

第 2 7 回 広 報 委 員 会

日本商品先物振興協会

日 時 平成20年 5 月 1 5 日 (木) 1 4 : 0 0 ~

場 所 先物協会 会議室

議 題 1. 今年度の広報事業の具体的取組について
そ の 他

以 上

今年度の広報事業の具体的取組について (案)

1. 商品先物利用知識の普及 (「商品さきもの知識普及委員会」の名の下に実施)

(1) 啓蒙セミナーの開催

個人投資家、事業者 (当業者)、機関的資金運用者を対象に、商品先物市場の啓蒙及び市場利用のための知識等を習得できるセミナーを開催する。

なお、実施の細目については、取引員実務者による広報実施委員会の意見を踏まえ、取引所担当者との協議のうえ決定する。

*先物協会予算額: 1,000万円。その他、講師謝礼、ノベルティ制作費等が必要。

〔具体案1: 大手新聞相乗型〕*昨年度は本形態で実施

新聞社主催セミナー (資産運用・投資に関心の高い一般個人を対象) に協賛する。

*メリット: 主催社 (新聞メディア) が告知を行うため、集客効果が高まる。

証券会社の協賛により来場が見込まれる株式投資家に対して、商品先物取引の啓蒙ができる。

①東京地区開催: 産経マネーフェスタ 2008

開催日: 平成20年7月12日 (土)

会場: 丸ビル (東京都千代田区) 7階ホール、8階会議室

主催: 産経新聞社

(後援に、金融庁、全国銀行協会、日本証券業協会、生命保険協会、日本損害保険協会、東京証券取引所、日本FP協会他を予定)

内容: 著名人による基調講演 (定員約400名・60分)

協賛社セミナー (定員約100名・90分) + ブース出展

*テーマ (案): 国際商品価格の高騰の影響、商品先物市場を活用した資産運用方法など

②大阪地区開催: 産経マネーセミナー大阪

開催日: 平成21年3月下旬

会場: 北浜フォーラム (大阪証券取引所3F 大阪市中央区)

主催: 産経新聞社

内容: 著名人による基調講演 (定員約150名、60分)

協賛社セミナー (90分) + ブース出展

*テーマ (案): 国際商品価格の高騰の影響、商品先物市場を活用した資産運用方法など

〔具体案2: セミナーの継続的開催〕

取引所会議室等を活用して、継続的にセミナーを開催する。または取引所が開催するセミナー等に「商品さきもの知識普及委員会」が協賛する。

①個人投資家向けセミナー

実施回数: 年4~6回程度 (東穀寄席、東穀コンサート、べったら市に合わせて開催することも検討)

- 内 容：・商品先物取引の始め方（口座開設から発注、用語開設等）
・チャート分析、商品需給動向
・市場競争力強化への取組
・商品先物取引に係る税制等

②事業者・機関投資家向けセミナー

実施回数：年 4～6 回程度

- 内 容：・ビジネスにおける商品先物市場の活用（ヘッジ取引等の実例等）
・上場商品の需給・価格動向
・市場競争力強化への取組等

⇒ 集客方法（特に、商品先物取引未経験者）についての工夫が必要。

〔具体案 3：ミニセミナーの定期的開催〕

10 名前後の個人投資家を対象としたミニセミナーを、協会会議室・TOCOM スクエア等において常時、開催する。また、「商品さきもの知識普及委員会」ホームページにおいて投資家（一定人数以上）の依頼を受け付け、出前型セミナーを実施する。

実施回数：毎月 1 回等定期的に開催。投資家の依頼により随時。

- 内 容：・商品先物取引の始め方（口座開設から発注、用語開設等）
・チャート分析、商品需給動向
・商品先物取引に係る税制等

（2）「商品さきもの知識普及委員会」ホームページの開設

「商品さきもの知識普及委員会」を運営者とするインターネット・サイトを新設し、一般投資家・事業者・機関的資金運用者向けの商品先物市場利用のためのノウハウ・情報を紹介する。

*先物協会予算額：2,540 万円

〔制作の基本方針〕

- ①新規作成コンテンツと取引所・先物協会等の既存コンテンツへのリンクで構成する。
②制作・公開については、ホームページへの注目度及び商品先物市場の制度改正等の進捗状況、協会の会費収入の状況等を勘案しながら、段階的に行う。

*コンテンツ（案）は別紙 1 のとおり。

（3）商品さきもの投資家応援ナビの更新

今年度においては、5 月～来年 2 月までの 10 ヶ月間に、5 名（各前編・後編、計 10 本）の「先輩投資家の声」を公開予定。

会員各社に対しては、引き続き、本サイトのコンテンツ「わたしたちからのメッセージ」に登場いただける社員の紹介を要請する。

2. パブリック・リレーション活動の展開

報道メディア（別紙2）に対し、商品先物取引業界の様々な情報を随時発信する。また、各報道機関に出向き、業界の現状等を説明する。

- *発信した情報例：適正勧誘推進キャンペーンの実施
経営環境に係る調査（中間集計の概要）
ヘッジ等先物利用に係る調査結果

以 上