

THE WALL STREET JOURNAL.

ウォール・ストリート・ジャーナル 日本版



**「ウォール・ストリート・ジャーナル 日本版」
～革命的メディアを目指して～**

2009年12月15日

ウォール・ストリート・ジャーナル・ジャパン株式会社 代表取締役

SBIホールディングス株式会社 代表取締役執行役員CEO

北尾 吉孝

1. WSJ日本版の持つ革命的意義

- (1) グローバルな情報が必要不可欠となった
タイミングで誕生するWSJ日本版
- (2) 日本初の本格的有料オンラインメディアへ

(1) グローバルな情報が必要不可欠となった タイミングで誕生するWSJ日本版

- (i) 世界に投資をする必要性
- (ii) 世界各国の株式市場の連動性
- (iii) 企業の海外展開の加速

日本は海外投資、特に新興国への投資をせざるを得ない国に

- 日本は2005年に所得収支が貿易収支を上回り、「貿易立国」から「投資立国」へ
- 投資家にとってBRICsやVISTAなどの新興国は国内より魅力的な投資対象

一体化する世界の株式市場

- グローバル化により世界の市場は一体化し、一定のトレンドが見える
- 特に、日本の株式市場は前日の米国株式市場と当日の中国の株式市場の値動きに大きく影響を受ける

ビジネスパーソンにとっても重要性を増す海外情報

- 企業の海外事業展開も進んでおり、ビジネスパーソンにとっても海外関連情報は必要不可欠
- 円高及びCO₂対策費用の増加等により企業の海外展開の流れはさらに進む



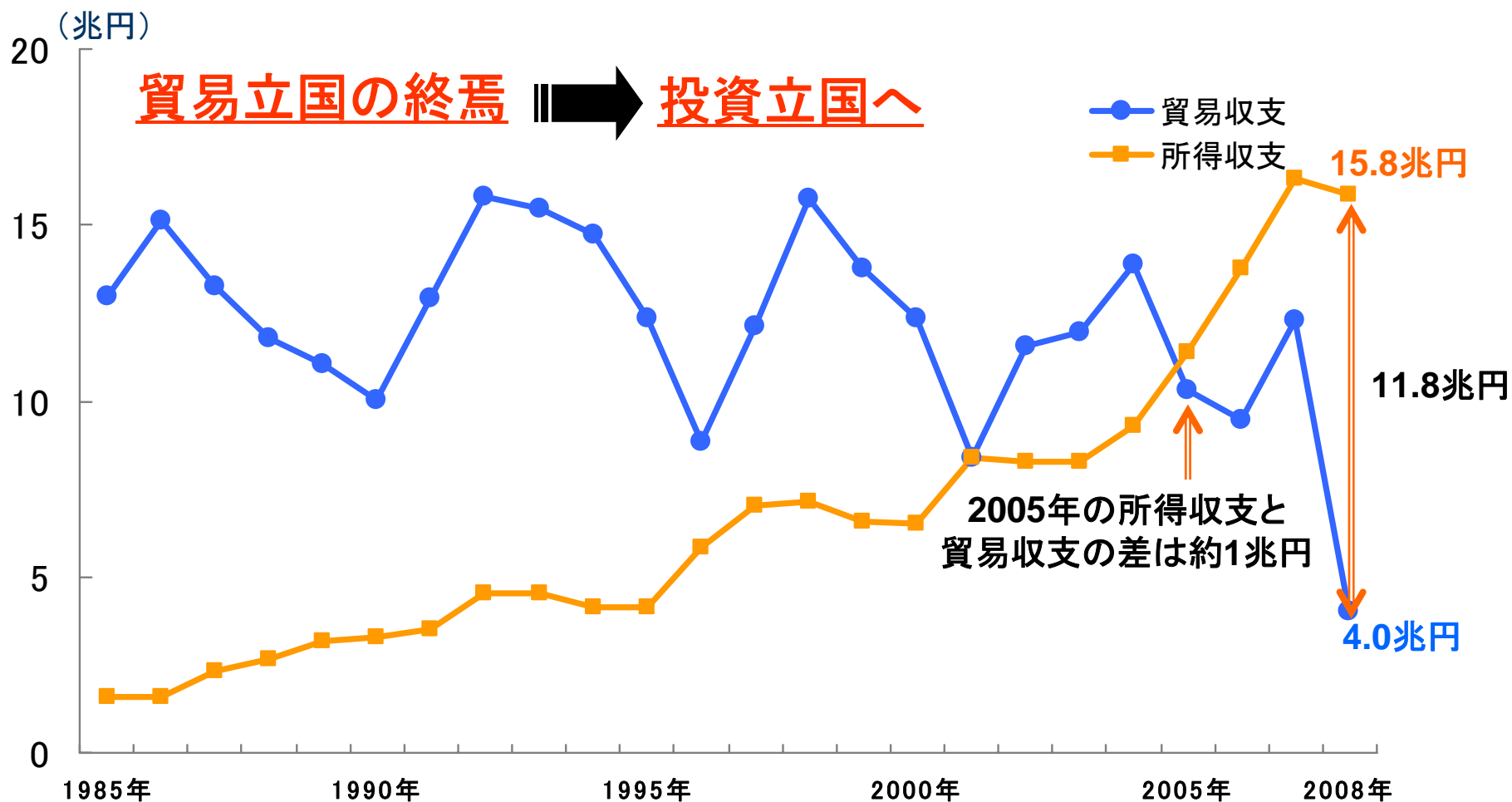
日本のビジネスパーソン・投資家にとって、
グローバルな経済・投資情報を入手することは不可欠

(i) 世界に投資をする必要性

日本は貿易で稼ぐ時代から投資で稼ぐ時代へ

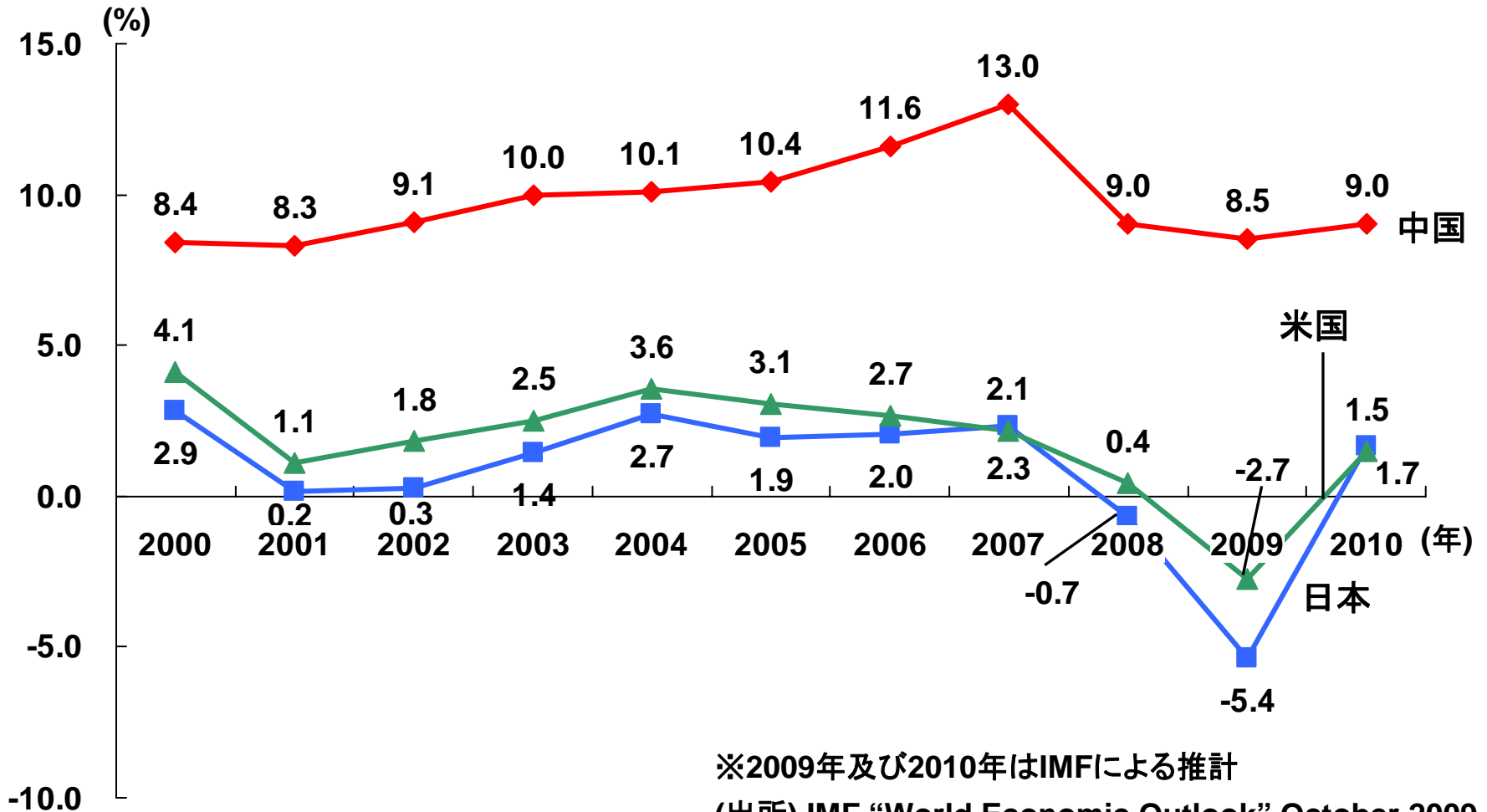
日本の所得収支は増加傾向、2005年に所得収支が貿易収支を上回る

日本の貿易収支と所得収支の推移



高成長を維持し続ける中国

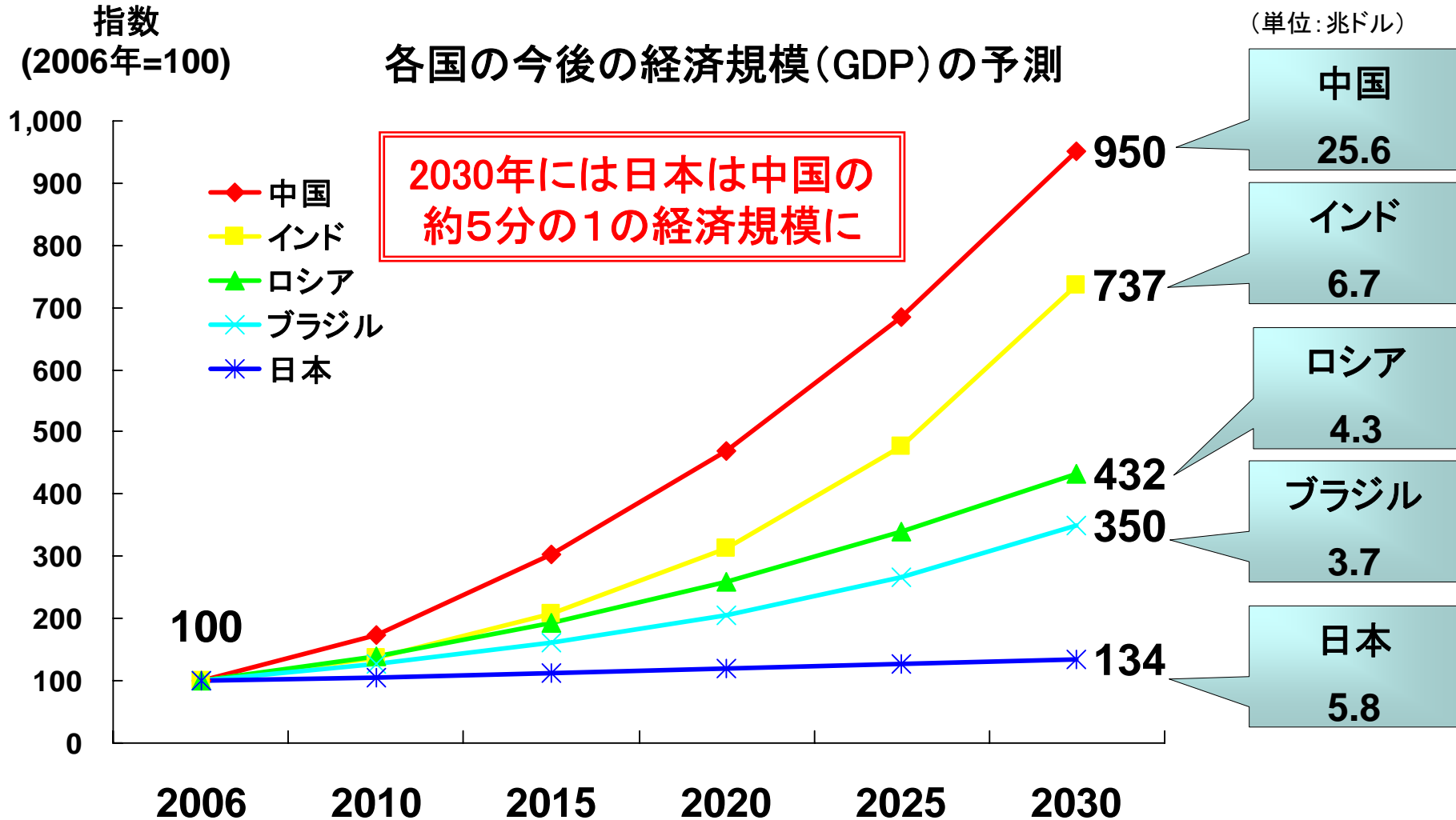
リーマンショックの影響を受け経済成長は減速するものの
日米と比較しても格段に高い成長率を維持



※2009年及び2010年はIMFによる推計
(出所) IMF “World Economic Outlook” October 2009

日本の成長が望めない一方で、海外新興国は今後大きく成長することが期待されている

2030年のGDP予測
(単位:兆ドル)

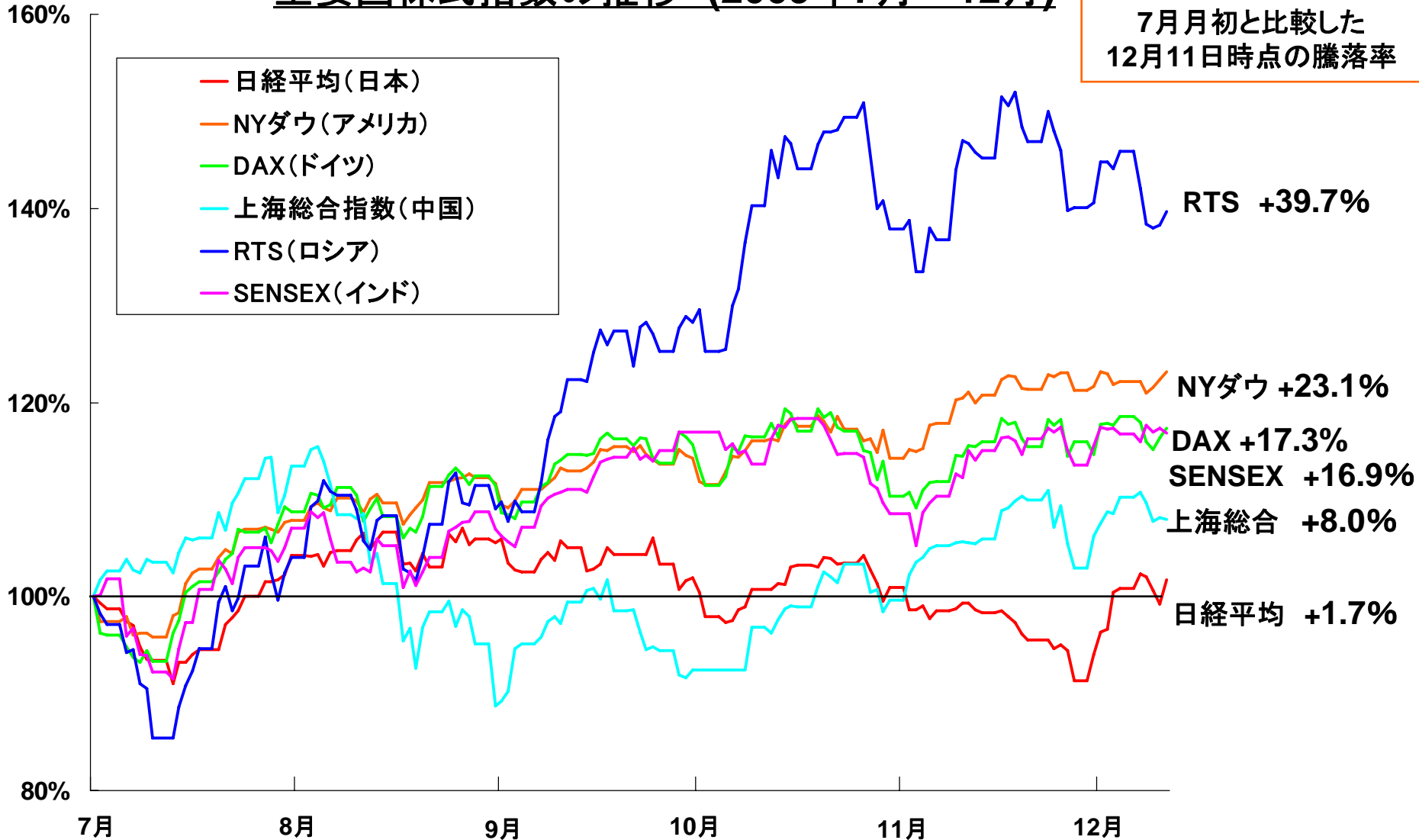


「グローバル」が投資家のより良い投資機会に

出遅れる日本の株式市場

主要国株式指数の推移 (2009年7月~12月)

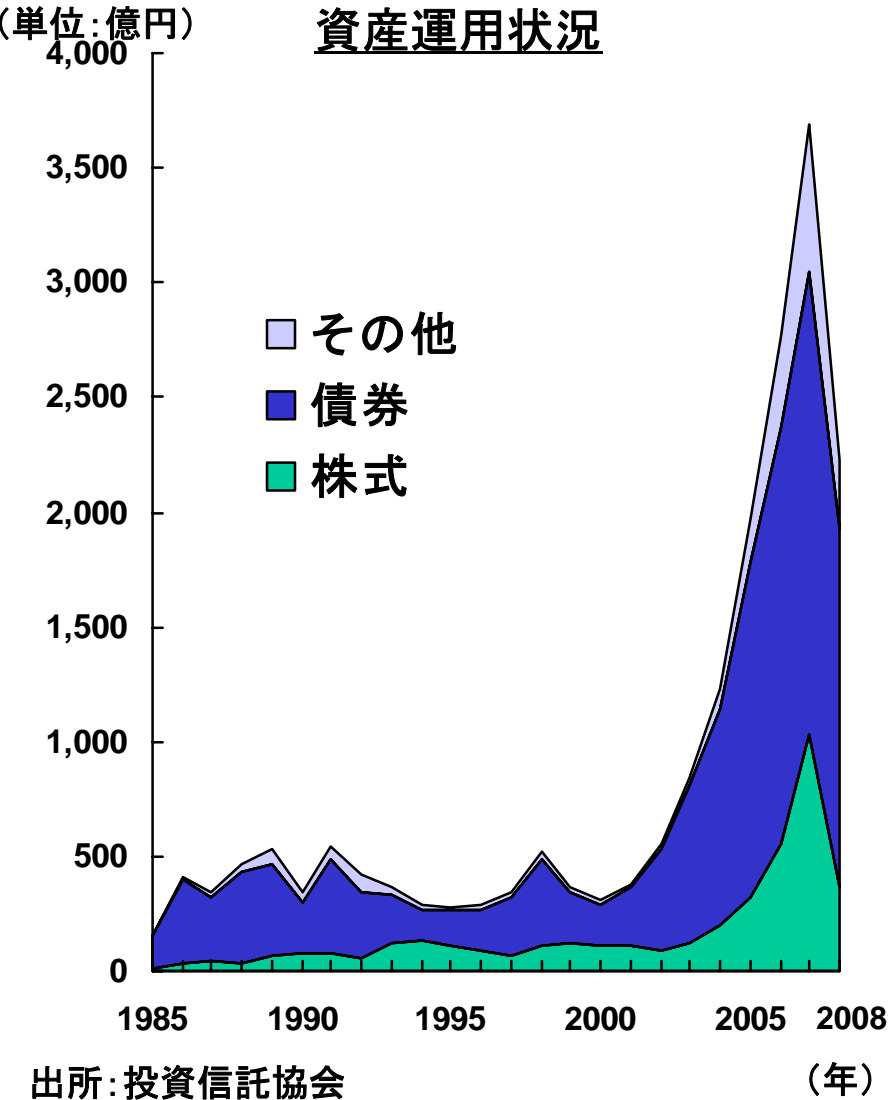
7月月初と比較した
12月11日時点の騰落率



世界中に広がる投資機会

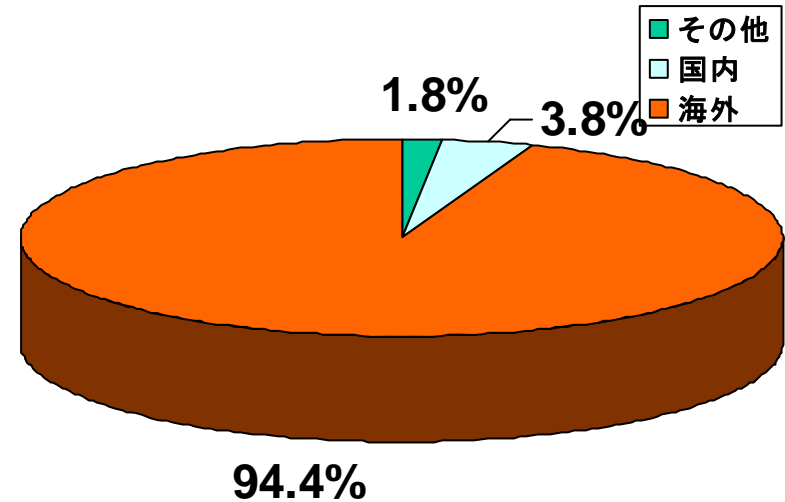
～海外をテーマとする投資信託は増加を続ける～

外貨建公募投資信託の 資産運用状況



新規設定ファンドの設定状況～残高比率～

今年設定されたファンドの94%※は海外関連



対象: 2009年1月～11月末に新規設定されたファンド

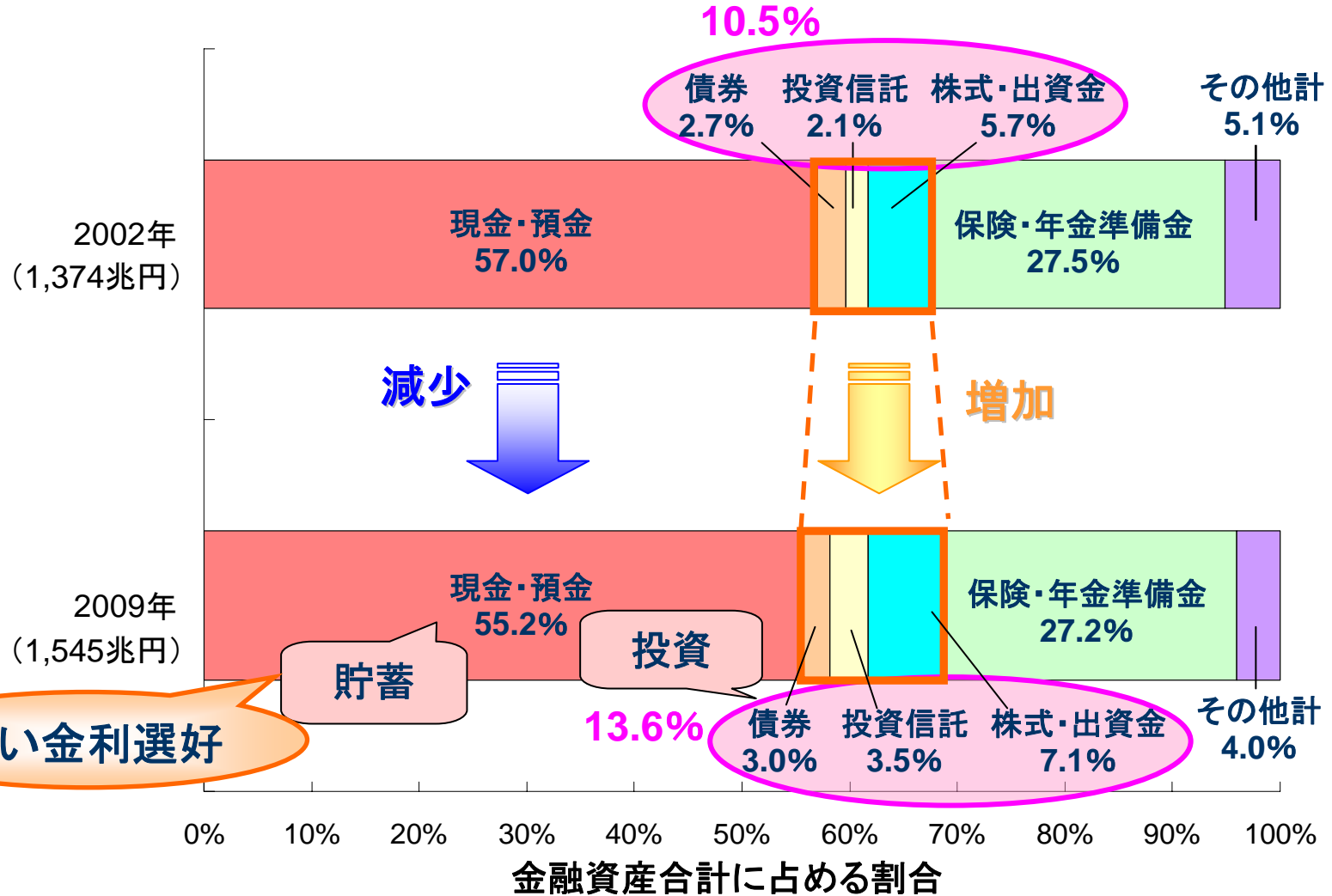
出所: モーニングスター(株)。純資産額ベース

※2009年新規設定ファンド11月末基準データを基に算出

- ・「ブル・ベア」ファンドは「その他」に分類
- ・「WTI先物」及び「金先物」ファンドは「その他」に分類
- ・通貨選択型は、原資産にて分類
(原資産が国内株式なら「国内」、金先物なら「その他」)
- ・国内外に分散投資するタイプは全て「海外」に分類

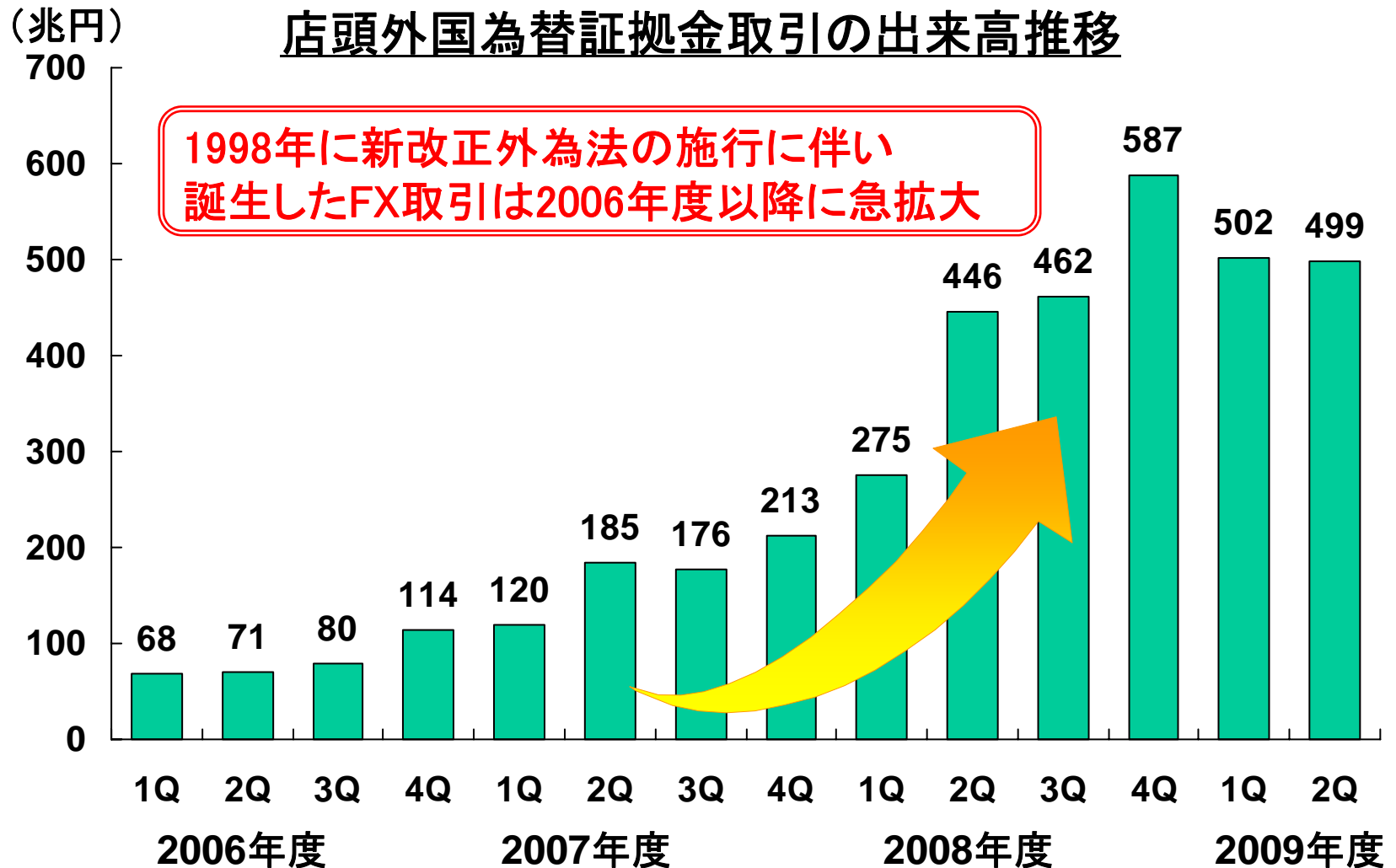
低成長の日本で家計の健全性を維持するためには、 個人も新興国の成長を投資により享受することが必要

日本における個人金融資産の構成比率の変化



各国間の経済情勢により大きく変動する FX(外国為替証拠金)取引市場も急拡大

店頭外国為替証拠金取引の出来高推移



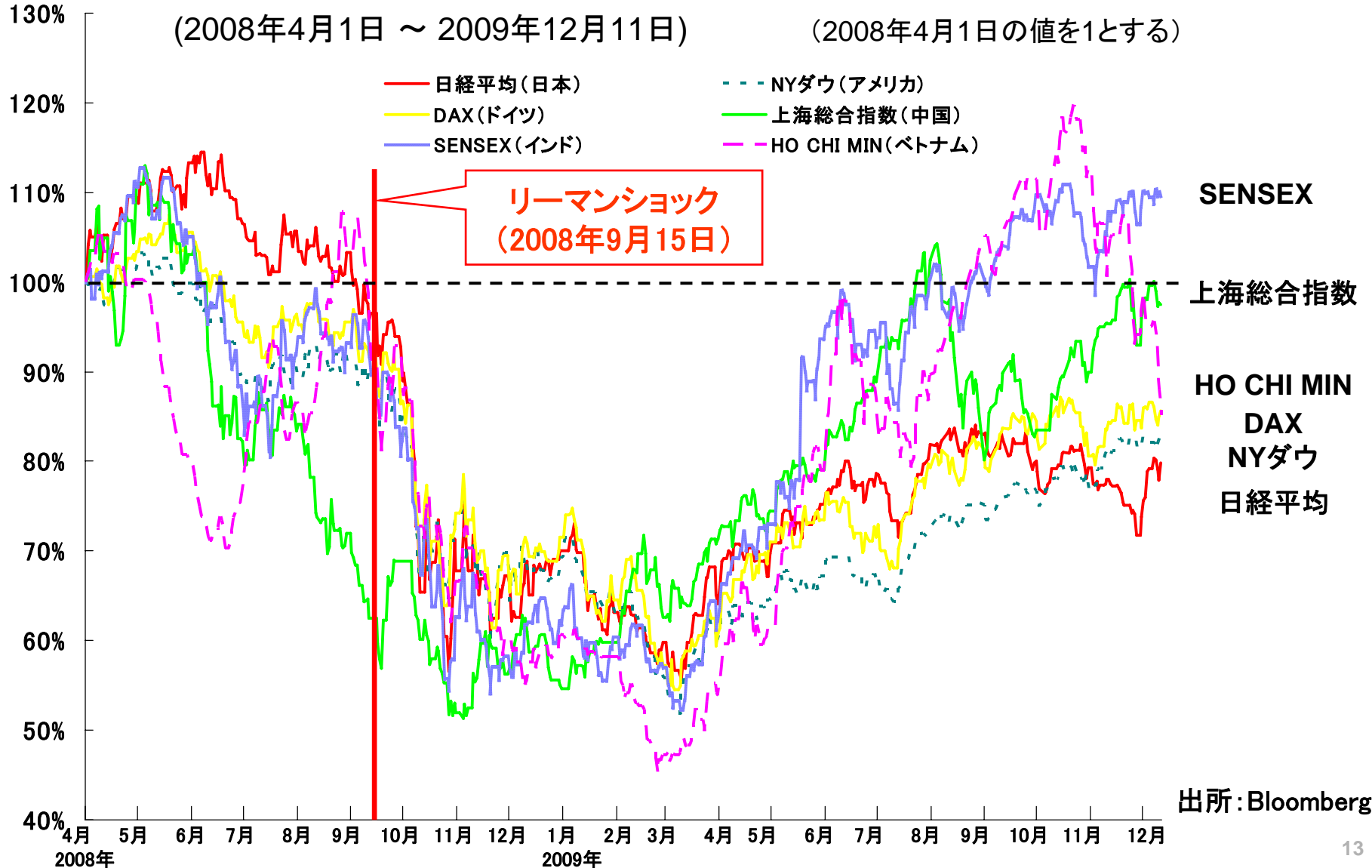
(ii) 世界各国の株式市場の連動性

連動を深める世界の株式市場

2008年4月1日以降の各国主要指数の推移

(2008年4月1日 ~ 2009年12月11日)

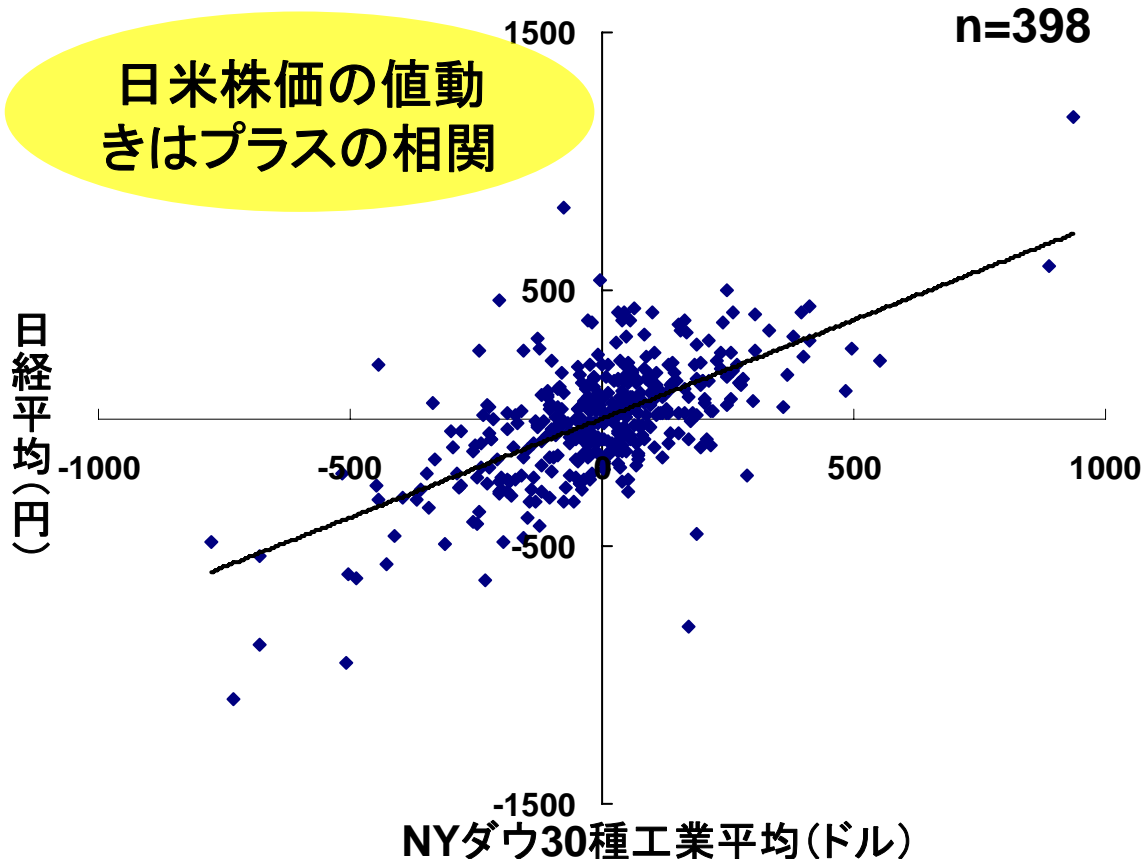
(2008年4月1日の値を1とする)



前日の米国株式市場の値動きに大きな影響を受ける 日本の株式市場

日経平均とNYダウ平均前日比值動きの関係

日米株価の値動きはプラスの相関



注1: NYダウの値動きと翌日の日経平均の値動きを比較
(週末のNYダウの値動きは翌週明けの日経平均の値動きと比較)

注2: いずれかが休場の日は分析対象から除外

データ出所: BloombergよりSBIホールディングス作成

海外の出来事に影響を受けて 国内株式市場が大きく動いた事例

事例1) 2008年9月15日

リーマンブラザーズの経営破たん

NYダウ: -504.48ドル (-4.4%)

→(16日)日経平均: -605.04円 (-5.0%)

事例2) 2008年9月29日

米国下院における緊急経済安定化法案否決を契機とする株価下落

NYダウ: -777.68ドル (-7.0%)

→(30日)日経平均: -483.75円 (-4.1%)

事例3) 2009年3月23日

米財務省が不良資産買取計画を発表

NYダウ: +497.48ドル (+6.8%)

→(24日)日経平均: +272.77円 (+3.3%)

1時間半遅れて取引開始する中国株式市場にも連動

日本の株式相場は、約1時間半遅れて取引が開始される中国市場（上海株式市場・香港株式市場）の動きに合わせて急に流れを変えることがあるため、日本の株式投資家は中国株式市場の動向及び中国の主要指標の確認が欠かせない。

2009年8月7～28日の日・米・香港主要指数の「前日比」

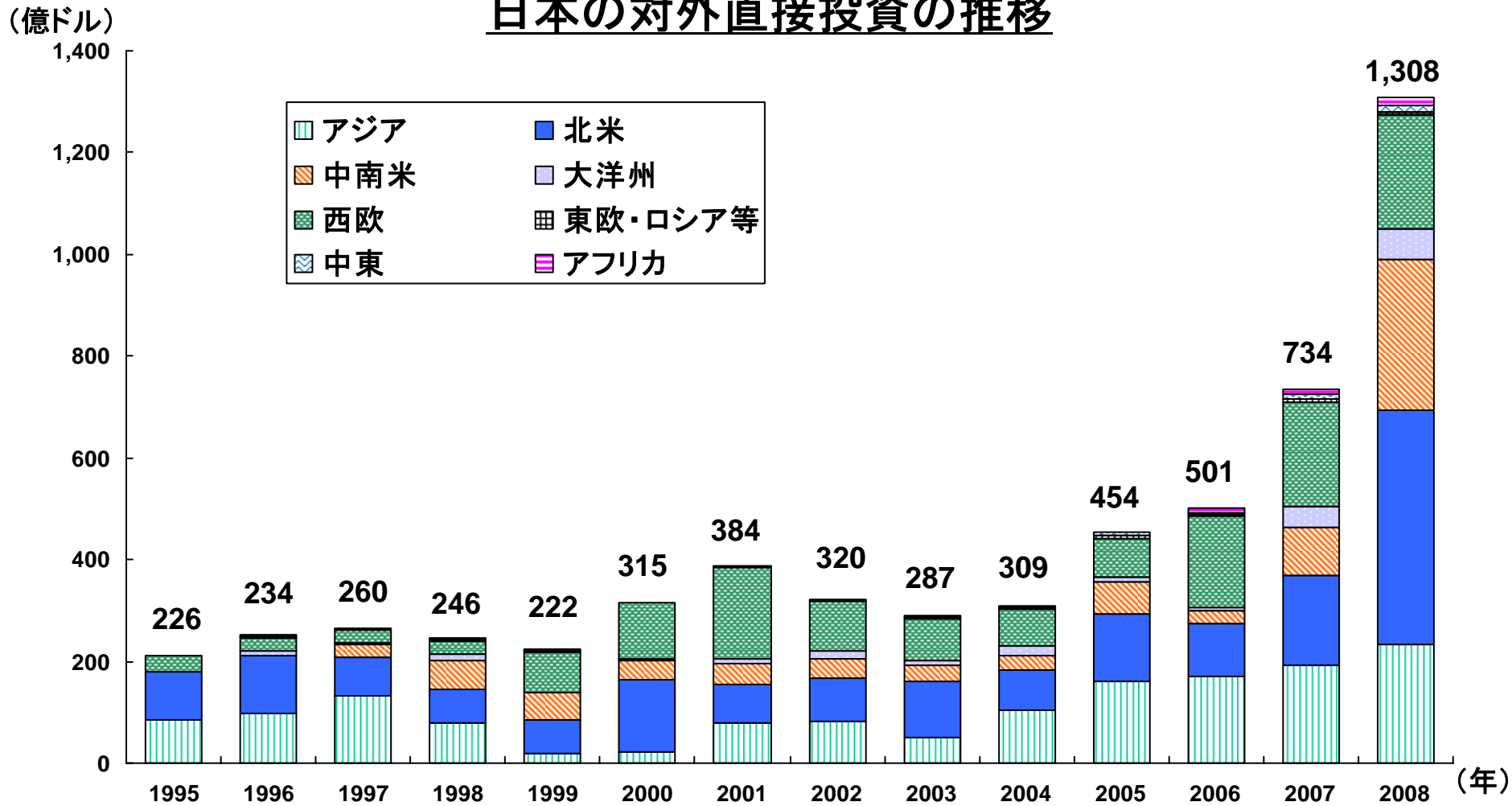
ニューヨークダウ		日経平均		ハンセン指数
7日	△113.81	10日	△112.17	△554.15
10日	▼32.12	11日	△61.20	△144.69
11日	▼96.50	12日	▼150.46	▼638.97
12日	△120.16	13日	△82.19	△426.06
13日	△36.58	14日	△80.14	△32.03
14日	▼76.79	17日	▼328.72	▼755.68
17日	▼186.06	18日	△16.35	△168.62
18日	△82.60	19日	▼80.96	▼352.04
19日	△61.22	20日	△179.41	△374.63
20日	△70.89	21日	▼145.21	▼129.84
21日	△155.91	24日	△342.85	△336.92
24日	△3.32	25日	▼83.69	▼100.70
25日	△30.01	26日	△142.35	△21.08
26日	△4.23	27日	▼165.74	▼213.57
27日	△37.11	28日	△60.17	▼92.28

**14日連続
で一致！**

(iii) 企業の海外展開の加速

日本企業の事業活動もグローバル化が進み ビジネスパーソンにとって世界の経済情報は不可欠に

日本の対外直接投資の推移



企業のグローバル化の後押しをする環境変化

1. 円高による国内企業の競争条件の悪化

民主党政権が一部から円高容認ともとられる姿勢を見せるなど、円高傾向に歯止めがかからず、11月27日には一時1ドル84円台を記録。

2. 環境規制等によるソーシャルコストの上昇

環境税等の導入により、企業が負担する費用は増加傾向に

3. 中国における中間層の台頭

中国都市部では年間可処分所得が5万元～20万元（65万円～260万円）の世帯数が2005年の3400万世帯から2020年には1億1000万世帯まで増える見込み。

4. 新興国における成功が企業としての魅力も高める

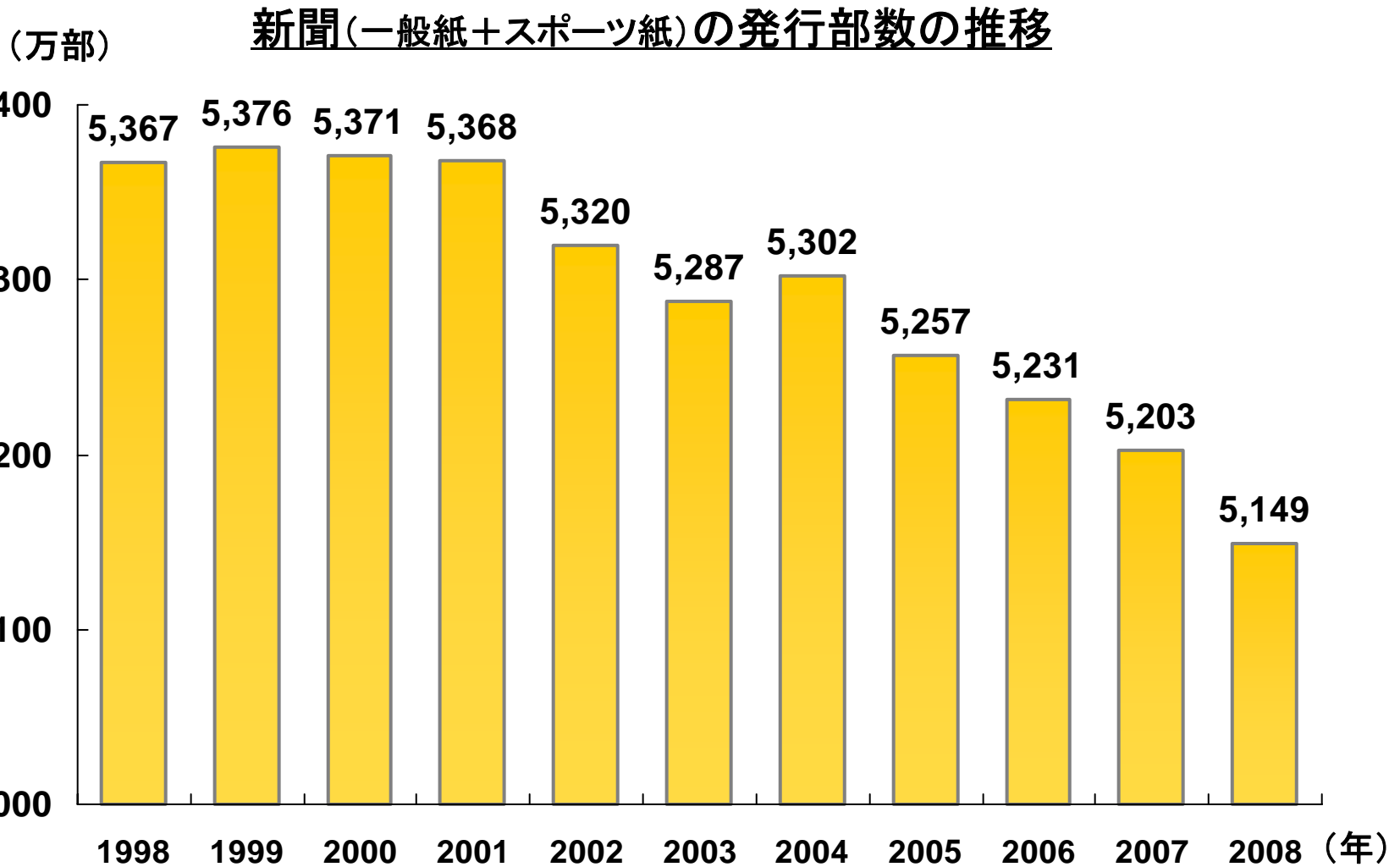
インド市場で大きなシェアを取ったスズキ自動車は、独フォルクスワーゲン社と資本提携へ。合算の自動車販売台数は世界首位となる

(2) 日本初の本格的有料オンラインメディアへ

- (i) 数少ない有料オンラインメディアの成功例であるWSJ**
- (ii) 良質なグローバルコンテンツと速報性**

(i) 数少ない有料オンラインメディアの成功例であるWSJ

減少を続ける国内新聞発行部数



出所 日本新聞協会

国内有力各紙のネット化への取組状況

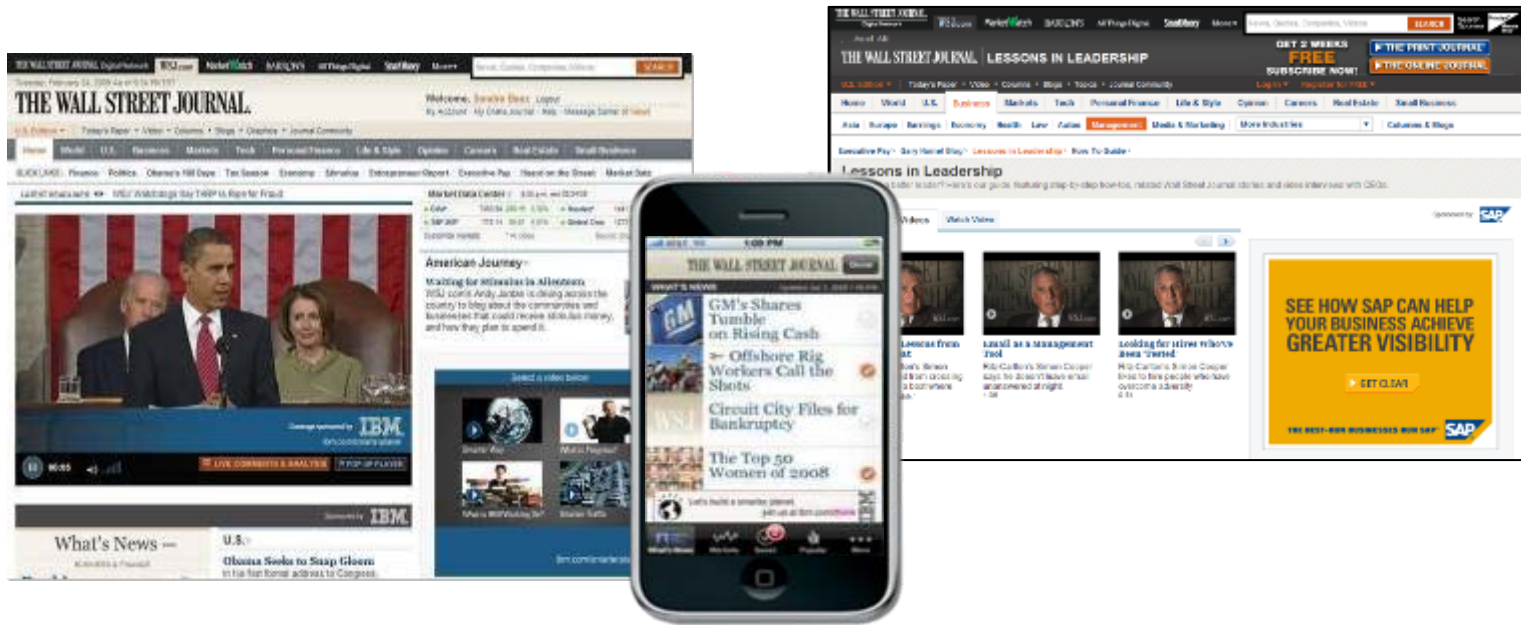
日本国内では現在、
インターネットの有料記事配信のモデルは確立されていない

	A新聞	S新聞	N新聞	M新聞	Y新聞
Webでの 記事無料 配信(一部)	○	○	○	○	○
その他Webでの 独自配信に対す る主な取り組み	twitter配信	iPhoneアプリ の提供	記事ごとの 有料提供	twitter配信	
有料電子版 サービス	×	×	2010年 開始予定	×	×

※SBIホールディングス調べ

課金モデルの数少ない成功例としてのWSJ.com (1)

1996年に開始したWSJの電子版`online.wsj.com`は無料コンテンツが多数を占めるインターネットで成功している数少ない有料オンラインメディアである、と言われる



購読者数: 1,067,000人 (2009年3月現在)
年間購読料: 103ドル
月間平均UU数: 2,152万ユニークユーザー
月間平均PV数: 2億2,000万ページビュー

課金モデルの数少ない成功例としてのWSJ.com (2)

その他の米大手新聞社は記事を無料公開し、広告収入に依存したモデルをとる

ウォールストリート・ジャーナル(米国)

1996年に**有料電子版**を開始

フィナンシャル・タイムズ(英国)

2002年に**有料電子版**を開始



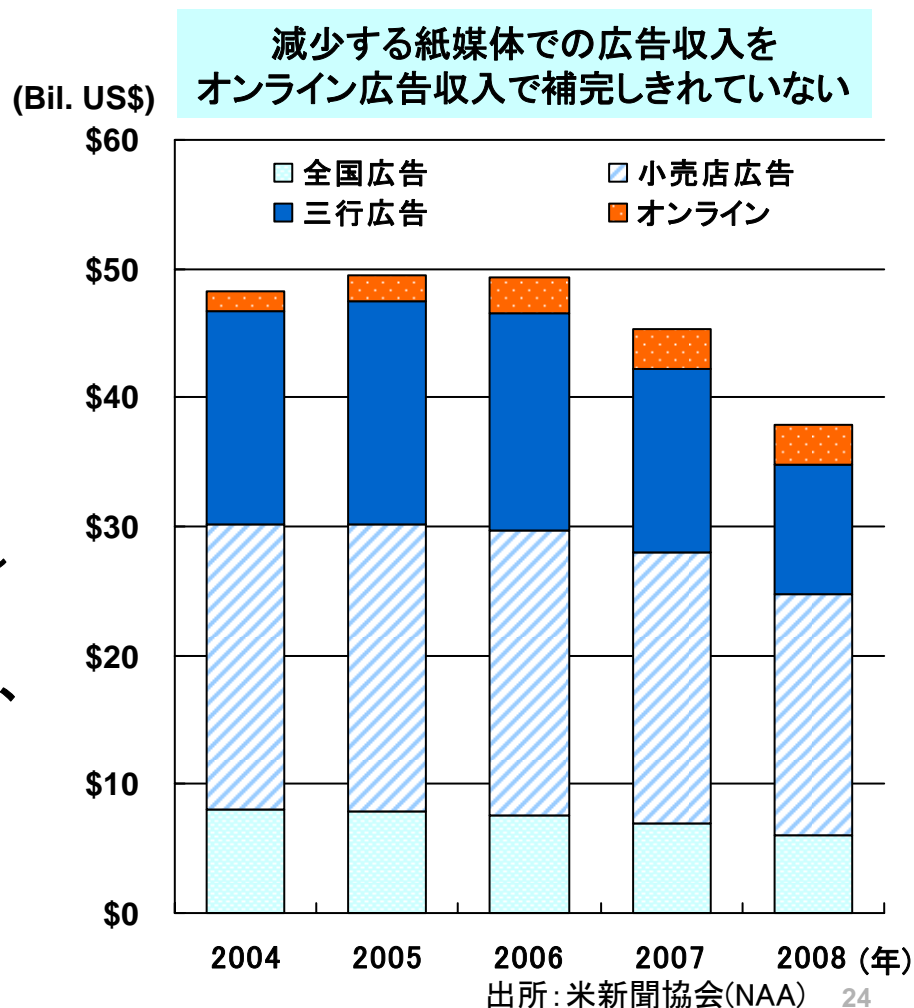
ニューヨーク・タイムズ(米国)

2005年9月にスタートした有料電子版「TimesSelect」は、オンラインサービス加入者が22.7万人(新聞購読の付随サービスとしての利用者も含むと約78.7万人)まで増やしたが、07年9月に広告収入モデルに移行し、記事を無料で公開

ワシントン・ポスト、 ロサンゼルス・タイムズ(米国)

広告収入モデル(無料公開)で運営

米国における新聞の広告収入の推移



(ii) 良質なグローバルコンテンツと速報性

輝かしい歴史と実績を持つ米国発WSJ

- 1889年創刊。**120年**の歴史を持つ
- **発行部数全米No.1**の187万人超
- 総勢約**2,000名**の記者と編集者
全世界**86都市122箇所**の編集支局
- ピューリッツァー賞**33回**受賞



分析的で示唆に富んだ記事を配信 (1)

(例) Google社の2009年4-6月期の決算に関する記事

WSJ.comに掲載された記事

THE WALL STREET JOURNAL
WSJ.com

TECHNOLOGY | JULY 17, 2009

Google Growth Slows Again; Sales Rise 2.9%

By JESSICA E. VASCELLARO

Google Inc.'s growth continued to slow in the second quarter, signaling the online ad market remains in a slump.

The Internet search giant's revenue inched up 2.9% from a year earlier to \$5.52 billion, down from 6% growth in the first quarter, and far below the 39% growth Google saw in the second quarter last year.

The results suggest there won't be a rebound anytime soon for the \$24.5 billion U.S. Internet advertising market, of which Google commands roughly a third of the market share. Market research firm eMarketer predicts that U.S. online advertising will grow 4.5% in 2009, down from nearly 11% growth in 2008.

Google Chief Executive Eric Schmidt, speaking on a conference call Thursday, said the results were "good" in light of the recession. He cautioned that it "is too early for us to tell when the recovery materializes."

The company's profit in the recent quarter rose 19% from a year earlier to \$1.48 billion as it trimmed costs.

Mr. Schmidt said advertiser spending in some categories, like shopping and travel, is recovering, though other categories, like finance, remain weak.

Though Google has managed to outperform competitors like Yahoo Inc. and Time Warner Inc.'s AOL in the downturn so far, the Mountain View, Calif., company may have to continue to cut costs to manage the slower growth.

日本の新聞記事の例

記事

分析的で示唆に富んだ記事を配信 (2)

(例) Google社の2009年4-6月期の決算に関する記事

“Google Growth Slows Again; Sales Rise 2.9%”
 («Googleの成長がまた鈍化:売上は2.9%上昇»)より一部抜粋



By Jessica E. Vascellaro 2009年7月17日

特徴1

日本の新聞は主にGoogle社の「最高益」という業績に焦点を当てる一方、WSJでは成長の鈍化という業界トレンドに焦点を当て、洞察を含めた記事を配信

第2四半期でもGoogle社の成長は鈍化し続けており、オンライン広告市場は低調なままであることを示している。インターネット検索の最大手の収入は55億2千万ドルとなり、前年同期比では2.9%上昇したが、第1四半期と比較して6%減少し、昨年度第2四半期の前年同期39%増加から伸び率は大きく鈍化した。

特徴2

決算の数値に触れるにとどまらず、企業の直近の動向や注力している分野、さらには業界の動向など、様々な視点を含めた分析を行う

現在のところはGoogle社は低迷期でもYahoo、タイムワナー社のAOLなどの同業他社をしのいでいるが、Googleは減速する成長を堅持するためにもコストを切り詰め続けなければいけないかもしれない。

Google社は事業向けオンラインソフトウェアや携帯電話向け広告などの、収益を生み出しはじめたばかりの新規事業への投資を続けている。

新興諸国などの世界経済情報の豊富な情報と 深い分析を提供

WSJ日本版に掲載予定のアジア新興国関連記事

■アジア版WSJからの翻訳記事

WSJの特派員によるアジア企業などの分析記事(不定期)

■ダウ・ジョーンズ経済通信の翻訳記事

中国やインドを中心とした新興国の記事

中国は1日約15-20本程度、インドは1日約5-8本程度を想定

記事には日本の新聞とは違った切り口からの分析が



“1China Nurtures Futures Markets In Bid to Sway Commodity Prices” 2009年10月12日
(「中国、商品価格を揺さぶるために先物市場を育成」)



“Beyond the Bubble -- America’s New Economy: China Inc. Looks Homeward
As U.S. Shoppers Turn Frugal” 2009年9月29日
(「バブルを超えてーアメリカのニューエコノミー：
アメリカの買い物客は質素になり、中国株式会社は自国を見る」)



“Deadly Labor Wars Hinder India’s Rise” 2009年11月24日
(「インドの激化する労働紛争、殺人事件も」)

速報性にも優れるWSJ日本版

海外ニュースが日本の新聞に掲載されるまでの流れとWSJ日本版の場合との違い

WSJ紙面(朝刊)に掲載される記事の場合(イメージ)

1) 日本の新聞掲載の場合

2) 「WSJ.com日本版」の場合

THE WALL STREET JOURNAL(電子版)への記事掲載

海外特派員が情報入手し、
要約記事を作成

国内紙(夕刊)入稿

通常夕刊に要約記事のみが掲載

「米紙ウォールストリート・ジャーナル
(電子版)によると…」

選択、翻訳、編集

3~6時間程度で

記事
掲載



※ 時差の関係上、ニュージーランドに次ぎ、世界で2番目の早さで最新の情報を日本語にて閲覧することが可能

日本時間7:00
(現地時間
前日19:00前後)

10:00~13:00
(同 前日22:00~
当日1:00)

最大7時間の
タイムラグ

17:00頃
(同 当日5:00頃)

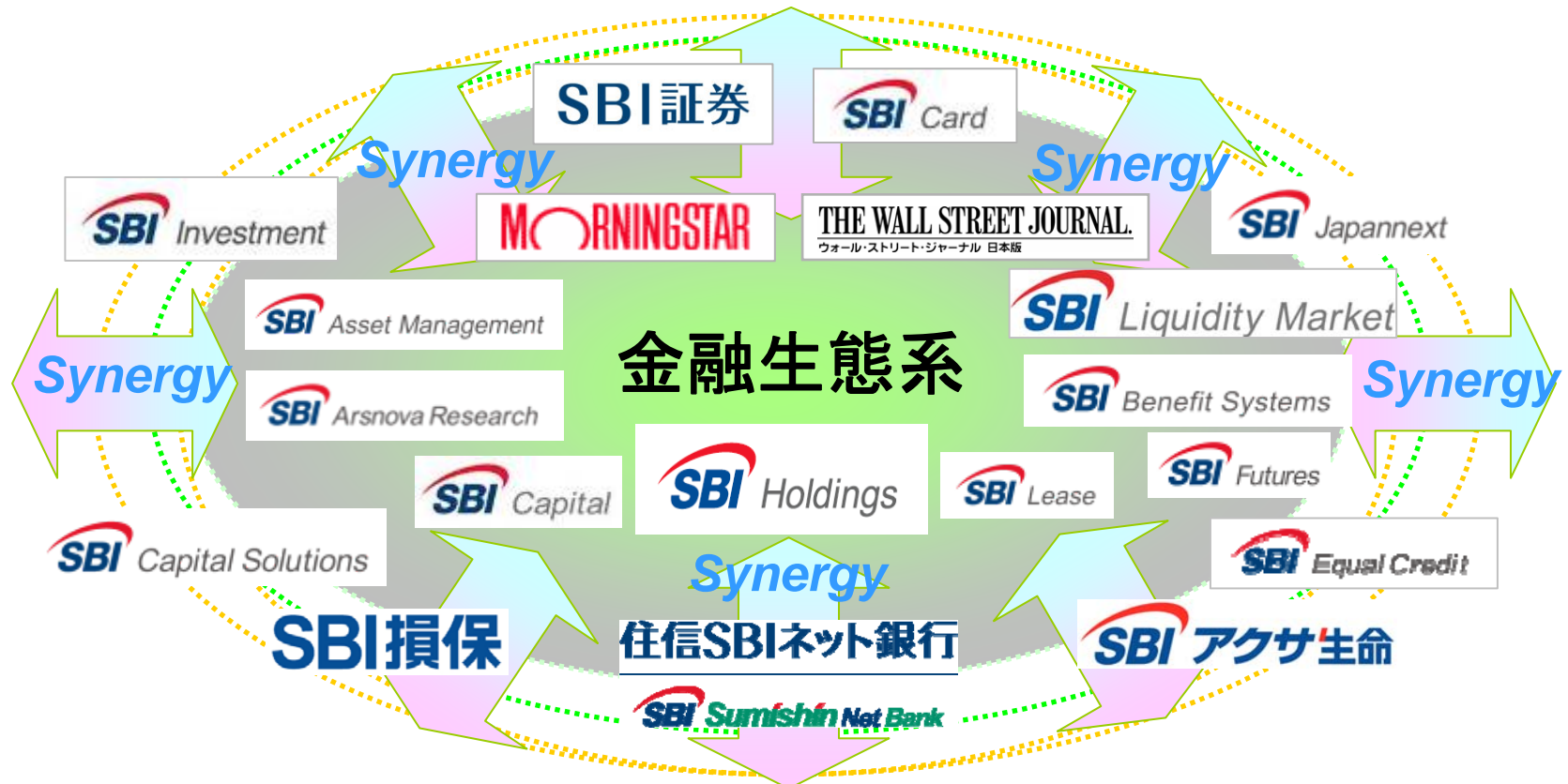
米国の翌日の朝刊に載る主要記事が日本では前日の昼間のうちに読める

2. SBIグループとWSJ日本版とのシナジー

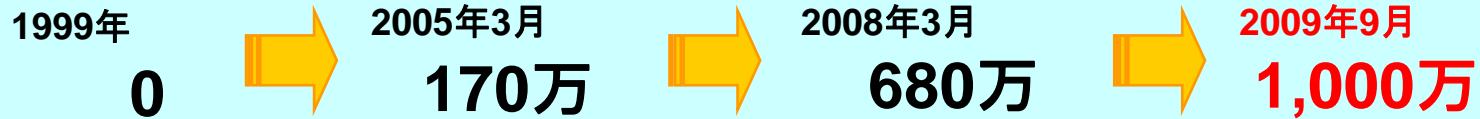
SBIグループの金融生態系

1999年のSBIグループ設立以降、金融事業分野で有力パートナーとのジョイントベンチャーを含む多様な事業会社を設立し金融生態系を拡大

⇒ 世界でも極めてユニークな、
ネット金融を中心とした金融コングロマリットとなる



インターネットチャネルを中心に拡大を続けるSBIグループ顧客基盤



主なグループ企業・事業部等		2009年9月末 (単位:万)
SBI証券	(口座数)	195.6
SBIH インズウェブ	(保有顧客数)	294.8
イー・ローン	(保有顧客数)	87.5
上記以外の金融系サイト	(保有顧客数)	11.2
MoneyLook(マネールック)	(登録者数)	53.1
モーニングスター	(新ポートフォリオ登録者数)	4.6
SBIカード	(カード発行枚数)	5.9
住信SBIネット銀行	(口座数)	56.9
SBI損保	(年間成約者数)	6.6
SBIアクサ生命	(累計成約者数)	1.1
オートックワン	(年間利用者数)	178.0
生活関連サイト(チケット流通、ムスビ-)	(登録会員数)	44.4
イー・ゴルフ	(登録会員数)	36.6
その他		24.6
合計		1,000.9

※ 2009年9月に定義の見直しを行ったため、2005年3月及び2008年3月と、2009年9月とでは集計方法が一部異なります。

※ 各サービスサイトの性質上、複数の取引を行ってもユニークユーザーを認識しうる場合には重複を省く一方、グループ企業間における重複顧客はダブルカウントされています。³³

WSJの読者層とSBI証券の顧客層との共通属性



THE WALL STREET JOURNAL.

SBI証券

性別(男性)	80.7%	73.6%
平均年齢	51.0歳	44.3歳
年収	平均世帯年収 \$234,200	平均年収1000万円以上の顧客数 13.6万人 ※1
資産額	平均資産総額 \$1,546,000	保有金融資産1000万円以上の顧客数 36.9万人 ※1
有価証券の 売買回数	過去1年間の平均 22回	株式約定件数 57回 ※2

※1 口座開設時アンケートより集計

※2 残有口座1口座あたりの2009年3月期株式約定件数

SBIグループ各社との相互プロモーションにより WSJ日本版を飛躍的に成長させる

SBI証券（順次実施）

- SBI証券の顧客向けにWSJ.com日本版記事を配信
- 「SBI証券の新規口座開設で2ヶ月間購読無料」キャンペーンを実施
- 両社の顧客を相互に紹介するため双方のサイトで広告を積極展開

MORNINGSTAR（以下、検討中）

- コンテンツデータの相互提供
 - 例：・モーニングスターの投資信託データのWSJ.com日本版への提供
 - ・相互の記事掲載による誘導
- モーニングスター顧客に対するWSJ日本版購読へのマーケティングサポート



- SBIグループ共通ポイント「ありがトン」を利用した購読プログラムの実施



- 株主優待による購読無料キャンペーンの実施
- 金融リテラシーの高いWSJ.com日本版購読者をターゲットとしたグループ各社の記事広告の出稿など

今後のネット証券の競争は「金融情報」も鍵に

「手数料」から「手数料+品揃え・利便性・取引機会」、
更に「手数料+品揃え・利便性・取引機会+金融情報」へ

取引市場の多様性



商品の品揃え

高い利便性

安価な手数料

多様な金融情報



SBI マネーワールド

株式新聞

FundBank



E-LOAN

安価な手数料

金融商品とマーケット機能、金融コンテンツを同時に提供することで
SBIグループは「日本最大の金融ディストリビューター」へ

金融商品の提供

SBI証券

インターネット証券

住信SBIネット銀行

SBI Sumishin Net Bank

インターネット銀行

SBI損保

インターネット損害保険

SBI アクサ生命

インターネット生命保険

SBI SBI住宅ローン
GROUP

住宅ローン等代理店

SBI Card

クレジットカード

より良い取引を目指したマーケットプレイスの提供

SBI Liquidity Market

店頭外国為替証拠金(FX)
取引に関するマーケットインフラの提供

SBI Japannext

私設取引システム
(PTS)の運営

金融コンテンツの提供

THE WALL STREET JOURNAL.

ウォール・ストリート・ジャーナル 日本版

WSJ.com等のニュース記事の配信

MORNINGSTAR

投資信託等の金融商品の
評価情報の提供

The Kabushiki Shimbun
株式新聞

投資信託等の金融商品の
評価情報の提供

ヤフー・ファイナンスの
有料コンテンツで購読数No.1

SBI マネーワールド

SBIグループ会員専用SNS

FundBank

投資信託専門の
金融情報の提供

保険の窓
インスウェブ

保険やローン等の金融商品の
比較情報の提供

E-LOAN

<http://japan.wsj.com>

<http://www.sbigroup.co.jp>