

第 2 4 回 広 報 委 員 会

日本商品先物振興協会

日 時 平成19年10月24日(水) 14:00～

場 所 先物協会 会議室

議 題 1. 「商品さきもの知識普及委員会」による広報活動について
(1) 投資セミナーの開催協賛(案)
(2) 「商品さきもの知識普及委員会ホームページ」の開設(案)
2. パブリックリレーション活動について
そ の 他

以 上

投資家セミナーの開催協賛(案)

【主旨】

商品先物取引に係る正しい理解と普及を図るため、新聞社主催の資産運用セミナーに協賛参加する。

【実施会場】

東京・大阪各1回

1. 「マネーフェスタ2007」への協賛(東京)

産経新聞社主催のマネーフェスタ2007に「商品さきもの知識普及委員会」の名で協賛する。

【内容】セミナー、ブース展示、告知媒体での協賛社名掲載

〔主催〕産経新聞社

〔共催〕フジサンケイビジネスアイ

〔協賛〕「商品さきもの知識普及委員会」、東洋証券、りそな銀行他

〔日時〕2007年11月26日(月) 午前11時～午後6時

〔会場〕ハイアットリージェンシー東京(旧新宿センチュリーハイアット)

B1F バンケットフロア

〔対象〕一般読者(資産運用等に関心の高い層)

(1) セミナー

① 主催者セミナー：著名人による基調講演(300名規模)

〔基調講演〕10:30～11:30(60分)

塩川 正十郎氏(元財務大臣) 「団塊世代について」(案)

② 協賛社セミナー：主催者セミナーの会場を2分し(150名規模)、12:30～14:00、14:30～16:00、16:30～18:00(各90分)の時間帯で、同時に2社がセミナーを開催。

商品さきもの知識普及委員会セミナー(案) (上記時間帯のいずれかで開催)

「これからの投資選択 —— あなたの投資を考える」(仮題)

- ・株、債券、為替、ファンド、先物取引などのポートフォリオ
- ・金、原油、穀物などの価格推移と需給
- ・サブプライム問題と投機マネーの動き、今後の見通し、など

〔講師〕商品先物アナリスト(1～2名)と著名経済人等との対談形式

候補者：柴田明夫氏(丸紅経済研究所 所長)

亀井幸一郎氏(マーケットストラテジィインスティテュート 代表)

伊藤俊憲氏(UBS証券 シニアアナリスト)

茅野信行氏（ユニバック・グレイン社 社長）
福島敦子氏（キャスター、エッセイスト）
藤沢久美氏（シンクタンク・ソフィアバンク副代表）

(2) ブース出展：終日（11：00～18：00）

3.6m×2mのスペースで①展示と資料等配布・同説明（および記念品配布）、②FPによる投資相談、③プレゼンテーション（ショート・セミナー）を随時実施。

- ① 展示と資料等配布・説明：展示はDVDまたはコンピューターを用いた映像の提供が可能。パンフレットと記念品提供の一方で質疑に対応。
- ② ①と同時にボランティアのFPによる投資相談を受付ける。ブース内には10脚程度のイスを設置（増設については相談中）。
- ③ ①および②を中断し毎時間ごと15分程度のショート・セミナーを開く。テーマは「金ミニ取引」「穀物先物」「板寄せによる石油取引」など。

(3) 告知媒体

- ① 産経新聞全国版朝刊（1ページ特集＋開催告知広告随時）
- ② フジサンケイビジネスアイ（1ページ特集＋開催告知広告随時）
- ③ サンケイリビング新聞（告知記事）他、産経新聞グループ各媒体
- ④ フリーマガジン「メトロポリターナ」マネーフェスタ特集号（10万部11/15発行）

(4) その他

- ① 純広告の掲載
 - ・産経新聞全国版朝刊 全5段1回（1月まで利用可）
 - ・フジサンケイビジネスアイ全国版 全5段1回（1月まで利用可）
 - ・「メトロポリターナ」1P4C
- ② チラシの制作・主催者セミナー等での配布

<マネーフェスタ参加のメリット>

- ・産経新聞主催による「マネーフェスタ」は、投資等に関心のある幅広い層が参加すると見込まれることから集客に関する不安が少ない。
- ・証券、銀行等が協賛することから、他の金融商品を検討している来場者に対して、商品先物取引を周知するチャンスとなる。（潜在的顧客への啓蒙）
- ・金融商品の一つとしての位置付け及びポートフォリオの選択肢として、商品先物取引を紹介するチャンスとなる。
- ・フリーマガジン（名称：メトロポリターナ）「特別増刊号」発行による集客案内、産経新聞、フジサンケイビジネスアイ及び産経WEB等による告知が可能。

2. 産経マネーセミナーへの協賛（大阪）

産経マネーセミナー「団塊世代の資産運用 ポートフォリオ入門（仮称）」に単独で協賛し、商品先物取引の理解と普及に資する。

【内容】セミナー、ブース展示、告知媒体での協賛社名掲載

〔主催〕産経新聞社

〔協賛〕商品さきもの知識普及委員会（単独）

〔日時〕2008年1月27日（日） 13：00～

〔会場〕大阪オーバルホール（定員300～500名程度）

〔対象〕一般読者（資産運用等に関心の高い層）

〔採録〕産経マネー学

（1）セミナー

① 主催者セミナー：著名人による基調講演（60分、300名規模）

（講師候補）塩川正十郎氏、若林文江氏、藤沢久美氏、森本卓郎氏、竹中平蔵氏 等

② 協賛社セミナー：商品さきもの知識普及委員会名でのセミナー開催

（90分、300名規模）

商品さきもの知識普及委員会セミナー（案）

「これからの投資選択 —— あなたの投資を考える」（仮題）

- ・株、債券、為替、ファンド、先物取引などのポートフォリオ
- ・金、原油、穀物などの価格推移と需給
- ・サブプライム問題と投機マネーの動き、今後の見通し、など

〔講師〕商品先物アナリスト（1～2名）と著名経済人等との対談形式

候補者：柴田明夫氏（丸紅経済研究所 所長）

亀井幸一郎氏（マーケット戦略ィンSTITUTE 代表）

伊藤俊憲氏（UBS証券 シニアアナリスト）

茅野信行氏（ユニバック・グレイン社 社長）

福島敦子氏（キャスター、エッセイスト）

藤沢久美氏（シンクタンク・ソフィアバンク副代表）

（2）ブース出展：スペース等、現在確認中。

（3）告知媒体：

① 産経新聞大阪版朝刊（全5段×2回以上）

② その他産経新聞グループ各媒体

以 上

「商品さきもの知識普及委員会」による普及啓蒙活動について

第23回広報委員会（本年5月11日開催）において、商品先物市場及び商品先物取引に関する正しい理解と知識の普及・啓蒙を行うための業界横断的な機関として「商品さきもの知識普及委員会」を設置し、下記により同委員会の名で普及・啓蒙活動を実施していくことが了承された。

記

1. 同委員会は、商品先物知識の普及活動を行うことにより、適切な投資判断を行うことのできる投資家の育成とその保護に資することを目的とする。
2. 普及啓蒙活動は、「商品さきもの知識普及委員会」名をコミュニケーション・ネームとして用いることとする。
ただし、ケースに応じて、その母体である各商品取引所名、関連団体名を併記する。
* コミュニケーション・ネームを使用している例としては、「証券知識普及プロジェクト」（日本証券業協会、東京証券取引所グループ、ジャスダック証券取引所、投資信託協会等が参加）、「シュガーライフクラブ」（精糖工業会）などがある。
3. 具体的な委員の委嘱等、委員会の実体づくりには関係各位の十分な理解を得る必要があるため、当委員会名での活動については、実体の設置を待つことなく実行可能なものから取引所等と協議し実行に移していくこととする。

以上

「商品さきもの知識普及委員会」のHP開設について（案）

商品先物取引の知識普及を目的に「商品さきもの知識普及委員会」独自のドメインを取得しウェブサイトを開設、個人投資家、当業者、機関投資家等に向けて、商品先物取引の基礎知識から高度なテクニックまで幅広い情報提供を実現する。またリピーターの獲得とそれによる商品先物市場への親近感を醸成するため、相場表を初め、投資家に有益なりリアルタイム更新情報を掲示する。

1. HPの概要（案）

下記内容の一部は当会HPの掲載内容を移管

- ① 商品先物取引を学ぶ（市場参加者が自分のレベルにあわせて学べるコンテンツ）
 - a) 金融・経済の基礎知識
 - b) 多様な投資手段（金地金、投信（ETF）、商品ファンド、先物取引）
 - c) 商品先物取引入門（取引システム、経済的効果、歴史、上場商品紹介等）
 - d) 商品先物取引口座開設のヒント（開設までの流れ、対面取引とネット取引、取引員各社へのリンク等）
 - e) 商品先物取引上級編（ファンダメンタルズ分析、各種テクニカル分析、スプレッド取引戦略、ストップロス戦略等）
 - f) ヘッジャーのためのリスク管理手法（大豆生産者のための売却価格レンジ確定ガイド、ガソリンスタンドのための仕入れリスク管理ガイド等）
 - g) リアルタイム・シミュレーション（取引所配信価格を利用）
 - h) 先輩投資家の声（投資家応援ナビからの移管、又はリンク）
 - i) 先物取引用語の解説（より平易に）
 - j) 関連書籍紹介とレビュー
- ② 取引関連情報
 - a) 相場表（国内商品取引所はリアルタイム配信。海外主要商品、為替、株価指数のほか、スプレッド相場表など）
 - b) 今月の証拠金額、立会時間等
 - c) ファンダメンタルズ更新情報（CFTC 大口建玉情報、穀物生育状況等）
- ③ 最新のニュース
 - a) 各種イベント、講演会のお知らせ（取引員、取引所等）
 - b) 新発商品ファンドと運用成績等
- ④ その他

2. 検討課題

(1) 掲載内容について

本ホームページの掲載内容については、広報実施委員会においてさらに検討を加え、随時その充実を図るものとする。

また、相場情報その他各種情報の取得・配信等に関する技術的課題については、必要に応じて、適宜会員のシステム担当者及び取引所のサポートを仰ぐこととする。

(2) 「投資家応援ナビ」サイトとの関係

現在、「投資家応援ナビ」は先物協会が運営するサイトとして、①先輩投資家の声（動画）、②商品先物取引の解説（文字情報及び関連サイトリンク）、③商品取引員の紹介ページで構成。

同サイトと「商品さきもの知識普及委員会ホームページ」とは、一般投資家向けの部分ではコンセプトが重なるが、これを整理する場合、以下の点を考慮する必要がある。

① 「投資家応援ナビ」サイトを「委員会ホームページ」に変更する場合、運営主体を知識普及委員会名に変更することは可能であるが、ドメイン名、ホームページの名称・デザインの変更（リニューアル）は、新規サイト開設と同程度の費用が発生すると考えられる。

② 「投資家応援ナビ」のコンテンツは、その制作から専用サーバーへのアップロードまで一体的な業務委託契約となっているため、「委員会ホームページ」に移管する場合には、現制作会社との契約の変更協議が必要となる。

また、移管できることとなった場合は、「委員会ホームページ」に先輩投資家の声（動画）を配信するためのストリーミングサーバーが必要となる。（静的ページだけであれば、現在の先物協会ホームページ用サーバーを利用可能）

③ 「投資家応援ナビ」を一般投資家向けのサイトとして存続させ、「委員会ホームページ」からのリンクで活用することは可能である。

以 上

先物協会としてのPR（パブリックリレーション）活動について

これまで先物協会では、「広告」を主体とした啓蒙活動を行っているが、商品先物市場の信頼性・利便性の向上についての理解浸透を図るためには、業界振興団体として、メディアや一般社会に向け業界情報を総合的に発信する「パブリシティ主体のPR活動」の推進についても検討する必要がある。

「PR」と「広告」の違い

PR（パブリシティ）		広告
編集局、報道局	メディアの担当部門	広告局
記事（報道）	情報掲載の体裁	広告（CM）
メディア	情報掲載の決定権	出稿者（倫理規定を除く）
第三者的存在としてのメディア	情報発信主体	出稿者
高い	信頼度	（PRと比べ）低い
低い	コスト	高い

PR活動は、協会予算緊縮化の中で、より低コストでの広報が可能となるが、的確にこれを実施していくためには以下について専門的かつ継続的な対応が必要となることから、PR専門会社のサポートを仰ぐことが必要と考えられる。

〔PR活動において対応すべき事項〕

- ① PR戦略（基本スタンス）
- ② 対象とするメディアの選定・パイプ作り
- ③ 基礎資料（商品先物取引に係る説明資料、各種データ等）の作成
- ④ 発信情報の作成
- ⑤ 危機発生時の対応など

以上