

# デリバティブ投資家層の裾野拡大に向けた勉強会 論点整理の概要（2016年7月29日）

国内個人投資家のデリバティブ取引の活用に向け、国内及び海外の現状の把握、中長期的に取り組むべき論点・課題の把握に向けて勉強会を開催。

## 【国内デリバティブ市場の現状】

- わが国の個人投資家によるデリバティブ取引について、FX取引が盛んに行われている一方、株価指数先物やオプションといった有価証券関連デリバティブの取引は限定的な状況

## 【海外デリバティブ市場の状況】

- 米国・オランダでは、個人投資家のデリバティブ取引が進んでおり、その20-40%の取引が、ヘッジでの活用やプレミアム戦略などの資産形成目的で活用
- 投資家のレベルに合った取引と的確・丁寧なコンサルティングにより参入しやすい体制

## 主な論点・課題に係る意見

### 1. 普及・教育面の論点・課題

#### ① 株式投資の投資家層の裾野拡大

- 貯蓄から投資への流れを促進し、株式投資を通じた個人の資産形成を促していくことが最重要
- 株式投資の新たな投資家層を広げていくことで、先物・オプションの投資家層拡大にもつながる

#### ② 先物・オプションのイメージの改善

- デリバティブ取引は単なる博打・投機というイメージが先行しているとの意見
- 米国・オランダではデリバティブ取引の20-40%が「投資・資産形成目的」であり、資産運用での活用法について理解促進と、イメージ改善の必要

#### ③ 業界を挙げた教育・理解の促進

- 限月やSQ・証拠金、レバレッジが効くなどデリバティブ特有の商品性から理解が難しいという意見
- 米国の事例（OIC）等を参考に、業界としての理解の促進・普及活動ができる体制づくりも一案

#### ④ 商品特性に応じた取引手法の理解

- 証拠金以上の損失発生リスクとその管理の必要性の認識を高めることも必要

### 2. 営業面の論点・課題

#### ① 商品性の分かりにくさ・馴染みの薄さ

- FXやCFDと比較して、仕組みが分かりにくい。個人投資家向けのシンプルな商品の必要性
- 先物・オプションに対する馴染みの薄さ、マス媒体やネットでのバナー広告等を通じて、商品の認知度向上を図る必要性

#### ② 投資レベルに応じた取引開始手続き

- デリバティブの商品性から、取引の開始には相応の知識レベルやリスク許容度・金融保有資産は必要

#### ③ 販売チャンネルの特性に応じた活用

- 先物・オプションはネットやスマホアプリ等を通じた取引が主流に。対面営業では、直接的な利用は限定的であるものの、コンサルティング営業の中で一つのツールとして紹介

#### ④ 証券会社の従業員の取引禁止緩和の検討

- 証券会社の役職員による有価証券関連デリバティブ取引は一定の場合を除き原則禁止されているが、過去の経緯や法令との論点を整理し、例えば投機的利益の追求を目的としない取引等について検討の余地あり

### 3. 制度面の論点・課題

#### ① 金融所得一体課税の促進

- 現在の税制では、デリバティブ取引の譲渡損益は、株式等の配当・譲渡損益等との通算ができず、ヘッジ等の利用ができないなど大きな弊害に
- 税制改正要望の実現に向けて業界を挙げて取り組む必要性

#### ② 取引時間の延長等

- 米国市場の変動への対応や現物株式の代替取引のニーズから、日経225miniでは、ナイトセッションの取引が活況（全取引の3割超）
- 本年7月から取引時間の延長（午前5時半まで）が行われることの幅広いPRの必要性、さらなる延長のニーズもある

#### ③ 流動性・リスク管理等

- 一部の先物・オプションは流動性が低い。ロスカットに対する証券会社のリスク管理の点からも改善の余地あり

- 勉強会参加メンバー：大崎 貞和 株式会社野村総合研究所 主席研究員（座長）、S M B C日興証券株式会社、株式会社S B I証券、カブドットコム証券株式会社、大和証券株式会社、野村證券株式会社、松井証券株式会社、マネックス証券株式会社、楽天証券株式会社
- 事務局：日本取引所グループ・大阪取引所、日本証券業協会