

対面営業型証券会社に求められるもの

「THE STAR」インターネット口座照会システム

インターネットの普及が進み、インターネット専業の証券会社も数を増やす一方で、対面営業中心の証券会社でもインターネットをいかに活用するかが課題となっている。本稿では、対面営業型の証券会社に投資家が求めるものは何か、それに応えるインターネットの活用法は何かを考察するとともに、野村総合研究所（以下、NRI）のソリューションを紹介する。

対面営業型証券会社を取り巻く環境

証券会社を取り巻く環境は、インターネットの普及とともに急速な変貌を遂げてきた。インターネット専業の証券会社が本格的に営業を開始した1998年と比較すると、インターネットの利用人口は約1,700万人から2005年末で約8,500万人へと増加した（「情報通信白書」平成18年版）。

インターネットがこれだけ使われている一方で、対面営業型証券会社のインターネット活用の取り組みは、企業情報やセミナー情報の提供など限定的なものにとどまり、十分な活用は行われていないと言える。しかし、これらの証券会社の主要な顧客である中高年層でも、インターネットの利用状況に変化が現れている。50～60歳代のインターネット普及率は、より若い年代層に比べ高まってきており、団塊世代の個人投資家が今後増加することを踏まえると、対面営業の強みを活かしつつインターネットを活用し、競争力を高めていくことが急務であると思われる。

有人チャネルを補完するサービスの提供

証券会社に寄せられる投資家の声には、「的

確なアドバイスが欲しい」「銘柄レポートなどの情報を元に投資商品を自己判断するが、最後に営業マンのひと押し欲しい」といったものが多い。対面営業型証券会社にとって、投資家の資産を確実に管理し、適切なアドバイスやきめ細かなサービスを提供することが重要である。

インターネット専業の証券会社が投資家に提供するツールには、高度なスクリーニング機能、チャート情報の提供、コンマ数秒を争う操作性などのトレード機能が最優先される。これに対して、対面営業型証券会社のインターネットを活用したツールに求められるのは、営業担当やコンタクトセンターなどの有人チャネルを補完するサービスを提供する機能が中心となると思われる。

NRIでは、対面営業型証券会社に対して、インターネットによる投資家向けサービスツールとして「インターネット口座照会システム」を提供している（図1参照）。このシステムのおもな機能は以下の3つである。

預り・取引状況の照会

基幹システムと連携し、預り、金銭残、建玉、時価評価額、評価損益、実現損益、取引履歴をWebで照会できる。また、商品分類ご



との預り資産のポートフォリオを営業担当と顧客で共有することで、資産管理を意識した営業ツールとして活用することもできる。

投資情報の提供
アナリストレポートやビデオセミナーなどをWeb上で提供する。夜間や休日でも投資の方向性を検討することができる。

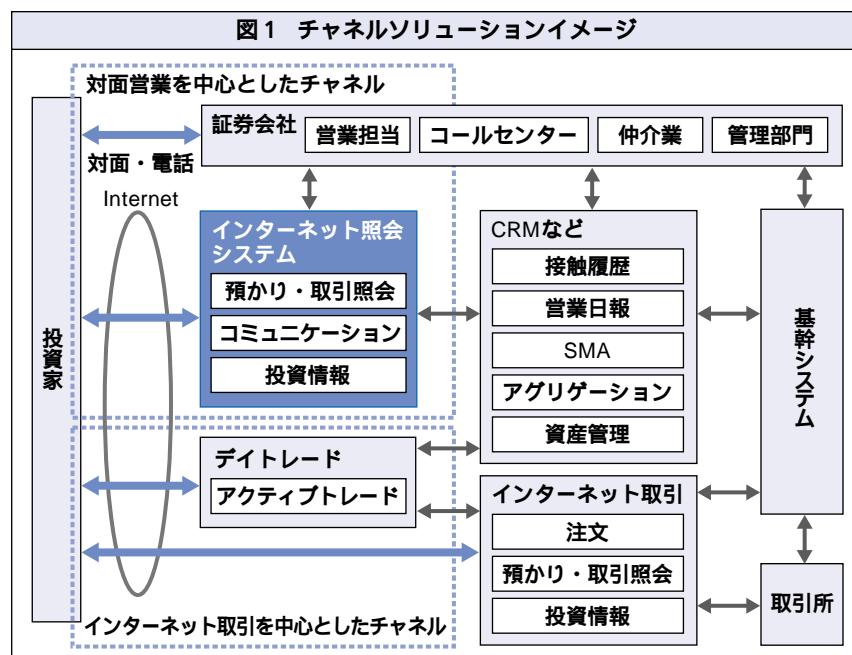
コミュニケーション

証券会社または顧客のどちらからでもメッセージ送信ができ、投資相談に役立てることができる。また、さまざまな問い合わせがWebでできるため、営業担当やコンタクトセンターは商品説明や注文受付に専念でき、顧客にとっては利便性が高まる。

以上のような機能により、投資家に対して24時間365日、トータルな情報を提供し、手厚いサポートを行い、対面取引の補完ツールとして活用することが可能となっている。

対面チャネルの中心的なシステムとして

インターネット口座照会システムの目的は、利便性の向上だけではない。対面チャネル、コンタクトセンター、Webを連携させて、顧客満足の向上を実現し、インターネット専業



の証券会社との差別化を図ることも可能なである。また、富裕層シフトを目指す証券会社にとって、このシステムを基盤として、富裕層向けに特化したサービスを提供することも考えられる。たとえば、預かり資産に応じて顧客をセグメント化し、富裕層向けの特別な会員サービスを提供するなど、ピンポイントでのマーケティングにも対応できる。

今後、証券会社では、対面チャネルとインターネットトレードチャネルの2極化が進むことが予測される。これに応じて、それぞれのチャネルに適したソリューションが必要となってくるであろう。インターネット口座照会システムは、その意味で対面チャネルにおける中心的な役割を担うシステムとなるものと思われる。