

金融再編下独歩行の野村証券

株式譲渡益・配当課税の軽減や特定口座制度などの税制改正、銀行への証券仲介業務の開放など預貯金偏重の個人金融資産を証券市場へ誘導する環境整備が進んでいる。金融グループの証券業務への参入、ネット証券のシェア拡大のなかにあつて巨人野村証券グループは静かに、「コアビジネス」の深化を進めている。

古賀信行

野村ホールディングス・野村証券執行役社長に聞く

金融資産 “証券化”の 追い風を背負って

証券ビジネスをコアとして展開する企業集団へ

銀行と証券会社をあわせもった金融グループが世の中に有用な存在なのか、また本当に企業としてハンドリングしうるのかは疑問だ。いまは証券業務そのものが大きく広がっている時代だ。野村証券グループは証券ビジネスをコアにするという基本方針に変わりはない。個人金融資産を資本市場にアクセスしやすくするには、仲介業者の議論だけではなく、投資の自由度を高めることや、投資にインセンティブを与えることが重要だ。



業際論より

投資インセンティブ論を

——最近、メガバンクがフィナ

ンシャルグループとしての戦略

から傘下の証券子会社との連携

を強めているが、野村グループ

スを考えないのか

野村ホールディングスを設立

してグループ範囲を明確にして

以来、野村証券グループは証券

ビジネスをコアとして展開する

企業集団であることを鮮明にし

てきた。

確かに、業際問題が華やかに

営業担当者単位での ワンストップ態勢で 「仲介」に徹する

個人金融資産1400兆円の シェア拡大に挑む



証券会社の根源的な力は、金融商品を投資家に売りさばく販売力だ。競争激化で独壇場とまではいえなくなっているものの、野村証券のリテールでの販売力は依然として健在だ。強力な営業部隊を推進力として「仲介」業に徹するノムライズムのコアコンピテンスの実態をみってみる。

圧倒的な 一人当たり預り資産

よく、野村証券は証券界の「ガリバー」といわれる。そもそも体格が他の証券会社とまったく違つただから（他社が）どんなに努力をしても太刀打ちできないというあきらめの響きとともに。

しかし、ホールセルルの分野では、もはや野村証券が各種リーグテーブルの首位を独占するという状況ではなくなっている。ケースバイケースで業者を使い分けるホールセルルのビジネスにおいて、銀行系証券会社や外資系証券会社が自らの強みを生かして顧客基盤を伸張する余地があるからだ。

これに対し、リテール分野における野村証券の強さはやはり圧倒的だ。同社の国内営業部門と他社の業容を比較してみる

（第1表）

国内店舗数において、大和

日興二社との差はほとんどない。営業人員数は非公表なので正確な比較がむずかしいのだが、グループ連結従業員数からさほどの違いはないと推測される。ところが、預り資産の金額や個人口座数は明らかに二社を大きく引き離している。営業人員一人当たりの預り資産額は、実質的に二社の二倍近いとみてよさそうだ。

こうした、国内リテール顧客基盤の強さが、ホールセルル分野において債券や株式の大型募集案件を受託する大きな武器になっている（第2表）。野村証券の投資銀行としての強さの根源は、リテール分野での強力な販売力にある。

なぜ野村証券のリテールは強いのか。

コア・バリユー・
フォーメーション

野村証券が自ら誇らしげに語り、他社も認める第一の要素は