

SBIグループの理念

社会との共存共栄を実現する 「経営理念」と「事業構築の基本観」

「経営理念」とは、経営トップの交代や事業環境の変化があっても簡単に変更されることのない、企業の普遍的な価値観や存在理由を示すものです。すなわち、組織の依って立つ礎であり、それによって企業は長期的な目標を明確にでき、社員は働く目的を共有できるようになると考えています。

そして、SBIグループでは経営理念を軸としながら「事業構築の基本観」に基づいて事業を展開し、本業の事業活動を通じて社会に貢献することで、社会との共存共栄を図っています。

SBIグループの経営理念

01 正しい倫理的価値観を持つ

「法律に触れないか」、「儲かるか」ではなく、
「それをすることが社会正義に照らして正しいかどうか」を
判断基準として事業を行う。

02 金融イノベーターたれ

革新的技術を導入し、より顧客便益性を高める
金融商品やサービスを提供することで、
従来の金融のあり方に変革を与える。

03 新産業クリエーターを目指す

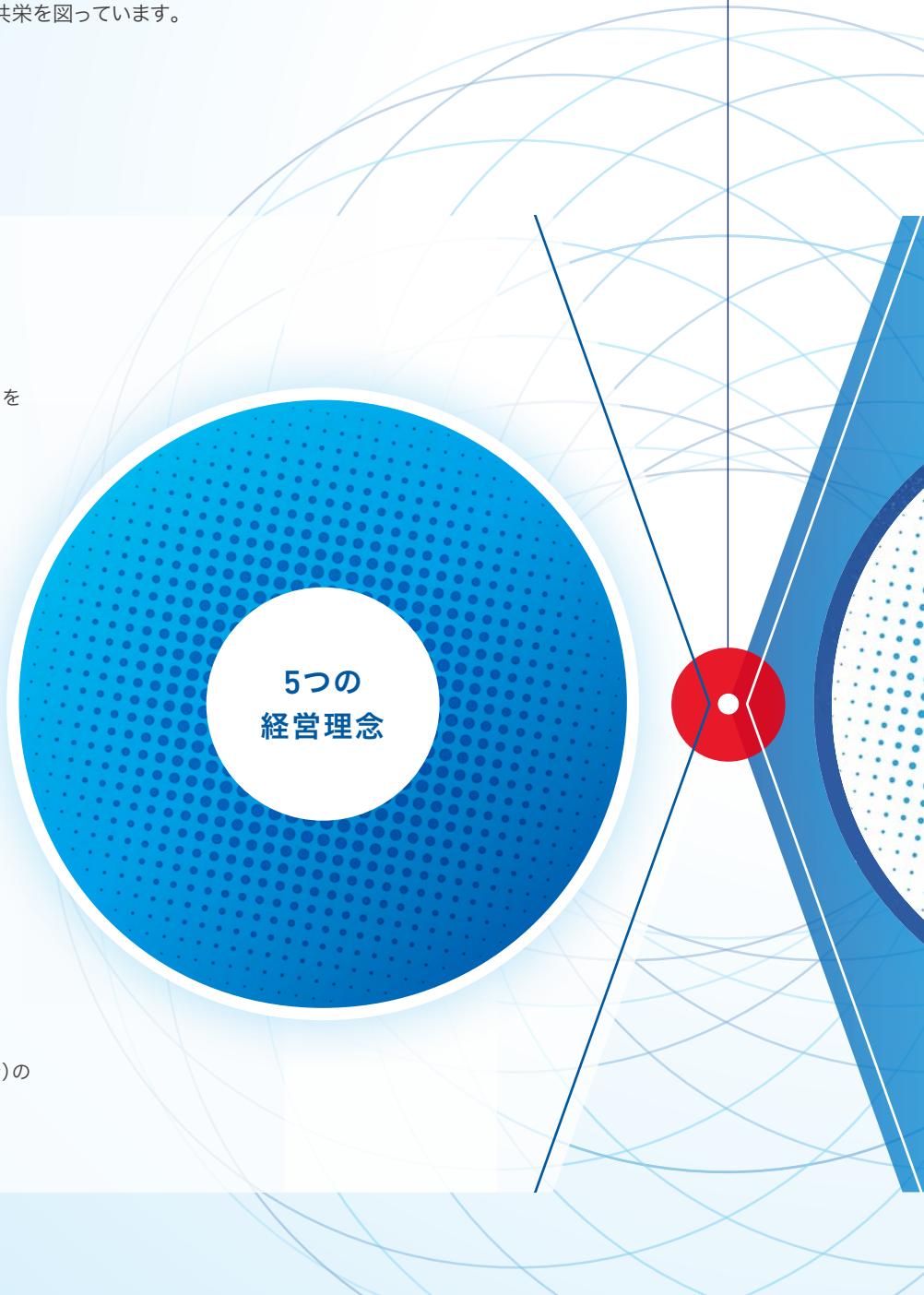
21世紀の中核的産業の創造および育成を担う
リーディング・カンパニーとなる。

04 セルフエボリューションの継続

「創意工夫」と「自己変革」により経済環境の変化に
柔軟に適応すべく、自己進化し続ける。

05 社会的責任を全うする

SBIグループ各社は、社会の一構成要素としての
社会性を認識し、様々なステークホルダー（利害関係者）の
要請に応えつつ、社会の維持・発展に貢献していく。



世のため人のため

— 社会とSBIグループのサステナビリティ —

常に時流を捉えて、「世のため人のため」となるような革新的な事業を創造することが、創業時からの私たちの変わらぬ想いです。同時に企業は社会の一構成要素であり、社会に帰属しているからこそ存続できるという考えのもと、社会の維持・発展に絶えず貢献することを目指してきました。このような方針のもと、SBIグループでは5つの経営理念を起点として、事業構築の基本観に基づいて事業を展開しています。そして、事業を通じて社会課題の解決に貢献することで、社会と当社グループの持続可能性・成長性の確保に努めることが、当社グループのサステナビリティの根幹にある考え方です。

[サステナビリティ >> P.36](#)

事業構築の 基本観

事業構築の基本観

「顧客中心主義」の徹底

SBIグループでは創業以来「顧客中心主義」を貫くことを徹底し、株式売買委託手数料での価格破壊、好金利の預金商品の提供、業界最低水準の保険料の実現など、革新的な技術を活用して価格競争力を持つ商品・サービスを提供することに加え、お客様のニーズに合わせた商品ラインナップの拡充等にも努めてきました。

「企業生態系」の形成とシナジーの徹底追求

SBIグループでは、「全体は部分の総和以上である」「全体には部分に見られない新しい性質がある」という「複雑系の科学」の二大命題をもとに、単一の企業では成し得ない相乗効果と相互進化による高い成長ポテンシャルを実現する経済共同体として、「企業生態系」を構築してきました。

革新的技術に対する徹底的な信奉

SBIグループは、革新的な技術開発が世界的に進展するフィンテック領域やAI、ブロックチェーン、デジタルアセット、量子コンピュータ、核融合といった成長分野における国内外の有望なベンチャー企業に「投資」し、投資先企業の有する新技術等をグループ内金融サービス事業各社へ「導入」、そしてそれらの技術を業界横断的に「拡散」するという3つのプロセスを通じ、成長を推進しています。

近未来を予見した戦略の策定と遂行

SBIグループは、効率的なシナジーを生むとともに相互に一体感を強めるため、「全体戦略」と「個別戦略」を策定し事業に取り組んでいます。全体戦略は、社会問題や国家目標などに合致し、時代の変遷を見ながらグループを挙げて取り組むもので、その全体戦略が効率的に各子会社に伝播され具体的な個別戦略となり、統一的な目標を達成する動きとなります。

公益は私益に繋がる

「社会なくして企業なく、企業なくして社会なし」という考えのもと、「世のため人のため」となる「公益」に資する企業活動をしていけば、それは結果として自社の利益にも繋がると考えています。

金融を核に金融を超える

あらゆる財貨・サービスの動きと金融は表裏一体であるという認識のもと、SBIグループは金融のプロフェッショナルとしてこれからも金融事業を推進するとともに、金融事業と相乗的な効果を生み出す新たな事業領域へも進出し、国内外の様々な社会課題の解決に挑む事業体であり続けます。

SBIグループの価値創造

「顧客中心主義」の徹底こそが SBIグループの企業価値創出の源泉

SBIグループは「顧客価値」「株主価値」「人材価値」の総和が企業価値であると考えています。そして「顧客中心主義」の徹底による「顧客価値」の創出が、「株主価値」「人材価値」の増大、つまりはその総和である企業価値の増大に繋がると捉えています。

企業価値の創出の土台となる「顧客価値」

SBIグループでは、企業価値は「顧客価値」が土台となり、「株主価値」「人材価値」と相互に連関しながら生み出され、増殖していくと考えています。

インターネットの普及とともに、企業は「顧客中心主義」を貫かなければ勝ち残れない時代となり、顧客価値はこれまで以上に極めて重要な価値となりました。SBIグループでは、顧客価値の最大化を経営戦略上の最大の課題と捉え、SBIグループの全事業において「顧客中心主義」を貫くことを徹底しています。

「顧客中心主義」を全事業で貫くことで顧客価値の高い商品・サービスが提供できれば、売上・利益が増加し、株主価値も高まります。株主価値を高めることができれば、インセンティブの向上に繋がります。インセンティブの向上により、良い人材を採用できれば、人材価値も高まります。高いスキルや倫理観を持つ人材が、更に顧客価値を高めることに貢献するというように、顧客価値・株主価値・人材価値が相互に連関しながら好循環の中で、企業価値の増大が飛躍的にもたらされていくと考えています。

顧客価値の高い商品・サービスとは

SBIグループにおける「顧客中心主義」の徹底は、より安い手数料、より好金利でのサービス提供、魅力ある投資機会の提供、金融商品を一覧比較できるサービスの提供、安全性と信頼性の高いサービスの提供、豊富かつ良質な金融コンテンツの提供など、様々ななかたちで実践しています。こうした全事業を通じた「顧客中心主義」の徹底は、社会共通に恩恵をもたらす「公益」の一助になり得る取り組みとなり、SBIグループとしての社会的責任を果たすことに繋がると私たちは確信しています。

「顧客中心主義」を徹底する中で、私たちが重視している指標が、顧客満足度評価など第三者機関によるSBIグループ各社の商品やサービスに対する評価です。今後もお客さまサービスにおいて顧客満足度評価などで高水準を維持できるように取り組んでいきます。 ➡ P.64

また、こうしたSBIグループの取り組みを評価いただき、SBIグループの顧客基盤は2024年3月末時点でおよそ5,000万件を超え、創業来飛躍的に増大しています。

企業価値を構成する非常に重要な要素としての「戦略価値」

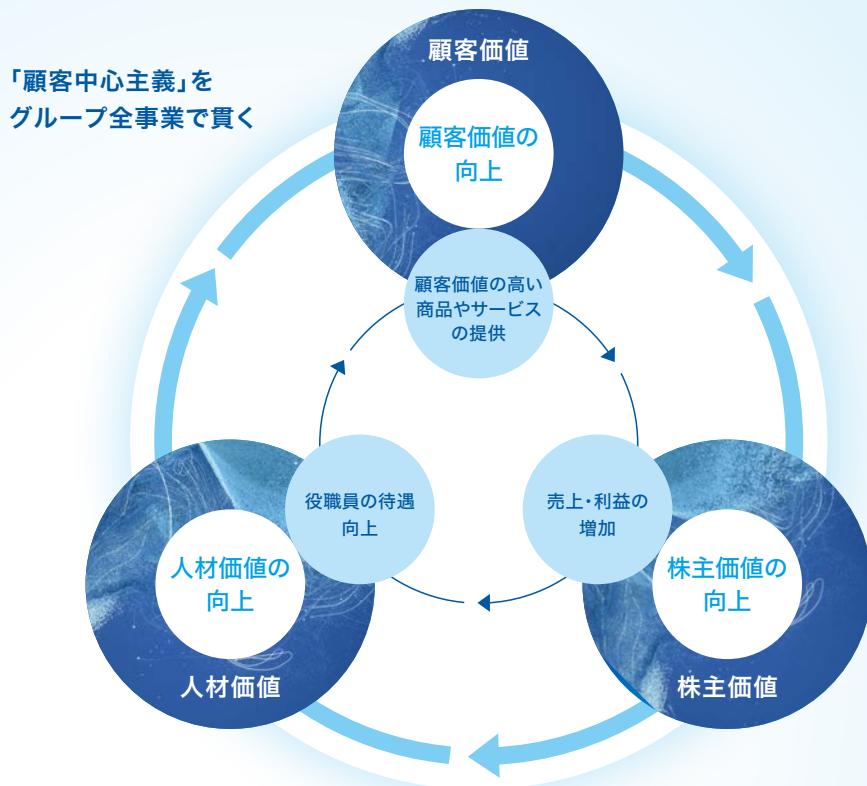
SBIグループでは「顧客価値」「株主価値」「人材価値」に加え、企業価値を構成する非常に重要な要素として「戦略価値」(経営思想と長期的な戦略)があると考えています。

SBIグループの大きな事業ミッションは、テクノロジーの力で世の中の様々な不条理な部分を、とりわけ金融面で変革し、新たな付加価値を創出していくことです。経営理念で掲げている通り、私

たちは「金融イノベーター」「新産業クリエーター」として、環境変化に柔軟に適応しながら自己進化していく企業であり続けます。

SBIグループは経営理念をグループの全企業と共有し、事業構築の基本観に基づき、時流を捉えた全体戦略を各企業活動の場における現実的で妥当性を有した個別戦略により具現化していきます。

SBIグループの企業価値向上のメカニズム



企業価値とは、顧客価値・株主価値・人材価値の総和

顧客価値

顧客価値とは、企業が顧客に提供する価値のことであり、SBIグループが提供する財・サービスの本源的な価値です。SBIグループは創業以来、「顧客中心主義」の徹底を掲げ、証券・銀行・保険事業などの金融サービス事業において、インターネットを活用して圧倒的な価格競争力を持つ商品・サービスを提供してきました。現在では、革新的な技術であるAIやブロックチェーン等の先進技術を活用した商品・サービスの拡充や、新たな金融サービスの開発に注力することで、顧客価値の向上に努めています。

株主価値

SBIグループでは、株主価値を株主と債権者が将来受け取ることが予想されるフリー・キャッシュフローの現在価値の合計と考えており、株主価値の向上に関連する重要な経営指標の一つとして自己資本利益率(ROE)を位置付けています。他方、ゴーイング・コンサーンとしての企業の健全な成長という観点からは、ROEだけを重視した経営では短期的な成長にしかなり得ません。従ってSBIグループでは顧客価値の増大による業績の向上から得られる利益や創出されたキャッシュを、株主還元に充てるのみならず、今後の更なる成長に向けた投資にもバランスよく配分することで、株主価値の増大を目指しています。

人材価値

SBIグループでは、人こそが競争力の源泉であり、差別化をもたらす主因であると捉え、従業員の採用活動を継続的に行い、国内外で多くの優秀な人材を確保してきました。SBIグループが全面支援するSBI大学院大学での研修や、グループ会社などでの若手人材の役員抜擢、女性の管理職への登用などを積極的に行い、年齢や人種、国籍、性別などに関係なく実力に応じた評価を実施することで人材育成にも努め、人材価値の向上に注力してきました。また、従業員の健康保持・増進などの配慮や自らが希望するキャリア形成のサポートを行うことなどにより、従業員が働きやすい職場環境を整備し、従業員エンゲージメントを高めています。

時流を捉えたグループ全体戦略により持続的な成長を実現

SBIグループは「事業構築の基本観」のもと、時代の変化を早く察知し、その変化に対応する戦略を実行することで成長を遂げてきました。今後も「自己否定」「自己変革」「自己進化」というプロセスを繰り返すことで、常に進化する企業であり続けます。

SBIグループの誕生

1999年4月にソフトバンク(株)(現 ソフトバンクグループ(株))の金融子会社としてソフトバンク・ファイナンス(株)が設立されSBIグループがスタート。更に1999年7月、ベンチャーキャピタル事業を営むソフトバンク・インベストメント(株)(現 SBIホールディングス)が設立されました。

選択と集中

バリバショックを端緒に経済環境が悪化する中で、グループ規模の拡大から収益性を重視する経営へ転換するべく、SBIグループでは2011年3月期から事業の「選択と集中」を徹底してきました。具体的には、金融サービス事業における3大コア事業とのシナジーが弱いノンコア事業の売却や、シナジーをより発揮しやすい形へのグループ内での組織再編などです。そこで創出したキャッシュをはじめとするグループのリソースを、金融サービス事業、アセットマネジメント事業、バイオ関連事業※に集中的に投入することで、赤字事業の早期黒字化や黒字事業の更なる利益拡大といったグループ全体の収益性強化を実現してきました。

※2023年3月期から金融サービス事業、資産運用事業、投資事業、暗号資産事業、次世代事業の5事業セグメント体制へ移行



社会動向

- 日本版金融ビッグバン
- インターネット革命

- 日本の貿易収支と所得収支の逆転

- リーマンショック

	創業当時 1999年	2009/3
収益(売上高)	0	1,309億円
純利益(当期純利益・親会社の所有者に帰属する当期利益)	0	△184億円
グループ会社数	11社	91社
グループ顧客基盤	0	800万
従業員数	55人	2,492人

2024年3月期

資産合計

27兆1,394億円

フィンテックの発展と ブロックチェーンの活用

これまでSBIグループは、インターネットを中心とした金融生態系を構築することでグループの飛躍的成長を実現してきました。革新的な技術の一つであるブロックチェーンを中心とする、デジタル金融生態系への進化を目指し、SBIグループの金融サービスにおける様々なフィンテックの導入とブロックチェーン・分散型台帳技術を用いたデジタルアセット関連事業を展開してきました。

事業ポートフォリオの再構築

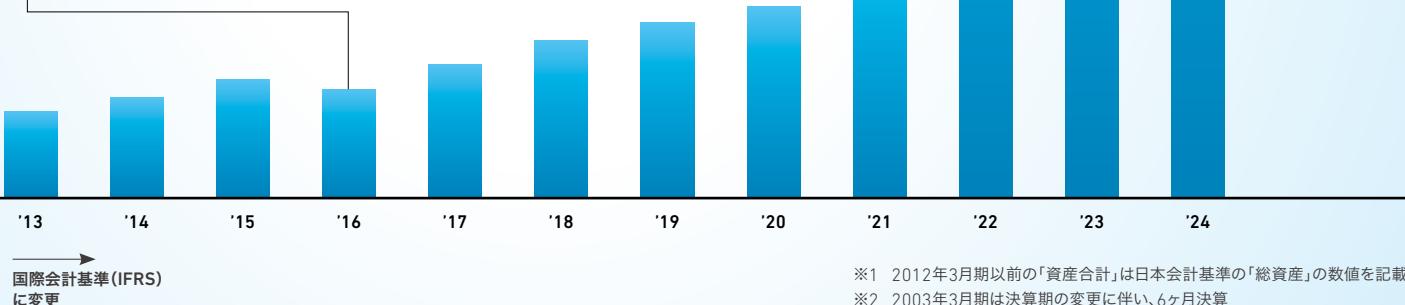
SBI証券におけるオンライン取引の国内株式の売買委託手数料を無料にする「ゼロ革命」の実施や、SBI新生銀行のような大型買収等により、SBIグループの事業構造は大きく変化しています。そうした中、国内政策金利の上昇や地政学リスクの高まりといった国内外の経済環境の変化を見据え、銀行事業の拡大や海外事業の収益力の強化等を通じて、事業ポートフォリオの再構築を行っています。

地方創生への貢献

SBIグループでは国家戦略である地方創生に貢献するべく、全国各地の地域金融機関との提携を拡大してきました。それによって、地域金融機関に質的転換を促し、収益力強化とそれに伴う企業価値向上を図る取り組みを進めています。今後は、「第4のメガバンク構想」の具現化に向けてSBI新生銀行をコアとした広域地域プラットフォーマー化を目指します。

デジタルスペース生態系の構築へ

社会の様々な領域においてデジタル化が加速的に進展し、Web3の時代に突入しつつあります。Web3は、ブロックチェーン技術を活用した分散型のネットワークを中心とした次世代のインターネットのあり方と言われています。SBIグループはこのWeb3の時代において、金融の領域を超えたデジタルスペース生態系への進化を目指しています。



※1 2012年3月期以前の「資産合計」は日本会計基準の「総資産」の数値を記載

※2 2003年3月期は決算期の変更に伴い、6ヶ月決算

- フィンテックの台頭
- アベノミクス

- 地方創生の推進

- 新型コロナウイルス
感染症の拡大

- ロシアによる
ウクライナ侵攻

- マイナス金利政策解除

2014/3

2,328億円

214億円

213社

1,753万

5,352人

2019/3

3,514億円

525億円

259社

2,520万

6,439人

2024/3

12,105億円

872億円

721社

5,050万

19,097人

SBIグループの事業領域

25年間、挑戦と進化を繰り返し事業領域を拡大

SBIグループは創業以来、日本のインターネット金融の発展を牽引するとともに、「金融を核に金融を超える」企業グループを標榜し、時代の潮流を捉えた新しい挑戦を続けてきました。その結果、現在では多様な事業ポートフォリオを形成し、より機動的な経営判断を行うことができる体制を整えています。



SBIグループの5つの事業セグメント

急成長を続ける 金融サービス事業

2021年には新生銀行(現 SBI新生銀行)を連結子会社化し、SBIグループの中核銀行として位置付ける等、銀行事業を拡大。

SBI証券は、2019年に発表したオンライン取引における国内株式の売買委託手数料の無料化構想を、2023年に「ゼロ革命」として開始。SBIグループの証券総合口座数が加速度的に増加したほか、グループ全体に対しても波及効果をもたらしており、グループのコア事業である金融サービス事業の基盤拡大に大きく貢献。

また海外では、ベンチャー投資の一環として2002年より投資していた韓国の現代スイス貯蓄銀行(現 SBI貯蓄銀行)を2013年3月に連結子会社化。この他にもベトナムやカンボジア、ロシアにおいて現地銀行を子会社化する等、東南アジアを中心に金融サービス事業を展開。

運用資産残高 20兆円を志向

資産運用事業では、2020年にレオス・キャピタルワークス、2022年に岡三アセットマネジメント(現 SBI岡三アセットマネジメント)を連結子会社化し、SBIグループの運用資産残高は2024年5月には10兆円を突破し持続的に拡大。2027年度末までの運用資産残高20兆円達成に向け、M&Aを含めた様々な施策を推進。その一環として、多様化する個人投資家のニーズを捉えた運用商品をグループ内外に幅広く提供しており、2023年度におけるSBIアセットマネジメントの公募投資信託の運用資産残高の伸び率は国内No.1を達成^{*}。また、英国Man Groupや米国KKR社などの世界の大手資産運用会社と提携し、旧来からの投資商品に代わるオルタナティブ投資の普及を目指す。

*運用残高上位15社中



成長産業と期待される領域において事業拡大を推進

投資事業では、引き続き成長産業と期待される領域への投資に注力。従前から成長領域と位置付けてきたAIやフィンテック等に加え、Web3やメタバースといった「デジタルスペース」を主な投資領域とするSBIデジタルスペースファンドを2023年11月に1,000億円規模で組成するなど、取り組みを加速化しており、これまでに設定したファンド総額は8,000億円超となる。また、有力企業各社との提携を通じてアフリカ、中東といった海外

における投資も推進。

暗号資産事業では、SBI VCトレードおよびBITPOINTにおける取り扱い銘柄を継続的に拡大しているほか、ステーキングサービスを業界でも最高水準の報酬率で提供するなど、商品・サービスラインナップの拡充を通じた顧客基盤の拡大を目指す。また、法定通貨の値動きに連動する暗号資産の一種であるステーブルコインUSDCを発行する米国Circle社と提携し、日本国内における流通を目指す。



半導体関連事業へ参入

SBIグループがこれまでグループを挙げて取り組んできた地方創生の実現には、日本のモノづくりの再興こそが重要であると考え、2023年7月に半導体分野に参入。当社グループは国内外に強力な資金調達機能やネットワークを有していることから、事業を持続可能なものとする

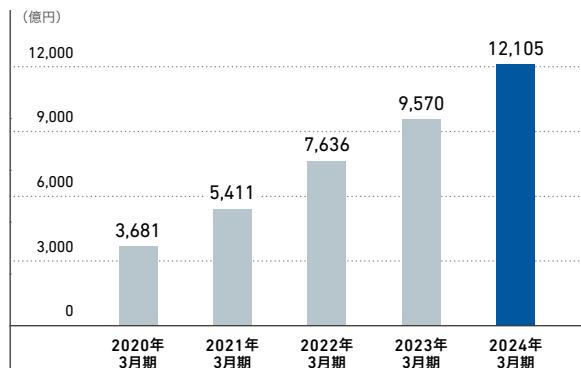
のに欠かせない安定的かつ長期的な資金調達の支援において貢献することを目指す。そしてグループ企業、グループ投資先企業、提携先企業、政府・自治体・学術機関などを取り込み、当社グループの金融生態系と半導体関連事業を融合した「半導体生態系」の確立を図る。



SBIグループのOverview

Financial Highlight

▶ 収益

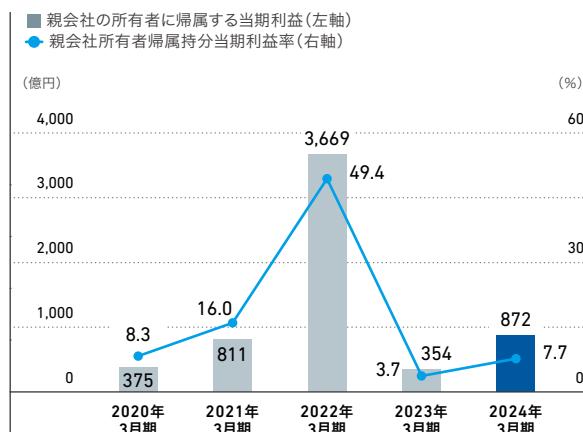


▶ 税引前利益



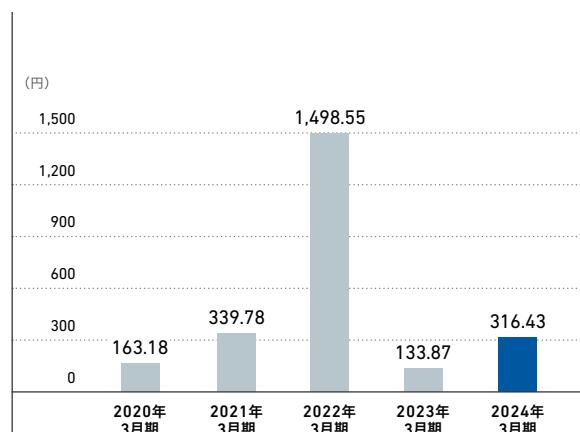
▶ 親会社の所有者に帰属する当期利益

▶ 親会社所有者帰属持分当期利益率(ROE)

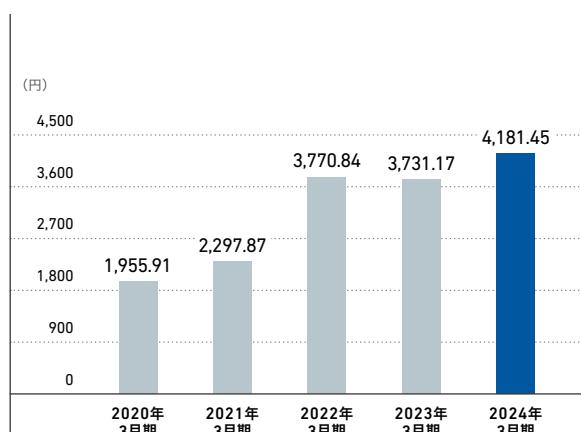


▶ 基本的1株当たり当期利益(EPS)

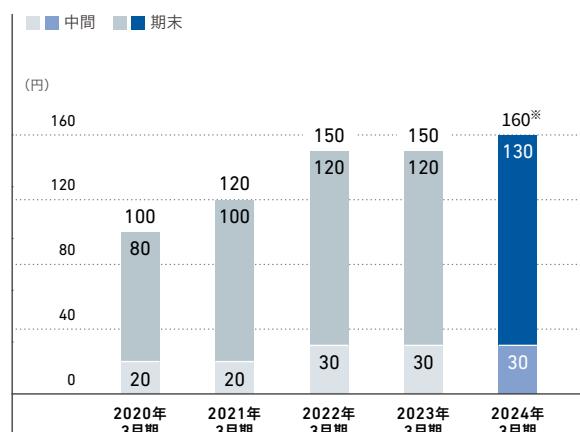
(親会社の所有者に帰属)



▶ 1株当たり親会社所有者帰属持分(BPS)

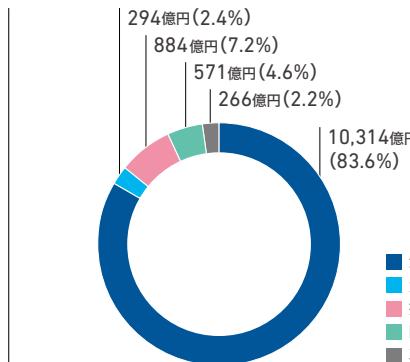


▶ 1株当たり配当金



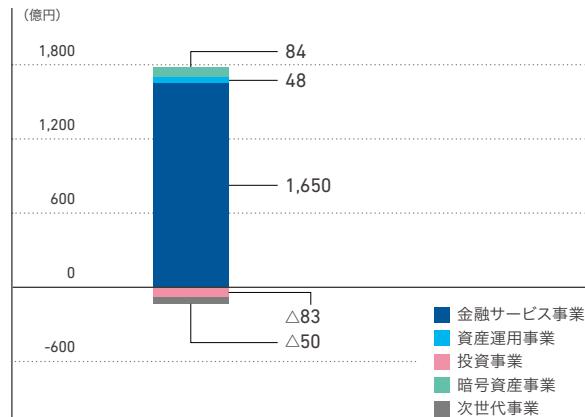
※創業25周年記念配当10円を含む

▶ セグメント別収益*(2024年3月期)



*セグメント別の収益構成比率は、各セグメントの収益合計に対する構成比率を記載しています

▶ 税引前利益(2024年3月期)



Corporate Highlight

展開国・地域数

26
カ国・地域

(2024年6月末現在)

成長市場であるアジアの新興国を中心に海外拠点を設立しており、各分野においてグローバルな事業展開を推進しています。

長期発行体格付

A-

(2023年4月26日現在)

当社の(株)格付投資情報センター(R&I)による長期発行体格付は、2022年4月にBBB+から1ノッチ引き上がり、長期発行体格付A-(方向性:安定的)を取得しました。

これまでに新規株式公開を果たしたグループ会社数

18
社

(2024年6月末現在)

当社の潜在的企業価値を顕在化させるべく、グループ会社の新規株式公開を推進しています。

株主構成に占める機関投資家比率

56.9
%

(2024年3月末現在)

従来比率が高まっていた外国人による保有比率は2022年3月末の48.6%から2024年3月末には33.9%にまで減少しています。今後もバランスの取れた株主構成の維持を目指します。

顧客基盤数

5,050
万件

(2024年3月末現在)

当社グループ各社の顧客基盤は順調に増加しており、当面の間はグループ顧客基盤数1億件超を目標としています。

連結従業員数

19,097
人

(2024年3月末現在)

国内外合わせた当社グループの連結従業員数は、積極的なM&Aによる連結子会社の増加等により例年増加しています。