商品先物市場の競争力強化と市場振興に資する改正となるよう支援・協力し、もって円滑な改正法施行に取り組む。

2. 商品先物市場の活性化

市場の流動性の提供に資する施策及び市場参加者の費用低減に係る施策を検討し、関係機関等に実行を働きかけていく。

3. 商品先物取引の正しい知識の普及

日本経済に寄与する商品先物取引制度について、「見直そう商品先物市場」というフレーズでアピールし、正しい理解と利用知識の普及について、先物協会等関係機関と商品取引員、商品取引所とが連携して取り組む。

4. 必要最小限の事業遂行のための予算編成

商品先物市場の現状と会員の経営環境を踏まえ、必要最小限の事業遂行に要する予算編成とする。

5. その他

今後の商品先物取引制度に係る構造変化を踏まえつつ、当先物協会のあり方について根本から見直し、21年度中にあるべき方向を整理することとする。

以上

平成 21 年度事業計画・収支予算策定の考え方について

平成 21 年度以降の状況

会員経営に係る環境

- 法律改正関係（国内商品先物、海外商品先物、店頭商品取引の一本化）
 - 平成 21 年 4 月～5 月 改正商取法国会審議
 - 平成 21 年 5 月～平成 22 年 6 月 改正法施行令・施行規則の検討と公布
 - プロ・アマ区分と柔軟な規制構造、外国商品受託業者・店頭取引業の許可制、同商品仲介業の登録制等
 - ⇒ 業態の多様化、兼業業務多様化への支援のあり方(協会の役割)
- 東京工業品取引所の新取引システム稼働
 - 平成 21 年 5 月 7 日 新取引システムへの移行と夜間取引の開始等
- J C C H 清算参加者資格要件の引き上げ
 - 平成 21 年 9 月末 新清算参加者資格要件(純資産額 20 億円以上)の適用開始
 - 清算参加者と非清算参加者（取次、清算の他社委託）

先物振興協会の財務等概況

- 会費収入 20 年度会費収入は 1 億 5000 万円
- 財務状況 運営準備金 1 億 8500 万円（21 年 3 月末）
J C C H 出資金 1 億円

【参考】日本商品先物振興協会の事業目的等

(目的)

「本会は、時代の要請に即応した商品先物取引制度を整備するため、必要に応じて政府等に建議、要望を行うとともに、商品先物取引の正しい理解とその普及並びに信用の保持に努め、もって商品先物市場の健全な発展に資することを目的とする。」(定款第 3 条)

(事業)

目的を達成するため、次の事業を行う。

- (1) 商品先物取引制度の改善及び会員の経営改善に資する事業
- (2) 商品先物取引の健全な発展に資する研究及び調査並びに統計資料の作成
- (3) 商品先物取引の正しい理解の普及に資するための事業

本委員会における検討課題

課題1. 現在の業界環境の中で広報活動として何が求められているか。

1. 業の活性化ができない要因は何か。

- ① 商品先物市場の持つ公正な価格形成機能、ヘッジ機能、先行価格指標の提供機能などが理解されていない。(産業インフラとして認識・評価されていない。)
- ② 細かな勧誘規制が顧客への情報提供機会を制約している。
- ③ 取引のハイリスク性と委託者トラブルに起因する商品取引員への不信感からマイナスイメージが根深く定着してしまっている。

などを要因として、一般的に業界に対して否定的・消極的な姿勢・態度となっていると考えられる。

その結果、

- ① 商品取引員への積極的アクセスが少ない。
- ② 取引に消極的である。
- ③ 商品先物取引がヘッジツールとして利用されていない。
- ④ 顧客への情報提供の機会、顧客の情報アクセスの機会が狭められている。
- ⑤ 商品先物取引は「こわい」「近づきたくない」
- ⑥ 資産運用の対象として受け入れられていない。

2. 上記の要因に対し、業界に対して肯定的・能動的になってもらうために先物協会として取り組むべき広報は何か。

(1) 先物協会の広報として目指すべき方向

商品取引所法の改正・施行を機に、

- ① 産業インフラとしての商品先物市場の利用文化を産業界・経済界に定着させ、経済活性化に貢献する不可欠な存在にする。
- ② 当業者・ファンド等の事業者、判断力のある投資家の市場参加を促進させる。
- ③ 国民の信頼に足る商品取引受託業を確立し、対面営業における受託業務の活力を取り戻す。

(2) 広報の取組課題

「見直そう商品先物市場」を広報スローガンに日本経済に貢献する商品先物取引制度をアピールし、

- ① 商品先物市場の正しい理解の普及(認知度の向上)
- ② 商品先物市場の利用知識の普及
- ③ マイナスイメージの払拭

に取り組むことが必要と考えられる。

(3) 訴求対象別の広報媒体の選考

一般投資家に幅広く訴えていく媒体として、どのようなものがよいか。

- ① 新聞・雑誌
- ② テレビ・ラジオ
- ③ インターネット
- ④ 折込広告、等

(4) メッセージの発信手段

どのような手段で認識・理解してもらうか。

- ① インターネット・ホームページ (ホームページの周知方法は?)
- ② セミナー開催 (開催についての周知方法は?)
- ③ パンフレット・リーフレットの配付 (資料請求してもらうためには?)
- ④ ニュース・リリース (マス媒体に取り上げてもらうためには?)

【具体的広報事業(案)】 別紙1

上記(1)～(4)を踏まえつつ事務局案として提案する「具体的広報事業(案)」の考え方のポイントは二点に要約できる。

- ① 予算上の制約から、高額媒体の活用を最小限に絞り込んだこと。
- ② 継続的事業を中心に見直したこと。

(結果として、インターネット広報に重点を置いたものとなり、中高年層には薄く、若年層に対しては厚い事業となったきらいがある。)

課題 2. 法改正・制度改正を踏まえてどのような広報活動を展開するか。

事務局として、継続的事業を中心に展開していく中で、以下について業界としての共通メッセージの発信が極めて重要であり、「見直そう商品先物市場」という観点からのメッセージ性の強い広報活動を展開することが重要と考える。

- ① 今年予定されている法改正が、国内取引所取引のみを対象とした「商品取引所法」から、海外市場での商品先物取引や店頭における商品証拠金取引も規制対象とした、いわば「商品取引法」への大改正となる機会をとらえて、『見直しされる商品先物市場』とその方向について社会的認知を得る好機であること、また平成 22 年と予想される改正法施行までの間の『駆け込み的な非規制業者トラブル』による商品先物イメージの悪化懸念があることを踏まえて、どのように制度改正に係る広報を展開するか。
- ② 主務省、商品取引所、関係団体、商品取引員において、どのような役割分担をすれば全体として効率的な広報活動を展開できるか。
- ③ 法改正という一大イベントを市場振興にとっての一大ビジネスチャンスとする方策はあるか。

【法改正等に係る広報の取組（案）】

予算上の制約がある中で、法改正・制度改正についての広報を展開していくとすれば、以下の方法が考えられる。

1. 別紙 1 「具体的広報事業（案）」での広報展開

- ① 日経 CNBC 「デリバティブ・マーケット」番組内での特集企画
- ② 商品先物取引特集紙面での啓蒙
- ③ メディア PR（ニュース・リリース、メディア・キャラバン）における法改正に係る情報の提供

2. 別紙 1 以外での広報展開（追加予算が必要）

経済誌（東洋経済、ダイヤモンドなど）、投資情報誌（あるじゃん、マネージャパンなど）での記事広告の出稿

（参考）出稿料金：投資情報誌 1 ページ約 100 万円

以 上

別紙1 具体的広報事業(案)の概要

事業項目	事業の概要	予算額	20年度実施状況等
広報事業費(広報委員会開催費を含む総額)		万円 4,541	
1. 啓蒙セミナーの開催 (1) 投資家向けセミナー ① イベントでの協賛セミナー開催 ② ミニセミナーの継続的開催 (2) 事業者向けセミナー	「商品さきもの知識普及委員会」名で実施 強い集客が見込める大手メディアのセミナーイベントにおいて、取引所と共同で商品先物取引セミナーを開催。東京・大阪での開催を予定。 50~80名程度の投資家セミナーを定期的に開催 中小等の事業者を対象に商品先物取引の理解促進を図るセミナーを開催。		産経新聞社主催セミナー(東京・大阪)で「商品さきもの知識普及委員会セミナー」を開催(取引所と共同実施)。 〔新規事業〕 〔新規事業〕
2. インターネットによる啓蒙 (1) 普及委員会HP (2) 投資家応援ナビ (3) 協会HP	各コンテンツの拡充 「先輩投資家の声」を3人追加 協会活動状況等を継続して配信		20年10月から公開。 18年7月末から公開。20年度は「先輩投資家の声」5人追加。 「先物協会ニュース」の発行に代え、速報性のある業界ニュースを配信。
3. パンフレットの作成・配付 (1) 事業者向けパンフレット (2) 投資家向けパンフレット 税制リーフレット	ヘッジ利用促進のためのわかりやすいパンフレットを作成。事業者向けセミナー等で配付。 「はじめての商品先物取引」「商品先物取引と税金」を資料請求者等に配付。在庫で対応。		〔新規事業〕 「商品先物取引と税金」のみを増刷。
4. テレビ番組の提供	日経CNBC「デリバティブ・マーケット」の協会提供枠を縮小し、取引所との共同体制を継続。		15年6月から取引所と共同提供。商品先物取引相場及び相場展望等の情報を発信。
5. 新聞広告	継続して実施		商品先物取引特集紙面への協賛広告、業界専門紙への年賀・暑中広告を出稿。
6. メディアに対するPR活動	継続して実施(費用は減額)		PR会社を通じて以下の活動を実施。 ・メディア向け基礎資料(ファクトブック)の作成 ・協会事業に係るニュースリリースの配信 ・記者との情報交換(メディアキャラバン) ・業界関連記事のクリッピング
7. 記者懇談会・制度政策勉強会の開催	継続して実施		取引所記者クラブ記者と業界幹部との懇談会、国会議員との商品先物取引制度勉強会を開催。
8. 業界内広報	継続して実施		協会の活動、業界をめぐる動きを会員専用ページ・FAXにより配信。
〔中止する事業〕 (1) 適正勧誘推進キャンペーン (2) 先物協会ニュースの発行 (3) リクルート支援広報	(20年度単独事業として実施) (大学就職部との懇談会開催予定がないため)		新聞・ポスター・ホームページで適正勧誘活動を促進するキャンペーンを展開。 20年9月号をもって発行を中止。 中部・北陸・西日本・関東地区での大学就職部との懇談会を助成。

具体的広報事業 (案)

項目	新年度企画案	20年度実施状況
<p>1. 啓蒙セミナーの開催 (1) 投資家向けセミナー 【主たる目的】 ・利用知識の普及</p>	<p>①セミナーイベントでの協賛セミナーの開催 強い集客力が見込める大手メディアのセミナーイベントにおいて、取引所と連携して「商品さきもの普及委員会セミナー」を開催。投資に関心を持つ個人投資家を対象に、資産運用として商品先物取引を利用するための知識・ノウハウを伝える。</p> <p>〔広報媒体〕セミナー周知方法は主催者の新聞告知、インターネット・ホームページ等</p> <p>〔期待できる効果〕20年度セミナー(東京)の来場者は141名。大証(株価指数先物取引)、東京金融取(くりつく365)、東洋証券(中国経済)のセミナーも開催されたため8割が株式投資経験者で、商品先物取引経験は1割、FX取引は2割強。商品先物取引未経験者の8割弱が商品先物取引への関心を示しており、ほぼ期待された客層が来場した。</p> <p>②ミニセミナーの継続的開催 50～80名程度の投資家を対象に、商品先物取引の利用知識・マーケット動向等を伝えるミニセミナーを、取引所と共同で定期的に開催する。</p> <p>〔広報媒体〕協会・取引所ホームページ等</p> <p>〔期待できる効果〕交通アクセスのよい都心で夕刻等の時間帯に定期的に開催することで、先物ファン層の拡大・定着を図る。</p>	<p>19年度より「商品さきもの知識普及委員会」名で、協会・取引所の共同の取組として実施。</p> <p>➢20年度は産経新聞社主催イベント(東京・大阪)に協賛。「商品さきもの知識普及委員会」で下記の商品先物セミナーを開催。</p> <p>第1部「どこまでいくのか、石油・農産物価格」柴田明夫氏 第2部「はじめての商品先物取引」三次理加氏</p> <p>(新規事業)</p>

項目	新年度企画案	20年度実施状況
<p>(2) 事業者向けセミナー 〔主たる目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・正しい理解の普及 ・マイナスイメージの払拭 ・利用知識の普及 	<p>中小等の事業者に対してヘッジ取引の普及啓蒙を図るため、取引所と連携して以下のセミナー開催に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 中小企業支援機関（商工会議所、中小事業者団体等）を通じた事業者向けの普及啓蒙セミナーの開催 ② 中小企業診断士・税理士・会計士を対象とした普及啓蒙セミナーの開催 <p>〔広報媒体〕 中小事業者団体機関紙等</p> <p>〔期待できる効果〕 「中小事業者等の商品市場利用に関する研究会」において、中小企業経営者に価格変動リスクのヘッジに対する理解が乏しいこと、商品先物市場を利用したヘッジ取引が知られていないことが明らかとなったことから、第一段階として商品先物取引についての正しい理解を促す。</p>	<p>(新規事業)</p>
<p>2. インターネットによる啓蒙 (1) 「商品さきもの知識普及委員会」ホームページ 〔主たる目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・正しい理解の普及 ・利用知識の普及 	<p>先物協会・取引所の共同の取組として、「商品さきもの知識普及委員会」ホームページのコンテンツの充実を図る。(別紙2)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 「図解で知ろう！ さきもの取引」「読み物で知ろう」「クイズで知ろう」の続編を追加掲載。 ② 「FAQで知ろう（さきもの取引に対するよくある疑問）」「ヘッジ取引について知ろう」のコンテンツを追加。 <p>〔広報媒体〕 インターネット</p> <p>〔期待できる効果〕 商品先物取引の正しい理解と利用知識をわかりやすく説明したコンテンツの追加公開により、アクセスの増加が期待できる。</p>	<p>20年10月、先物取引に関心のある初心者向けサイトとして以下のコンテンツで公開。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「図解で知ろう！ さきもの取引」 ・「読み物で知ろう」 ・「クイズで知ろう」 ・「ちょっと詳しく見てみよう！（外部リンク集）」 <p>公開後の月平均アクセス数：約1,200件</p>

項目	新年度企画案	20年度実施状況
<p>(2)「投資家応援ナビ」 〔主たる目的〕 正しい理解の普及</p>	<p>投資経験のある投資家の立場からのコメントやアドバイスを発信することにより、商品先物取引の正しい理解と親近感を醸成する。</p> <p>〔広報媒体〕 インターネット</p> <p>I 案：「先輩投資家の声」を追加更新する場合 新たに3人の投資家取材し、前・後編6回配信。</p> <p>II 案：「先輩投資家の声」の追加を行わない場合 現在配信中の31名のみを継続配信。</p> <p>(I、II案とも「わたしたちからのメッセージ」は継続、更新可)</p> <p>*「先輩投資家の声」は映像配信のための専用サーバを使用しているため、インフラ構築費用（オンデマンド配信、サーバ費用）が他のサイトより高額。映像配信をしなければ他のサイトに糾合せ費用の削減が可能。</p> <p>*インターネットサイトの性格上、メインコンテンツである「先輩投資家の声」の更新が行われなくなると、アクセス数が急減することは不可避。</p>	<p>18年7月末から公開。20年度は以下のコンテンツを更新。 「先輩投資家の声」5名追加、前・後編10回配信 「わたしたちからのメッセージ」新規掲載5社、情報更新4社 20年7月開催の「マネーフェスタ」を映像で配信（8～10月）</p> <p>〔月平均アクセス数〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・18年度4,216件 ・19年度2,614件 ・20年度2,060件
<p>(3) 協会ホームページ 〔主たる目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・正しい理解の普及 ・マイナスイメージの払拭 ・利用知識の普及 	<p>当協会の活動状況を中心に、商品先物取引業界をめぐる行政及び取引所等の取組の状況、関係資料等を掲載するとともに、「普及委員会ホームページ」とのリンクにより、相互の情報充実を図る。</p> <p>〔広報媒体〕 インターネット</p>	<p>20年7月に「先物協会速報」を新設、速報性を重視して業界ニュースを配信したほか、各種調査報告や協会の取組を掲載するなど、既存コンテンツの更新・充実を図った。</p>

項 目	新年度企画案	20 年度実施状況
<p>3. パンフレットの作成・配付</p> <p>(1) 事業者向けパンフレット</p> <p>〔主たる目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・正しい理解の普及 ・マイナスイメージの払拭 ・利用知識の普及 <p>(2) 投資家向けパンフレット及び税制リーフレット</p> <p>〔主たる目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用知識の普及 	<p>(pdf版は協会ホームページ等にも掲載)</p> <p>取引所の協力を得て、ヘッジ取引の利用促進のため事業者向けにわかりやすいパンフレットを作成・配付する。</p> <p>〔配付方法〕 中小企業支援機関等を通じて事業者へ配付 事業者向けセミナーで活用</p> <p>投資家向けパンフレット「はじめての商品先物取引」及び商品先物取引の所得に係る税制を解説した「商品先物取引と税金」を資料請求者等に配付するほか、会員の営業ツールとして実費頒布する。</p> <p>新年度においては増刷を予定せず、現有在庫で対応する。</p> <p>〔配付方法〕 資料請求者への配付、セミナーにおける配付</p>	<p>(新規事業)</p> <p>「はじめての商品先物取引」は 16,000 部を配付 (在庫 8,000 部)。</p> <p>「商品先物取引と税金」は 7,600 部を配付。5 万部を増刷。(在庫 62,000 部)。</p> <p>*2~3 月の確定申告時期に 3 万部程度の配布が見込まれる。</p>
<p>4. テレビ番組の提供</p> <p>〔主たる目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認知度の向上 	<p>日経CNBCの先物情報番組「デリバティブ・マーケット」について、協会提供枠（CM枠）を縮小したうえで番組提供を継続する。（別紙3）</p> <p>〔番組の周知方法〕 新聞ラジオ・テレビ番組欄、CNBCによる番組宣伝広告</p> <p>* 取引所と当協会の共同提供体制が継続されなかった場合には、報道される価格情報の変更（スポンサー取引所の市場価格のみへの縮小等）、放送時間枠の短縮等の可能性がある。</p>	<p>15年6月より取引所と共同提供。</p> <p>投資家に商品先物市場の価格、相場展望等の関連情報を発信するとともに協会CMを放映した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・放送時間 17:00~17:13 (再放送 20:06~20:19) ・提供スポンサー：東穀取、東工取、中部大阪取、先物協会 東証、大証、東京金融取 <p>・日経CNBC契約配信世帯数 (20年11月) 717万世帯</p> <p>・番組視聴率 (20年10月27日~11月2日)</p> <p>本放送 1.14% 再放送 0.88%</p>

項 目	新年度企画案	20年度実施状況
5. 新聞広告 [主たる目的] ・正しい理解の普及	① 商品先物取引特集紙面への協賛広告の出稿 ② 業界専門紙への年賀・書中広告の出稿	商品先物取引特集紙面及び業界専門紙への年賀・暑中広告を出稿。 ・日刊工業新聞（20年5月、10月） ・日本経済新聞（20年10月） ・商品投資特報、証券新聞（20年12月）
6. メディアに対するPR活動 [主たる目的] ・正しい理解の普及 ・マイナスイメージの払拭	PR会社を通じて主要メディアに対し商品先物取引及び商品先物業界に関する情報を発信することにより、商品先物取引の正しい理解を促進し、マイナスイメージの払拭を図る。(別紙4) >メディアキャラバンの拡充 >ニュースリリースの作成・配信のサポート・アドバイス >業界関連記事クリッピング	PR会社を通じて以下の活動を実施。 >報道メディア向けの基礎資料（ファクトブック）を作成。 >以下のニュースリリースを配信。 ・経営環境に係る調査結果（20年5月） ・商品先物市場のヘッジ利用に係る調査結果（5月） ・適正勧誘推進キャンペーン（5月） ・マネーフェスタ開催告知（6月）、実施概要報告（7月） ・「中小事業者等の商品市場利用に関する研究会」発足（10月）、同研究会報告書公表（21年1月） ・商品さきもの知識普及委員会ホームページ公開（10月） ・「潮流の変化と協会の取組」の公表（12月） >記者との情報交換（メディアキャラバン） ・あるじゃん編集部（20年10月） ・共同通信社、フジサンケイ・ビジネスアイ（12月） ・ネットマネー社（21年1月） >業界関連記事クリッピング
7. 記者懇談会・制度政策勉強会の開催 [主たる目的] ・正しい理解の普及	制度政策の実現に向けて、一般紙・業界専門紙記者及び関係方面との勉強会・懇談会を開催する。	>業界団体・取引所の共催により取引所記者クラブ記者と業界幹部との記者懇談会を開催。（20年12月） >国会議員との商品先物取引制度に係る勉強会を開催。

項 目	新年度企画案	20 年度実施状況
<p>8. 業界内広報 〔主たる目的〕 ・会員間の情報共有</p>	<p>行政の取組、理事会・常設委員会等の会議概要・資料等を協会ホームページ・会員専用ページに掲載するとともに、「先物協会短信」(FAX)、会員代表者懇談会等を通じて、きめ細かく会員に周知し情報の共有を図る。</p> <p>〔周知方法〕インターネット、ファクシミリ</p>	<p>➤会員専用ページ・先物協会短信により以下の情報を配信。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・理事会・常設委員会配付資料及び議事録 ・各種アンケート調査及び調査結果 ・取次者への転換支援に係る情報提供（新設コンテンツ） ・21 年度税制要望結果 ・産構審商品取引所分科会報告書に対するパブコメ募集案内 ・省令様式・各種届出様式、等 <p>➤先物協会ニュースを 20 年 9 月まで発行。</p>
<p>〔中止する事業〕</p> <p>(1) 適正勧誘推進キャンペーン</p> <p>(2) 先物協会ニュース</p> <p>(3) リクルート支援広報</p>	<p>(20 年度単独事業として実施)</p> <p>来春の新卒採用を予定している社が少ない等の理由から、21 年度においては各人事部とも大学就職部との懇談会を開催する状況にないため、支援広報事業を中止することとする。</p>	<p>勧誘・行為規制に抵触する営業手法を排除するため、ポスター・インターネット・新聞広告等で悪質な勧誘・営業手法について注意喚起し、適正な勧誘活動を促進する啓蒙キャンペーンを実施した。(20 年 4 月～5 月)</p> <p>広報事業費を削減するため 20 年 9 月をもって発行を中止。代替として、速報性を持たせたニュース記事を協会ホームページで配信した。</p> <p>各地区の商品取引員人事部が開催する大学就職部との懇談会において業界の現状等の啓蒙を図るとともに、その運営を助成した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中部地区 (20 年 7 月) : 大学 11 校、取引員 10 社 ・北陸地区 (20 年 9 月) : 大学 4 校、取引員 10 社 ・西日本地区 (20 年 9 月) : 大学 38 校、取引員 8 社 ・関東地区 (20 年 10 月) : 大学 20 校、取引員 14 社

商品さきもの知識普及委員会

さきもの取引ってこんなに楽しい！
さきもの取引ってこんなに簡単！

先物取引に関心のある初心者向けの情報サイトです。
誰でも理解できるよう先物取引に
関する様々な情報をご提供しています。



NEW 新着情報

- 2009年1月14日 ▶ [「図解で知ろう！さきもの取引」を更新いたしました。（第三講 さきもの取引ってなぜ必要なの？）](#) **NEW**
- 2008年12月8日 ▶ [「クイズで知ろう！」を掲載いたしました。（取引所・取引の歴史編）](#)
- 2008年11月28日 ▶ [「読み物で知ろう」を更新いたしました。（その3、先物取引は地球を読むことなんです。）](#)
- 2008年11月28日 ▶ [「ちょっと詳しく見てみよう！」を掲載いたしました。](#)
- 2008年11月19日 ▶ [「図解で知ろう！さきもの取引」を更新いたしました。（第二講 損得が生じるわけ）](#)
- 2008年11月 7日 ▶ [「読み物で知ろう」を更新いたしました。（その2、相場ってどきどきしますう〜）](#)
- 2008年10月24日 ▶ ホームページを公開しました。

新着情報一覧

商品さきもの取引を知ろう

図解で知ろう！さきもの取引

- [第一講 さきもの取引の始まり](#)
- [第二講 損得が生じるわけ](#)
- [第三講 さきもの取引ってなぜ必要なの？](#) **NEW**

読み物で知ろう

- [第一話：先物取引はめっちゃおもしろい](#)
 - [その1、エコでとうもろこしのソバがあがるんですか〜](#)
 - [その2、相場ってどきどきしますう〜](#)
 - [その3、先物取引は地球を読むことなんです。](#) **NEW**



クイズで知ろう

- 取引所・取引の歴史編 **NEW**



ちょっと詳しく見てみよう!! (外部リンク集)

- 取引している人の声を聞いてみよう
- 関連団体
- 商品先物取引業者
- 値動き情報
- セミナーで勉強しよう
- さきもの取引用語集
- 取引に関する税金
- 今月の適用証拠金
- 立会時間
- 取引に関する相談窓口

「商品さきもの知識普及員会ホームページ」コンテンツ案

〔網かけ部分は公開済み、又は20年度内に制作予定〕

100	商品さきもの取引を知ろう	
	110	図解で知ろう
	1101	さきもの取引の始まり
	1102	損得が生じるわけ
	1103	さきもの取引ってなぜ必要なの？
	1104	どんな人が参加しているのかな？
	1105	どんな銘柄を売買できるの？
	1106	いくらぐらいあれば取引できる？
	1107	追証を入金するように言われました。追証ってなに？
	1108	取引を開始するにはどうすればいいの？
	1109	預けた資金はきちんと返してもらえるの？
	1110	情報はどこから入手すればいいの？
	1111	取引するときの心構え
	120	読み物で知ろう
	121	第一話 さきもの取引は面白い
	122	第二話 商品先物取引キソのキソをお教えましょう
	123	第三話 ペーパー取引をしましょっ！
	124	第四話 取引員さんの店頭で口座開設
	125	第五話 ネット取引と対面取引、どっちがお得？
	126	第六話 ファundamentalsって…賢くなったキブン
	127	第七話 チャーチストはアーチスト
	128	第八話 自分に合った取引ルールを見つけます
	130	クイズで知ろう(設問、解答解説で3ページ)
	131	取引所・上場商品編
	1311	さきもの取引が日本で最初に開始された時期はいつ頃だと言われている？
	1312	現在日本の商品取引所はいくつあるのでしょうか。
	1313	日本にはいくつの商品先物市場があるのでしょうか。
	1314	商品取引所では先物取引の初心者に向けて、標準の取引より取引単位を小さくして発生する損益を小さくした取引を商品を上場しています。さて、この取引単位の小さい商品を何というのでしょうか。
	∴	
	132	行為規制編
	1321	商品先物取引の勧誘をする際に、業者が禁止されている行為は以下のどれでしょう。
	1322	顧客の損失を業者が肩代わりしてあげることができる、できない？
	1323	顧客が預託資金の返還を要求した場合、業者はいつまでに返さなければならないでしょう？
	∴	
	133	取引ルール編
	1331	取引本証拠金額を定めているのは誰でしょう？
	1332	追証が請求されるのはどうなった時でしょう？
	1333	追証が返還されるのはどんな時でしょう？
	∴	
	134	取引テクニック編
	1341	ファンダメンタルズ分析の説明として誤っているのは以下のどれでしょう？
	1342	テクニカル分析の説明として誤っているのは以下のどれでしょう？

140	FAQで知ろう (さきもの取引に対するよくある疑問)
141	さきもの取引は危険ですか？
142	さきもの取引は博打ですか？
143	市場参加しているのはプロばかりですか？
144	取引開始のためにはどこに行けばいいですか。
145	「売り」、「買い」のどちらから始めたらいいですか。
146	どの銘柄を選べばいいですか。
147	絶対損しない方法がありますか。
148	追証を請求されました。どうすればいいですか。
149	私が損したお金はどこにいくのですか。
150	委託契約を締結したら注文しなければならないですか。
151	取引で得た利益に税金はかかりますか。
300	取引のための基本的な知識を知ろう。(リンク集)
310	さきもの取引用語集 リンク
320	他の投資家たちの投資手法や考え方を見てみよう。(投資家応援ナビ)
330	商品さきもの取引にはどんな人たちが携わっているのかを知ろう。
340	取引に関する税金について知ろう。
350	上場銘柄について知ろう。
400	ヘッジ取引について知ろう。
410	読めばなっとくリスクヘッジ
420	ヘッジ会計入門
421	金融商品会計基準と商品先物取引の関連
421	ヘッジ会計とは何か(有効性の判定)
421	ヘッジ会計の方法
421	ヘッジ会計の税務上の取扱い
421	会計税務上の取扱から見たさきもの取引利用のメリット

20年度 投資家セミナー（大阪）の開催について

【目的】

投資に関心のある層を主たる対象として、商品先物取引業界の取組や国際商品価格の動向、商品先物取引の利用知識などをわかりやすく紹介することにより、主体的な投資家の育成等を目的とした一般向け投資家セミナーを開催する。

【開催形態】

産経新聞社主催の「マネーセミナー」に「商品さきもの知識普及委員会」名により4商品取引所及び先物協会共同で協賛して開催する。（事務局は先物協会）

なお現在、産経新聞より大阪証券取引所、東京金融取引所等に協賛を打診中。

【実施概要】

1. 開催日 平成21年3月20日（金・祝）
2. 会場 大阪証券取引所ビル3F 北浜フォーラム（大阪市中央区北浜）
3. 定員 150名程度
(ホワイエでセミナー模様を中継。20名程度着席可能)
4. セミナー
 - (1) 主催者セミナー（11：00～12：00）

講師（案）：森永卓郎氏、藤沢久美氏 ほか
(主催者セミナー終了後12：00～軽食とコーヒー等を用意)
 - (2) 協賛社セミナー（3社募集）1社あたり90分間
 - ① 13：00～14：30
商品さきもの知識普及委員会セミナー
 - ② 14：45～16：15 他社セミナー
 - ③ 16：30～18：00 他社セミナー
5. 「商品さきもの知識普及委員会」によるセミナー概要
 - 【挨拶】 黒崎 誠 氏（帝京大学経済学部准教授） 10分程度
「業界の取組について」（案）
 - 【第一部】 柴田 明夫 氏（丸紅経済研究所 所長） 55分程度
「世界的金融危機下における国際商品価格の動向を解説」（仮題）
 - 【第二部】 三次 理加 氏（カネツ商事（株）） 25分程度
「はじめての商品さきもの取引」（仮題）
*三次氏は「商品さきもの知識普及委員会」講師として登壇

6. ブースの活用 来場者に取引所案内、先物関係資料等配付。
(終日 11 : 00 ~ 18 : 00)
7. 告知等 産経新聞大阪本社版 (朝刊、夕刊)
産経関西ホームページ等での告知
8. その他
- ① 産経新聞大阪本社版朝刊 (122 万部発行)、産経新聞東京版朝刊 (31 万部発行) でセミナー再録記事 (全 5 段) を掲載。
 - ② セミナーの様子は、投資家応援ナビのストリーミングシステムを利用して広く配信する。(21 年度事業で同サイトの継続が確定した場合)

以 上