

業界レポート

金融ビッグバンに乗り遅れるな!

もう始まっている インターネット 証券トレード

平成不況の真っ只中と言われる日本経済の中で、株式市場は低迷を続けている。日経平均株価は遂にバブル崩壊後の最安値を下回り、国内の証券会社各社は程度の違いこそあれ市況の影響を受けて苦戦を強いられている。今後、競争がより激しくなるとされる証券業界では、最近、インターネットを使った証券トレードサービスを始める会社が増えている。金融ビッグバンの中で生き残りを目指す証券会社とインターネットとのかわりについてレポートする。

取材・文 / インターネットマガジン編集部
Photo : Nakamura Tohru

インターネット取引の登場

リテール強化に新たなツールを

日本では、一般的に個人の金融資産に占める証券の割合が欧米に比べて低いと言われている。総額で1,200兆円とも言われる個人資産は、市況の低迷で苦しむ証券会社にとって、喉から手が出るほど取り込みたい分野だ。また個人投資家のマーケットへの回帰は市場全体のボリューム拡大にもつながるため、市況の回復にとっても欠かせない要素だ。では、リテ

ール営業の強化を目指す証券会社は個人の顧客を獲得するためにどのような戦略をとってきたのだろうか。

訪問営業の限界と通信の可能性

営業マンが新規顧客を開拓してきた従来の営業スタイルでは、営業基盤となる地域に店舗を構える必要があった。いかに多くの店舗を有し、多くの営業マンを配属するかといったスケールメリットがものをいう時代でもあった。し

かし店舗の開設にはコストもかかり、会社の体力と投資対効果の点から見ても店舗網の拡大には自ずと限界がある。

そこで各証券会社は、店舗を配置していない地域の住民や、証券取引に対するニーズはありながらも仕事の都合などで店舗を訪れることができない人々に対して、証券会社がアプローチしていく手段はないだろうかと模索を始めた。そこで各社が目をつけたのが、通信ネットワークを利用した証券トレードサービスだった。

既存の通信取引では十分なサービスができない

証券会社の中にはインターネット登場以前から、ファミコンや電話、ファックスなどを使った通信取引サービスを提供している会社もある。こうしたANSERシステムなどの通信取引サービスは一部の固定客によって今でも利用され続けているが、サービス内容も単純で限界があり、今後これ以上大きく伸びる要素はないと考えられている。

リテール分野の掘り起こしを期待されていた従来の通信取引サービスが爆発的な普及には至らなかったため、サービスを提供していた証券会社では通信取引戦略の練り直しを迫られた。そこで注目したのがインターネットだった。

すでに米国ではEトレード社などのインターネットを使ったオンラインブローカーが業績を伸ばしており、1997年の全株売買高に占めるインターネット取引の割合は17%までに達し

ている。

日本でもインターネット人口が増え続けていることに加え、米国のこうした状況にリテール営業の新たなツールとしての魅力を感じた証券会社は、本格的にインターネットに取り組み始めた。

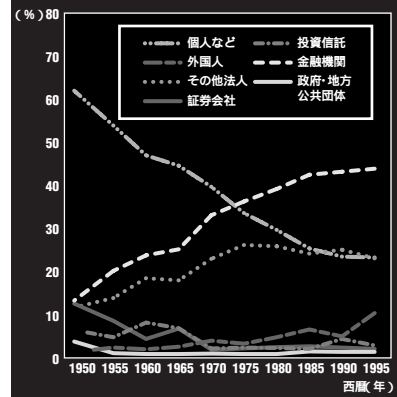
インターネットが新たな顧客開拓ツールになる

1996年4月、大和証券が日本で初めてインターネットを使った証券トレードサービス「ホームトレード」を開始し、その後各社が相次いでサービスを始めた。ここで証券会社は、地理的や時間的などさまざまな制約があるために取引できなかった層ばかりではなく、インターネット利用者の年齢層にも注目した。中でも20歳代後半から30歳代の若い世代は可処分所得が多いが、証券会社と取引をしている割合は低い。実際にインターネット証券トレードで申し込みがあった顧客の(資料請求も含む)内訳を見ると、それまでは取引がなかった新規客がほとんどだという。

リアルタイムにインタラクティブで

証券取引とインターネットとの相性については、「証券取引はフロントエンドの部分だけをインターネットで行っていて、お金のやり取りや株券受け渡しにはインターネットを使っていないということ、きちんと理解している方が多いように感じます」(松井証券)などというように、サービスの構造面での相性の良さを指

【市場第一部上場株式分布状況】



出典：全国証券取引所協議会などの資料をもとに編集部で作成

摘する声が聞かれた。

さらに、「情報のスピードというのも重要になりますので、インターネットの即時性に合っています。またお客様のニーズに対して応えることができるインタラクティブ性や、どこからでもアクセスできるということも証券取引と合っていると思います」(和光証券)などというように、インターネットそのものの特性に証券取引はマッチするという意見もあった。



これだけは知っておきたい！

インターネットでビッグバンを乗り切るための用語集

ANSER (アンサー)

NTTデータが運営するネットワークシステム。証券ANSERのほかにも銀行ANSER、生保ANSERなどがある。このシステムを基にインターネットに対応したのがANSER-WEB。

MMF (マネー・マネジメント・ファンド)

内外の公社債や短期金融商品を中心に運用する金融商品。MMFは追加型公社債投資信託であり、運用対象に株式は組み入れず、安定重視型の運用を行う。

SECE (Secure Electronic Commerce Environment)

日立、NEC、富士通の3社が共同で進めている規格で、企業と消費者の間の電子取引における支払いや決済のために共通したインフラの提供を目指す。専用ソフトと電子証明書の取得が必要で、データ通信の際には、暗号化に加えて認証書による本人確認を行う。

SSL (Secure Socket Layer)

WWWブラウザとWWWサーバーの間で暗号化したデータを通信する規格で、ソケットレベルでの暗号通信や認証が可能で、現在は日本でも128ビット長の暗号通信が認められている。最近のWWWブラウザはSSLをサポートしているので、新たにソフトをインストールする必要がない。

委託手数料

証券取引所の会員証券会社が、顧客からの売買取引などの注文を委託され、成立した場合にその対価として受け取る手数料。現在は固定手数料制度が採用されているが、1998年4月より、約定代金が5,000万円を超える株式に係る委託手数料は自由化されている。委託手数料は、1999年には完全に自由化される予定。

インサイダー取引

投資判断に影響を与えるような会社の未公開情報を、特定の立場にあるために知った者が、その未公開情報に基づいて株式などの証券取引を行うこと。

オプション取引

株価指数などの基礎商品について、将来の一定期日までに特定の価格で買い付けや売り付けをする権利の取引。この特定の価格を「権利行使価格」、売りの権利を「オプション」という。

株式ミニ投資

一般に「ミニ株投資」と呼ばれ、投資家と証券会社の間で単位未満株の売買をするもの。これにより買い付けた株式は、証券会社の名義で証券保管振替機構に預託され、投資者は持分に依りて有することになる。

信用取引

顧客が、約定金額の一定比率にあたる委託保証金を担保として証券会社に預託して、買い付け資金または売り付け証券を借りて売買を行う取引。定められた期限内に返済しなくてはならない。

中期国債ファンド

一般に「中国債ファンド」と呼ばれる金融商品。運用対象は、中期国債を中心に内外の公社債や短期金融商品で、株式は組み入れない。追加型公社債投資信託。

転換社債

一定の期間内に、あらかじめ決められた価格で株式に転換できる権利付きの社債。社債としての性格を持つため株式に比べてリスクが低いと言われ、株価の上昇によって値上がり益を得ることもできる。

投資信託

投資信託委託会社(専門会社)が、投資家から集めた資金を運用してその成果を投資家に還元するもの。元本の保証はない。

日経平均株価 (日経225)

東京証券取引所第一部上場銘柄の中で、市場を代表する225銘柄を対象にした株価の指数。一般に「日経ダウ」や「日経平均」と呼ばれ、市場の代表的な指標とされている。

各行のインターネット証券トレードサービス

SSLが主流の中でSECEも登場

インターネットで証券取引サービスを提供するにあたり、各証券会社はセキュリティには十分に配慮しているという。そこで現在提供されているサービスを見てみると、その大半はSSLを採用しており、一部の会社ではSECEを使ってシステムを構築している。

また野村証券では、サービスにアクセスするためのインターネットサービスプロバイダーを限定しており、利用者はニフティサーブかBIGLOBEと契約している必要がある。通信データはSSLで暗号化し、二重の備えでセキュリティ対策に臨んでいることになる。

このように各社各様でセキュリティ対策に取り組んでいる現状だが、今のところ、証券業界で規格を定めて、共通のプラットフォームのもとでシステムを構築しようという動きはない。

インターネットでは株式が主力商品

各社のサービスメニューには、株式や債券を中心に多くの商品が並んでいるが、現在のところ各社とも株式の売買注文が圧倒的に多い。また、信用取引を提供しているのは松井証券、丸八証券、岩井証券の3社に限られ、預貯金型に近いIMMFや中期国債ファンドを取り扱っている会社は多い。

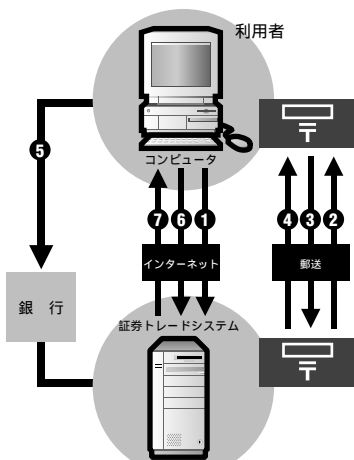
自己責任原則はインターネットでも重要になる

規制緩和に伴い、金融商品の取引において「自己責任原則の徹底」という言葉を耳にすることが多い。これは、顧客が自分の判断で金融

商品を購入し、そのリスクについても自分で責任を負うことを指す。これまでインターネットで株式や投資信託などの「リスク商品」を購入する機会がほとんどなかった日本のインターネット利用者に対して、自己責任原則に基づ

	今川証券	岩井証券	ウツミ屋証券
サービス名	WEBBROKER	イワイ・ネット	ウツミ屋証券 インターネット取引
画面			
関連URL	http://imagawa.webbroker.ne.jp/	http://www.iwaisei.co.jp/	http://www.utsumiya.co.jp/
サービス開始	1997年1月	1998年8月	1997年11月
セキュリティに関するシステム	SSL	SSL	SSL
サービス利用料金	1854円/年(税込)	1890円/年(税込)取引が一度でもあれば1年間無料に	無料
専用ソフトの必要性	必要なし	必要なし	必要なし
主なサービスメニュー	国内上場株		
	店頭登録株		
	信用取引	×	×
	オプション取引	×	×
	株式ミニ投資	×	×
	転換社債	×	×
	投資信託		×
	MMF		
	中国ファンド		
	リアルタイム株価の表示		×
株価チャートの表示		×	
残高の照会		メール利用	×
株式の注文可能時間	(平日) 6:00~7:30、8:00~14:30、 17:00~2:00 (休日) 6:00~24:00	(平日) 6:00~7:30、8:00~14:45、 17:00~2:00	(月曜)17:00~7:00(土日祝)24時間 (火~金曜)17:00~3:00

【サービス申し込みから注文までの流れ】



①資料請求、申し込み手続きの依頼 / ②資料、申し込み書類などの送付 / ③申込書、本人確認書類などの送付 / ④ID、パスワードなどの発行 / ⑤取引金額の振り込み(前払い制) / ⑥注文 / ⑦出来通知

インターネットで資料請求や申し込みの依頼をしても、実際には郵送などで行わなければならない手続きが多いのがわかるだろう。各種手続きの電子化も今後の課題だ。

	日興証券	野村証券	松井証券
サービス名	ホームトレードワン	野村ホームトレード	ネットストック
画面			
関連URL	http://www.nikko.co.jp/SEC/index.html	http://www.nomura.co.jp/	http://www.matsui.co.jp/
サービス開始	1996年7月	1997年1月	1998年5月
セキュリティに関するシステム	SSL	SSL、プロバイダーを限定	SSL
サービス利用料金	12000円/年(税別) 取引内容によっては無料に	12000円/年(税別)	6000円/半年 取引内容に応じて無料に
専用ソフトの必要性	必要なし	必要なし	必要なし
主なサービスメニュー	国内上場株		
	店頭登録株		
	信用取引	×	×
	オプション取引	×	×
	株式ミニ投資		
	転換社債		
	投資信託	×	×
	MMF		
	中国ファンド		
	リアルタイム株価の表示		
株価チャートの表示			
残高の照会			
株式の注文可能時間	(平日) 6:00~7:30、8:00~14:30、 17:00~1:00	(平日) 6:00~14:30、16:00~2:00 (土曜) 6:00~2:00(日祝) 8:00~1:00	6:00~15:00、16:00~3:00

50音順。サービス内容は変更になることがありますので、申し込みの際にご確認ください。

いた証券取引を提供するために、各証券会社はどのような方針で臨んでいるのだろうか。

投資家の自己責任原則については、インターネットでは銘柄の推奨などは行わないという会社と、自己責任の原則を徹底したうえで証

券会社として推奨する銘柄情報は掲載しているという会社とに分かれる。

いずれにせよインターネットでは顧客が自由に商品を選択できるため、顧客が負うべきリスクも当然高くなる。インターネットで証券取引

をする場合は、これまで以上に「リスクは自分で負う」という覚悟で臨む必要があるだろう。

岡三証券	コスモ証券	新日本証券	第一証券	大和証券	東海丸万証券
在宅三昧	コスモのインターネットホームトレード	新日本ネットトレード	第一のホームトレード倶楽部	ホームトレード	インターネット通信取引
http://www.okasan.co.jp/	http://www.cosmo-sec.co.jp/	http://www.shinnihon.co.jp/	http://www.dai-ichi-sec.co.jp/	http://www.daiwa.co.jp/	http://www.tokaimaruman.co.jp/
1998年6月	1998年2月	1998年6月	1998年5月	1996年4月	1998年2月
SECE	SSL	SECE	SSL	SSL	SSL
12000円/年(税別)98年12月までは無料、また取引回数によっては無料に	12000円/年(税別)	12000円/年(税別)98年12月までは無料	無料	1999年4月30日までは無料	無料
必要	必要なし	必要	必要なし	必要なし	必要なし
	x		x		
x	x	x	x	x	x
x	x	x	x	x	x
			x		
			x		
					x
平日6:00~7:30、8:00~10:30、11:30~14:30、16:00~1:00	(平日)06:00~14:30、17:00~1:00	(平日)6:00~14:30、17:00~1:00 (半休日)6:00~10:30、14:00~1:00	6:00~14:30、16:00~4:00	(平日)6:00~7:30、8:00~14:30、17:00~3:00	(立会日)9:00~13:30、16:00~7:00 (非立会日)24時間

丸三証券	丸八証券	三澤屋証券	明光証券	豊証券	和光証券
丸三証券インターネット・ホームトレード	丸八のホームトレード		明光証券の通信取引	豊証券ホームトレード	ホームトレードサービス
http://www.marusan-sec.co.jp/	http://www.maruhachi-sec.co.jp/	http://www.j-plaza.or.jp/misaway/	http://www.meiko-sec.co.jp/	http://www.now.or.jp/yutaka/	http://www.wako-sec.co.jp/
1997年7月	1998年2月	1997年12月	1998年4月	1997年10月	1998年6月
SSL	ホストコンピュータはインターネットを接続せず、手作業で注文を執行	SSL	SSL	暗号化	SECE
無料	無料	無料	無料	無料	12000円/年(税別)98年12月までは無料
必要なし	必要なし	必要なし	必要なし	必要なし	必要
x		x	x	x	x
x		x	x	x	x
x		x		x	x
x		x		x	
x	x		x	x	
x	x		x	x	
x	x		x	x	
6:00~14:30、17:00~1:00	(平日)24時間	(平日)6:00~7:30、8:00~14:45、17:00~2:00	(平日)24時間	(平日)7:00~14:30、17:00~24:00	(平日)6:00~1:00

インターネット証券トレードの今後

投信は人が売る商品でなくなる

1998年の12月から銀行窓口での販売が開始される投資信託は、金融ビッグバンの中心的な金融商品だと位置付けられている。本来は、多くの投資家が小額で株式などの投資ができるように開発された投資信託だが、日本の投資信託の普及度は低すぎるという声は強い。

投資信託は商品数も多く、組み入れ証券の内容によって性格もさまざま、顧客のニーズ（運用期間や利回りなど）もそれぞれ異なっている。このように商品の種類も多く、顧客のニーズもさまざまという投資信託の特徴は、実はインターネットに適しているのではないだろうか。たとえば、顧客がインターネットで自分のニーズを入力すると証券会社のコンピュータがデータベースの中からそれに合った商品をリストアップするといった具合に、インターネットのインタラクティブ性を活かすことで、投資信託を効率よく販売できるようになる。

しかし従来の営業スタイルでは、必ずしも顧客のニーズに合ったものを販売するということができなかった。なぜなら、大手証券の系列に属する証券会社では、系列の投資信託委託会社が運用する商品を優先的に売ることが求められていたからだ。しかし「これは旧来の証券ビジネスとは違います。これまで付き合いのなかった外資系の投資信託を販売しているのも、お客様からのリクエストがあったからです。ニーズがなければ系列の商品でも売らないと言っている、ある意味では経営トップと対峙しながらやっているとも言えますね」（今川証券）という声がある。顧客の声を無視したサービス

はすぐに顧客から見向きもされなくなり、サービス提供者主体の証券会社の論理は通用しなくなる。

営業店舗との競合は深刻ではない

すでに広い営業網を持っている証券会社の場合、インターネットによる営業が既存の営業店と競合することも考えられる。これは営業マンが、自分の担当顧客や担当地区の見込み客が、インターネットに奪われてしまうのではないかというものだ。この問題は多くの店舗を持つ大手証券ほど深刻だと思われるが、意外にもそうした声は少ない。というのも、定年を迎えた人や自営業の人といった、日中に証券会社の店頭で足を運べたり、比較的高い頻度で電話をかけたりのことができる人と、インターネットの利用者層は必ずしも一致しないからだという。これは前述したとおり、インターネット証券トレードが、これまでの顧客層とは異なるターゲットを狙ったサービスであることの裏付けにもなるだろう。また、営業店との競合に配慮して、インターネットの顧客に営業担当者を付けている会社もある。

業界には解決すべき問題も多い

解決すべき課題も多い。たとえば投資信託の取引を始める際に顧客に交付する必要がある受益証券説明書などは、証券会社がPDF（アクロバット文書）化してインターネットに掲載しているにもかかわらず、依然として郵送することが義務付けられている。こうした各種の書類の電子化は郵送コストなどの削減にもなるので、これから真剣に検討すべき問題だろう。ま

た、日本証券業協会が6月に発表したレポートによれば、ハイパーリンクで銀行などの他業界とリンクしてサービスを提供することが、業界ごとに業務の垣根を設けているファイアウォール規制に抵触する可能性のあることも示唆している。さらに、企業がインターネットを情報開示メディアとしてどう扱うかは、インサイダー取引に関する規定にもかかわってくる問題だ。

外資系や異業種参入は「黒船の襲来」

インターネット証券トレードには、Eトレードなどの外資系企業や、情報通信・流通など異業種からの参入が予想されている。これについて証券会社では、異業種の参入自体が全体のパイの拡大につながるのであれば大歓迎だという声が多い。

しかし一方で、「異業種参入は正直言って脅威です。というのも今はほとんどの証券会社は収支がトントンもしくは赤字です。つまりスタート地点がすでにマイナスなのです。そこにゼロの状態から参入して、しかもインターネットを使って徹底的にコストを削減して来られると、その部分で勝つことは厳しいように思います」という意見も聞かれた。新規参入組が徹底的なコスト削減によってディスカウントサービスを開始した場合、店舗や人員などを多く抱える既存の証券会社にとって対抗措置はあるのだろうか。

これに対して和光証券では「やはり信用の部分は大きいと思います。お客様のお金を扱うという意味では、インターネット上の取引といえども、単にデータを扱うというだけではありませんから」と証券会社の優位性を分析する。マーケットのことを熟知しているのが既存の証券会社の強みだということも各社に共通した考え方だ。マーケットを知り尽くすことで顧客の本当のニーズを把握できるということだ。

さらに、株券の管理や受け渡しなども含めたバックオフィスの部分も、これまで証券業を営んできた証券会社の圧倒的な強みだ。そこには、長きにわたるフェイス・ツー・フェイスの営業で培ってきたノウハウも活かされている。

コストダウンが業界再編につながる

インターネット証券トレードに参入してくる異業種の企業が、ノウハウのないバックオフィス部の構築にかかる手間やコストを考えたとき、それを補うためにバックオフィス部分を既存の

NTTデータが「ANSER-WEB」のサービスを拡充

NTTデータが提供している「ANSER-WEB」サービスが、来春をめどに機能を大幅に拡充する。これまで主に銀行などを対象に残高紹介などのサービスを提供してきたが、来年3月より振り込みや振り替えといった資金移動サービスを商業化し、将来的にはモバイル端末でのサービスや投資信託などの買い付けにも対応する。

さらに来年4月には、インターネットバンキングのサービスと証券取引サービスを組み合わせた「ワンストップ金融サービス」の開始を予定している。これは、株式の注文から指定銀行口座での約定代金の受け渡しまでの一連の取引を、マイクロソフトの「マネー」などを使って行うものだ。

金融機関がこのシステムを利用することで、システムの構築に必要なコストを抑えることができる。ランニングコストにつ

いても、NTTデータでは「多くの金融機関に使っていただくことで、利用コストもできるだけ安く提供したい」と話す。



株式会社NTTデータが提供する「どこでもバンク」のページ
URL <http://home.bank.anser.or.jp:8083/>

証券会社に委託するという方法が考えられる。「分社化も含めて、ミドル部分やバック部分を専門に受け持つ会社が出てくる動きは当然起こりうる」(大和証券)というように、異業種の参入が新たなビジネスを生む契機になるかもしれない。こうした一部の業務をアウトソーシングするという考え方は、企業同士の新たな提携(あるいは合併)へと進み、業界再編につながる可能性もあるとの指摘さえあった。

既存の証券会社にも、固定費の削減に限界があるのなら、インターネットの部門を分社化してコストダウンを強く進める動きも出るだろう。

銀行のインターネットバンキングとの提携についても積極的な証券会社が多く、これは銀行の決済業務と連動させることで利便性を高めるのが狙いだ。

既存の証券会社のこうした考え方に対して、来年にも日本でサービスを始めるEトレードでは、既存の証券会社の買収も視野に入れた戦略を用意している。現在の証券業は免許制のため、参入には約10億円とも言われる免許を取得する必要があり、他社から免許を買い取るか、免許を持つ証券会社を買収するなどして免許を得なければならない。しかし今後、この免許制が登録制へと移行していく動きも見られるため、Eトレードでは業界動向を見ながら具体的なサービスを考えるという。

また、業界最大手の野村証券でも、これまで電話で投資信託の販売を行っていたファンドネット部門を分社化し、新たにインターネットによる受注も受けられる体制を整えるという。営業開始は来年の4月を予定している。

手数料自由化で顧客のセグメント化が起こる

1999年に予定されている株式の委託手数料の自由化が実施されれば、一時的にせよディスカウント競争が起こるとするのは各社に共通した見方だ。その中で、手数料の割引に対して各証券会社がどのような戦略をとっていくのかを考えてみよう。

店舗や従業員などによる固定費をすでに多く抱えている場合、その部分も含めたコスト削減には限界がある。手数料の割引は当然行うとしながらも、各証券会社は他社に真似できない付加価値を見出そうとしている。その付加価値の1つが、これまでの業務でのノウハウに基づいた「情報」だという。

「証券ビジネスというのは結局のところ情報サービス業であって、いかに優れた情報が提供できるかが証券会社の付加価値につながります。これは和光証券のコメントだが、各



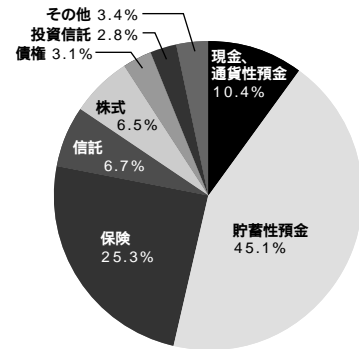
社ともほぼこれと同様の考えだ。コストダウンに徹したディスカウンターに対して、顧客に役立つ情報を提供することで付加価値を見出す戦略と言える。

こうした戦略の背景には、ディスカウント競争が一段落した時点で、顧客によるサービスの見極めが行われるという証券会社の読みがある。つまり、顧客が自分の知識レベルに合わせてサービスを選択する時代になるということだ。

こうしたサービスの質とそれに対する対価という考え方の顧客のセグメント化は、インターネットだけで起こりうることではない。対面販売におけるサービスも同様で、インターネットよりも質の高いサービスを提供することで、同じ証券会社においてインターネットと営業店とで手数料が異なるということも当たり前の時代になるかもしれない。

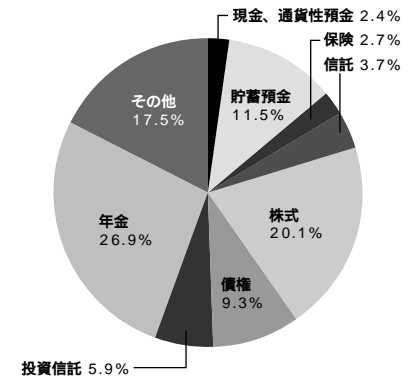
規制の中で証券会社が独自性のあるサービスを提供するには限界があった。しかし手数料自由化の後には、店舗の営業マンによるフルサービスを筆頭に、インターネットでも各社がさまざまな情報サービスを提供し始める。一方でインターネットをコストのかからない単なる注文ツールと位置付けて、大幅に手数料を割引いたサービスも現れるだろう。顧客は、こうした多くのサービスの中から自分に合ったサービスを選択しなくてはならない。これまで均一料金でサービスを提供してきた証券業界は、自らの企業努力でコスト削減や顧客ニーズの把握に取り組むことで、本来のサービス業としての真価を問われることになるだろう。

【日本の個人金融資産残高】



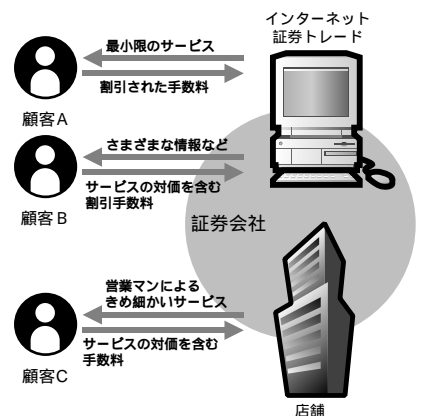
出典：日銀「経済統計月報」をもとに編集部で作成、1995年

【米国の個人金融資産残高】



出典：FRB「Flow of Funds Accounts」をもとに編集部で作成、1995年

【証券会社と顧客の関係】



インターネットで安いサービスが受けられるからといって、既存の営業店がなくなるわけではない。規制緩和によって、証券会社と顧客の関係は、顧客の知識と必要なサービスとによってセグメント化されるだろう。証券に対する知識レベルの高い「顧客A」は必要な情報はすべて自分で収集できるので、インターネットを利用してとにかく安い手数料の証券会社を選ぶ。さまざまな制約によって店舗で取引できなかった投資経験の少ない「顧客B」も同様にインターネットを使うが、専門家によるさまざまな情報を証券会社からもらう代わりに、そのサービス対価が加算された手数料を払うことになる。営業店舗で通常の取引を行う「顧客C」には、営業マンが自宅まで足を運んでくれたり、個別にアドバイスなどが受けられたりといったサービスを受ける分、そのコストなどが反映された手数料を払う。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp