

オンライン証券取引サービスの動向

- 第4回(2000年9月)アンケート調査の結果から -

株式会社 大和総研

新規産業情報部

高橋 仁

大畠 彰雄

[E-mail:online_research@dir.co.jp](mailto:online_research@dir.co.jp)

要約

- ・ 昨年10月に実施された株式委託手数料の完全自由化後、新規参入が相次ぎ、今年8月末時点で、オンライン証券会社は57社に達した。また、取引口座数は、前回調査時より10倍強に増加し、130万口座と大幅に伸びた。
- ・ 口座数の増加に伴い、取引件数の総数は増加している。しかし、個別で見ると二極化がみられ、件数を順調に伸ばしている会社とそうでないところに分かれている。
- ・ 専任の従業員数は、増加している。これは、口座数の増加に伴ったシステム増強やコールセンターの開設により陣容が拡大したためだと思われる。
- ・ 顧客獲得には、取扱商品の幅の拡大が有効だとする一方、広告宣伝や手数料の引き下げには消極的である。
- ・ インターネット視聴率を分析したところ、オンライン専業の方がアクティブユーザーの比率が高いことが分かった。収益力の判断材料として取引口座数のデータは非常に有効であるが、インターネット視聴率等を用いた分析も今後の動向を把握する上で重要であろう。
- ・ 米国では、大手への寡占化が進みつつある。日本でも同様な状況に陥る可能性は否定できない。
- ・ 大和総研はネット取引の今後の順調な拡大を見込んでいる。2001年末で取引口座数は268万口座に達すると予測している。
- ・ 手数料の低廉化が急激に進んできた。これ以上の引き下げ余地は少ないと思われる。今後は、手数料競争から付加価値の提供へ競争の焦点が移っていくと思われる。

1. はじめに

大和総研は、2000年9月11日に第4回目のオンライン証券サービスに関するアンケート調査を行った。対象は、2000年8月末時点でオンライン証券取引を行っている57社である。各社に対し、電子メールによる質問票を配布、回収する形式で実施した。有効回答数は、42社であった。本稿では、その結果に基づき、オンライン証券サービスの現状と今後の展望について述べる。

2. オンライン取引サービスへの参入状況

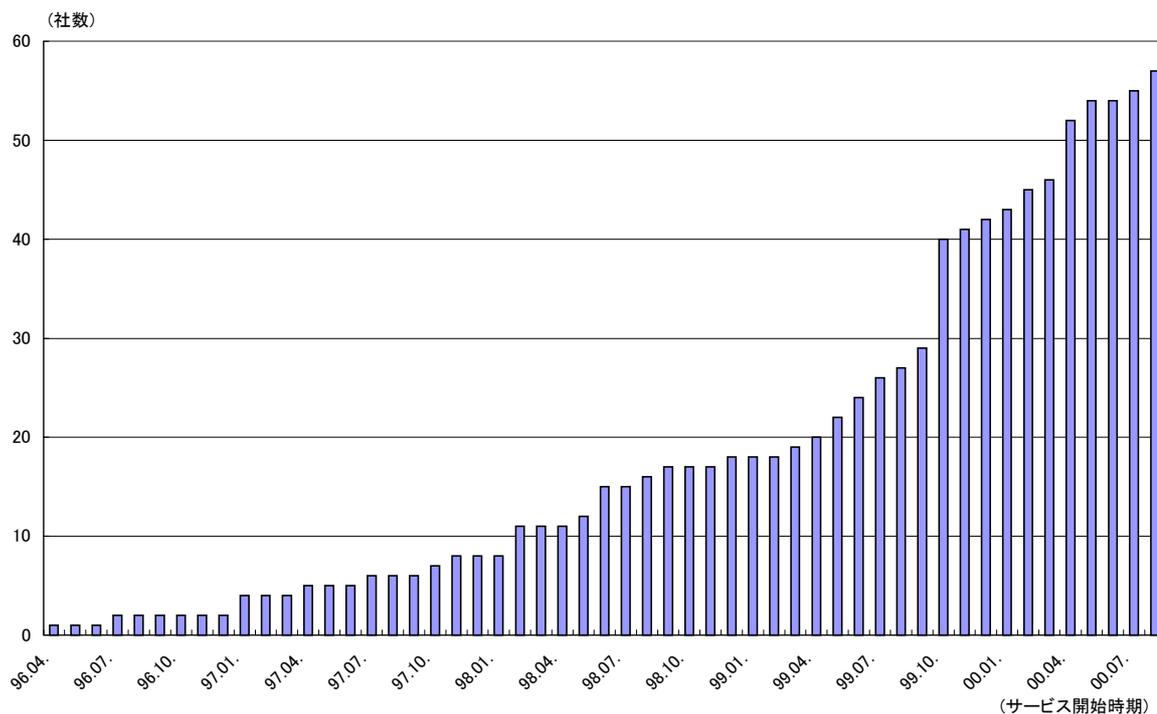
手数料の完全自由化後、参入が相次ぎ、今年8月末には57社に達した

昨年10月に株式委託手数料が完全自由化された後、新規参入が相次いだ。手数料自由化直前の昨年9月時点で29社あった参入会社は、自由化直後の99年10月時点で40社に達した。その後も異業種や外資系からの参入がある。今年8月末で57社へと倍増した(図表1)。

自由化以降、参入した会社は28社ある。内訳は、外資系5社(国内資本との合併会社も含める)、既存の証券会社17社、異業種4社、その他2社となっている(合併会社は除く)。

今後参入を予定している会社は、現時点で確認できただけでも6社あり、今年度末までに70社程度になる可能性もある。

(図表1)日本のオンライン証券会社数



(出所) 各種報道、各社HP等より大和総研作成

3. 口座数の推移

口座数は1年間で約10倍弱に増加

オンライン取引の口座数は99年8月末の約14万口座から、2000年8月末で約124万口座(Bloomberg調査)と大幅に伸びた。1万口座を超える会社が前回調査では10%しかなかったのに対し、2000年8月末時点では30%と大幅に増加している。一方で、1,000口座を下回る会社も21%存在する。サービス開始時期が同じでも口座数にばらつきが見られる(図表2)。

(図表2)

口座数	98/10		99/03		99/08		00/08	
50,000 以上	-	-	-	-	-	-	7	(16.7)
10,000 - 50,000	1	(6.3)	1	(4.3)	3	(10.0)	6	(14.3)
5,000 - 10,000	0	(0.0)	3	(13.0)	1	(3.3)	3	(7.1)
1,000 - 5,000	4	(25.0)	2	(8.7)	7	(23.3)	7	(16.7)
500 - 1,000	0	(0.0)	4	(17.4)	4	(13.3)	3	(7.1)
500 未満	6	(37.5)	7	(30.4)	8	(26.7)	6	(14.3)
不明	5	(31.3)	6	(26.1)	7	(23.3)	10	(23.8)
合計	16		23		30		42	

(出所) DIR アンケート調査 2000.9、括弧内は構成比(%)

月次(8月)の口座数伸び率については、鈍化傾向が見られる。前回調査において、10%以上の伸び率を示した会社は、調査対象会社の50%以上であったのに対し、今回調査では全体の約25%である。業界全体でみても1ヶ月間に7%程度の増加にとどまった。30%以上の伸びを示した会社のほとんどはサービス開始間もない会社である(図表3)。

大和証券及び野村証券以外の会社は口座数が10万以下であるにもかかわらず、多くの会社に口座数の伸びの鈍化が見られる。これには、2000年8月の相場環境の悪さも一因と考えられる。これまで、ニッチな分野として順調に拡大してきたオンライン取引口座は、100万口座を超え、相場環境等のマクロ環境も増減の要因になる傾向を示してきた。

(図表3)

口座数の伸び率	98/10		99/03		99/08		00/08	
30% 以上	2	(12.5)	1	(4.3)	8	(26.7)	2	(4.8)
20% - 30%	3	(18.8)	6	(26.1)	4	(13.3)	1	(2.4)
10% - 20%	4	(25.0)	7	(30.4)	10	(33.3)	8	(19.0)
0% - 10%	3	(18.8)	6	(26.1)	2	(6.7)	23	(54.8)
減少	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(3.3)	0	(0.0)
その他	0	(0.0)	1	(4.3)	0	(0.0)	2	(4.8)
不明	4	(25.0)	2	(8.7)	5	(16.7)	6	(14.3)
合計	16		23		30		42	

(出所) DIR アンケート調査 2000.9、括弧内は構成比(%)

4. 取引状況

取引件数は二極化の傾向

口座数の大幅増に伴い、顧客の取引件数も増加している。1日あたりの取引件数が5,000件を超える会社が4社、10,000件を超える会社も1社ある。前回調査では、1,000件以上の会社は3社しかなかった。ただし、今回調査でも1,000件未満の会社が16社ある。口座数以上に、取引件数は2極化の傾向が見られる(図表4)。

(図表4)

平均取引件数	99/08		平均取引件数	00/08	
5,000 以上	1	(3.3)	10,000 以上	1	(2.4)
3,000 - 5,000	1	(3.3)	5,000 - 10,000	3	(7.1)
1,000 - 3,000	1	(3.3)	1,000 - 5,000	4	(9.5)
100 - 1,000	3	(10.0)	100 - 1,000	7	(16.7)
100 未満	12	(40.0)	100 未満	9	(21.4)
その他	2	(6.7)	不明	18	(42.9)
不明	10	(33.3)	合計	42	(100.0)
合計	30				

(出所) DIR アンケート調査 2000.9、括弧内は構成比(%)

5. 顧客の利用状況

取引額は全体的に底上げ、アクティブユーザーの増加が今後の課題

取引額、取引頻度を合わせて考えると、オンライントレードは比較的少額の取引を数多く繰り返すという特徴を示している。

1回あたりの取引額は全体的に底上げされている。前回調査に引き続き、「50万円以上100万円未満」と回答する会社が多い。しかし、前回調査では、「100万円以上200万円未満」と回答する会社が7%しか存在しなかったのに対し、今回調査では21%と大幅に増加している。この背景には、利用者のオンライントレードへの習熟度の高まりがあると推定される(図表5)。

(図表5)

平均取引額	98/10		99/03		99/08		00/08	
200万 以上	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(3.3)	0	(0.0)
100万 - 200万	1	(6.3)	0	(0.0)	2	(6.7)	9	(21.4)
50万 - 100万	5	(31.3)	10	(43.5)	13	(43.3)	16	(38.1)
50万 未満	2	(12.5)	5	(21.7)	3	(10.0)	2	(4.8)
その他	0	(0.0)	2	(8.7)	0	(0.0)	0	(0.0)
不明	8	(50.0)	6	(26.1)	11	(36.7)	15	(35.7)
合計	16		23		30		42	

(出所) DIR アンケート調査 2000.9、括弧内は構成比(%)

取引回数も増加している。顧客一人あたりの取引回数については、「3回以上」と回答する会社が19%と前回調査に比して増加している。一方で、「1回未満」と回答する会社も12%あり、オンライン証券会社の中でもサービスによって顧客の取引頻度にばらつきがある。

今後は、取引回数などの分析を通じて、口座数の伸びだけでなくアクティブユーザー(実際に口座を用いて取引を行う人)の動向にも注目すべきであろう(図表6)。

(図表6)

平均取引回数	98/10		99/03		99/08		00/08	
3回以上	0	(0.0)	3	(13.0)	4	(13.3)	8	(19.0)
2回 - 3回	2	(12.5)	3	(13.0)	3	(10.0)	2	(4.8)
1回 - 2回	4	(25.0)	6	(26.1)	5	(16.7)	9	(21.4)
1回未満	2	(12.5)	3	(13.0)	5	(16.7)	5	(11.9)
その他	0	(0.0)	3	(13.0)	1	(3.3)		(0.0)
不明	8	(50.0)	5	(21.7)	12	(40.0)	18	(42.9)
合計	16		23		30		42	

(出所) DIR アンケート調査 2000.9、括弧内は構成比(%)

6. 事業運営体制

専任従業員数の増加

専任従業員数が大幅に増加した(図表7)。前回の調査では過半数以上の会社が「5人未満」と回答。今回の調査は、前回と同様に「5人未満」の体制が最も多いながら、「30名以上」の会社が大幅に増加している。ネット口座数は今回の調査までの1年間で10倍弱になり、現在約130万口座である。この口座数の拡大に伴うシステム増強やコールセンターの設置などにより、陣容の拡大があったと思われる。

(図表7)

専任従業員数	98/10		99/08		00/08	
30人以上	0	(0.0)	1	(3.3)	10	(23.8)
20人 - 30人	1	(6.3)	1	(3.3)	1	(2.4)
10人 - 20人	1	(6.3)	2	(6.7)	5	(11.9)
5人 - 10人	2	(12.5)	4	(13.3)	11	(26.2)
5人未満	11	(68.8)	17	(56.7)	11	(26.2)
その他	0	(0.0)	1	(3.3)	1	(2.4)
不明	1	(6.3)	4	(13.3)	3	(7.1)
全体	16		30		42	

(出所) DIR アンケート調査 2000.9、括弧内は構成比(%)

7. 顧客獲得に有効な手段

取扱商品の幅の拡大が重視される一方、広告宣伝や手数料の引き下げには消極的

今後の顧客獲得に有効だと考えられる要素について、複数回答形式(選択肢より、3つを選択)により回答を求めた。今回は「取扱商品の幅の拡大」と回答した会社が増加し、「情報提供の充実」にかわり第一位に踊り出た(図表8)。現在各社は、投資情報や株価情報など情報提供サービスに力を注いでいる。今後は、それに加え、投資信託のラインナップ数やミニ株の取扱を開始するなど、取扱商品の拡大を重視するようになりつつあることがわかる。

一方、広告宣伝活動や手数料の引き下げには、消極的である。後述するが、オンライン証券各社に手数料の引き下げ余地はあまりない。この状況を反映しているのがみてとれる。

今回「モバイルインターネットへの注力」という項目を初めて採用した。結果を見れば分かるように、この点にかなりの関心を持っているようである。携帯電話やPDAなど、インターネットに接続可能な携帯機器の浸透は著しい。各社は、その対応の善し悪しが、今後の顧客獲得競争に大きな影響を与えると認識しているようだ。

(図表 8)

顧客獲得に有効な手段	98/10	99/03	99/08	00/08
手数料の引き下げ	11	5	7	10
情報提供の充実	8	15	17	25
各種ツールの充実	2	6	4	-
取扱商品の幅の拡大	6	6	7	26
顧客対応の強化	3	8	6	7
決済機能の充実	2	2	4	2
取引時間の延長	2	2	1	4
広告宣伝	8	6	5	7
サイトの使い勝手、機能の向上	6	10	16	17
セキュリティ、システムの強化	0	3	8	4
モバイルインターネットへの注力	-	-	-	19
その他	0	0	0	0
不明	0	0	0	0
全体	48	63	75	121

(出所) DIR アンケート調査 2000.9

8. 広告宣伝活動について

前回の調査と同様に、手数料収入の5%未満と回答した会社が最多であった。今回「広告をしない」という回答は、「その他」の項目に入れてある。その二つを合算すると全体の約4分の1で広告を全くしないか、行ったとしても僅かな金額をさく方針であることが分かる。前項の結果と同様に、広告宣伝については、かなり慎重な姿勢をとっている。(図表 9)

米国では、「広告費を増やすだけでは、ネット会社のブランド知名度は高まらない(米HMSパートナーズ社調べ)。」とされている。オンライン証券各社は、手数料引き下げ競争で体力を消耗し、広告費を捻出できない事情があるが、この指摘も少なからず影響しているのではないだろうか。

(図表 9)

広告宣伝費の水準 (手数料収入比)	98/10		99/08		00/08	
50% 以上	3	(18.8)	2	(8.7)	4	(9.5)
30% - 50%	2	(12.5)	1	(4.3)	2	(4.8)
10% - 30%	0	(0.0)	4	(17.4)	4	(9.5)
5% - 10%	0	(0.0)	0	(0.0)	4	(9.5)
5% 未満	3	(18.8)	7	(30.4)	5	(11.9)
その他	1	(6.3)	4	(17.4)	5	(11.9)
不明	7	(43.8)	5	(21.7)	18	(42.9)
全体	16		23		42	

(出所) DIR アンケート調査 2000.9、括弧内は構成比(%)

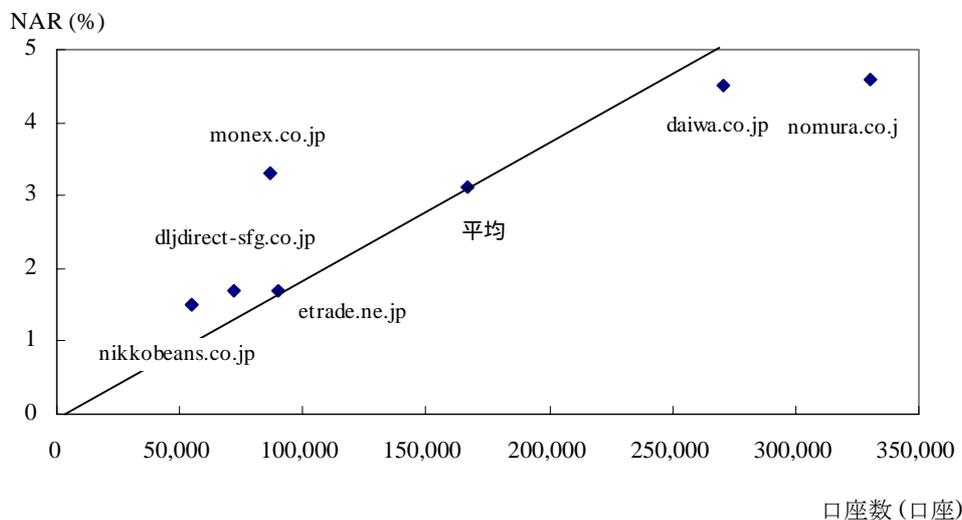
9. アクティブユーザーについて

名目上の口座数のうちアクティブユーザーの比率が高い会社はオンライン専業である。その中でも、マネックス証券はアクティブユーザーの比率が高い。野村証券、大和証券は口座数では圧倒的に他社と差をつけている。しかしアクティブユーザーの差については、口座数よりは小さいと推定される。

30万前後のオンライン口座数を持つ野村証券及び大和証券のNAR(ある一定期間に実際に1回でもサイトにアクセスした人の比率)は、オンライン専業会社と比して上回っているものの、口座数に見られるような大きな差はない。図表10は横軸に口座数、縦軸にリーチ率を示した散布図である。野村証券及び大和証券は、口座数に対するリーチ率の比率が平均を下回っている。一方、オンライン専業は平均以上である。オンライン専業会社の中でも、マネックス証券のリーチ率が高い。これは、日刊のメールマガジン等の顧客を呼び込む方策が有効に働いているためと推定される。

オンライン証券の利用者は、一つの証券会社に限定せず、数社の証券会社を併用している傾向がある。これは、回線の状況やシステムのトラブル等のため、時間帯によって使い勝手が異なるからである。このような状況下で、利用者にとっての「オンライン証券のポータル」になるかということも、収益に貢献する上で重要になってくる。名目上の口座数は、報道等で判明しても、アクティブユーザーを外部から把握するのは困難である。インターネット視聴率などを用いた分析も、オンライン証券の動向を把握する上で重要である。

(図表 10)



(出所)Japan Access Rating、Bloomberg より大和総研作成

(注意) NAR の調査期間は VOL.0020(平成12年7月17日~平成12年8月13日)

口座数は Bloomberg 発表のもの(8月末)

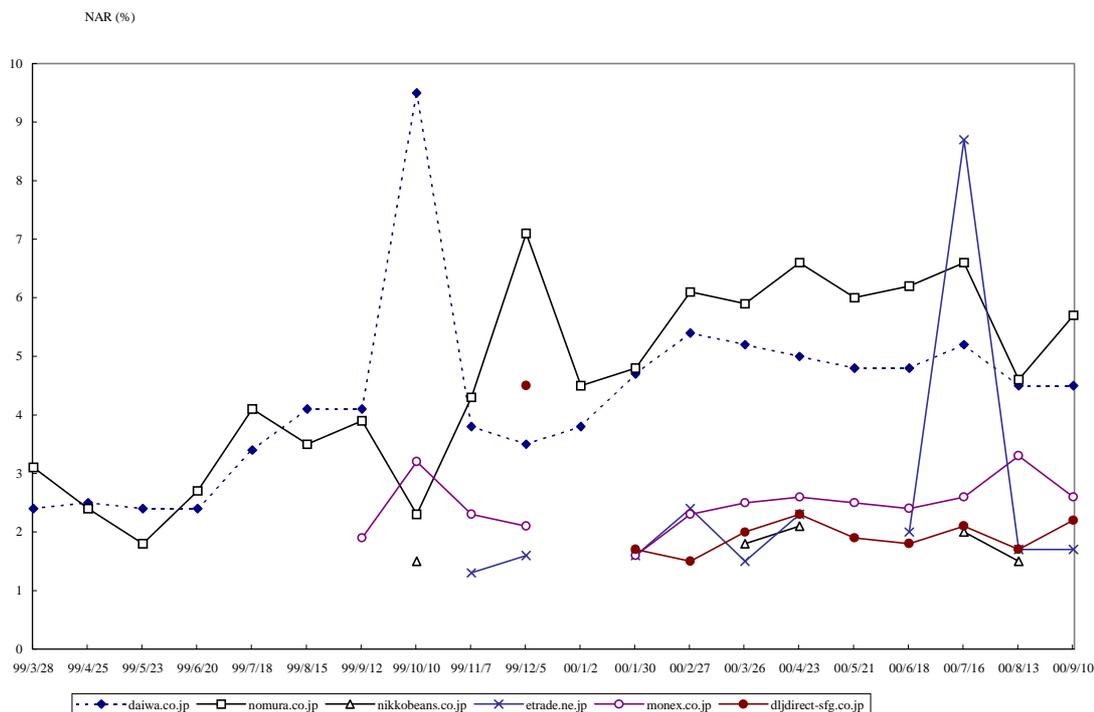
10 . NAR からみたオンライン証券

2000年初頭まで、アクティブユーザーはインターネット利用者を上回るペースで増加した。しかし、2000年に入り、その伸び率が鈍化してきている。特に、口座数の多い会社は、インターネット利用者とほぼ同様のペースで推移している。これまで、オンライン証券の口座は従来から証券取引を行っていた投資家が中心となり、増加してきた。今後、インターネットを利用しているが証券取引を行っていなかった投資家をいかに取り込むかが、課題になる。

早期からサービスを行っていた野村証券、大和証券のドメインのNARは、99年3月において2~3%程度であったが、約1年経過した2000年3月には約5%まで上昇した。NARの上昇が意味するものは、オンライン証券の利用者の伸び率がインターネット利用者のそれを上回っていることである。オンライン取引を行うために、インターネットを開始した人が多数いたと伺える。

しかし、2000年4月以降、両社のNARは5%前後で推移している。また、オンライン専門の会社も同様に2~3%程度の水準で推移しており、増加してない。これは、オンライン証券の利用者の増加率はインターネット利用者の増加率とほぼ等しいことを意味している。仮にこの状態が続けば、オンライン証券口座数の上限は低い。今後、各社が目標としているような、口座数の増加を達成するには、インターネットを利用しているが証券取引を行っていない投資家層をいかに取り込むかが課題になる。

(図表 11)



(出所)Japan Access Rating

11. サービス内容について

- 1. 料金面

半年余りで米国並の水準に近づいた

最低手数料を1,000円未満に設定する証券会社が現れ、手数料の低廉化が進んだ。今年8月末時点でオンライン証券全社の平均の最低売買手数料は、2,000円程度の水準に達した。

米国では、もともと75年に手数料が自由化された。96年にイー・トレードが最低手数料を14.95ドルとして業界に参入して以来、本格的な手数料競争が始まった。競争激化によりオンライン証券会社上位10社の平均の最低売買手数料は、96年から3年ほどで約50ドルから15ドルと3分の1程度の水準まで低下した。さすがにこの水準になると下げ止まりした。価格競争は、収束しつつある。

日本では、完全自由化されて僅か半年余りの間に米国並みまでの手数料の低下がみられた。これ以上の手数料引き下げの余地は少ないと思われる。今後は、米国と同様に平均手数料は、一定水準に収束していくと思われる。

- 2. 商品面

新規公開株の募集・売出に注目

ほとんどの会社が、上場株、店頭株、中国ファンド、及びMMF等を扱っている。前回調査では、対応が分かれたMRFもほとんどの会社が導入している。但し、投資信託やオプション及び転換社債などについては、サービス開始時期が早い会社でも対応にばらつきが見られる。これらのうち投資信託については、取り扱い本数を積極的に増加している会社が数社、見られる。

注目すべき点は、新規公開株の募集売出である。ナスダック・ジャパンやマザーズに代表されるベンチャー会社が上場しやすい株式市場が整備されたことによって、我が国でも株式公開が増加している。これを受け、個人投資家を取り込む手段として、各社とも積極的に取り扱いを始めている。2000年6月のインターネットマガジンの調査では、取り扱っていた会社は8社であったが、今回調査では11社である。予定・検討中のところも含めると16社にのぼる。また、新規公開株を扱っている会社のほとんどが自社のウェブサイトのトップページに記載し、前面に出している。

- 3. 情報サービス・資産管理ツール

メールニュース等のインターネット独自のサービス

リアルタイム株価やチャート及び取引履歴等の標準的なサービスを提供しているかどうかについて、前々回調査までは、大きな格差があった。しかし今回の調査では、その格差は縮小しつつある。上記のようなサービスはほとんどの会社が取り入れている。また、QUICK-ISや時事通信社等の外部情報ベンダーはほとんどの会社が取り入れている。

対応にばらつきが見られるのはメールニュースである。ダイヤルアップ接続が多い我が国の通信環境でも、メールニュースはテキストベースのためデータ容量が軽く容易に扱える。このため、積極的に取り入れる会社が増加している。

メールニュースを発行する会社の中には口座を保有する顧客に発行対象を限定するものが

多い。しかし、口座保有を問わず発行し、顧客獲得活動の一環と位置付けている会社もある。また、これらの中には、メールに株式市場に直接関係ないテーマを取り上げ、エンターテイメント性を持たせている会社もある。

12. 今後の見通し

- 1. ネット取引で先行する米国の例から

大手への寡占化が進んでいる

先行する米国では、94年からネット取引がスタートした。その後、96年頃から本格的に普及し始め、急速に広まっていった。ネット口座数は、現在まで順調な伸びを続け、今年3月末に1,590万口座に達した模様である。オンライン証券会社最大手のチャールズ・シュワップの顧客預かり資産をみると、今年8月末時点で1兆ドルに達し、首位のメリルリンチに次いで全米で第2位となっている。米国では、オンライン証券会社は総合サービスを提供する大手証券会社を脅かす存在となりつつある。

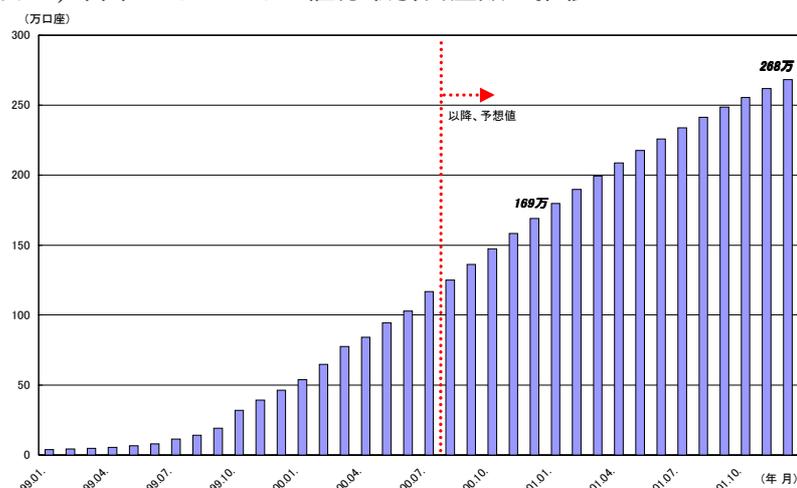
現在、米国では140社程度のオンライン証券会社が存在する。約定件数ランキングをみると、上位3社で約5割、上位10社で、約9割のマーケットシェアを獲得している。大手のオンライン証券会社は、フルサービスを提供する既存の証券会社に迫る勢いで拡大している。その反面、下位の100社を超えるオンライン証券会社は、全社を合計しても市場の1割程度のシェアしか取れていない。米国のオンライン証券業界は、寡占化が進みつつある。

- 2. 口座数の推移

2001年末には、268万口座に達すると予想

日本におけるネット取引は、順調に拡大していて、今後についても更なる成長が期待できる。大和総研は、今年末のネット口座数を169万口座、2001年末のそれを、約1.6倍の268万口座と予想している(図表11)。前述の通り、米国では寡占化が進んでいる。日本でも同様な状況に陥る可能性は否定できない。日本のネット市場は拡大しており、ビジネスチャンスの広がりが期待できる反面、オンライン証券各社は、生き残りをかけて今以上に差別化を図っていかなければならない。

(図表12) 日本のオンライン証券取引口座数の推移



(出所) ブルームバーグ調べより大和総研作成

- 3 . 手数料競争から付加価値の提供へ

今後日本では、手数料以外での競争に焦点が移ってゆくと予想される。半年余りで手数料をほぼ限界まで引き下げ、口座数の増大に伴うシステム増強費の負担増に直面している現状からみて、これ以上の手数料引き下げは難しい。リアルタイム株価情報や投資情報の無料提供など既存のサービスに加え、オンラインの特性を生かしたノーロード（無手数料）・ファンドの販売など取扱商品のラインナップ強化やモバイルインターネットに対応したサービスの提供が進むはずである。一部の証券会社で計画されている株式の夜間取引サービスも、次のステージへ向けた流れであり、今後更に加速すると思われる。

以上