

## 本格化する我が国証券会社のオンライン取引サービス

米国では、インターネットを始めとするコンピュータ・ネットワークを通じて株式などの取引機能を提供するインターネット・ブローカーが急成長を遂げている。一方、我が国においても、99年末までに予定されている株式売買委託手数料の自由化をにらみ、インターネット・ブローカーにならったオンライン取引サービスを開始する動きが相次いでいる。

### 1. 我が国証券会社のオンライン取引サービス

98年8月31日、新たに準大手証券会社三社（岡三証券、新日本証券、和光証券）がインターネットを通じた取引サービスを開始し、9月7日には東和証券が続いた。これにより、我が国においてインターネット等を通じたオンライン取引サービスを提供する証券会社の数は19社となった。昨年9月時点では、こうしたサービスを提供する証券会社は5社に過ぎなかった。我が国のオンライン・ブローカーの数は、一年間で3倍以上に増加したわけである。

オンラインを通じて利用できる基本的なサービスは、株式売買の発注、中国ファンドやMMF（マネー・マネージメント・ファンド）、公社債投信などの買い付けや解約、などである（次頁表1）。会社によっては、外国債、外国投信など、ここ数年来の円安傾向の下で個人投資家にも浸透してきた為替リスクを伴う商品を取り扱っていたり、株式の信用取引、株価指数先物・オプション取引といったリスクの高い取引が可能になっていたりする場合もある。多くの会社は、オンライン取引に不可欠とも言えるリアルタイムの株価情報、チャート情報などを提供しており、アナリスト・レポートや投資情報誌を閲覧できるようにしている例もある。

こうした我が国証券会社によるオンライン取引サービスには、米国と比較した場合、次のような特徴がみられる<sup>1</sup>。

#### ①本格化していない価格競争

米国では、オンライン取引サービスを提供するインターネット・ブローカーは、株式売買委託手数料を割引くディスカウント・ブローカーである。彼らは、取引一件あたり15ドル、10ドルといった一律で格安の手数を武器にシェア拡大を図っている。

---

<sup>1</sup> 米国インターネット・ブローカーの動向については、以下を参照。大崎貞和『インターネット・ファイナンス』（日本経済新聞社、1997）、「米国インターネット・ブローカーの動向」『資本市場クォーターリー』97年秋号、大崎「成長を続けるインターネット・ブローカー」『資本市場クォーターリー』98年春号。

表1 我が国証券会社のオンライン取引サービス（98年9月現在）

開始年月	会社名、サービス名	取扱い商品	サービスの特徴等
96年4月	大和証券 「ホームトレード」	株式、ミニ株、MMF、中国ファンド、米国MMF	東証一部銘柄の大和総研のコメント、業績予想データを提供。
7月	日興証券 「ホームトレードワン・インターネット」	株式、ミニ株、CB、MMF、中国ファンド	一定の顧客については基本利用料を無料とするサービスあり。
97年1月	今川証券 「WEBBROKER」	株式（外国株含む）、ミニ株、MMF、中国ファンド、その他投信（外国投信含む）、国債、公社債	「マーケット宅配便」で随時市場情報を提供。AOL ジャパンにもアクセスポイント設置。
1月	野村証券 「野村ホームトレード」	株式、ミニ株、CB、上場国債、MMF、中国ファンド、米国MMF、その他投信	商用オンライン（ニフティサーバ、ビッグロブ）を通じたアクセスのみ。
7月	丸三証券 「インターネットホームトレード」	株式、CB、中国ファンド	約定代金500万円超の店頭株式売買手数料は50%割引き。
10月	豊証券「豊証券ホームトレーディングシステム」	株式、MMF、中国ファンド、外国債	店頭株売買手数料は50%割引き。
11月	ウツミ屋証券「ウツミ屋証券インターネット取引」	株式、MMF、中国ファンド	さわかみ投資顧問のレポート提供。店頭株手数料は50%割引き。
12月	三澤屋証券「三澤屋証券のインターネットホームトレード」	株式、ミニ株、CB、MMF、中国ファンド、国債、公社債	店頭株手数料は50%割引き。今後、休日発注、信用取引の取扱いなどサービスを拡充する予定。
98年2月	コスモ証券「COSMOインターネットホームトレード」	株式、CB、中国ファンド、公社債投信	今後、MMFの取扱いを始める予定。
2月	東海丸万証券「東海丸万証券の通信取引」	株式（外国株含む）、CB、MMF、中国ファンド	中部圏企業の分析レポートを提供。
2月	丸八証券 「丸八のホームトレード」	株式（信用取引含む）、ミニ株、CB、MMF、中国ファンド、その他投信、外国債、日経225オプション、個別株オプション	店頭株手数料は60%割引き。5千万円超の上場株手数料は一律27万2500円。ホームページサーバから手作業で社内システムに入力。
4月	明光証券 「明光証券の通信取引」	株式、ミニ株、CB、MMF、中国ファンド、その他投信（外国投信含む）、公社債（外国債含む）	未上場・未登録株式の気配値情報を提供。
5月	松井証券「ネットストック」	株式（信用取引含む）	店頭株手数料50%割引き。
5月	第一証券「第一のホームトレード倶楽部」	株式、MMF、中国ファンド	基本利用料、保護預かり口座管理料などは無料。
8月	岩井証券 「ワイ・ネット」	株式、MMF、中国ファンド	店頭株手数料50%割引き。
8月	岡三証券「岡三のホームトレード在宅三昧」	株式、CB、中国ファンド、公社債投信（解約のみ）、株式投信	SECE認証システムを採用。
8月	新日本証券「インターネットホームトレード」	株式、CB、中国ファンド、その他投信	SECE認証システムを採用。
8月	和光証券 「和光のホームトレード」	株式、CB、中国ファンド、その他投信	SECE認証システムを採用。
9月	東和証券「インターネットホームトレード」	株式、ミニ株、MMF、中国ファンド、その他投信、外国債	マーケットコメント、手口などの情報も掲載。

注) 1. このほか、平岡証券が電子メールによる注文受付サービスを提供。

2. オンライン取引の取扱い商品には、電子メールを通じた発注が可能な商品を含む。

(出所) 9月14日付けブルームバーグ調査、各社ホームページより野村総合研究所作成。

これに対して、手数料がまだ完全には自由化されていない我が国の場合、顧客は、自ら注文を入力しなければならないオンライン取引を利用しても、通常の営業マン等を通じた発注の場合と同額の手数料を徴収される（固定手数料制度が適用されない店頭登録株式については割引きを行っている会社もある）。むしろ、オンライン取引では、リアルタイム価格情報を参照するために情報料を支払わなければならない場合すら少なくない。

99 年末までに予定される手数料完全自由化までは、オンライン取引における価格競争は本格化せず、取扱い商品の品揃えやシステム面での使い勝手、顧客からの質問や相談等への対応体制などが、顧客獲得上のポイントとなることが予想される。

## ②セキュリティに対する配慮

インターネットは、世界中のコンピュータが接続し、中心となるホスト・コンピュータやシステム管理者が存在しないオープンなシステムであることから、他人による「なりすまし」や情報の「盗聴」、ウイルス等の不正侵入、といったシステムのセキュリティに関する問題が生じる危険性が指摘されている。

インターネット・ブローカーの利用が一般化している米国では、こうした問題への対処としては、「ネットスケープ・ナビゲータ」、「MS インターネット・エクスプローラ」といった標準的なブラウザ・ソフトに搭載されている暗号化の仕組みである SSL を採用するとともに、強固なファイアウォールを構築することで証券会社データベースへの不正アクセスを防止するのが一般的である。今までのところ、インターネット取引でセキュリティ上の大きなトラブルは報告されておらず、それ以上のより高度なセキュリティ対策を講じようとする動きはあまりみられない<sup>2</sup>。

これに対して我が国では、当初からインターネットのセキュリティ上の懸念が大きく取り上げられたこともあって、そもそもオンライン・サービスの提供に慎重な証券会社も少なくない。また、サービス提供にあたっては、野村証券のように管理されたクローズド・ネットワークである商用オンラインからのアクセスのみに利用を限定したり、8月31日からサービスを始めた岡三証券、新日本証券、和光証券の三社のようにクレジット・カードの認証に利用されている認証システムを採用するなど、セキュリティ問題を強く意識した対応がみられる。

こうした高度なセキュリティ対策が講じられていれば、顧客にとっては、安心してオンライン取引サービスを利用できる反面、新たに商用オンラインに加入することや認証ソフトを自分のパソコンにインストールするといった作業が必要となるなど、手間もかかる。とりわけ、認証システムを組み込んだサービスの場合、予め認証ソフトがインストールされたコンピュータからアクセスしなければ発注や口座残高の照会などが行えないという問題があり、パソコンと電話回線さえあれば、いつでもどこでもアクセスできるというイン

---

<sup>2</sup> なお、有カインターネット・ブローカーの一つであるアメリトレードは、9月から約定確認を電子メールで行うサービスを開始した。このサービスでは、暗号化と電子署名による認証が活用されている。Web Finance, September 7, 1998.

ターネット取引のメリットが失われてしまう。

### ③経営戦略上の位置づけの違い

米国では、インターネットなどのオンラインを通じた取引サービスは、伝統的な店舗やコール・センターでの電話対応などに比べて、低いコストで高度な内容のサービスを提供する手段として位置づけられている。オンライン取引サービスは、あくまで収益化を前提としたビジネスであり、激しい競争と「価格破壊」にもかかわらず、有力インターネット・ブローカーの多くは、口座数を増加させて規模の利益を実現することで、一定の利益を確保している。

これに対して、我が国証券会社のオンライン取引サービスは、まだ揺籃期にある。取引口座数は、既に実績を積んでいる会社でも数千から一万口座程度にとどまっているものとみられ、98年9月に50万口座を突破した米国のEトレードなどには遠く及ばない。

手数料が完全には自由化されておらず、株式市場の低迷もあって売買高の急増が期待できない我が国では、オンライン取引サービスの利点として、営業店が閉店している夜間や休日でも発注が可能とか、営業マンの勧誘に煩わされない、といった点が強調されることが多く、既存顧客への付加的サービスと位置づけられる場合もある。もちろん、多くの証券会社は、従来の店舗網ではアプローチできなかった地域、顧客層を取り込む手段になるというメリットを自覚しているようだが、単独で収益化し得るビジネスとまでは考えられていない。

もちろん、我が国においても、パソコン普及家庭は300万世帯、オフィスも含めたインターネットの利用者数は1,000万人、と言われており、オンライン取引の潜在的な可能性は大きいものと考えられる。実際、投資家の関心も高く。例えば、インターネット取引に注力している今川証券の場合、8月のホームページへのアクセス件数は約280万件に達したという。しかし、こうした高い注目度を維持し続けるためには、情報の不断の更新や新たなサービス導入の努力が不可欠であり、それに必要な投資を短期的な収益性を度外視してでも先行的に行わざるを得ないのも事実である。

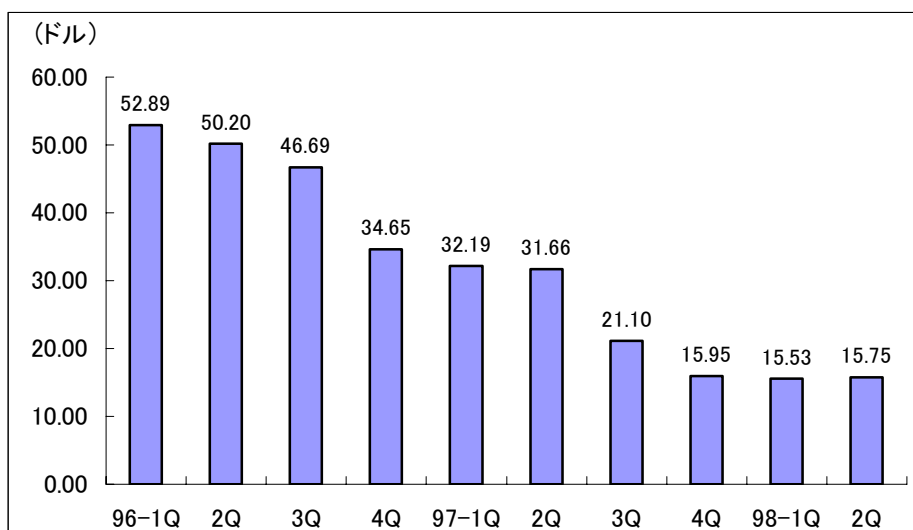
オンライン取引サービスが、付加的サービス、あるいは顧客に提供する選択肢の一つとして位置づけられていることを反映して、手数料の完全自由化後もアナリストのリサーチ情報や営業マンによる投資アドバイスを売り物としながら手数料の大幅な割引は行わないフル・サービス証券会社を目指すことになるとみられる大手や準大手の証券会社が、積極的にオンライン取引サービスを提供しているのも、我が国の特徴の一つであろう。オンライン取引がディスカウント・ブローカーの専売特許とも言うべきものとなっている米国とは、状況が大きく異なっている。

## 2. 米国インターネット・ブローカーの最新動向

### 終息に向かう価格破壊

米国では、今年前半辺りから、インターネット・ブローカーによる手数料の価格破壊は終息に向かいつつある。最近になって、フィデリティ・ブローカリッジが株式売買の最低手数料を取引一件当たり 19.95 ドルから 25 ドルに引き上げたほか、クレディ・スイス・ファースト・ボストンが四半期毎に行っているオンライン取引上位 10 社の手数料調査でも、98 年第 2 四半期は、調査開始以来初めて平均手数料が上昇した（図 1）。

図 1 オンライン取引上位 10 社の平均的な手数料額



(出所) *Web Finance*, September 7, 1998 掲載の CSFB 資料より作成。

最低手数料の水準も下げ止まっている。98 年 3 月にチェース・マンハッタン傘下のブラウン・アンド・カンパニーが成り行き注文 1 件当たり 5 ドルという金額を打ち出して以来、それを下回る水準を広範囲に提示しようとする動きはない。価格競争は、採算面からみて限界に達しているものとみてよかろう（表 2）。

### 地歩を固めるディープ・ディスカウンター

派手な手数料引き下げ競争が影をひそめたとは言うものの、やはり手数料の安さが顧客獲得の重要な決め手の一つであることに変わりはない。極端な手数料の安さだけを売り物にする「安かろう悪かろう」の弱小業者はともかくとして、高度なシステム開発力や親会社の資本力などを背景に、一定の水準のサービスを提供できる場合には、大手業者の取引 1 件当たり 15~30 ドルという手数料に対して 10 ドル以下の格安手数料を提示できることは大きな魅力となる。そうした一部の有力ディープ・ディスカウンターが、大手に対抗して

着実に地歩を固めつつある。

表2 米国の主要インターネット・ブローカー (98年9月現在)

証券会社 (サービス名)	株式委託売買手数料 (チャージ込み)		『バロズ』 のランキング (98年3月)	特色
	1株\$50で700株取引 した場合 (売買代 金約500万円)	1株\$50で1500株取 引した場合 (売買 代金約1千万円)		
カバロ・コナド (ウォールストリート・エレクトロニカ)	店頭成行 \$14.95 その他 \$33.95	店頭成行 \$30.00 その他 \$49.95	★★★	スペイン語ページも作成している。
チャールズ・シュワブ (eシュワブ)	\$29.95	\$45.00	★★★	最大手ディスカунターでオンライン取引でも最大のシェア。
アキュトレド	\$29.95	\$39.95	★	アメリトレド・グループの上級サービス。
フィデリティ・プロカレッジ (フィデリティ・ウェブ・エクスプレス)	\$25.00	\$35.00	★★★	発注件数の多いアクティブ顧客の場合、割安な手数料が適用される。
パワース・インベストメンツ (ネットインベスター)	\$26.95	\$34.95	★★★	セキュリティAPL社のPAWWSを通じてサービス提供。
ジャック・ホイト (パース・オンライン)	\$25.00	\$30.00	—	自社クロッキング・システム「インターコネクト」は1件当たり\$5。
DLJ イレクト	\$20.00	\$30.00	★★★★	大手証券会社DLJが運営。
ブル・アント・ペア・セキュリティーズ (eブルバ)	\$19.95	\$29.95	—	アメリカ航空のマイレージが得られる。97年のバロズ評価では★★★。
ウォールストリート・アクセス	\$25.00	\$25.00	★★	手数料は高めたが使い勝手は評価されている。
アメリカン・エクスプレス (インベストメント・エレクト)	\$24.95	\$24.95	★★★	クレジットカード保有者カード・ポイントも得られる。
ミューラル・シバート (シバート・ネット)	\$14.95	\$24.95	—	97年のバロズ評価では★★★★。
ディスカバリー・プロカレッジ・ダイレクト	成行き注文 \$14.95 その他の注文 \$19.95	\$14.95	★★★★	旧ロバート・プロカレッジ。モガン・スタル・ディンウィーター・ディスカバーの傘下。
エトレド・セキュリティーズ	上場株成行注文 \$14.95 その他の注文 \$19.95	\$14.95	★★★★1/2	オンライン取引全体に占めるシェアは、シュワブに次いで第二位。ゴースト・アドバイザーによる評価でトップ。
クイック・アンド・ラプリー (クイックウェイ・ネット)	成行き注文 \$14.95 その他の注文 \$19.95	\$14.95	★★★	インターネット取引は96年11月開始。97年9月、有力地銀カーク・ファインシャルが買収。
ウィット・キビル	成行き注文 \$14.95 その他の注文 \$19.95	\$14.95	★★★	世界初のインターネット・ファインズで話題を呼んだクライン氏が創業。インターネットを利用したIPOにも注力。
ナショナル・ディスカウント・ブローカーズ (ウェブ・ステーション)	成行き注文 \$14.75 その他の注文 \$19.75	\$14.75	★★★	セキュリティAPL社のPAWWSネットワークから独立し、独自ページを作成した。
トマス・F・ホイト (コンピュータ・セキュリティーズ)	成行き \$14.00 指値 \$19.00	成行き \$9.00 指値 \$19.00	—	97年のバロズ評価では★★。最初の3件の注文は手数料無料となっている。
J.B. オックスフォード	\$18.00	\$18.00	—	97年のバロズ評価では★★1/2。
ドレイファス・プロカレッジ・サービス	\$15.00	\$15.00	—	旧称パシフィック・プロカレッジ。モバソの傘下。
ウェブ・ストリート・セキュリティーズ	\$14.95	\$14.95	★★★★	1,000株以上のナスダック銘柄は手数料無料。
エンパイア・ファインシャル	成行き注文 \$9.95 その他の注文 \$14.95	\$9.95	—	1,000株以上のナスダック銘柄、1,000~5,000株の上場銘柄の成行き注文は手数料無料。
アメリトレド	成行き注文 \$8.00 その他の注文 \$13.00	\$8.00	★★1/2	アメリトレド社が、97年10月にクワカザ、ヘリス、eブローカーの三つのサービスを統合。
ウォーターハウス・セキュリティーズ (ウェブ・ブローカー)	\$12.00	\$12.00	★★★★1/2	ディスカウント・ブローカーとしては老舗。インターネットへの取り組みは厚いが、システムの評価は高い。
スコット・ホール・セキュリティーズ (スコットレド)	成行き注文 \$7.00 その他の注文 \$12.00	\$7.00	—	全米に80支店を展開するディスカウント・ブローカー。
ブランチ・アンド・カンパニー	成行き注文 \$5.00 その他の注文 \$10.00	\$5.00	—	チェス・マハック銀行の子会社で98年3月から手数料を大幅に引き下げた。
デーテック・セキュリティーズ	\$9.99	\$9.99	★★★★	1分以内に処理できない成行注文は手数料無料。
A.B. ワトレ (ワトレ・トレーダー)	\$9.95	\$9.95	★★★	リアルタイム株価情報と有料で月額\$24.95。
シュアトレド	\$7.95	\$7.95	★★★	クイック・アンド・ラプリーの格安姉妹サービス。97年11月開始。
リドナー・ファント	\$7.00	\$7.00	—	D.E. ショーの電子取引システムであるファントサイトを利用。

注) 『バロズ』が評価した会社、ゴースト・アドバイザーによる総合評価上位各社を中心に主要業者を選び出した。

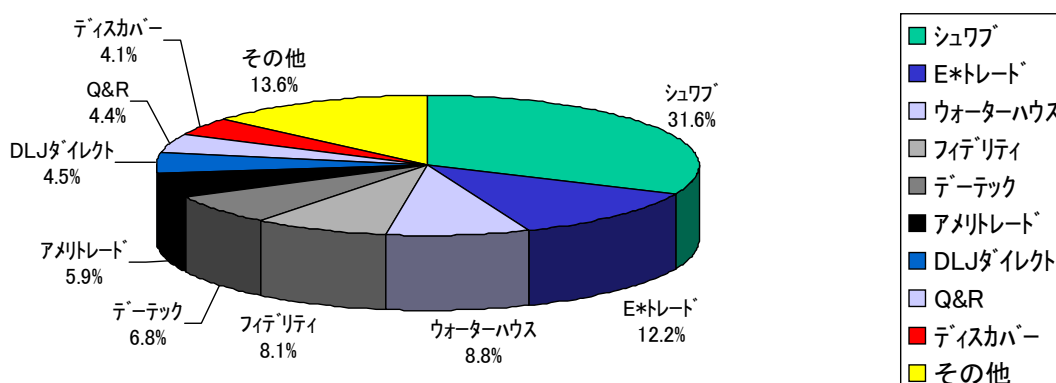
(出所) 各社ホームページ等より野村総合研究所作成

例えば、投資銀行 CSFB が発表した 98 年第 2 四半期におけるオンライン取引のシェア分布によれば、デーテック (取引 1 件当たり 9.99 ドル)、アメリトレド (成行き注文の

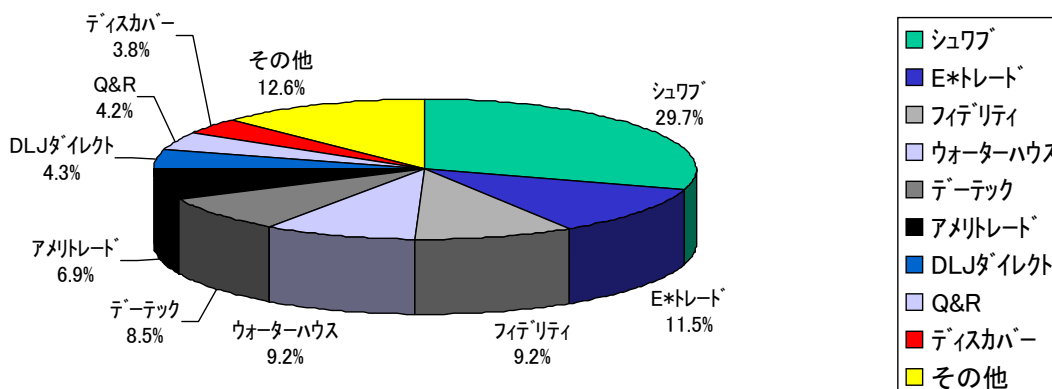
場合取引 1 件当たり 8 ドル) といったディープ・ディスカウンターのシェアが前四半期に比べて上昇する一方、チャールズ・シュワブ、Eトレードがいずれもシェアを低下させている (図 2)。

図 2

オンライン取引のシェア分布 (98年第1四半期)



オンライン取引のシェア分布 (98年第2四半期)



(出所) Web Finance, September 7, 1998 掲載の CSFB 資料より作成。

### 巻き返しを図る有力業者

こうした中で、シュワブやEトレードは、多額の広告宣伝費をつぎ込み、大々的なキャンペーンを展開することで、シェアの奪回を図ろうとしている。

Eトレードは、9月10日、今後1年間に1億ドル以上を投じるマーケティング・キャンペーンを展開することを発表した。過去一年間の純収入が2億1,500万ドルという同社にと

って、この決定はかなり大胆なものと言える<sup>3</sup>。

一方、シュワブも「フル・サービス・エレクトロニック・インベスティング」という新たなコンセプトを掲げた大型キャンペーンを開始しており、98年通期の広告宣伝費は、前年比35%増の1億ドルに達する見込みという。このキャンペーンは、独立ファイナンシャル・プランナーとの提携や外部から購入した投資情報の供給などを通じてメリル・リンチなど大手フル・サービス証券会社並みのサービスを提供しているというシュワブの自負を示すものと言える。他方、手数料の安さを武器に大手フル・サービス証券会社と競争してきたシュワブが、台頭するディープ・ディスカウンターとの差別化を狙って「フル・サービス」を標榜することになったとは、皮肉な事態とみることもできよう。

このような大手ディスカウント・ブローカーによる広告宣伝戦略の背景には、最近シェアを伸ばしているディープ・ディスカウンターの一つであるアメリートレードが、今年上半期だけで広告宣伝費として3,450万ドルを計上した結果、第2四半期だけで新たに5万件の口座を獲得したといった事実によって、集中的な広告キャンペーンの効果が証明されているという見方がある。インターネット取引の世界では、投資家の間での認知度の高さがものを言うだけに、不断の広告キャンペーンによって注意を引きつける努力が不可欠なのである。

### 場所取りの重要性

こうした中で、インターネット・ブローカーに改めて注目されているのが、「ポータル（portal、入り口）」の重要性である。インターネットの世界はウェブ（網の目）と呼ばれるが、現実のユーザーの多くは、いちいち複雑な網の目を解きほぐして目的の情報を探し出すというような面倒なことはせず、自分が使い慣れた特定のサイトやプロバイダーのページにまずアクセスし、そこを入り口として必要な情報やサービスを探し出すという行動をとっている。

こうした個人投資家の行動様式を反映して、代表的なサーチ・エンジンであるヤフーのページのように特にアクセス件数の多いサイトへのバナー広告掲載や商用オンライン・ネットワーク上のアクセス・ポイントの確保など、いわばインターネット上での目立つ場所の「場所取り」に要する費用は高騰している。例えば、最近、Eトレード、DLJダイレクト、ウォーターハウスの三社は、会員数1,300万人と全米最大の商用オンライン・ネットワークであるアメリカ・オンライン（AOL）にアクセス・ポイントを設け、年間1,200万ドルを支払う契約を締結したという。米国では、AOLは、独立したパソコン・ネットワークというよりも、インターネットへのアクセスを可能にするプロバイダであり、ブラウザの一種という理解をされているほどであり、その会員が必ず目にするページにアクセス・ポイントを設けることの意義は大きい。

実際、最近、ブーズ・アレン・アンド・ハミルトンとサイバー・ダイアログが共同で

---

<sup>3</sup>同社の98年第2四半期における販売費とマーケティング費用の総額は1,158万ドルであった。



行った調査の結果によれば、インターネットを使って金融資産の運用を行っている人の32%以上はAOLの「パーソナル・ファイナンス」コーナーを個別サイトへの入り口として利用している。次いで、イントゥイット社のクイッケンのホームページ(13.5%)、ヤフー(10.8%)などが、ポピュラーなゲートウェイとして活用されているという。もちろん、個別の銀行や証券会社のホームページに直接アクセスするケースも多いが、チャールズ・シュワブのホームページですら、「最も頻繁に資産運用のために利用している」と答えた人は6.1%に過ぎなかった。

### やはり大手業者有利か

テレビや新聞・雑誌を通じた広告キャンペーンにせよ、インターネット上での「場所取り」にせよ、認知度を高めるためのマーケティングには大きなコストがかかる。シュワブ、Eトレード、フィデリティといった大手ディスカウンター、大手証券会社や銀行の傘下に入っているDLJダイレクト、クイック・アンド・ライリー、ディスカバー・ダイレクトなどは、そうしたコスト負担に耐えることができるかも知れない。

それに対して、独立系の中小ディスカウント・ブローカーは、格安手数料を打ち出す一方、アメリートレードのように株式を公開して資金を調達してマーケティングのためのコストを賄っていく必要がある。例えば、「手数料無しの株式取引」で一時期話題を呼んだエンパイア・ファイナンシャルは、年内に株式を公開し、増資で得た資金をマーケティングの強化に充てると表明している。

米国株式市場の先行きが不透明感を増しているとはいうものの、インターネット・ブローカー・ビジネスには新規参入が続いており、個人の株式取引に占めるシェアも拡大している。しかし、今後は、莫大なマーケティング費用を賄える大手業者を主軸としながら、弱小業者の淘汰、業界の再編が本格化するものと予想される。

## 3. 今後の展望

我が国における証券会社のオンライン取引サービスは、まだ十分に定着したとは言い難い状況にある。しかし、最近では、新聞やマネー雑誌等でオンライン取引の話題が取り上げられることも多く、株式市場が低迷を脱していないとはいうものの、一般投資家の関心は着実に高まっている。例えば、インターネット取引に力を注いでいる今川証券のホームページは、8月に月間ヒット件数約280万件を記録したという。

今後は、手数料自由化後の本格的なインターネット・ブローカー時代をにらんだ新規参入が相次ぐとともに、既存サービス間の競争が激化するであろう。米国の現状のところでも触れたように、オンライン取引サービスは、単にサービスを開始するだけであれば比較的簡単だが、一定のシェアを獲得し、利益を上げていくためには、宣伝広告やシステム開発にかなりの資金を振り向けなければならない。我が国においても、先端的な優れたオン

ライン取引サービスの内容が充実し、投資家の注目を集めるにつれ、片手間のサービスは、開店休業状態に陥るといった二極化現象が生じるものと予想される。

また、手数料完全自由化後は、我が国においても、現在オンライン取引サービスを提供している証券会社の中から手数料を大幅に割り引く本格的なインターネット・ディスカウント・ブローカーに転身するものも現れることが考えられる。「インターネットの」をキャッチフレーズとしている今川証券などは、その有力候補の一つであろう。

一方、海外勢による我が国市場への参入も本格化しつつある。例えば、Eトレードは、98年6月、ソフトウェア販売大手のソフトバンクとの合弁会社イー・トレード社を設立した。同社は、10月になって埼玉県を地盤とする東京証券取引所会員証券会社である大沢証券を傘下に収めるなど、本格的な業務展開へ向けての態勢を整えつつある。また、他の有力インターネット・ブローカーに関しても、進出を検討中との観測もある。

競争の第一段階を終え、業界再編に突入しようとしている米国のインターネット・ブローカーをめぐる状況とは異なり、我が国では、今まさに、証券会社によるオンライン取引サービスをめぐる本格的な競争が、始まろうとしているのである。

(大崎 貞和)