

# Synergy

## 競争力の強化が進む国内金融サービス事業

### 株式市況の好転による 顧客基盤の拡大をさらに加速

SBIグループの国内金融サービス事業は証券・銀行・保険を3大コア事業とし、インターネットを最大限に活用した競争力の高い金融商品やサービスを提供しています。

インターネットは回線速度の向上やどこからでもアクセス可能なユビキタス化、ウェブ上での表現方法の充実など「進化」を続ける中で、これまでインターネットが活用されていなかった分野へも「深化」し、利用シーンはますます多様化しております。

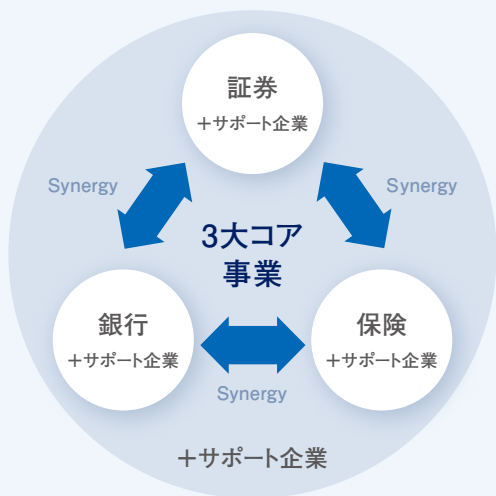
我々はこうした環境変化に対応しながら、創業以来の「顧客中心主義」を徹底し、グループ各社の飛躍的成長を具現化してまいります。

まずSBI証券については、2012年末からの株式市場の上昇基調及び2013年1月1日からの信用取引に関する規制緩和を追い風に足元では顧客基盤が大幅に拡大しております。

日本におけるインターネット取引証券口座数は2013年3月末で1,816万口座を超え、年平均成長率は35.5%と拡大を続けています。

2013年3月期における個人株式委託売買代金においては、主要オンライン証券5社合計で71.2%、そのうちSBI証券は全体の33.2%のシェアを占め、引き続き他社を大きく上回るシェアを保持しています。このように売買のフローにおいて圧倒的なシェアを有するオンライン証券ですが、ストック面ではシェア拡大の余地がまだ十分にあります。主要オンライン証券5社合計の預り資産残高は2013年3月末時点で14.6兆円となっておりますが、日本

#### SBIグループの国内金融サービス事業



#### インターネット取引証券口座数の推移

(1999年10月末～2013年3月末)



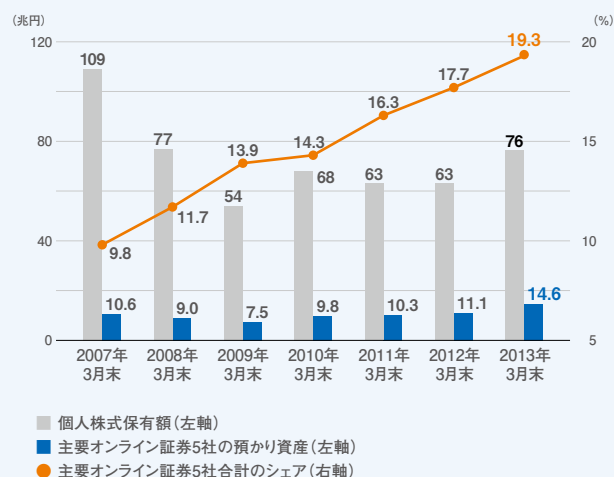
データ出所：日本証券業協会「インターネット取引に関する調査結果」(2013年3月末)、統計開始は1999年10月末

における個人株式保有額の19.3%に過ぎず、今後ストックの面でもオンライン証券の存在感が増してくるものと思われます。

SBI証券の顧客層を年齢階層別に見ますと、子どもの頃からインターネットに慣れ親しみ、今後本格的に資産形成を進めていく20～30歳代の若い層が全体の4割弱と高い割合を占めています。一方、対面での取引において2/3を占めるシニア層についても、最近ではITリテラシーの高い方が増えており、そういった時間と資産に余裕ができたことで資産運用を活発化させようとしている層の市場開拓もさらに進めていく必要があります。

このように取引量及び顧客基盤についてさらなる増加が見込まれる中、SBI証券では今後もFX取引に係るマーケットインフラを提供するSBIリクイデティ・マーケットや日本最大規模のPTS市場を運営するSBIジャパンネクスト証券、SBIマネープラザなどとのグループシナジーを最大限発揮し、SBI証券を中心とした企業生態系を一層強化していきます。

### 個人株式保有額(ストック)のシェア推移



データ出所: 各社ウェブサイト開示資料、日本銀行「資金循環統計」

## ネット証券を上回る勢いで伸びる ネット銀行事業

次にネット銀行事業ですが、SBI証券の新規口座獲得数増加に伴って住信SBIネット銀行の口座数も増加しており、2013年7月には176万口座、預金残高は3兆円に達しました。

日本のインターネット専業銀行6行の口座数は2013年3月末で1,151万口座を突破し、2001年からの年平均成長率は49.8%とネット証券を上回る勢いで拡大しています。

欧米先進国の例を見ても、個人の銀行取引は支店窓口からインターネットへの移行が今後も加速していくものと思われます。

さらに住信SBIネット銀行の顧客層を年齢階層別に見てみますと、20～30歳代の若い層が全体の49%とほぼ半数を占めています。一方、1人当たりの預金量をみますと、20歳代を1とした場合、30歳代は2.3、40歳代は3.1、50歳代は4.1と年齢層が上がるにつれて、飛躍的に増える傾向にあります。

現在20～30歳代の顧客も今後は時間が経つと共に資産が増加し、その運用のための金融取引も増えていくことが想定されます。

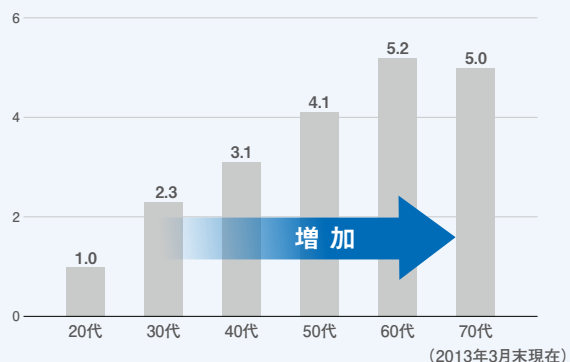
このように預金量の増加が見込まれる中で、住信SBIネット銀行としては運用の安定化・多様化を図ってまいります。そのた

めに、住信SBIネット銀行を中心とする企業生態系をより一層、充実・強化していきます。

例えば、住宅ローンについては住信SBIネット銀行が直接貸し付ける提携不動産会社経由のローンに加えて、合弁相手先である三井住友信託銀行の銀行代理業として同行の住宅ローンを販売することによるフィービジネスも2012年1月より展開しています。これによって、リスクを軽減しながら安定的な手数料収入を得ることができるようになりました。

### 住信SBIネット銀行の顧客一人当たり預金量

※20代の1人当たり預金量を1として指数化



(2013年3月末現在)

また、オートローンに関しては2013年3月、SBIクレジット(現プレミアファイナンシャルサービス)の全株式を総合商社である丸紅の子会社が運営する投資ファンドに売却しました。これによってSBIクレジット(現プレミアファイナンシャルサービス)はオートローンを超えた領域に事業を拡大することが容易となり、住信SBIネット銀行の運用手段の多様化につながると考えています。

## SBI損保は2017年3月期でのIPOを目指す

保険事業に関しては、SBI損保が順調に業容を拡大しております。SBI損保では、契約件数が伸び単独で引受リスクがとれるようになってきたため、2011年3月末であいおい損保(現あいおいニッセイ同和損保)との再保険契約を終了し、さらに2012年3月末には同社とのコールセンターなどの業務委託契約も終了しました。この結果、事業費率が大幅に縮小しました。

事故率の増加などを背景に、保険会社が保険料を決める際の目安である参考純率が2012年に改定され、損害保険各社に保険料値上げの動きが広がっています。SBI損保も価格競争力の維持を前提に2013年4月から平均で1%の保険料引き上げを実施しました。また、車両保険における車両自己負担額0-10万円(車両事故の際の免責額を1回目は0円、2回目以降を10万円とする方式)の引受の停止や特約を見直すなど自動車保険

の商品改定を実施したことで、より一層の損害率の改善が見込まれます。

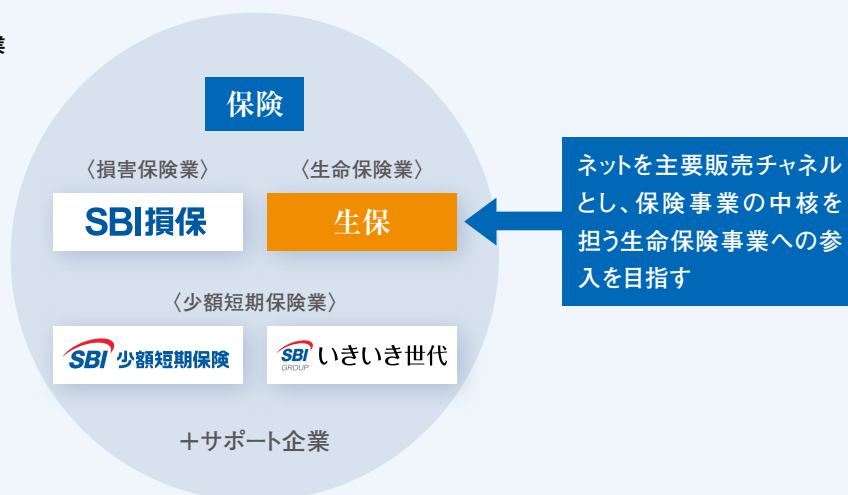
損害保険会社の収益力を表す指標としては、保険料収入に対する保険金の支払いと事業費支出の割合を示す「コンバインド・レシオ」が一般的に用いられますが、これまで行ってきた一連の事業費率、損害率の改善策によって2014年3月期以降はSBI損保のコンバインド・レシオ100%以下が視野に入ってきました。

さらに、2012年8月にはがん保険を発売しており、2013年4月からは自動車保険で新たに自転車事故補償特約を発売するなど自社商品を強化する一方、提携企業の引受商品として火災保険や地震補償保険、海外旅行保険も取り揃え、商品ラインアップの充実を図っています。自社商品である自動車保険、がん保険はSBIマネープラザの対面販売チャネルも活用しながら、販売拡大に努めています。

これらの取り組みを進め、SBI損保は2014年3月期中に四半期ベースでの実質黒字化(当社IFRS連結ベース)、2016年3月期の通期黒字化、そして2017年3月期のIPOを目指しています。

保険事業においては、生命保険を扱う少額短期保険事業者「いきいき世代」の全株式を取得したほか、関係当局の認可等を前提として、英国ブルーデンシャルグループ傘下のピーシーエー生命保険の全株式を取得し、当社の連結子会社とすることを2013年7月に決定しました。ピーシーエー生命保険の株式取得によって、生命保険事業へ本格的に再参入することとなります。

### SBIグループの保険事業



## SBIマネープラザは 店舗網を一層拡大

SBIマネープラザでは証券、保険、住宅ローンを取り扱う対面店舗の全国展開を進めており、店舗数は2013年6月末時点で全国350店舗にまで拡大しました。これにSBIグループの投資先企業が運営する「保険クリニック」と「みつばち保険ファーム」を

加えると店舗数は600店舗超と、同業他社を引き離し店舗数では国内で圧倒的なナンバーワンとなります。

保険クリニックとみつばち保険ファームには今後、直営店を中心に順次SBIマネープラザの看板を設置していく予定です。

引き続きSBIマネープラザでは店舗網の拡大を進め、販売力を強化してまいります。

## SBIモーゲージは 商品の多様化で競争力を強化

2001年に日本初のモーゲージバンク(証券化を資金調達手段とした住宅ローン貸出専門の金融機関)として創業したSBIモーゲージは、住宅金融支援機構との提携による長期固定金利の住宅ローン【フラット35】を業界最低水準の金利で提供し続け、急成長を遂げてきました。

顧客の様々なニーズにお応えするため、【フラット35】を補完する独自商品の開発にも注力しており、商品ラインアップの多様化を通じてさらなる競争力強化を図っています。

SBIモーゲージは2012年4月に日本企業として初の韓国証券取引所KOSPI市場への上場を果たし、韓国においても同国初のモーゲージバンクの立ち上げを目指しています。

SBIモーゲージ 住宅ローン実行残高の推移



私

は以前、SBI証券で資産運用に関する案内業務をしており、SBIマネープラザの発足時に同社に異動しました。当初配属された支店では、保険と資産運用に関するお客様からのご相談をお受けしていました。保険相談は資産運用以上にお客様の人生設計により深く関わるという意味で責任の重さをより感じるとともに、お客様のニーズに応えるためには資産運用だけでなく幅広い商品知識が必要だと痛感しました。現在はウェルスマネジメント部に在籍しており、お客様のもとに伺って資産運用や保険に関するご提案を行なっています。以前お取引いただいたお客様から「また江草さんから買いたい」というお電話を頂いたときは、対面販売ならではの喜びを感じました。