

第 3 1 回 広 報 委 員 会

日本商品先物振興協会

日 時 平成21年 5 月 15 日（金） 14：00～

場 所 先物協会 会議室

議 題 1. 「見直そう商品さきもの市場」キャンペーンの展開案について

(1) 投資家向けセミナーの実施について

① ミニセミナーの継続的開催

② 協賛セミナーの開催

(2) 事業者向けセミナーの実施について

(3) メールマガジンの配信について

2. その他

以 上

「見直そう商品さきもの市場」キャンペーン展開（案）

「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 商品先物取引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。（平成21年度事業計画）

1. ロゴマークの作成と広範な利用によるキャンペーンの啓発

取引所・業界団体・会員HP、セミナー開催告知、封筒、名刺など、あらゆる媒体にロゴマークを掲出して、キャンペーンの啓発につなげる。併せて、ロゴマークをステッカーにして会員にも配布し、啓発の協力を求める。（別紙1）

2. ミニセミナーの継続的開催

キャンペーンの一環として商品取引所とのタイアップ・ミニセミナーを「商品さきもの知識普及委員会」名で開催し、個人投資家に商品先物取引の理解を求める。頻度は月1回程度、会場は商品取引所、1回あたり聴講者数は20～50名の小規模、講師には本会会員を配することで、投資家と商品先物市場との距離の縮小を狙う。（別紙2）

3. 新聞社の知名度を利用した協賛セミナーの実施

大手新聞社が主催する経済セミナーに証券取引所、証券会社、FX会社等とともに「商品さきもの知識普及委員会」名で協賛し、商品先物取引の普及のためのセミナーを提供する。（別紙3）

4. 事業者向けセミナーの実施

価格変動リスクを回避する手段としての商品先物取引に係る利用知識等について事業者等を対象としたセミナーを開催し、商品先物取引に対する理解の浸透と市場利用の啓発を図る。（別紙4）

5. メールマガジンの配信

潜在投資家の中でも商品先物取引顧客としてより確度の高い本会への資料請求者及びメールマガジン購読希望者に対し、取引に直結する市況分析等をメールマガジン形式で配信する。（別紙5）

以上

「ロゴマーク」の作成と広範な利用による キャンペーンの啓発について

産業インフラとしての商品先物市場の存在・意義等について、広く社会一般の理解を得るきっかけになるよう、親しみやすい「ロゴマーク」を作成し、会員、関係団体、取引所の協力を得て業界全体で一体感のある広報展開を目指す。

1. 「ロゴマーク」（案）

- *キャラクターは見本。後日、オリジナルデザインに変更の予定。



www.jcfia.gr.jp

2. 「ロゴマーク」の利用方法

- ① 会員、取引所、関係団体のホームページに「見直そう 商品さきもの市場」キャンペーンシンボルとして掲載する。
- ② 「商品さきもの知識普及委員会セミナー」の告知広告・リーフレットに掲載する。
- ③ 会員、取引所、関係団体及び当会が出稿する新聞広告等（商品先物特集広告等）に掲載する。
- ④ 会員、取引所、関係団体の封筒、及び社員・役職員の名刺に印刷し、又はステッカーを貼付する。
- ⑤ その他あらゆる広告媒体に掲載し、キャンペーンを周知する。

3. 「ロゴマーク」の配付について

PEG等のダウンロード用データを先物協会会員専用ページに掲出し、各社の利用に供する。

4. 著作権及び使用期限について

著作権は当会が保有する。キャンペーンを主たる目的とするが、特段の使用期限は設けない。

以上

ミニセミナーの実施について（案）

「見直そう商品さきもの市場」キャンペーンの一環として、商品先物取引の利用知識の普及と取引への興味を喚起する、個人投資家向けのセミナーを「商品さきもの知識普及委員会」名により継続的に実施する。

運営にあたっては、商品取引員に利用知識や市況解説、取引技術を説明する講師の協力を要請する。

1. セミナータイトル案：

- ① 商品さきもの初めて講座
- ② 学ぼう！商品さきもの講座
- ③ C×トレーダー養成講座

2. 対 象：個人投資家

3. 会 場：

- ① 東京工業品取引所セミナールーム（20～50名規模）
- ② 東京穀物商品取引所1Fフロア（20名規模）
- ③ 中部大阪商品取引所セミナールーム（20～50名規模）
- ④ 関西商品取引所 会議室（20～60名規模）

4. 開催予定

平成21年6月以降。（原則、毎月開催）

5. 講 師：

- ① 本会会員の役員・社員（講師登録）
- ② 取引所、関係団体役職員
- ③ 専門誌紙記者など

6. セミナー内容

「入門セミナー」と「商品市況セミナー」の2部構成とする。

（1）入門セミナー

- ① 「商品先物取引の基本ルール」
- ② 「取引を始めるその前に知っておきたいこと」
- ③ 「対面取引とネット取引」「板寄せ取引とザラバ取引」
- ④ 「ファンダメンタルズ分析入門」「チャート分析入門」

⑤ 「いろいろな注文方法」

○ 時間：40分程度（説明20分、質疑応答20分）

○ 講師：商品取引員、取引所職員

(2) 商品市況セミナー

① 「天候相場に突入した大豆・コーン」

② 「需給構造の変化で読む粗糖相場」

③ 「円安、株高がガソリンの堅調に追い風」

④ 「世界同時株安の中での貴金属相場」

○ 時間：40分（説明25分、質疑応答15分）

○ 講師：商品取引員、専門誌紙記者など（資料等の作成は講師に依頼）

7. 告知方法

① 先物協会HPで募集フォームを制作、掲出

⇒メールで応募（jcfia@jcfia.gr.jp）⇒メールで招待券を送付

② 投資家応援ナビ、知識普及委員会HP、商品取引所HP等にリンク設定

③ メールマガジンによる告知

8. その他

(1) 取引所、関係団体のパンフレット等を配付。

(2) 原則として、会場費用及び会員講師謝礼は無償での協力を要請する。ただし、専門誌紙記者等外部講師については、別途、薄謝を検討する。

以 上

大手新聞社主催セミナーへの協賛について (案)

商品先物取引の正しい理解と市場利用の促進を目的として、産経新聞社が主催するセミナー「マネーフェスタ 2009 in TOKYO」に「商品さきもの知識普及委員会」名で商品取引所及び先物協会共同で協賛し、商品市況分析と商品先物取引の利用知識等に係るセミナーを提供する。

同セミナーは、証券・金融商品関係からも協賛参加が予定されているため、それらのセミナーを目的に来場した潜在投資家にも商品先物取引の存在をアピールし、認知を広げるメリットがある。

1. セミナータイトル：マネーフェスタ 2009 in TOKYO
—— 不況の今だからこそ、賢い資産運用を ——
(主催：産経新聞社、 共催：フジサンケイビジネスアイ)
2. 対 象：経済や投資及び資産運用等に関心のある層
3. 会 場：丸ビル（千代田区丸の内） 7Fホール、定員314名
4. 開催日時：平成21年7月12日（日）10：30～18：30（予定）
5. 講 師
 - ① 主催者セミナー（11：00～12：00）
講師：伊藤元重氏（東京大学大学院経済学研究科教授）
 - ② 商品さきもの知識普及委員会セミナー
講師（案） 柴田明夫氏（丸紅経済研究所所長）
近藤雅世氏（フィスココモディティ代表）
緒方史法氏（MKコーポレーション COINS事業部長）
江守 哲氏（アストマックス）
商品取引員社員（セミナー講師経験者）
6. セミナー内容：

普及委員会セミナーは2部構成とし、第1部では著名な商品アナリストに商品価格が世界経済に与える影響や価格動向などの具体的な解説。

第2部では、商品先物取引の仕組み、口座開設の方法、商品先物取引のリスクや面白さをわかりやすく説明する。

7. 告知方法

- ・産経新聞全国版（朝刊）、フジサンケイビジネスアイ全国版、夕刊フジ
- ・産経新聞等関連WEB（予定）及びDM、メールマガジン
- ・会員、取引所及び先物協会ホームページ等

8. ブースの設置

7Fホール横のホワイエに協賛社専用ブースの設置が可能。

来場者に対し、取引所及び先物協会のパンフレット等を提供し、商品先物取引への理解促進と取引への誘引を図る。

以 上

事業者向けセミナーの実施について（案）

昨年10月から12月にかけて開催した「中小事業者等の商品市場利用に関する研究会」において、中小等の事業者に対し価格リスクヘッジのための商品先物取引の普及啓蒙が提案されたことを踏まえ、中小事業者団体の協力を得て、以下により事業者向けのセミナーを開催し、商品先物取引に対する理解の浸透と市場利用の啓発を図る。

1. セミナータイトル案：

「価格変動リスクから会社を守る

—— 経営安定化に向けた解決策のご提案 —— 」

2. 対 象：中小事業経営者

3. 会 場：＝未定＝

4. 開催日時：8月以降（予定）

5. 講 師：取引所、関係団体役職員

6. セミナー内容

中小事業者の場合、リスクに対する意識そのものが必ずしも高いとはいえず、ヘッジの有用性はもとより、ヘッジ手段の存在や方法も、大半の経営者が認知していないのが現状である。このことを踏まえ、リスクヘッジ手段としての商品先物取引の基礎に始まり、リスク管理ツールとしての利用方法、現物の仕入れ・換金市場としての利用方法等についてわかりやすく解説する。

7. 告知方法

① 中小事業者団体を通じた告知

② 本会ホームページ、取引所ホームページなど

以 上

メールマガジンの配信について（案）

インターネットの利用は若年世代だけでなく、定年退職した団塊の世代にも広がっている。再勧誘の禁止で商品取引員による対面営業が難しくなっている状況の中で、インターネットを活用した共同広報は比較的低コストで広範囲への訴求効果が期待できる。

本会は協会ホームページにおいて商品先物取引に関する資料請求を受け付けているが、それら資料請求者には一般個人に比べて取引開始に至る確度が高い「潜在的投資家」も含まれていると考えられることから、希望者に対してメールマガジン（メルマガ）を通じて先物利用知識や相場に直結する情報を送信することで、知識普及にとどまらず、取引参加への喚起ともなる。

1. タイトル案：「C×トレーダー早耳情報」「商品さきものファン」など。
2. 対象：
 - ① 本会への資料請求者のうちメルマガの配信を希望する者
 - ② 本会が運営する「商品さきもの知識普及委員会ホームページ」及び「投資家応援ナビ」、取引所ホームページ等のリンクバナーなどからメルマガの配信を希望する者
3. コンテンツとレイアウト
 - ① 市況解説（執筆者名・会員名、会員ホームページへのリンク入り。毎回）
 - ② 投資に密接に関係する商品業界ニュース解説（取引ルール変更、新規上場商品など。随時）
 - ③ 取引所・取引員・団体のイベント、セミナー情報（随時）* 現在「投資家応援ナビ」で配信しているメルマガ情報は新しいメルマガに取り込む。
4. 配信頻度：当初は隔週。その後、週刊化を目指す。
5. メルマガ掲載情報の制作
市況解説は会員に原稿作成を依頼。その他の情報は、主として事務局が作成する。
6. 制作費用
 - ① 現在、当会で運営している「商品さきもの投資家応援ナビ」のメルマガ配信システムを利用することで新たなインフラ費用は発生しない。
 - ② 市況解説は、無償での協力を要請する。

以上