

証券会社のスマートフォン対応は、  
個人の投資にどのような影響を及ぼすか

平成27年8月4日



株式会社資本市場研究所きずな

## 証券会社におけるスマートフォン対応の現状

証券会社におけるスマートフォン対応が進んでいる。正確には証券会社においても言い直すべきかも知れないが、個人のスマートフォン利用が拡大していることを背景としてインターネットでサービス・商品を提供する企業のアプリ(利用する端末のオペレーション・システム上にインストールして利用するソフトウェア)開発が活発化しており、証券会社においても個人投資家へのアプリ提供強化の動きが目立っている。

スマートフォンの国内普及率は平成26年度の情報通信白書(総務省)によると53.5%となっているが、欧米の7割程度、韓国やシンガポールの9割程度に比べるとまだ伸びる余地が大きい。また、利用方法についても単純な情報検索から、SNS・動画視聴・Eコマースに拡がっており、金融分野での利用拡大も期待されている。特に、スマートフォンなどを利用したリテール向けの新しい決済サービスは、金融イノベーションとして金融審議会でも現在議論されているところだが、スマートフォンの普及は金融商品の

取引においても大きな変化を起こす可能性がある。

先ず証券会社におけるスマートフォン対応の現状から見ていきたいが、大手リテール証券やネット証券各社での商品別アプリ開発・提供が進んでいる。その内容については2つの方向性があるが、当初のアプリ開発において主流となっていたのがパソコンでのインターネット取引の簡略版としての機能提供で、もう一方は主な金融商品の別に機能を絞りながら、スマートフォンの特性に合わせた新しい機能を追加しているアプリ開発だ。つまり現在のインターネット取引での延長線上でスマートフォン利用を前提としている戦略と、スマートフォン独自の特性で新たなサービスの提供を試みようとする動きに分かれる。なお、前者の戦略をとる中堅リテール証券会社の一部では、自社のインターネット取引においてアプリ対応を行っていないところも多い。ただし、自社のインターネット取引画面においてスマートフォンでも利用可能なWeb画面に切り替えが進んでおり、またその為に、Web画面上で提供する情報の見せ方に工夫がされ、取引機能においてもタップを意識した利用者の操作プロセス簡素化が行われているものも見受け

られる。

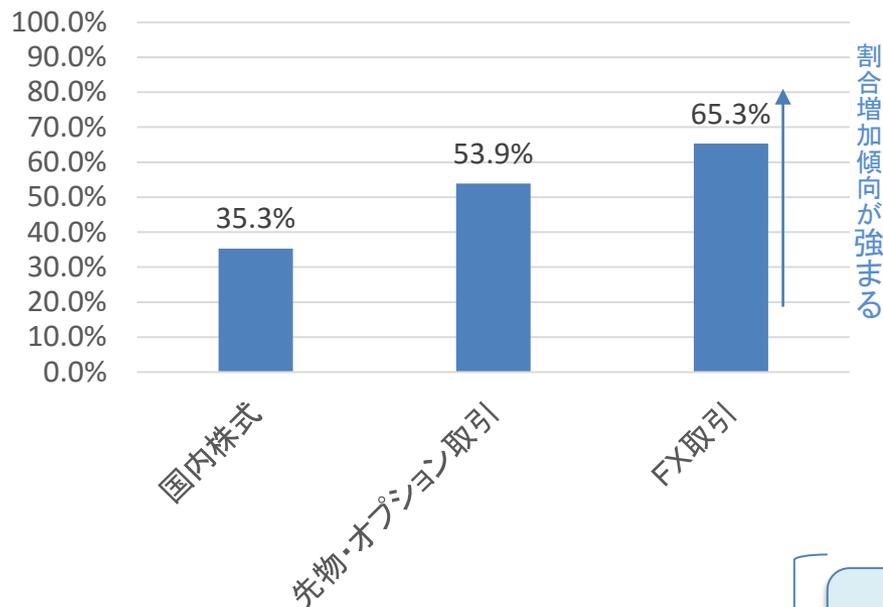
なお、インターネット取引を行っていないリテール証券会社においても、投資家向け情報提供を行っている自社のホームページを、スマートフォンでの閲覧を意識したものに変更する動きが目立ってきた。

次に個人投資家の実際の利用状況について見たいが、楽天証券の決算発表資料で公表された2014年末時点の自社内取引でのスマートフォン利用者割合によると、FX取引が65.2%、先物・オプション取引が53.9%、国内株式が35.3%となっており、それぞれの比率も増加傾向が続いているようだ。FX取引における利用が先行しているのは、発注方法がスマートフォンに適していることと、取引に必要な情報がリアルタイムで取得しやすいことが上げられるが、一方では個人トレーダーの国内株式デイトレードにおいては、限られた情報量・取引機能の為、メインの取引ツールとしては適していないようだ。

また、日本証券業協会では若年層を対象とした投資教育においてスマートフォン対応を強化しており、電子書籍

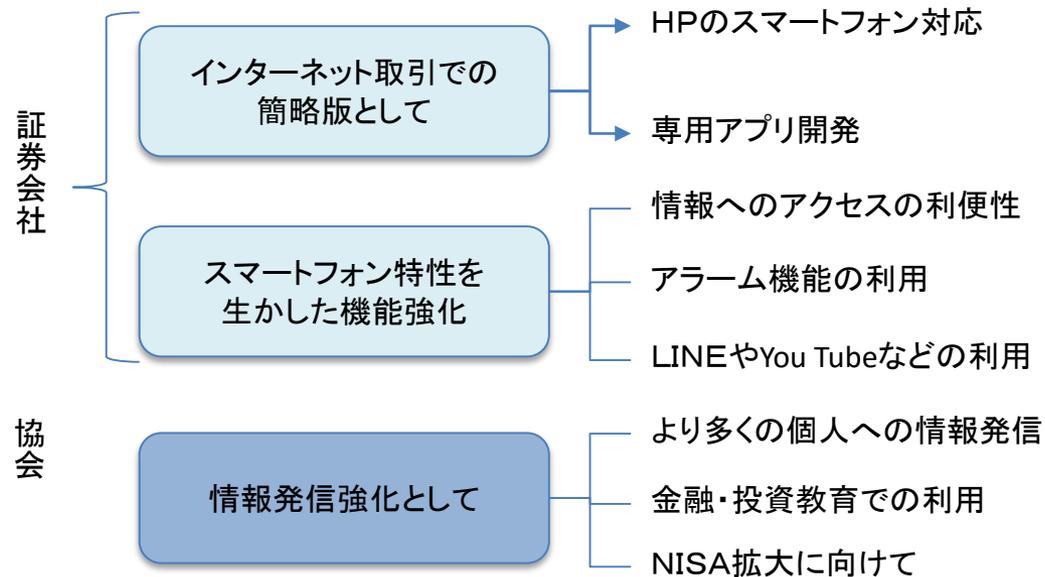
アプリを公開したり、YouTubeでの動画配信も行っているが、NISA利用拡大キャンペーンなどでもTVコマーシャルに先駆けてインターネットでの情報発信を先行している。

# スマートフォン利用者の割合



※楽天証券決算説明資料より2014年末の状況

## 証券業界におけるスマートフォン対応の方向性



## 期待される効果と課題

スマートフォンにおける取引で、個人投資家の最大のメリットはインターネットへのアクセスが容易になることだ。パソコンを立ち上げる必要もなく望んだ情報をインターネットから取得できるし、最近の取引アプリに装備され始めたアラーム機能を使えば、関心のあるニュースや市場情報に関してリアルタイムで入手することは可能となっている。但し、情報量が限られるという欠点もある。また、スマートフォンの基本動作は、タップ(画面の中で必要な部分を指でタッチする)、スワイプ(画面を指で横になぞることで次ページに移動)、デバイスの横倒し(チャートなどの表示機能を充実して画面に表示)などだが、これらのスマートフォン独特の動作を使って利用者の投資行動をスムーズに行わせるためには、実際の取引に至るまでの過程を単純化して、限られた動作しか行えない利用者のストレスを減少させる必要がある。今までのパソコン利用を前提としたWeb画面では、取引機能や情報提供はより多くとの発想で作られていたが、スマートフォン取引では全く逆の発想が求められている。

なお、現在のスマートフォンで利用される作業動作では、他にピンチアウト(2本の指で画面を拡げる)がチャートなどの画面拡大に利用されているが、ピンチイン(2本の指で画面を狭める)の画面縮小、フリック(画面を指で短くはじく)、シェイク(デバイスを左右に小刻みに振る)、ダブルタップ、ロングタップなどの動作機能は今のところ利用されていない。今後のアプリ開発において、これらの利用が進むかもしれないが、利用者側もこれらの動作に慣れる必要があるので少し時間がかかりそうだ。

以上の様に、限られた動作の中でインターネットへのアクセスが容易になることは、逆に今までネット取引とは少し距離があったシニア層の個人投資家によるネット利用を促すかもしれないし、投資に関心の少なかった若年層を投資行動へ導く可能性もある。少なくとも、投資に関する情報を取得する時のスマートフォン利用率は、今後も上昇するだろう。

次に、実際のスマートフォン利用状況全体を情報通信白書よりみると、情報検索(87.7%)、ニュース(81.9%)

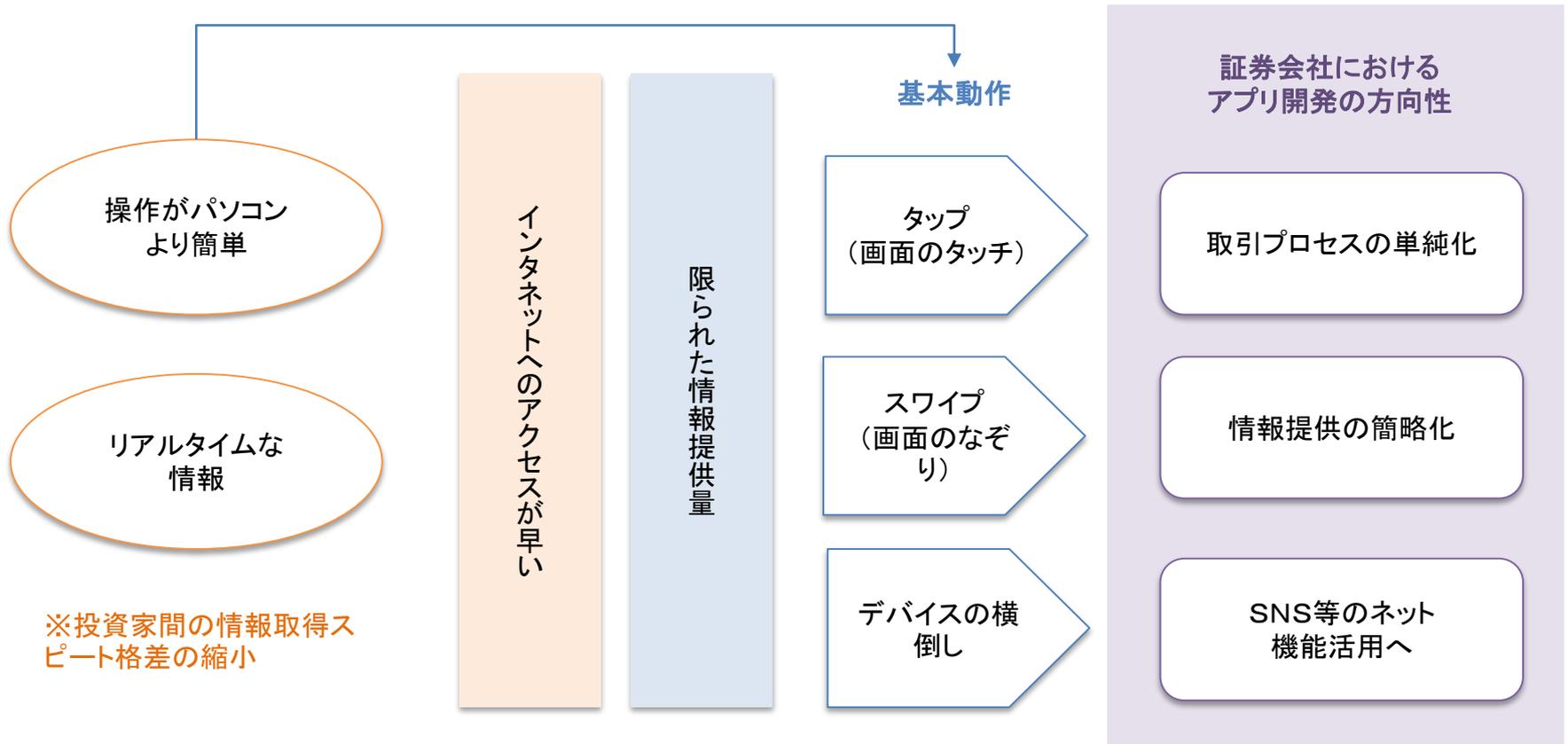
とインターネットを使った情報取得目的での利用が圧倒的だが、動画視聴(66.0%)、SNS(63.4%)、チャット(62.4%)となっておりコミュニケーション手段としての利用も多い。また、Eコマースも48.6%と約半数が実際の消費行動にも利用している。

今後、投資行動におけるスマートフォン利用率が大きく上昇していく為のポイントとしては、“コミュニケーションへの試み”が上げられる。今までのパソコンでのネット取引においては、この個人投資家とネット証券会社のコミュニケーションへの試みは多少あったものの、余り成果を上げていない。例えば、パソコン用のWeb画面でのチャット利用は個人投資家には広がっていないし、ツイッターの利用は証券会社サイドからの一方的情報提供に限られている。現状の証券業界における試みでは、SBI証券がLINEを使って、日本株の株価照会や売買取引の取扱いを今年1月より行い始めている。なお、銀行業界においては、口座開設手続きにLINEを利用することが始まっており、今後のモバイルペイメント普及を睨んで一歩先行しているようだ。スマートフォン利用者の大半が利用するSNSを使っていくことで、今までのネット証券の課題であった顧客との

コミュニケーションを推進していくことが、次のビジネスの進化に繋がっていく可能性もある。

スマートフォンはモバイル端末の一つに過ぎないが、利用者の身近にあることが多く、またインターネットを通じた情報取得をより活発化させ、実際の経済活動や生活・趣味での利用にも広がっている。総務省の通信政策に限らず、スマートフォンの普及が個人のライフスタイルに変化をもたらすことも期待されている中、金融取引におけるICT (Information and Communications Technology) の進展でも不可欠なものとなっている。

# スマートフォン取引の特徴とアプリの方向性



※上記は、投資画面で主に利用されるもの

## 個人投資への影響

スマートフォン普及による個人の投資に関する影響について考えたいが、最大のメリットは個人の投資行動とインターネットが近くなることだ。これは、投資行動におけるネットの活用もあるが、一方では投資行動そのものもネットを通じてビックデータとして活用されていく可能性がある。

先ず投資行動におけるネットの活用について一般的な個人投資家の投資プロセスは、①口座開設⇒②投資情報取得⇒③投資商品の選択⇒④商品(市場)情報の取得⇒⑤取引発注⇒⑥取引確認⇒⑦資産管理に大別されるが、スマートフォン利用が有利なのは②投資情報取得、④商品情報の取得、⑥取引確認、⑦資産管理といった個人投資家の情報取得行為だろう。⑤の取引発注については、単純な売買では優位性が発揮できるものの、注文執行の条件をつけたりシステム売買的な利用では対面やパソコンによる方が勝っている。この様な投資プロセスを個人へのサービスとして一環して行うのが、対面やパソコン(コールセンターを含む)だとすると、スマートフォンの利用はその一部のプロセスを代替して行うことで、証券会社として

顧客サービス全体の向上を図ることが可能となる。例えば、対面営業の証券会社においても、スマートフォンによる約定確認や資産管理は、顧客の利便性を大きく向上させている。

一方、個人のスマートフォン利用拡大の影響で、投資行動におけるインターネット利用が増加していけば、上記の投資プロセス毎のデータが集積されていき、ビックデータとして活用される機会が増えそうだ。例えば、個人のインターネットでの閲覧や検索データから売れ筋商品や株価動向などを推測することが証券会社の営業戦略に影響を与えて行くかもしれないし、ビックデータを個人の関心に合わせて提供する投資サービスが始まる可能性もある。

次に個人の投資目的別の利用についてスマートフォンの影響を考えたいが、個人トレーダー層の活用は、リアルタイム性を重視したものになるだろう。市場情報の確認や市場に影響の大きなニュースの取得などの利用が中心となるだろうが、トレーディング対象が予め決まっている取引でも利用が進みそうだ。現在の個人投資家の過半数を

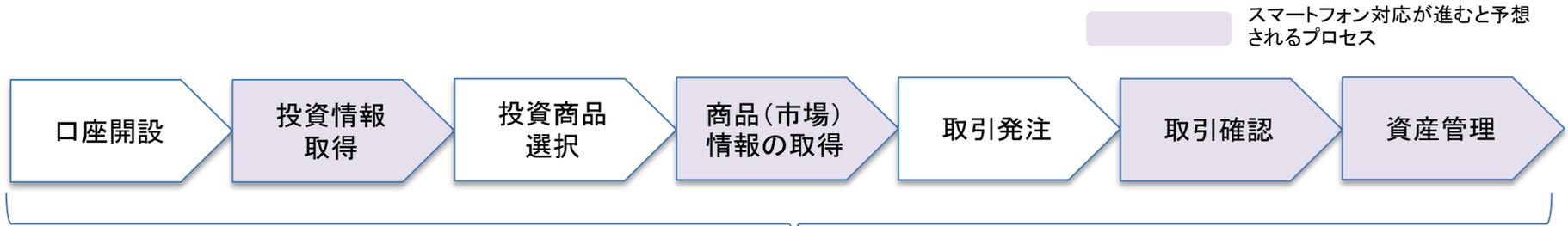
占める資産運用層においては、インターネットへのアクセスの利便性を活用しそうだが、スマートフォン利用の他の金融サービス(決済機能など)の影響で資産管理機能で利用が進むとみられ、またインターネット取引の一部はパソコンから移行する可能性も高い。資産形成層については、NISAなどの活用でこれから投資を始める個人も多いが、自らのライフサイクルでのスマートフォン活用から投資情報取得が増えることが期待されていて、その為に日本証券業協会などでも投資教育での利用を進めている。

今後、社会全体がインターネットへの依存を強めていく中で、個人の行動の多くがインターネット上で繋がっていくことが予想され、スマートフォンはより多くのことに利用されていくだろう。技術的にも音声入力機能が進化していけば、文字の入力や画面のタップを行わなくとも、ネットを利用した取引が可能となるかも知れない。しかし、スマートフォンは所詮インターネット利用の為の端末にしか過ぎない。それも、限られた画面で、限られた機能である。より多くの個人に、スマートフォンを利用した投資をストレスなく快適に利用してもらうには、証券会社などのサービス提供方法も、より情報提供の効率と操作の簡略化を進める必要がある。

そうすることで、複雑な対応は対面やパソコンで、更に簡単な操作はスマートウォッチなどのウェアラブル端末でと、スマートフォンを起点としたネット利用すすみ、投資が個人にとってより身近になっていく。

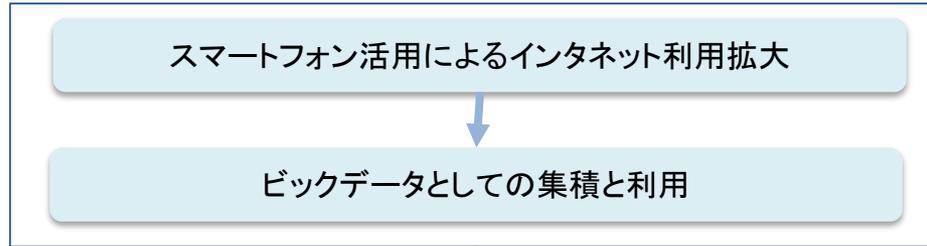
その為に個人のニーズに合わせたアプリ開発が重要で、言い換えるとニーズに合わせた情報選択と機能簡略化を、どの段階でどこまで行っていくかというのがサービス提供側の戦略となりそうだ。

# 個人の投資プロセスとスマートフォン利用



## 個人の投資プロセス

証券会社



個人トレーダー層

- ◆ リアルタイム性重視
- ◆ パソコンと使い分け

資産運用層

- ◆ ネットアクセス利便性重視
- ◆ 一部、パソコン取引からの移行

資産形成層

- ◆ 自らのライフサイクルの中から投資情報取得