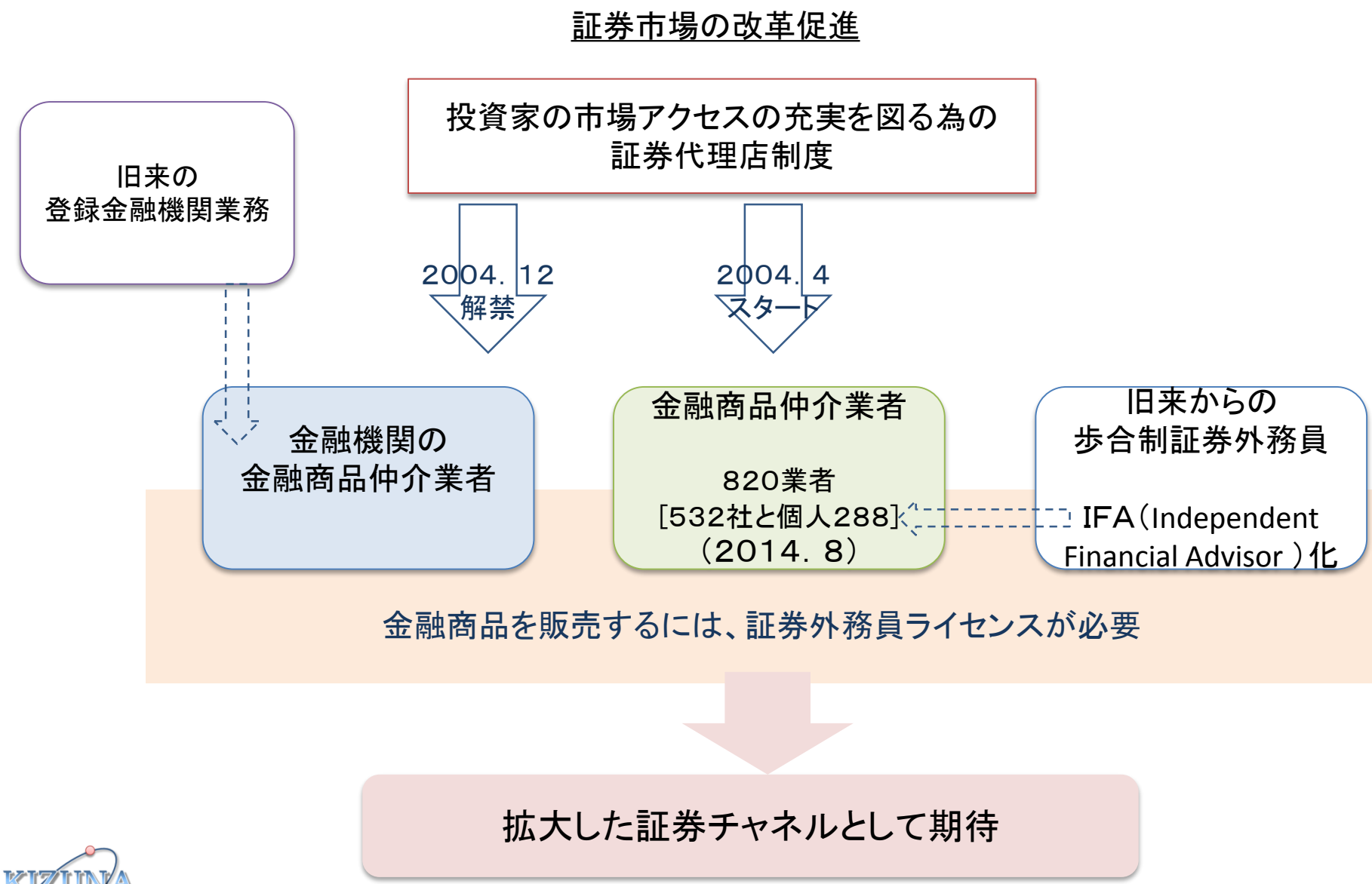
金融商品仲介業（証券仲介業）の現状について
～改定版Ⅱ

平成２６年１０月９日

株式会社資本市場研究所きずな

金融商品仲介業制度の概要



金融商品の販売者数と仲介業

（2014年6月末の外務員登録数）

金融商品のみを販売

証券会社
73，201人

254社

※2008年に320社を超えたが、再度減少へ

金融商品以外も取り扱う

金融商品仲介業者（法人）
3，022人

仲介業専業

金融商品仲介業者（個人）
310人

515社

仲介業専業者は増加しているが、全体からみるとまだ規模が小さい

ファイナンシャル・プランナー資格者数

174，595人

証券子会社等の仲介業

金融機関
352，225人

212社

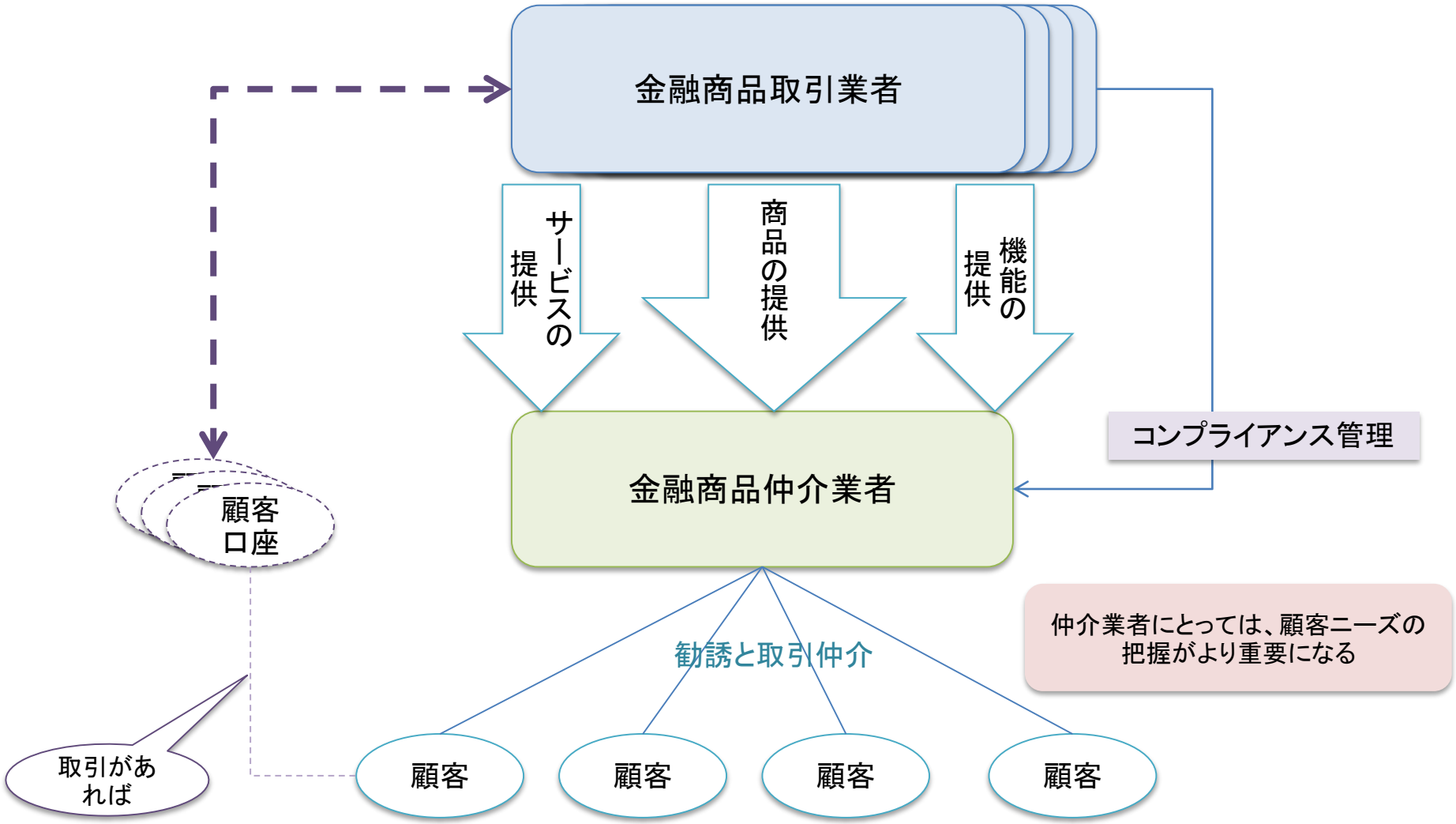
郵便局など
95，343人

2社

※外務員数以外は、証券業協会等の統計から2014年6月時点で可能な限り新しい数値で作成

KIZUNA

仲介業の仕組み


金融商品取引業者
サービスの提供
商品の提供
機能の提供
コンプライアンス管理
金融商品仲介業者
顧客口座
勧誘と取引仲介
仲介業者にとっては、顧客ニーズの把握がより重要になる
取引があれば
顧客
顧客
顧客
顧客

仲介業者への3パターン

パターン1

金融機関

証券子会社の
仲介業化

親密証券会社の仲介業

顧客口座を同一金融グループで管理する目的から、上位地銀も証券子会社を保有し、その仲介業者化へ

パターン2

税理士等

保険代理店

ファイナンシャルプランナー

個人

独立性の強い
仲介業者

金融商品取引業者選択のポイント

商品・サービスの品揃え

仲介元ブランド力

収益性

パターン3

証券会社

業態転換する
仲介業者

中堅以下の証券会社で、数例あり。また支店リストラ策などでも使われている

最大の課題は、どの証券会社の仲介を行うか

KIZUNA

パターン1について

金融機関の
証券子会社

厚い金融機関の
営業資源利用

金融機関の
仲介業

投信販売方法の課題などで証券子会社のノウハウを利用

数百・数千規模で外務員を仲介ネットワーク化出来る

投信販売は、窓販とのすみ分けが必要だが、外債販売等では有効

ファイアーウォール規制緩和で、大手金融機関の一部で営業員の兼職（証券子会社）

同一の金融グループ内での顧客の囲い込み戦略に合致

将来の金融所得一体課税での優位性確保へ

金融機関側の金融商品販売強化に適している

コスト

人材の
確保

大手金融機関・上位地銀から中位地銀の証券会社設立へ動きが拡がる

地銀全体に、外債販売目的で、野村・大和の仲介を行うケースが拡大

大手金融機関では、兼職利用で営業部店の販売力強化へ

KIZUNA

パターン2について

証券チャネルの拡大で最も期待された層だが、大量に組織化していくのが難しい

税理士等

保険代理店

ファイナンシャルプランナー

個人

最近は、個人の仲介業が増加

既存のネットワークを仲介業者化できるか

独立性の強い仲介業者

専用システム提供

営業支援

仲介業者の金融商品取引業者選択のポイント

- 商品・サービスの品揃え
- 相手ブランド力
- 収益性（手数料配分率）

ネットワーク化コストをどこまで負担していくのかが証券側の問題となる

パターン3について

一時、証券会社のリストラ・
業態転換に利用されたが・・

証券会社

仲介業者に業態転換した元証券会社

自己資本規制等からは解放

顧客の為にどう最良執行義務を果たすか

自分の顧客は、統合して資産管理したいはず

顧客口座は、仲介元の証券会社に移行してしまう。

ポイント

系列化？

1社専属の
仲介者になるか

仲介専用
システム

複数社を選択可能な
仲介者になるか

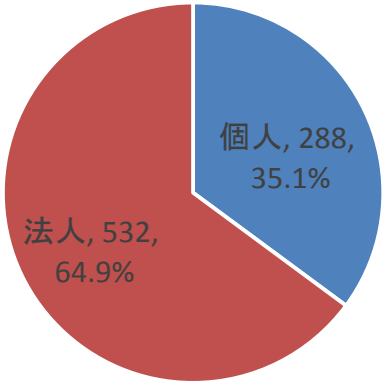
プラットフォーム
組織

別の商品流通ルートを
共有するネットワークに
参加するか

金融商品仲介業者の現状（2014年8月末時点）

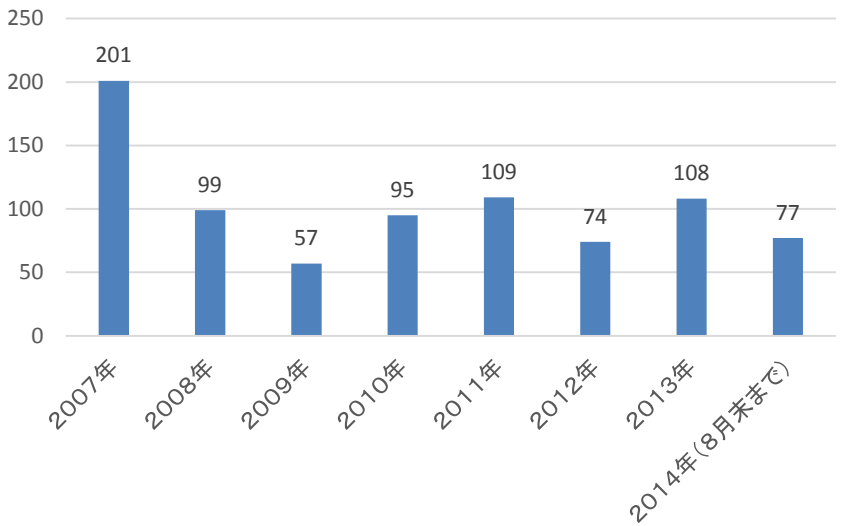
820業者
（2014年8月末時点）

個人と法人の比率



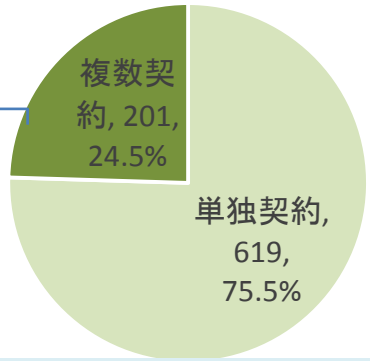
最近は、年間100業者程度が登録し、50業者程度が登録取り下げる状況

登録年次

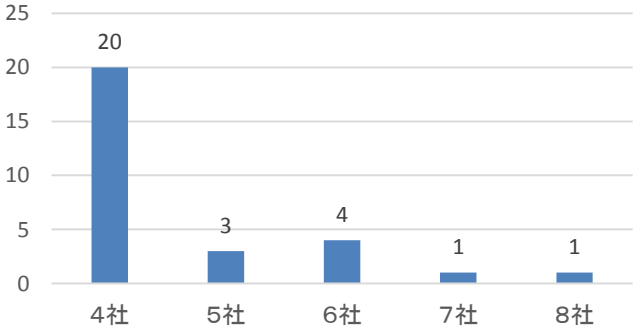


※金融庁資料より作成

証券会社との契約形態



4社以上契約している29業者の内訳



金融商品仲介業者仲介元の状況

各社の仲介業者ネットワーク化は強化組と撤退組に分かれてきた

2012年10月末

仲介元証券会社	仲介業者数
株式会社ＳＢＩ証券	198
エース証券株式会社	193
三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社	101
ＰＷＭ日本証券株式会社	84
ＳＭＢＣ日興証券株式会社	66
髙木証券株式会社	61
日産センチュリー証券株式会社	40
スーパーファンド証券株式会社	36
ひびき証券株式会社	35
株式会社証券ジャパン	29
楽天証券株式会社	26
藍澤證券株式会社	25
トレイダーズ証券株式会社	11
リーディング証券株式会社	10

2014年8月末

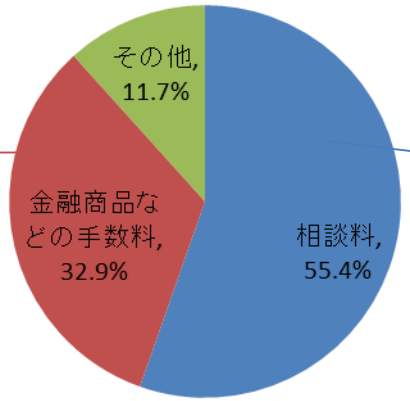
仲介元証券会社	仲介業者数
エース証券株式会社	311
株式会社ＳＢＩ証券	193
三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社	98
ＰＷＭ日本証券株式会社	79
高木証券株式会社	74
ＳＭＢＣ日興証券株式会社	65
楽天証券株式会社	42
株式会社証券ジャパン	42
あかつき証券株式会社	40
日産センチュリー証券株式会社	39
スーパーファンド証券株式会社	32
藍澤証券株式会社	27
アーツ証券株式会社	18
リーディング証券株式会社	18

独立系仲介業者の実像

金融機関から独立した金融商品仲介業者は、会計士や税理士など士業の方もいらっしゃるが、ファイナンシャル・プランナー資格（FP）をもって、顧客と顧問契約などを結び、金融商品の販売を行うのというのがメインのビジネスモデルとなっている。

独立系FP一人当たりの
平均年収305万円

法人の仲介業者は、平均で5．2人の外務員≒FP



この部分が証券会社と関係する仲介業本来の部分

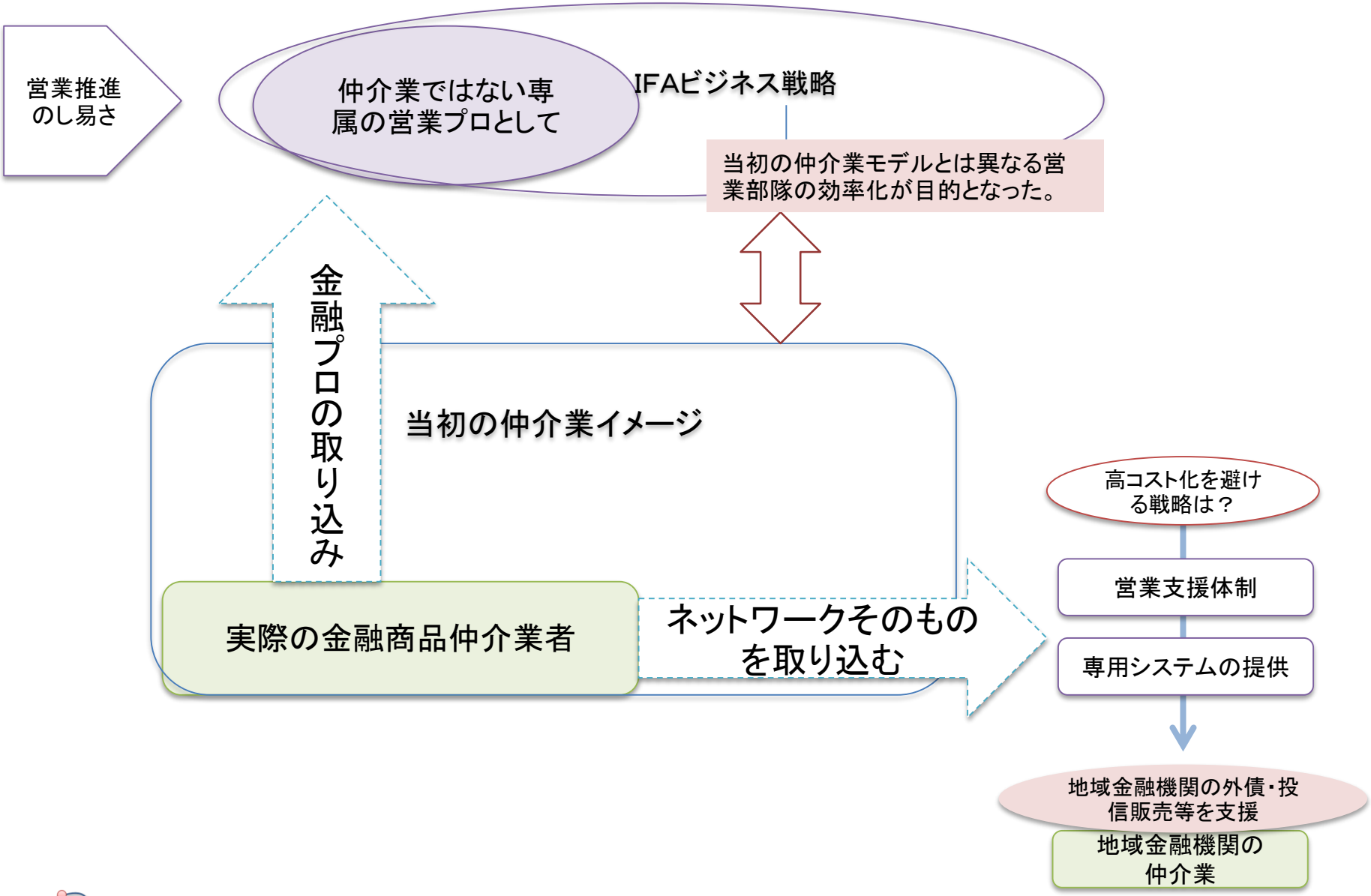
1FP当たり平均顧問契約数
個人・・・18．3人
法人・・・5．8社

相談内容
- ・保障、補償設計・・・25.5%
- ・相続、事業承継・・・21.0%
- ・ライフプランニング・・・19.8%
- ・金融資産運用設計・・・10.2%

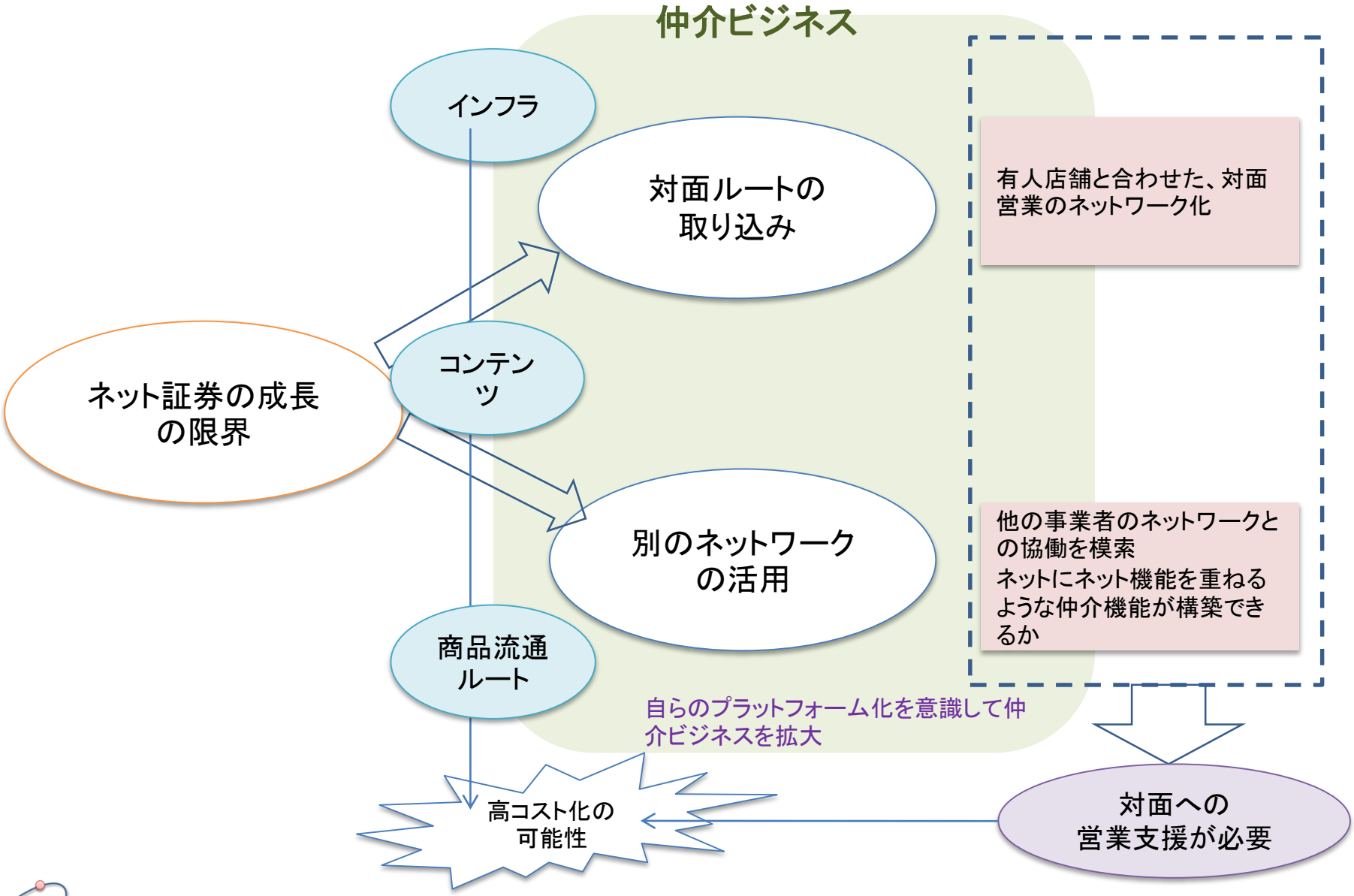
1時間あたり平均相談料
6，300円

※FP協会“平成23年ファイナンシャル・プランナー業務調査より作成

大手証券の戦略

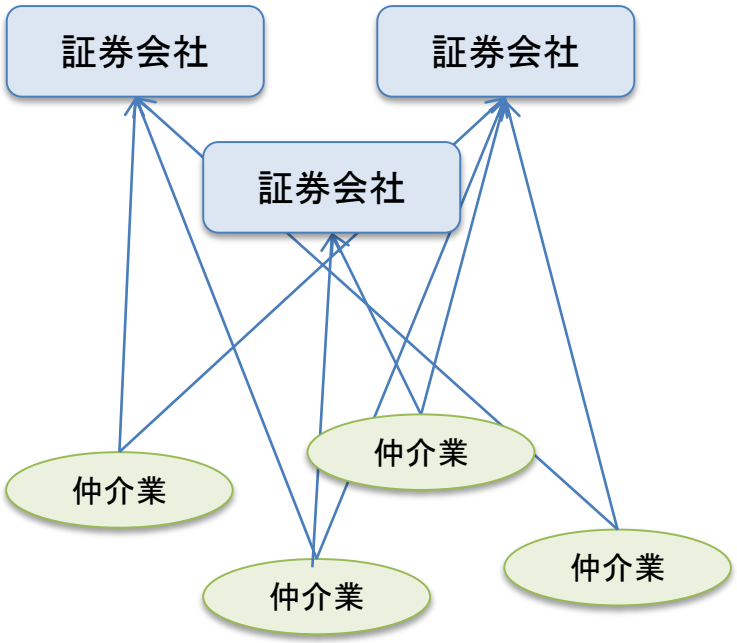

営業推進
のし易さ
仲介業ではない専
属の営業プロとして
IFAビジネス戦略
当初の仲介業モデルとは異なる営
業部隊の効率化が目的となった。
金融プロの取り込み
当初の仲介業イメージ
実際の金融商品仲介業者
ネットワークそのもの
を取り込む
高コスト化を避け
る戦略は？
営業支援体制
専用システムの提供
地域金融機関の外債・投
信販売等を支援
地域金融機関の
仲介業

ネット証券の戦略


仲介ビジネス
インフラ
対面ルートの
取り込み
有人店舗と合わせた、対面
営業のネットワーク化
ネット証券の成長
の限界
コンテン
ツ
別のネットワーク
の活用
他の事業者のネットワークと
の協働を模索
ネットにネット機能を重ねる
ような仲介機能が構築でき
るか
商品流通
ルート
自らのプラットフォーム化を意識して仲
介ビジネスを拡大
高コスト化の
可能性
対面への
営業支援が必要

中堅証券会社等の対応と問題

積極活用派



コスト　支店網整備の代替として展開

収益　有力仲介業の囲い込みで利益配分競争

リストラ利用派

支店コストの削減目的で、一部支店を仲介業化

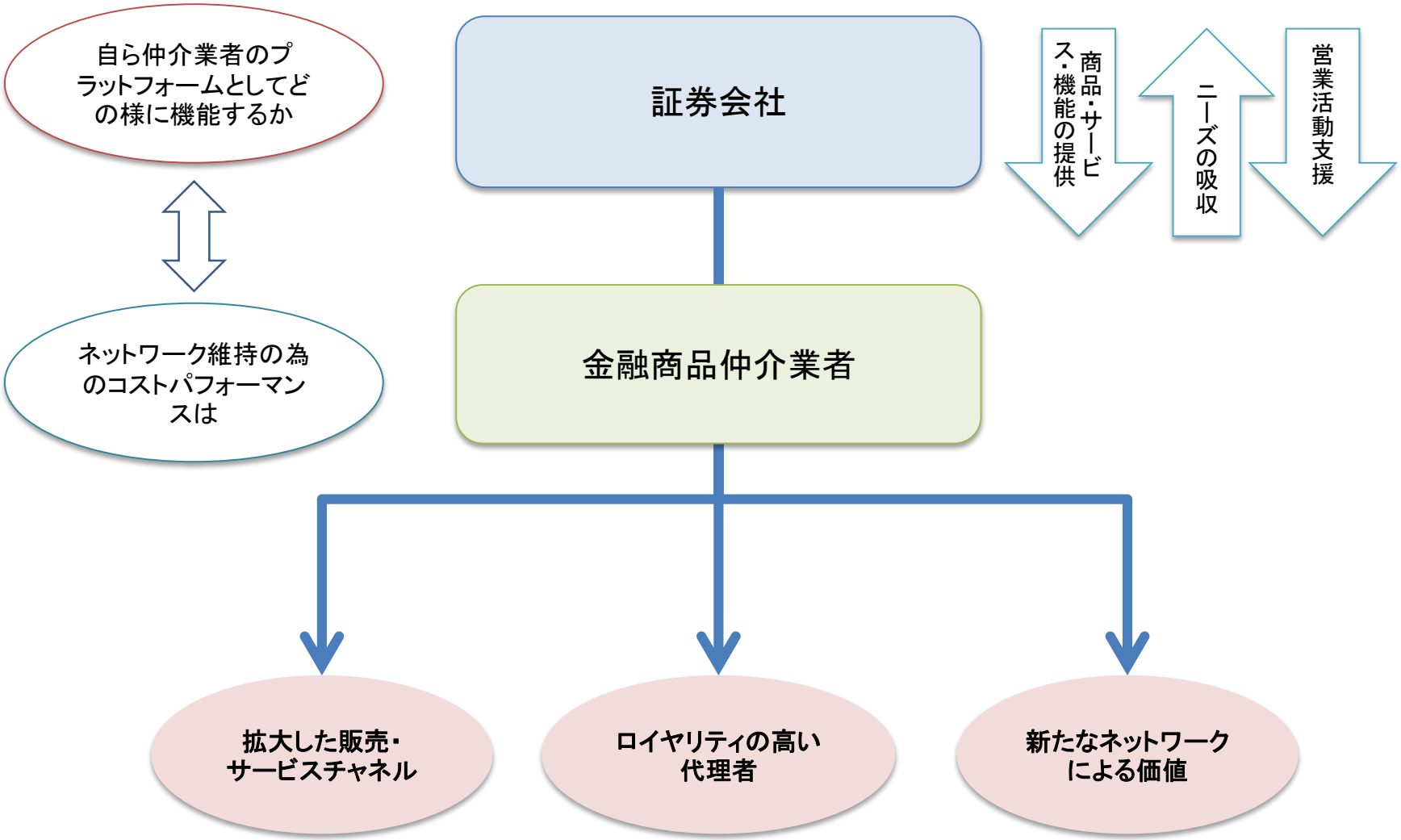
営業部店のコストの削減目的で、該当部署を仲介業化

廃業などの受け皿として、営業部員による仲介業設立

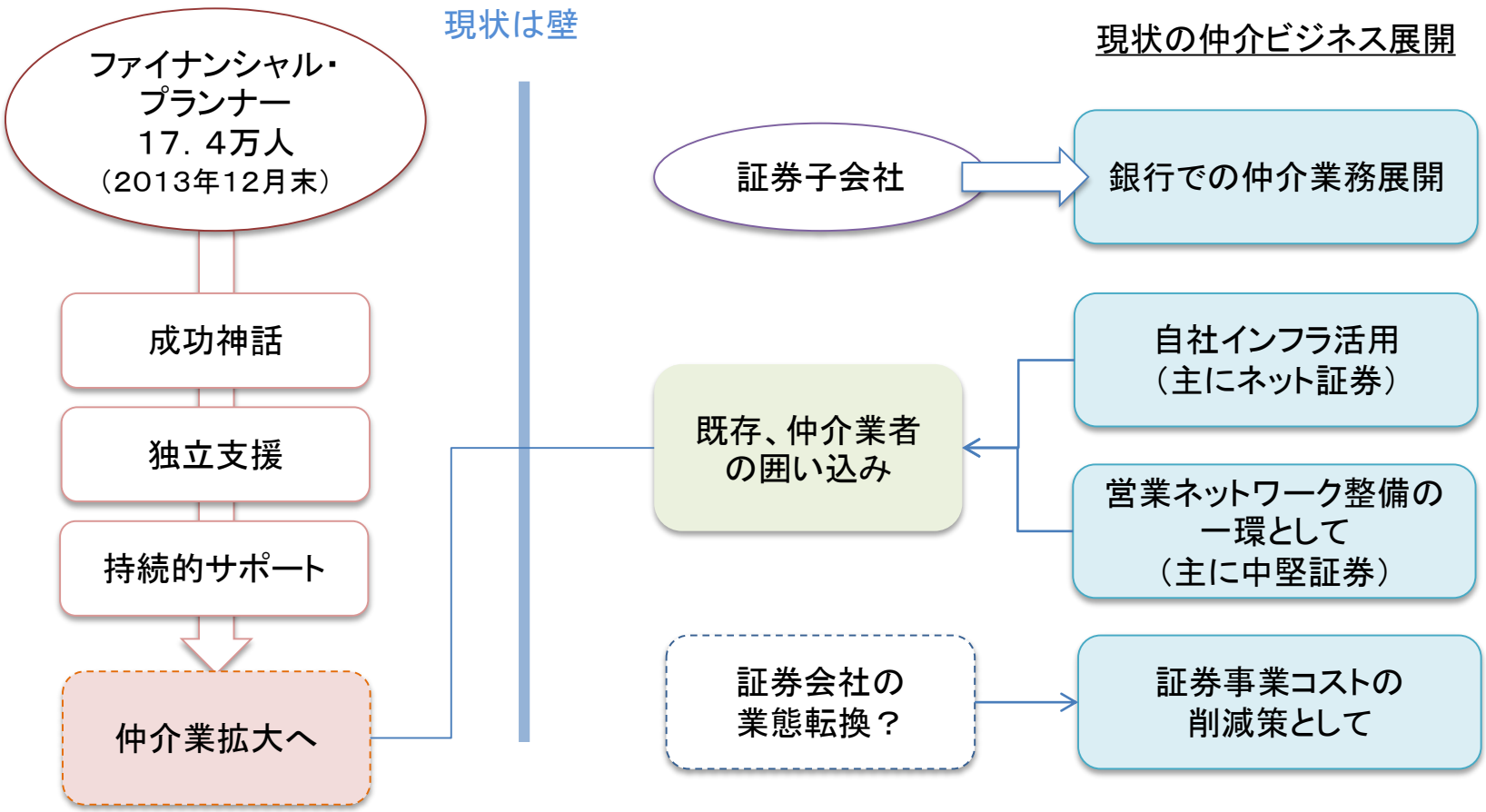
コスト削減効果
- 自己資本比率から解放
- 他社のインフラ利用

問題点
- 従業員の帰属性
- 営業推進の低下

証券会社からみた仲介業ビジネスのポイント

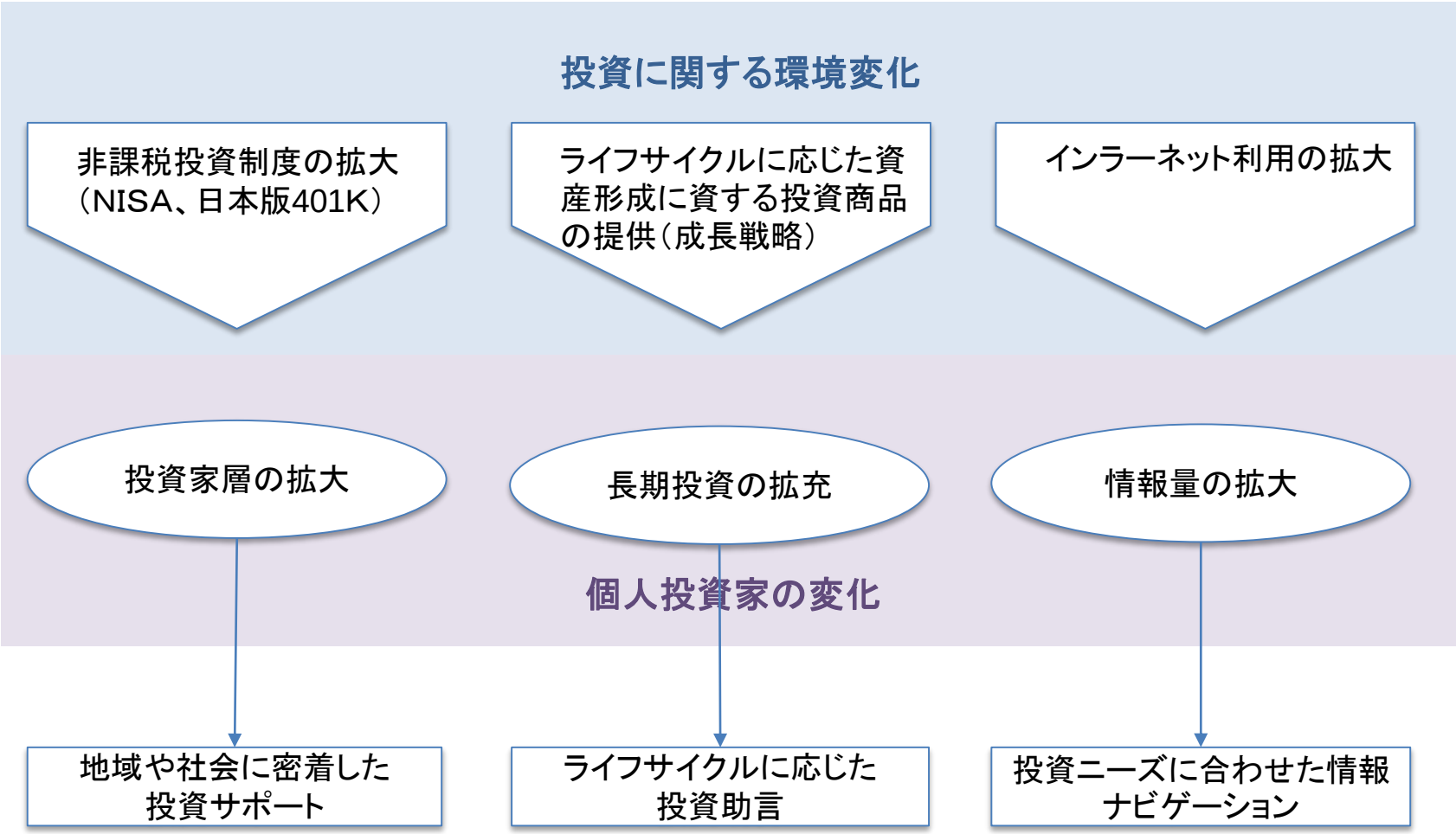


今後の独立系仲介業者の可能性



独立系仲介業者が増加していく可能性は、金融・保険・証券から独立して仲介業にトライする営業員が、魅力を感じるビジネスモデル（成功神話＝収入・働き方・社会的役割）にかかっている。

個人投資家を取り巻く環境



個々の投資家に密着する仲介業者が優位となる局面もある

お問合せについて

本資料は、ビジネスモデルとしての金融商品仲介業の現状の説明を試みたものですが、この金融商品仲介業の可能性や現状の課題について、ご確認されたい事がありましたら、下記までお問い合わせ下さい。

弊社お問合せ先： ０３－３２４９－５４６７
メール：info@fmrd-kizuna.com