

2024 年 10 月 7 日 全 9 頁

ソーシャルメディア上の不適切な投資情報 発信への対策

欧米のフィンフルエンサー対応事例からの日本への示唆

金融調査部 研究員 谷 京
金融調査部 研究員 森駿介

[要約]

- 近年、欧米では投資や金融に関する情報を発信する「フィンフルエンサー」がソーシャルメディア上で存在感を強めており、特に Z 世代の投資判断に影響を及ぼしている。フィンフルエンサーの投稿は若年層を中心とした人々の投資意欲を高める一方で、①投資詐欺・相場操縦、②不適切な金融プロモーション、③不適切な投資助言といった問題も引き起こしている。
- 米国証券取引委員会（SEC）は、ソーシャルメディアを利用した投資詐欺や不適切な金融プロモーションを摘発してきた。しかし、フィンフルエンサーが 1940 年投資顧問法に定められた「投資顧問」に該当するか否かは曖昧で、彼らの情報発信を規制しきれない現実もある。
- 他方で、リテール投資家保護のための規制が強化されてきた欧州では、積極的なフィンフルエンサー対策が進められている。オランダやドイツ、フランスの規制当局は、フィンフルエンサーによる不適切な投資推奨を防ぐためのガイダンスや法律を導入した。また、英国金融行動監視機構（FCA）はソーシャルメディアでの金融プロモーションに関する詳細なガイダンスを発表し、フィンフルエンサーと委託元企業の責任を明確化した。
- 日本でも投資や金融に関するソーシャルメディア上の情報発信が増えており、証券取引等監視委員会は 2024 年 7 月に初めて「風説の流布」に対する課徴金納付命令を勧告した。金融機関が若年層との接点強化を目的にフィンフルエンサーを活用する動きもあり、欧米の先行事例はフィンフルエンサーに関する制度整備の参考になろう。

1. 存在感を強めるフィンフルエンサー

近年、欧米のインターネット上では「フィンフルエンサー」と呼ばれる人々が存在感を強めている。彼らは投資や金融に関する情報の共有を専門とするインフルエンサーの一種であり、TikTok や YouTube、Instagram などのソーシャルメディアプラットフォームを通じて、特に Z 世

代（1990 年代中盤から 2000 年代に生まれた世代）の若者に影響力を発揮している。たとえば、米国、英国、カナダ、中国の Z 世代投資家に対して行われた調査¹では、投資や金融に関する情報源として、中国を除く国でソーシャルメディアが 1 位となった。特に米国では、投資判断を左右する要因の一つにフィンプルエンサーを挙げる Z 世代投資家が 37%に達した。

ソーシャルメディア上で投資情報を発信するフィンプルエンサーは、若年層にとっては金融の世界を身近に感じさせる存在である。他方で、フィンプルエンサーの投稿が次のような問題・リスクを孕んでいることも事実である。

図表 1 フィンプルエンサーの投稿が引き起こしうる問題

①投資詐欺・相場操縦	架空の金融商品や甘言を用いて、資金を騙し取るケース。あるいは、虚偽の情報を流布するなどして相場を操縦し、フィンプルエンサーが自身の利益を得ようとするケース。
②不適切な金融プロモーション	金融プロモーションを依頼する企業、もしくはフィンプルエンサー自身が広告であることを隠したり（ステルスマーケティング）、リスクの警告を十分に目立たせなかったりするケース。
③不適切な投資助言	フィンプルエンサー自身は投資や金融に関する情報を真摯に発信しているつもりであるが、実際には資格がない状態での投資助言や不必要に断定的な表現にまで踏み込んでいるケース。

（出所）大和総研作成

また、2021 年の米ゲームストップ株騒動²に象徴されるように、ソーシャルメディア上で流布された情報は、時として金融市場に大きな影響を及ぼす。同騒動自体は相場操縦事件としては摘発されなかったものの、このようなソーシャルメディア上で流布された情報による急激な価格変動やゲーム感覚での取引の拡大は、個人投資家にとって脅威である。なぜならば、公正な価格形成を妨げて投資家に予期せぬ損失を被らせるのみならず、投資家の市場への信頼を喪失させることで、長期的な資産形成を阻む要因ともなるからである。とりわけ若年層の投資への関心・意欲が高まりつつある今日、その蓋然性は高まっている。

日本においても、フィンプルエンサーの影響力は高まりつつあると推測される。たとえば、資産運用の情報源に「YouTube 等の動画サイト」や「SNS」を挙げる人の割合は、18 歳から 39 歳まででは 4 割前後にのぼっている³。また、X（旧 Twitter）や電子掲示板では、風説の流布が疑われる投稿や投資に関する断定的な表現を含む投稿が散見される。

¹ FINRA Investor Education Foundation and CFA Institute, “Gen Z and Investing: Social Media, Crypto, FOMO, and Family,” May 2023.

² 個人投資家がオンライン掲示板を通じて連携し、ビデオゲーム小売企業であるゲームストップ社の株を買い占めた事件。株価の急騰により、空売りを行っていたヘッジファンドは大きな損失を被った。

³ 金融庁「[リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果](#)」令和 6 年 7 月 5 日、30 ページ。

そこで、本稿はソーシャルメディア上で投資情報を発信するフィンフルエンサーについて、欧米での議論や対策を紹介し、これらの先行事例から日本への示唆を引き出す。

2. 米国におけるフィンフルエンサー対策

米国証券取引委員会（SEC）は、法令に違反したフィンフルエンサーや委託元企業の摘発を進めている。2022 年 12 月、ソーシャルメディアプラットフォームの Twitter（現 X）と Discord を使用し、上場株式の相場を操縦する 1 億ドルの証券詐欺事件に関与したとして、SEC は 8 人のフィンフルエンサーを提訴した。彼らは、特定の銘柄を購入するようフォロワーに推奨しながらも、自らは価格の上昇に応じて定期的に株式を売却したとされる⁴。また、適切な手順を踏まずにフィンフルエンサーを金融プロモーションに起用したとして、SEC が登録投資顧問会社に 175 万ドルの罰金を課した事例もある⁵。前者は投資詐欺・相場操縦（前掲図表 1－①）を、後者は不適切な金融プロモーション（前掲図表 1－②）を規制当局が取り締まった事例といえよう。

他方で、投資詐欺・相場操縦や不適切な金融プロモーションに比して、法令違反が顕在化しにくい不適切な投資助言（前掲図表 1－③）については、その対策は途上にある。この背景としては、フィンフルエンサーが米国法上の投資顧問に該当するかどうか、議論が分かれることが挙げられよう。すなわち、米国では 1940 年投資顧問法（Investment Advisers Act of 1940）の下で、ある人物または企業が投資顧問（業）を営むには SEC に登録し、同法に服さなければならない。そして、1940 年投資顧問法は投資顧問を「報酬を受け取るために、証券の価値や証券への投資、購入、売却の適否について、他者に対して直接または出版物や文書を通じて助言を行う事業に従事する者、または報酬を受け取るために定期的な事業の一環として証券に関する分析や報告を発行または公表する者」（202 条(a) 項(11)、翻訳は大和総研、以下該当同じ）と定義している。つまり、ある人物または企業が投資顧問の定義に該当するためには、図表 2 の三つの要件をすべて満たす必要がある。

図表 2 米国の 1940 年投資顧問法で定義された投資顧問の 3 要件と SEC のガイダンス

要件	SEC のガイダンス
①報酬を受け取ること	手数料をはじめ、何らかの経済的利益を受領していること。投資助言の受領者からの直接報酬だけでなく、第三者から得る経済的利益もこの要件を満たす。
②事業に従事していること	投資助言を事業としていること。投資顧問という肩書の使用や明確に定義された料金の存在、提供する投資助言の頻度と個別性などが「事業」としての判断基準となる。

⁴ SEC, “[SEC Charges Eight Social Media Influencers in \\$100 Million Stock Manipulation Scheme Promoted on Discord and Twitter](#),” December 14, 2022.

⁵ SEC, “[SEC Charges Van Eck Associates for Failing to Disclose Influencer’s Role in Connection with ETF Launch](#),” February 16, 2024.

③証券に関する助言を行うこと	他者に対して証券に関する助言を提供するか、レポートや分析を発行すること。特定の証券（株式や債券、投資信託など）に関する助言はもちろん、市場動向や資産配分に関する助言も「投資に関する助言」に当てはまる。
----------------	--

(出所) Staff of the Investment Adviser Regulation Office Division of Investment Management U.S. Securities and Exchange Commission, “[Regulation of Investment Advisers by the U.S. Securities and Exchange Commission](#),” March 2013 より大和総研作成

あるフィンフルエンサーがこれら三つの投資顧問の要件すべてに該当すれば、そのフィンフルエンサーは SEC の規制権限の対象となる。まず、報酬の受領（図表 2－①）に関して、SEC のガイダンスでは投資助言の受領者からの直接報酬だけでなく、第三者から得る経済的利益も報酬に当たるとされている。そのため、フィンフルエンサーが広告主など第三者から経済的利益を得る場合でも、この報酬要件を満たすとの主張もある⁶。次に、事業性（図表 2－②）に関しては、特定の証券に関する投資顧問を提供する者は、その提供が 1 回のみ、または稀な場合を除き、一般的にこの要件を満たすとされる。そして、投資助言がその者の主要な活動やビジネスである必要はないとされることから、フィンフルエンサーは該当しうる。さらに、投資助言（図表 2－③）に関しても、SEC はその対象となる行為を幅広く解釈しているため、この要件に該当しうるフィンフルエンサーの投稿は少なくないと思われる。したがって、フィンフルエンサーが投資顧問の要件をすべて満たし、SEC の規制権限の範囲に入る可能性は十分に考えられる⁷。

しかし、投資顧問の要件を満たすかどうか曖昧なケースも存在する。その代表例が、フィンフルエンサー自身のポートフォリオの公開を通じた事実上のコピートレード（自身と同様の取引等を行うこと）の推奨である。北米証券監督者協会（NASAA）は、特定のトレーダーやフィンフルエンサーによるコピートレードの提案は意図的または結果的に投資家の行動を促すものであり、投資推奨と見なされるべきであるとの考えを示しているが、フィンフルエンサー側は「出版者の除外」を盾に、ブローカー・ディーラーや投資顧問としての登録の免除を主張しているという⁸。すなわち、1940 年投資顧問法 202 条(a)項(11)(D)は、「一般的かつ定期的に発行される真正な新聞、ニュース、雑誌、またはビジネスや金融に関する出版物の発行者」は投資顧問に該当しないとして、「出版者の除外」と呼ばれる除外規定を定めている。フィンフルエンサーとしては、自分たちは一般的かつ定期的に自身のポートフォリオをインターネット上に公開しているだけであって、適用除外が認められる「出版者」と何ら変わらないということであろう。

また、たとえ投資顧問に該当するフィンフルエンサーであっても、実際にはそのすべてを SEC の規制対象にはできない実務上の困難さも存在する。たとえば、SEC に投資顧問として登録する

⁶ Mia Stefanou, “‘Finfluencers in the Wild’: A Call for Regulation Addressing the Growth of Online Investment Advice,” *Brooklyn Law Review* 88(3), April 2023, p. 958–992. 該当記述は p.981.

⁷ *Ibid.*, pp. 980–982.

⁸ North American Securities Administrators Association, “[Re: File No. S7-10-21: Request for Information and Comments on Broker-Dealer and Investment Adviser Digital Engagement Practices, Related Tools and Methods, and Regulatory Considerations and Potential Approaches: Information and Comments on Investment Adviser Use of Technology to Develop and Provide Investment Advice](#),” October 1, 2021, p. 4.

には1億ドル以上の運用資産残高（AUM）が必要とされるが、ソーシャルメディアを通じて投資推奨するフィンフルエンサーのAUMを立証することは、相当に困難であるものと考えられる。AUMが1億ドル未満の場合でも、フィンフルエンサーは州単位での証券規制の対象となりうるが、ソーシャルメディア上で国境すらも越えて活動する彼らに対して、各州での個別登録を強制することは困難である⁹。

さらに、フィンフルエンサーの不適切な投資助言（前掲図表1-③）は、必ずしも悪意（投資詐欺や相場操縦の意図）をもって発信されているわけではない。CFA協会の調査によれば、むしろ多くのフィンフルエンサーは真摯な教育的努力を示している一方、その活動の一部が規制されていることに気づいていない可能性がある¹⁰。このような場合、フィンフルエンサーによる意図せぬ不適切な投資助言を防ぐためには、どのような活動が規制対象となりうるのかをガイドライン等で周知し、フィンフルエンサー自身に行動規範を身につけさせることが求められよう。

3. 欧州におけるフィンフルエンサー対策

英国と欧州連合（EU）加盟国は、EUの第2次金融商品市場指令（MiFID II）によって、米国よりも幅広い投資助言の定義を採用している。すなわち、MiFID IIは投資助言を「顧客の要請または投資会社のイニシアチブにもとづいて、金融商品に関連する一つまたは複数の取引に関する個人的な推奨を提供すること」（4条1.（4））と定義している。ここでの「推奨」は「代理人の資格」において行われることが要件とされるが、米国とは異なり報酬の受領は要件とされていない¹¹。また、2008年のグローバル金融危機で失われたリテール投資家の資本市場に対する信頼を回復させる必要性から、EUではリテール投資家保護を目的とする規制強化が進められてきた。そうした中で、欧州のフィンフルエンサー対策は米国に先行することとなった。

まず、オランダ金融市場庁（AFM）は、フィンフルエンサーの投稿が不適切な内容を含む場合もあることや、一部のフィンフルエンサーが必要なライセンスなく投資推奨していることを指摘し、投資推奨および金融プロモーションに関する規則を遵守するよう、フィンフルエンサーに対して個別に連絡したことを2021年12月に公表した。同時に、AFMは口座開設の宣伝にフィンフルエンサーを起用する投資会社に対して、彼らに一定の紹介手数料を渡せば、キックバックなどの誘因報酬を禁止する国内規制に違反することを再確認させた¹²。

また、ドイツ連邦金融監督庁（BaFin）とフランス金融市場庁（AMF）は、それぞれリテール投資家に向けて、フィンフルエンサーが発信する情報の利用に注意を促すガイダンスを発行し

⁹ Spencer B. Arrowood, “TikTok: Is it Time to Regulate ‘Finfluencer’ Investment Advice on Social Media?” *North Carolina Banking Institute* 28(1), University of North Carolina School of Law, March 2024, pp. 428-465. 該当記述は pp. 451-453.

¹⁰ Serena Espeute and Rhodri Preece, “The Finfluencer Appeal: Investing in the Age of Social Media,” CFA Institute Research & Policy Center, January 2024, p. 20.

¹¹ *Ibid.*, pp. 18-19.

¹² AFM, “[AFM reminds ‘finfluencers’ of rules for online posts on investing](#),” December 21, 2021.

た¹³。とりわけフランスでは、2023年6月9日に施行されたインフルエンサーの逸脱行為を防ぐための法律によって、インフルエンサーが暗号資産のような複雑でリスクの高い金融商品を宣伝することが禁止されたほか、AMFと広告専門規制機関（ARPP）が「金融広告における責任ある影響力の証明書」を導入するなど、踏み込んだフィンフルエンサー対策が進められている¹⁴。

なお、同証明書の導入に合わせて設置されたフィンフルエンサー向けのトレーニングモジュールでは、金融商品（株式、債券、ETF、ファンド、デリバティブ）とそれに付随する様々なサービス（投資助言、ポートフォリオ管理、注文受付・伝達）に関する知識が幅広くカバーされ、また投資情報の発信に際して守るべき規則や、フィンフルエンサーによる宣伝が禁止されている商品・サービス（バイナリーオプションや特定の外国為替差金決済取引などの高リスクの損失を伴うもの）も明示されている¹⁵。

さらに、2024年2月には欧州証券市場監督局（ESMA）がフィンフルエンサーに対し、ソーシャルメディアに投資推奨を投稿する際に適用される市場濫用行為規則（Market Abuse Regulation（MAR））の定める規制について「注意喚起」を発した¹⁶。同文書で示された、フィンフルエンサーがソーシャルメディアへの投稿に際して留意すべきポイントは図表3のとおりである。

図表3 フィンフルエンサーがソーシャルメディアへの投稿に際して留意すべきポイント

①投資推奨の該当可能性	たとえ「非専門的」な言葉を使っている場合でも、投資推奨に該当しうる。また、「教育目的」で投稿する場合は、投資家はその情報にもとづいて投資選択をしないように、過去のデータや事例を使用すべきである。
②MARで定められた要件の遵守	投資推奨を発信する際にはMARで定められた要件を遵守しなければならない。虚偽または誤解を招く情報を広めたり、インサイダー情報を選択的に開示したりすることは、一部のEU加盟国においては刑事訴追対象の重大な犯罪となりうることに注意する。
③提供者の分類	投資推奨の発信に際して従うべき義務は、提供者の分類に応じて異なる場合がある。ただし、インサイダー取引の禁止、市場操作の禁止、およびインサイダー情報の不法開示の禁止は、提供者の分類に関係なく常に全員に適用される。
④不法行為の忌避	情報収集と警戒を怠らず、市場トレンドの創出を目的とした疑わしい投稿や勧誘から距離を取る。

（出所）ESMA, “[Warning For people posting Investment Recommendation on social media](#),” February 6, 2024 より大和総研作成

¹³ BaFin, “[Investment tips on social media: caution is paramount](#),” February 1, 2022; AMF, “[Investment recommendations on social media: the AMF backs ESMA’s reminder](#),” October 29, 2021.

¹⁴ AMF, “2024 Markets and Risk Outlook,” June 2024, p. 128. 同証明書は、AMFとARPPが共同で設置したフィンフルエンサー向けのトレーニングモジュールで、75%以上の正答率を得た者に発行される。また、ARPPは同証明書を付与したフィンフルエンサーを監視し、規則違反のあった場合には認証を取り消す（AMF, “[The AMF and the ARPP launch the Responsible Influence Certificate in Finance](#),” September 7, 2023）。

¹⁵ Ibid.

¹⁶ ESMA, “[Warning For people posting Investment Recommendation on social media](#),” February 6, 2024.

そして、翌月には英国金融行動監視機構 (FCA) がソーシャルメディアでの金融プロモーションに関する最終ガイダンス (FG24/1) を取りまとめ、ソーシャルメディア上で金融プロモーションを展開する企業やフィンフルエンサーに要求する事項を明確化した。同ガイダンスは、フィンフルエンサーに対して直接的なメッセージを発信していることに加えて、フィンフルエンサーに金融プロモーションを依頼する企業の「承認者としての責任」にも言及している点が注目される¹⁷。同ガイダンスで示された、企業が金融プロモーションに関して留意すべきポイントは図表4のとおりである。

図表4 企業が金融プロモーションに関して留意すべきポイント

①金融プロモーションの該当可能性	ソーシャルメディア上のあらゆる形式の投稿は、たとえ招待制のチャットルーム／チャンネルであっても、金融プロモーションとなりうる。
②リスクの明示	金融プロモーションの各投稿は単体としてコンプライアンスを満たし、リスクとリターンのバランスの取れた見解を提供しなければならない。また、リスク警告はキャプションやリンク先ではなく、投稿内でプロモーション要素と同等の目立つ位置で明確に表示される必要がある。
③ソーシャルメディアの適切性	ソーシャルメディアを使用して、複雑な特徴を持つ金融商品をプロモーションすることがどれほど適切かを考慮する必要がある。
④承認者としての責任	企業は金融プロモーションを継続的に監視・確認し、フィンフルエンサーに宣伝させる商品・サービスをよく理解させた上で、FCAが定めた規則 (COBS 4) ¹⁸ を遵守させる必要がある。

(出所) FCA, “[Finalised Guidance FG24/1: Finalised guidance on financial promotions on social media](#),” March 2024 より大和総研作成

4. 日本への示唆

投資や金融に関するソーシャルメディア上の情報発信は、日本でも増えつつある。その中で、著名人や投資家を騙った偽広告やチャットアプリでの投資グループ詐欺など、いわゆる SNS 型投資詐欺が横行し始めている。また、2024 年 7 月 26 日には、電子掲示板での合理的根拠のない情報の流布により有価証券の価格に影響を与えたとして、証券取引等監視委員会が金融商品取引法第 158 条に規定する「風説の流布」を初めて適用した課徴金納付命令の勧告を行った¹⁹。

¹⁷ FCA, “[FG24/1: Finalised guidance on financial promotions on social media](#),” March 26, 2024.

¹⁸ COBS 4 は、FCA ハンドブック (Conduct of Business Sourcebook) の第 4 章を指す。同章は金融プロモーションに関する規則と要件を定め、すべての金融プロモーションが公正で明確かつ誤解を招かないようにすることを求めている。

¹⁹ 証券取引等監視委員会「[ヒューマン・メタボローム・テクノロジーズ株式に係る風説の流布に対する課徴金納付命令の勧告について](#)」令和 6 年 7 月 26 日。

SNS 型投資詐欺（前掲図表 1－①）への対応は進められている。金融庁が策定した「2024 事務年度金融行政方針」でも、SNS 型投資詐欺をはじめとする金融犯罪の被害を防止し、国民の金融サービスに対する信頼を維持するために、関係省庁や SNS 事業者と連携して対策を進めていくことが掲げられた²⁰。また、2024 年 9 月 30 日には「金融商品取引法等に関する留意事項について（金融商品取引法等ガイドライン）」や「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」などの一部改正（案）が公表された。同改正（案）では、たとえば金融商品取引業の登録を受けていない者が、一見して金融商品取引業を行う旨の表示に該当しない場合であっても、その誘導先のウェブサイトや SNS 等で金融商品取引業に該当する行為（有価証券の売買の媒介や有償での有価証券の価値等に関する助言など）を行えば、違法とされうることが明確化されている²¹。

他方で、金融商品取引法に違反するリスクを認識することなく、個別銘柄の評価や投資判断を発信しているフィンフルエンサーも散見される（前掲図表 1－③）。ソーシャルメディア上の全コンテンツを常時監視することが難しい以上、ガイドライン等を通じてフィンフルエンサー自身に行動規範を意識させることも有効ではないか。たとえば、英国の FCA と広告基準協議会（ASA）が共同で作成した「金融プロモーションに取り組むインフルエンサーを支援するためのインフォグラフィック」は、フィンフルエンサーが金融プロモーションに際して確認すべき事項をチェックリスト形式でまとめている（図表 5）。同インフォグラフィックは金融プロモーションに特化した内容であるが、フィンフルエンサーが投資や金融に関する情報を発信する際に参照すべき、より一般化したチェックリストを作成することも、不適切な投資助言を防ぐ一案となる²²。

図表 5 フィンフルエンサーが金融プロモーションに際して確認すべき事項

受託前のチェックリスト	責任ある宣伝のためのチェックリスト
① FCA が大半の金融商品・サービスの宣伝を監視していると知っていたか。	① 金融商品に関する助言を提供しているか。
② 金融商品に関する助言を提供したり、自らのフォロワーが金融商品を取引するよう手配したりできるか。	② あなたは FCA の認可を受けているか。または、あなたの投稿は FCA に認可された人物によって承認されているか。
③ ASA が暗号通貨、ファントークン、NFT を含む金融商品の宣伝を規制し、すべての	③ あなたや代理人はデューデリジェンスを行ったか。

²⁰ 金融庁「2024 事務年度金融行政方針」令和 6 年 8 月 30 日。

²¹ 金融庁「『金融商品取引法等に関する留意事項について（金融商品取引法等ガイドライン）』、『金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針』及び『事務ガイドライン（第三分冊：金融会社関係）』の一部改正（案）の公表について」令和 6 年 9 月 30 日。

²² 本稿の調査範囲ではないが、非欧米諸国では「不適切な投資助言」（図表 1－③）が取り締まられた事例もある。たとえば、オーストラリア証券投資委員会（ASIC）は 2021 年 12 月、上場株式に関するセミナーや金融商品の推奨などをライセンスなく行ったとして、当時 2 万人以上のフォロワーを有していたフィンフルエンサーの「ASX ウルフ」を提訴した。オーストラリアの裁判所は 2023 年 4 月に ASX ウルフに対して恒久的な差止命令を出し、彼が国内で金融サービス事業を行うことを禁止した（Arnab Shome, “[ASIC Gets Bankruptcy Order against Finfluencer ‘ASX Wolf’](#),” February 29, 2024）。

広告が責任をもって行われるようにしていることを知っているか。 ④ あなたは金融商品・サービスを宣伝するのに適した人物であるか。 ⑤ 英国では暗号通貨に関係する大半の活動が規制外であることを知っているか。 ⑥ 金融プロモーションの委託元企業は合法的な会社か。 ⑦ どの投稿が金融プロモーションであることを明確にしているか。	④ あなたの投稿は ASA のルールに従い、合法で、真実で、責任があり、広告として正しくラベル付けされているか。 ⑤ 暗号通貨を宣伝する場合、暗号通貨は規制されていないこと、利益は課税対象となりうることを、あらゆる投資の価値は下がりうることをフォロワーに明確に伝えているか。 ⑥ フォロワーに暗号通貨が簡単な投資であると示唆したり、緊急性や見逃しへの恐れを煽ったりしないこと。
---	---

(出所) FCA, [“FCA and ASA team up to warn finfluencers of risks of promoting illegal ‘get rich quick’ schemes,” April 6, 2023](#) より大和総研作成

また、日本の金融機関も若年層との接点強化を目的にソーシャルメディアの活用を進めており、今後はフィンフルエンサーをマーケティングに起用する事例（前掲図表 1-②）も出てくると推測される。現在、金融機関によるフィンフルエンサーの活用に関する制度的な議論は特段なされていないものの、さらなる制度整備が今後必要になった場合には、本稿で紹介した欧米の先行事例が参考になろう。