

ポイント運用の動向 ～個人投資家層の拡大に繋がるのか



2019年10月3日
株式会社資本市場研究所きずな

出揃ってきたポイント運用サービス

個人の投資が余裕資金をもって行うものなら、究極の余資運用はポイント運用かも知れない。通常ポイントは、商品の購入やサービスの利用(クレジットカード等の利用を含む)で個人に付与され、次回の購入等に利用されるものだが、Tポイントやdポイントの様な共通ポイント(様々な企業が顧客に付与する同一のポイント)の利用が広まることで、現金の代替として利用することも可能になっている。この様なポイントサービスの市場規模(ポイント発行額)は、矢野経済研究所の公表(2018年7月)によると2020年度には2兆円を超えると予測されている。

証券業界においても、株式取引や投資信託の取引・残高に応じてポイントを付与する動きが2017年から出始めているが、自社で個人に付与した自社ポイント・共通ポイントや、他業種・他社で貯まった共通ポイントなどを使って、ポイントそのものを投資運用するポイント運用サービスが出揃ってきた。

以下は、現時点での主なポイント運用サービスの一覧となる。

なお、ポイント名欄の㊦はクレジットカード利用で共通ポイント付与、◆は、自社内でのサービス利用で共通ポイント付与を指す。また、各社で発行する独自のポイントを共通ポイントに転換するサービスも、ポイントを巡るインフラとして整ってきている。

主なポイント運用サービスの概要(8月末現在)

運営会社	サービス名	利用可能なポイント名	投資対象	最小運用ポイント数	定額orスポット	運用種類(解約時)
インヴァスト証券	マネーハッチ	インヴァストポイント、 ②、	・海外ETF (週に1回定期的に自動売買 & 再投資)	100円	自動売買 & 再投資	現金
NTTドコモ 「THEO+[テオプラス]docomo」	dポイント投資	dポイント ◆	①おまかせ運用：アクティブコース(株式中心)、バランスコース(債券中心) ②テーマ運用：日経225、新興国、コミュニケーション、生活必需品、ヘルスケア	100ポイント	選択式(スポットorつみたて)	ポイント
楽天証券	楽天ポイント	楽天スーパーポイント 楽天証券ポイント ②、◆	・投資信託：楽天証券ファンド(7本) 銘柄ランキング内人気銘柄、アナリスト厳選ファンド(10本) 投信スーパーリサーチ	100円	選択式(スポットorつみたて)	現金
クレディセゾン	永久不滅ポイントポイント運用	永久不滅ポイント	・投資信託 日本株コース、アメリカ株コース、アクティブコース(外国株式・外国債中心) バランスコース(国内債中心) ・ストックポイント(カルビーSP、日清食品SP、ホンダSP)	100ポイント	選択式(スポットorつみたて)	ポイント
StockPoint	StockPoint	・ドットマネー by Ameba ・クレディセゾン永久不滅ポイント ・STOCK POINTカード ・PONTAポイント運用	個別銘柄：全 170 銘柄超 (・国内株式・米国株指数・上海株式指数・外国為替(米ドル)・REIT・投資信託・仮想通貨 等)	100マネー	スポット	ポイント ※株式への交換希望者は口座開設
SBIネオモバイル証券	ネオモバイル	Tポイント ◆	・国内上場株式 ・投資信託	100ポイント	スポット	現金
SBI証券	Tポイントサービス	Tポイント ◆	投資信託のみ：約2,000種類以上	1ポイント	スポット	現金
tsumiki証券	tsumiki	エポスポイント ②、◆	つみたてNISA対象の投資信託(毎月定額つみたて)：4種類のファンド	毎月 3,000円～	定額つみたて	現金
TORANOTEC 投資顧問	トラノコ	リアルペイジー・ポイント ネットマイル ポイントタウン ANAマイル、◆	安定重視の「小トラ」：米国債券、欧州債券など バランス重視の「中トラ」：米国債券、米国株式、欧州債券、日本株式など リターン重視の「大トラ」：米国株式、日本株式、米国債券、欧州債券など	※ANAマイル 上限1000マイル→500ポイント→500円分の投資	スポット	現金
ビットフライヤー	Tポイントプログラム	Tポイント	ビットコイン	-	スポット	現金若しくは 仮想通貨
auアセットマネジメント	auWALLE Tポイント運用	au WALLET ポイント	専用投資信託	100ポイント	スポット	ポイント



主なポイント運用の内容について

具体的にポイント運用の内容をみていきたい。

NTTドコモが行うdポイント投資について、その目的はあくまでも共通ポイントのdポイントを投資商品で増やすことにある。dポイント投資は100ポイント単位で行うことができるが、先ず株式会社お金のデザイン(サービス名:THEO)が運用する投資一任口座での運用に連動する2つのコースか、海外運用会社等が運用する5つのテーマの投資信託かのいずれかを選択する。ポイント運用は、この選択された運用方法での時価の連動するが、その運用状況(ポイントの増減)をスマートフォンやPCで日々確認することが出来る。また、運用されているdポイントを引き出すことはいつでも可能だ。以上は、あくまでのポイント運用なので、投資商品の運用と異なる為、取引口座の開設の様な手続きは不要だ。なお、このサービスのサイトにおいては、実際の積立投資の行う場合のシミュレーションも提供されており、株式会社お金のデザインが提供するTHEO+docomoのロボアドバイザーで積立投資を行った場合の10年後の運用資産状況が示される。こちらの方は、実際に投資行う

場合に口座開設は必要で、①運用をTHEOに任せる。(個々のニーズに合わせて運用プランを提示、少額からも始められる投資一任契約、毎月のリバランスや売買判断がAIが行う)②運用資産額に応じて毎月dポイントが付与される。③dカード利用で、設定金額に応じて端数を「おつり」として自動で積み立てて投資へ。などが、このサービスの特徴となっている。

次にStockPointサービスだが、提携するポイントを一旦StockPointに置き換えて、このポイントを国内株式や指数・リート・仮想通貨に投資する(170銘柄超)。個別銘柄に投資されたStockPointは、株価の変動などで日々価格が変動するが、もし相場変動を避けたい場合、この個別StockPointをフリーポイントとして待機させることも出来き、次に新たな銘柄にポイント投資することも可能だ。また、株式に投資したポイント投資では1株の価格以上になったポイントを、みずほ証券かSBI証券での取引口座があれば、株式で受け取ることも可能となっている。なお、共通ポイントであるPontaポイントは専用のWebで管理されており、保有しているポイント残高を確認(ポイント運用通帳作成)、ポイント運用したい銘柄の選択(運用開始)、ポイント運用

の停止、ポイントをPontaポイントに戻すといったことを簡単な動作で行うことが出来る。

TORANOTEC投信投資顧問が提供するおつり投資サービスのトラノコは、クレジットカードやamazon/楽天等のECアカウントで買い物の度におつり金額を決めるか、おつりが出る単位金額を設定(例えば単位金額を1,000円と設定すると、買い物代金が4,710円の場合、 $5,000円 - 4,710円 = 290円$ となる)し買い物の度にこのおつりを積算し、このおつりを毎月1度銀行口座から引き落として専用ファンドに投資する。このおつり投資は、自分の買い物に自らポイントを付与する疑似ポイント運用ともいえるが、他のポイントやマイルなどもこの投資に利用することが出来る。なお、マネーフォワードやzaim・マネーツリーなどの家計簿アプリを利用してる場合は、カード等の登録が不要でおつり投資設定が容易となる。

ポイントは本来顧客の次回取引を誘う目的で付与されるが、付与した業者以外での購買等でも利用可能な共通ポイントに、個人に投資サービス・商品を提供する金融商品取引業者が対応し始めたことが、ポイント投資が整って

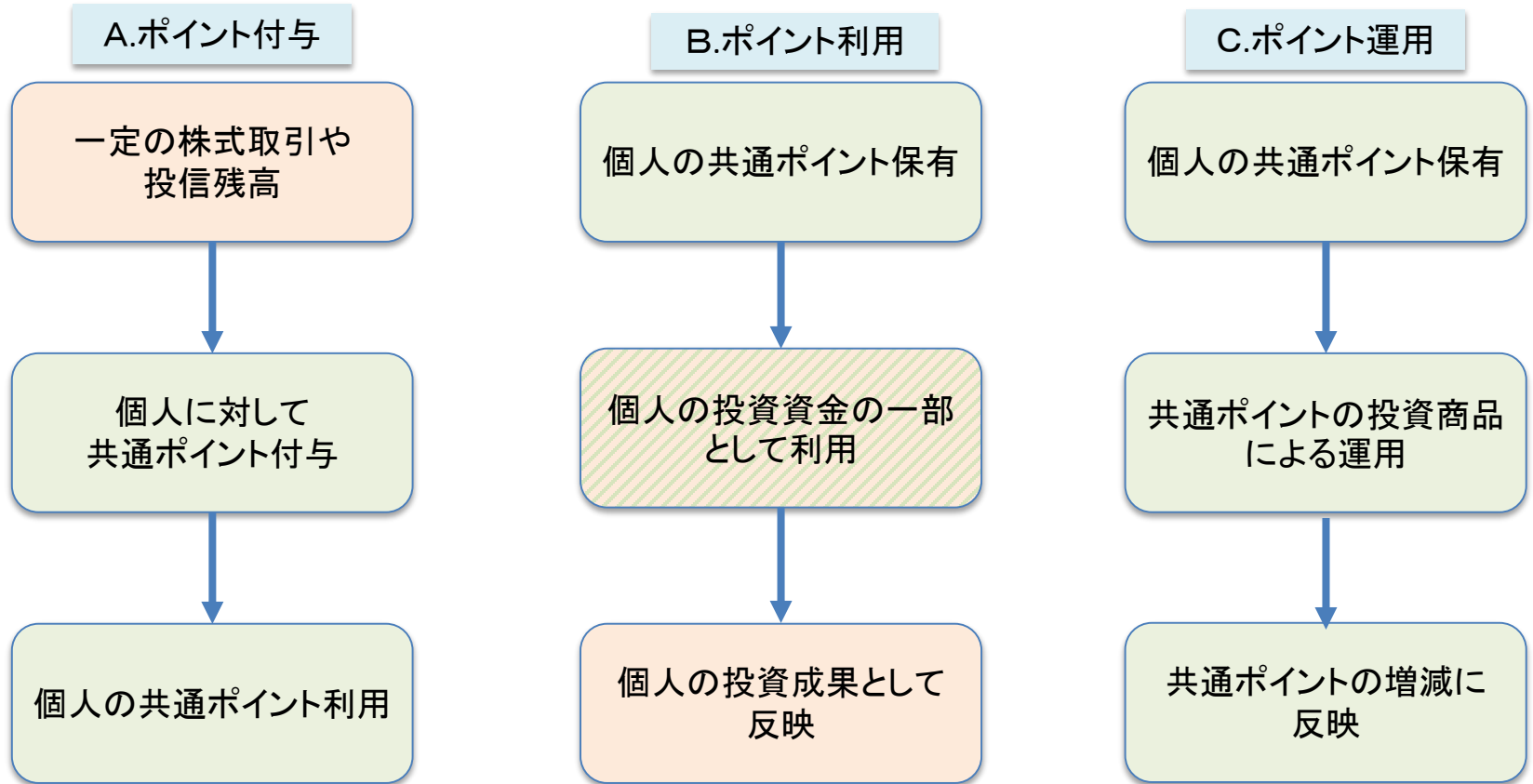
きたことの背景にある。また、投資に係わる共通ポイントの扱いでは次の3パターンがある。

A. ネット証券大手を中心に、株式取引や投資信託の残高が一定量あれば共通ポイントを付与するケース。なお、SMB日興では投信積立てプランを始めた顧客に対してdポイントを付与するサービスを始めた。

B. 貯まった共通ポイントを使って投資信託の購入や投信積立て資金の一部に充てるサービスを提供する証券会社が出始めている。

C. 主要な共通ポイントを使って、ファンド等に疑似投資(投資対象価値とポイント増減が一致)するサービスが出揃ってきた。

投資に係わるポイント対応3パターンについて



ポイント運用を支えるもの

ポイント運用そのものが投資ビジネスとして成り立つかと言えば、おそらく違いうだろう。例えば、1000ポイントを10万人が運用しても1億円未満の投資額で、販売や運用費用さえカバー出来ない。しかし、このポイント投資が、積立てNISAなどの継続積立投資や、本格的な投資に繋がっていくのなら個人の投資手段の一つとして意味があることだろう。また、多くの個人を顧客とするプラットフォーマーにとって、eコマースやゲーム、クレジットカードなどの利用で付加したポイント運用は、そのポイント、しいては個々のプラットフォームへの帰属性を高める可能性もある。

このポイント運用を可能としている投資に係わるIT利用やフィンテックでの進化について触れたい。

先ずスマートフォンが個人の生活の中に浸透してきたことがポイント運用の進展に大きく影響している。スマートフォンの操作はタップすることが基本なので、それに沿ったサービスも顧客操作の単純化・簡略化を行う必要があるが、ポイント投資は個人と接している部分が疑似投資

なので相当の簡略化が可能だ。後は、ポイント投資サービスを提供する目的に従って、投資対象や情報提供に注力すれば良い。また、これらのことは、ポイント運用をバックで支えるスマートフォン専門証券会社の投資サービスにも影響していて、利用者である個人にとって、手間のかからない口座開設、簡単な投資対象の選択、AIに任せる運用、リアルで見やすい運用状況確認など、個人の投資に係れる作業を単純化・簡略化することに取り組んでいる。例えば、投資家にとって負担の大きな口座開設については、証券会社側の本人確認作業もスマートフォンだけで完結し（AIを活用してる模様）、即時の口座開設が可能な証券会社も出始めている。

次にAI運用（ロボアドバイザー）についてだが、現在、投資運用会社のファンドや機関投資家のポートフォリオでは、一部で運用そのものをAIに一任することが始まっている。個人の投資においても、少額でポートフォリオを組んだり、ポイントの疑似投資のサポートなどを大量に処理する方法として、AIは有効だ。個々の投資家のニーズに応じてポートフォリオを組み、定期的にそのポートフォリオに対して見直しを行い、必要な銘柄の入れ替えを行う、以上を自動的

に行うAIの利用があって、少額投資の運用が成り立っているといっても過言ではない。ポイント運用では、スマートフォン専業証券会社のこの機能を利用している。

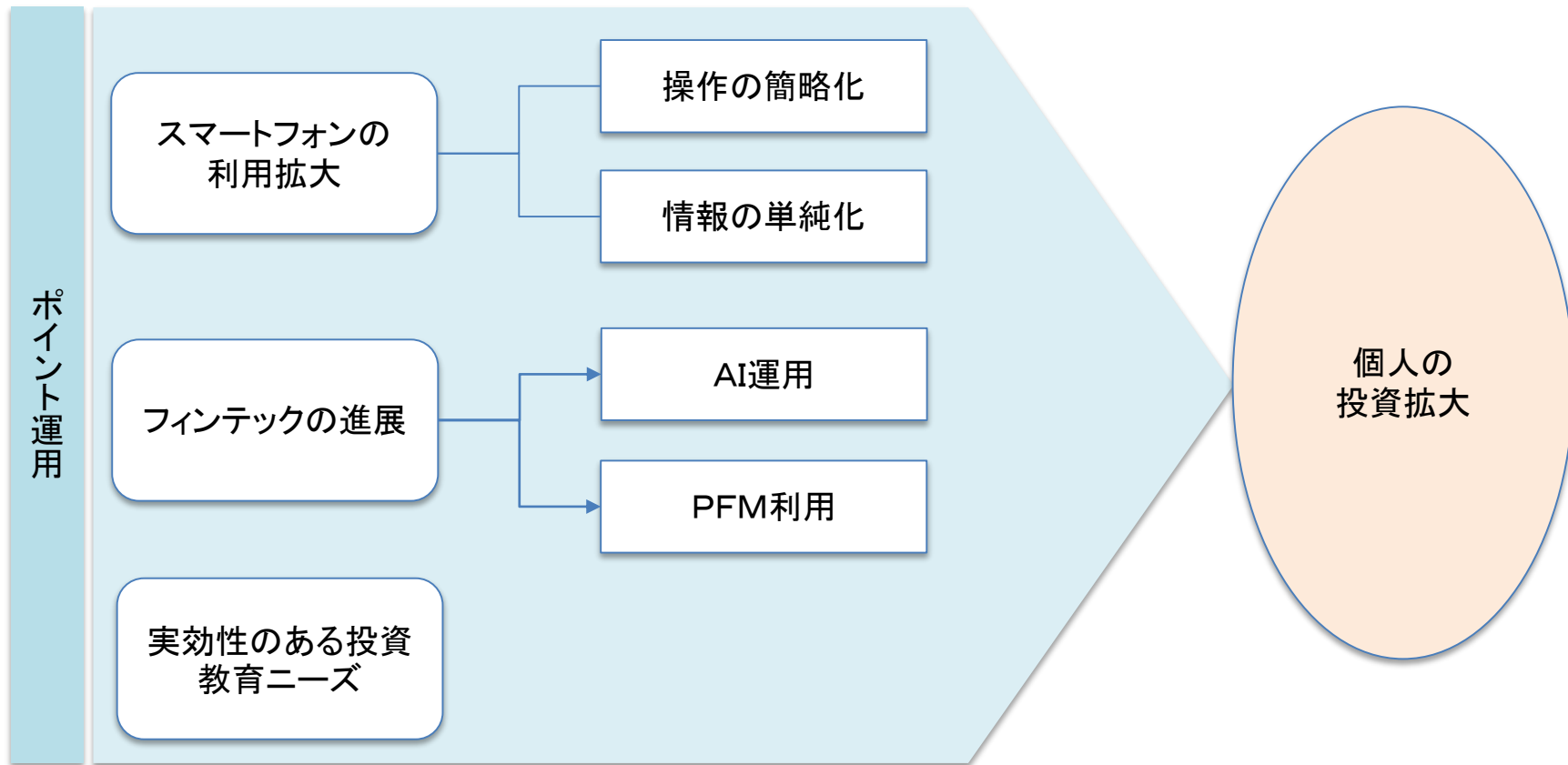
家計簿ソフトと言われるPFM(Personal Financial Management)はスマートフォンを通じて、銀行、証券、クレジットカード、電子マネー、ポイントカード等の口座ごとに分散した個人の資産状況を合算して、用途に応じて取引を分類して、家計簿を自動的に作成するサービスだが、この利用が拡大している。加えて、異なるポイントを交換するサービスも浸透してきており、ポイントを自分の資産と見做して管理することも可能になっている。このことがポイント運用を後押しする可能性が高い。

フィンテックとは異なるが、疑似投資としてのポイント運用が投資教育の一環として機能することも期待されるところだ。学生などへの投資教育プログラムや証券取引所等による取組みは充実してきているが、20～30代の若年層への実効性のある投資教育として、投資経験がないがポイントを増やす目的で投資対象と向き合っていくことは、

あたかもオンラインゲームにおいてポイントを獲得していくことの様なイメージに近いかも知れない。

個人生活におけるスマートフォン利用の拡大、AIの活用をはじめとするフィンテックの進展、実効性のある投資教育が求められている社会環境など、ポイント運用の背景となっているものは、より広範囲の個人を投資に近付ける可能性が高い。

ポイント運用を支える環境



ポイント運用が変えるもの

今後、ポイント運用が拡大していった場合、投資家層の拡大以外で投資関連ビジネスにどのような影響を与える可能性があるか考えてみたい。

◎AIを中心に進む投資アンバンドリング・リバンドリング:

金融アンバンドリングの進行によって、金融機関は得意分野に業務を特化し、それ以外は外部との提携を強化してきたが、投資関連ビジネスでもその様な動きが進むことが予想される。現在、第1種・第2種・投資助言・投資運用に制度的に分かれている金融商品取引業だが、通常の個人の資産運用と、資産形成の為に継続投資や投資への導入としての少額投資は、実際に行う事業者が分離しても良い。現在のリテール証券会社では、継続投資や少額投資においてコストと収益のバランスを取る事が難しいと言われているが、AIを駆使して業務コストを抑えたスマホ証券であれば、継続投資・少額投資に注力していくことが可能だ。また、共通ポイントのポイント運用をバックからサポートすることで、他業種やプラットフォーマーから広く投資家予備軍を集客することが出来る。

◎共通ポイントで結びつく他業態:

金融審議会「金融制度スタディ・グループ」において、一昨年11月から横断的金融規制が議論されているが、一つのプラットフォームにおいてeコマースや旅行・資金管理や資産運用などがスマートフォンなどで同一プラットフォームで提供される場合の規制の在り方も検討されている。共通ポイントを増やす目的で個人が行うポイント運用は、サービスをAPI等で提供するスマホ専門証券が、共通ポイントを通じて他業界との提携を進めることが可能となり、投資に係わるプラットフォーム的機能を果たしていく可能性もある。

◎個々のニーズに応じた多様な仲介業務の発達:

そもそもポイントはそれぞれのビジネスのマーケティングツールであり、また次回の購買や利用を促すものだが、ポイント運用するプラットフォームにおいて、顧客が望む商品・サービスを仲介することで、個人の共通ポイント増加を支援し、同時に商品・サービス提供者から手数料を得るようなサービスが、発達しても良い。イメージで言えば、プラットフォーム上のコンシェルジュサービスだが、この様な

サービスが発達していけば、プライベートバンクで行われているような富裕層向けのサービスも可能かも知れない。勿論、その商品等の推奨はAIが行うのであれば、より広範囲の顧客への仲介サービスが可能となる。また、対面証券会社であっても、ポイント運用を行うスマホ証券と提携することで、自社の顧客へのコンシェルジュサービスとして他の業態への仲介業務を行うことも可能となる。

以上の様なことは、結局スマホ証券の事業戦略として行うことだろう。一般的なリテール証券からみると、スマホ証券は若年層を中心とした個人顧客で明らかに投資家層が異なる。またリテール証券では、資産運用の為に株式取引や投信・外債販売などが中心業務になっているので、自らが継続投資・少額投資を積極的に行う様なインセンティブが少ない。その為、それぞれの目指す顧客層を明確にしていけば、リテール証券とスマホ証券の協働が可能で、例えばスマホ証券のプラットフォーム構築にリテール証券が協力したり、リテール証券顧客のプラットフォームにおける他業種機能利用について、スマホ証券も支援していくことなどか考えられる。

情報化社会の進展で、投資を取り巻く環境が大きく変わってきているが、証券業界においても対面営業とネット証券に分類されていたリテール証券モデルも、スマホ証券の出現で更に分化することが予想される。今後、リテール証券にとって、顧客の多様なニーズに応じる為には、同業を含めた他社との提携を進めることが重要になる。また、事業規模に係わらず必要な機能と事業のマッチングが可能となっているのは、情報技術の進化メリットではないかとも考える。

ポイント運用が起こす投資関連ビジネスの変化

