

ネット企業と金融の垣根は どんどん低くなる

インタビュー

國重 惇史

DLJディレクトSFG証券社長
(楽天金融事業カンパニー社長)

楽天の顧客基盤を投資家層の拡大につなげる

○三年秋以降、楽天、ライブドア、CSKという有力なネット・IT関連企業が相次いで証券会社を買収した。証券界にとってはネット専業証券という新業態が誕生した九〇年代末期に次ぐ「第一次参入ラッシュ」ともいえる。楽天による買収について、DLJディレクトSFG証券（七月四日から「楽天証券」）社長で楽天金融事業カンパニー社長も兼務することになった國重惇史氏に、楽天による買収の狙いと今後のDLJのビジネス展開について話を聞いた。



金融との親和性は高い

——楽天が証券会社を買収した目的は何か。他のオンラインショップと同様、品揃えの一つとして金融商品を販売したいのか、あるいは証券ビジネスそのものに注目しているのか

一言でいえば、モノのデリバリーを伴わない点でネット企業と金融は親和性が高いということだ。また、楽天の三木谷社長が銀行出身で金融に関する知識が豊富で、関心も高い。楽天にはさまざまなオンラインショップが出店しているが、これまで

金融商品は扱わなかった。実はDLJも楽天への出店を計画したことがあるが、楽天サイドから「金融業からの出店は原則として認めていない」といわれて断念したことがある。推測だが、三木谷社長は銀行、証券、保険会社の商品をたんにオンラ

インショップに並べるだけでなく、自ら金融業へ進出する構想をずっと思い描いていたのかもしれない。そこにDLJ株が売りに出されるといっ話を聞いて、買収に踏み切ったのだらう。

——楽天はいずれ他の金融ビジ

再編渦中のネット証券業界、 専業大手六社の動向

明確な顧客ターゲットの設定が優劣を決定づける

大和田 智美

ストック・リサーチ
 取締役シニアアナリスト

○三年後半から○四年にかけて、ネット証券の合併・買収が活発化した。○三年一月に楽天が専業大手のDLJディレクトSFG証券を買収、○四年三月にはマネックス証券と日興ヒートンズ証券の経営統合が発表された。ネット専業以外では、ライブドアによる日本グローバル証券（日興証券系）の買収、CSKによるコスモ証券（りそな銀行系）の買収などがある。ネット専業証券「元年」から五年が過ぎたいま、大手各社の生き残りをかけた新たな競争が始まったといえる。

ネット専業証券の変遷

まず、今年に入り業界再編が活発化した理由、また今後の動きを予測するうえでネット専業証券のこれまでの経緯を整理しておきたい。

インターネットによる株取引

サービスは、店舗型証券の第三のチャネルという位置付けで始まった。九六年、大和証券がトップを切り、その後九七年に野村証券、今川三澤屋証券（現リテラ・クレア）などが開始、九八、○〇年には準大手、中小証券が続々とサービスを開始す

る。たとえば、九八年にはコスモ、丸八、岩井、九九年にはオリックス、日本グローバル、○

○年には日興、内藤などが開始しており、ピーク時には六〇社がネット取引を手がけた。店舗をもたないネット専業証券は九九年一〇月の株式手数料

自由化を期に相次いで登場した。一時は一五社程度まで増加したが、合併や撤退などにより現在は八社に落ち着いている（注1）。

サービス開始当初の顧客ターゲット層

ネット専業証券のビジネスは基本的には安価な手数料で多くの顧客を獲得する薄利多売モデルであり、まずは顧客＝口座数の獲得が目標になる。サービス開始当初、この点は各社とも共通していたが、違ったのは顧客ターゲットだ。これにより、現在の上位三社・下位三社の構造ができあがったといってもよい。

松井証券のターゲットは非常に明確で、株取引経験者かつ店舗の取引では手数料や対面の煩わしさに不満なヘビーユーザーだ。ボックスレートというインパクトのある手数料によって売買頻度の高いデイトレーダーを