

個人投資家と投資情報

～個人が情報を有効に使う為には

平成23年5月



株式会社資本市場研究所きずな

投資と情報のあり方

特別な情報というものは誰しも知りたいが、情報化社会の進展の中でその意味は変化している。特に投資に関する情報については、市場に関する大量の情報が安価にかつリアルタイムで個人レベルでも入手可能となっている。また特別な情報の中で、未公表の企業情報はインサイダー情報となり、投資には使えない。加えて、貯蓄から投資への政策の推進で、投資家が受ける情報に関して、金融商品に関する情報の非対称性を、可能な限り小さくしようとする努力が、販売者には求められている。

市場仲介者である証券会社にとって、投資家に投資関連の情報を提供することは、投資家の実際の投資行動を引き出すために必要なことだが、その内容や方法も、変わりつつある部分があるのではないだろうか。

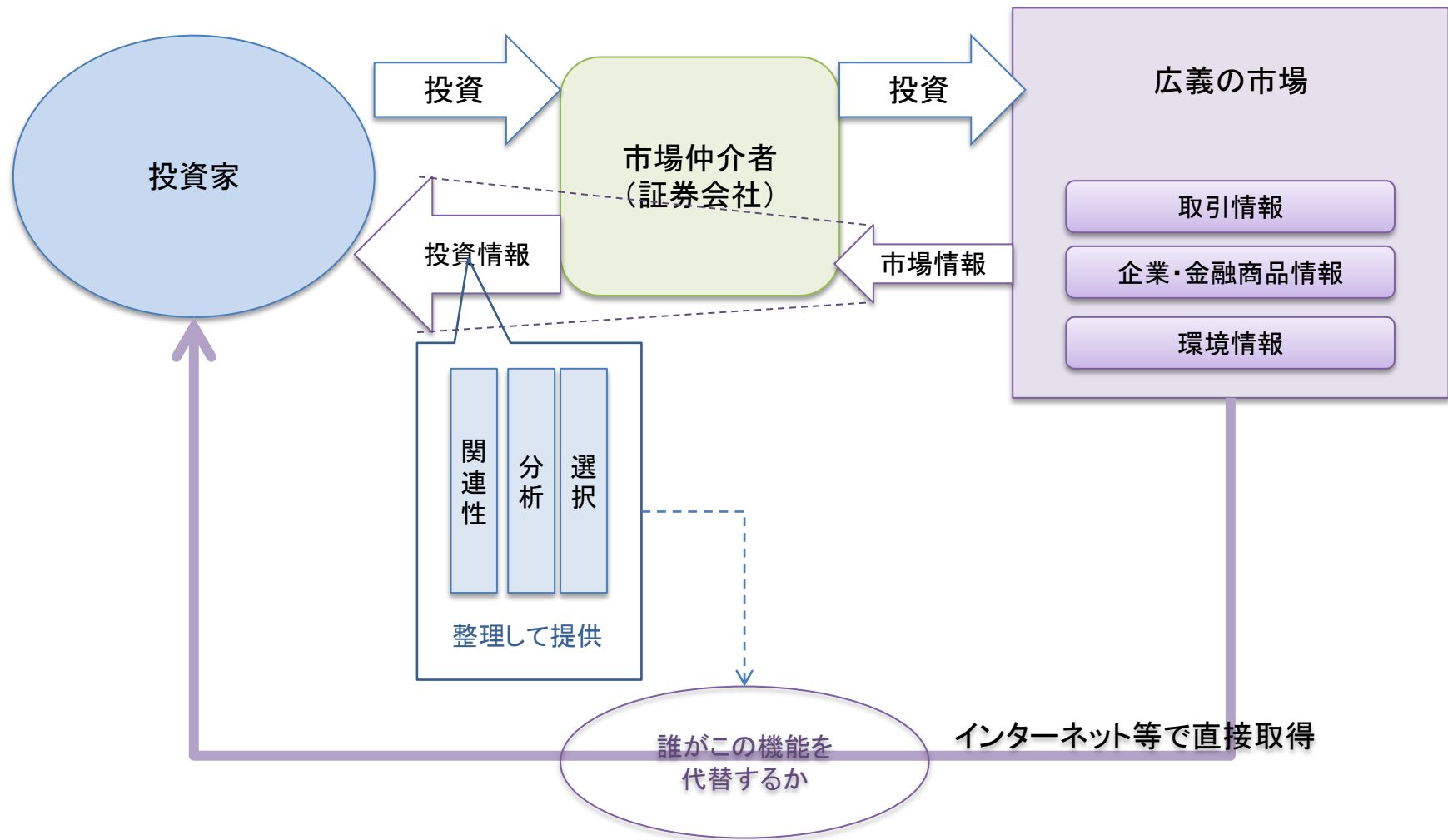
少なくとも、個人投資家にとっては、インターネットの活用によって、投資関連情報の入手先が多様化していて、証券会社はその提供者の一つに過ぎない。ただ、投資家が投資行動を取るためには、市場仲介者の機能やその情報提供の在り方が問われることは、今でも多い。

投資に関する情報は、その発信元から大概に分類すると次の3つに分けられる。

- ・価格や売買高などの市場での取引情報(取引所)
- ・取引の対象となる企業や金融商品に関する情報(企業、運用会社)
- ・国際情勢や他の経済状況などニュース性の高い環境情報(マスコミ、情報ベンダー)

これ等の市場情報を、実際に投資家が使う為には、投資家のニーズに合わせて選択・分析・関連性などを整理して提供していたのが証券会社などの市場仲介者だったが、個人投資家レベルでも市場情報を直接取得することが、容易になっている。加えて、証券会社が担っていた情報の整理を行うことも、一部代替して提供するサービスが現れ始めている。

個人投資家にとっての投資情報



投資情報の提供者とその特徴

現在、インターネットなどを使って個人投資家に直接投資情報を提供するものは、次の様なものがある。

【情報ベンダー】個人投資家向けに投資関連情報を整理して提供しており、投資家自らの情報を選択することを容易にするため、何らかのランキング付けを行っている。主なものとして次の2つをあげるが、これらは個人投資家が投信を選択する為の機能を中心としている。

○QUICK＝金融機関や機関投資家向け情報やその加工が主力ではあるが、個人投資家向けにも金融商品やマーケットニュースなどの情報を提供する資産運用応援サイト「QUICK Money Life」を運営している。そのコンセプトは「個人投資家と運用会社・販売会社を結ぶ」であり、証券会社や銀行、事業会社に提供してきた証券金融情報の中から、個人向けに内容を整理しかつ簡易にして提供している。

○モーニング・スター＝投信評価から始まった情報ベンダーだが、同社も個人投資家向け投資情報サイトを運営しており、個人投資家が目的に合わせて投信を選択しやすいようファンド中心に投資関連情報を提供している。なお、個人投資家向け事業戦略として次の事を表明している。

- ・個人向け有料サービスのトータルソリューションを、本年5月にウェブやスマートフォンなどで提供開始(予定)
- ・現在企業型約360万人、個人型11.8万人参加の確定拠出年金制度(DC＝Defined Contribution Plan)の今後の大幅な増加を見込んで、DCサービスの更なる推進
- ・ファンドオブファンズや投信ラップ口座への助言の拡大や、DC・日本版ISAへの投資助言需要増加を期待して、投資助言サービスの拡大

【運用会社】基本的には投信の販売会社を通じて、個人投資家に情報や運用方針などを伝えることが前提だが、自社ファンド以外の情報として、次の2つの局面において、各社のウェブ画面において直接個人投資家へ情報提供を行うケースが増えている。

○突発的な事象が発生した場合＝北アフリカ・中東情勢などの国際的な事件・事象、また各国の急な金融・資本政策に対する解説や影響の見通し

○当面の運用方針や注目する投資を表明する場合＝当面の注目すべきことや、その見通しに関して、ハウス・オピニオンとして表明する場合の他、新規設定の投信に絡んで、投資対象(例えば、海外REITや外債など)をレポートイング

【SNS(ソーシャル・ネットワーク・システム)などネット上の 個々への情報発信機能の利用】

SNSに関しては、証券会社等が情報発信で利用するケースと、SNSが投資情報を自ら発信する場合がある。

○ツイッターの利用＝大和証券が、主に海外情報を提供する目的で始めていて、ネット証券も松井を除く4社が市況やお知らせなどを中心に対応を始めている。但し、ツイッターの特徴である双方向性(投資家との情報のやり取り等)の活用は、なされておらず、利用も試行的段階か。

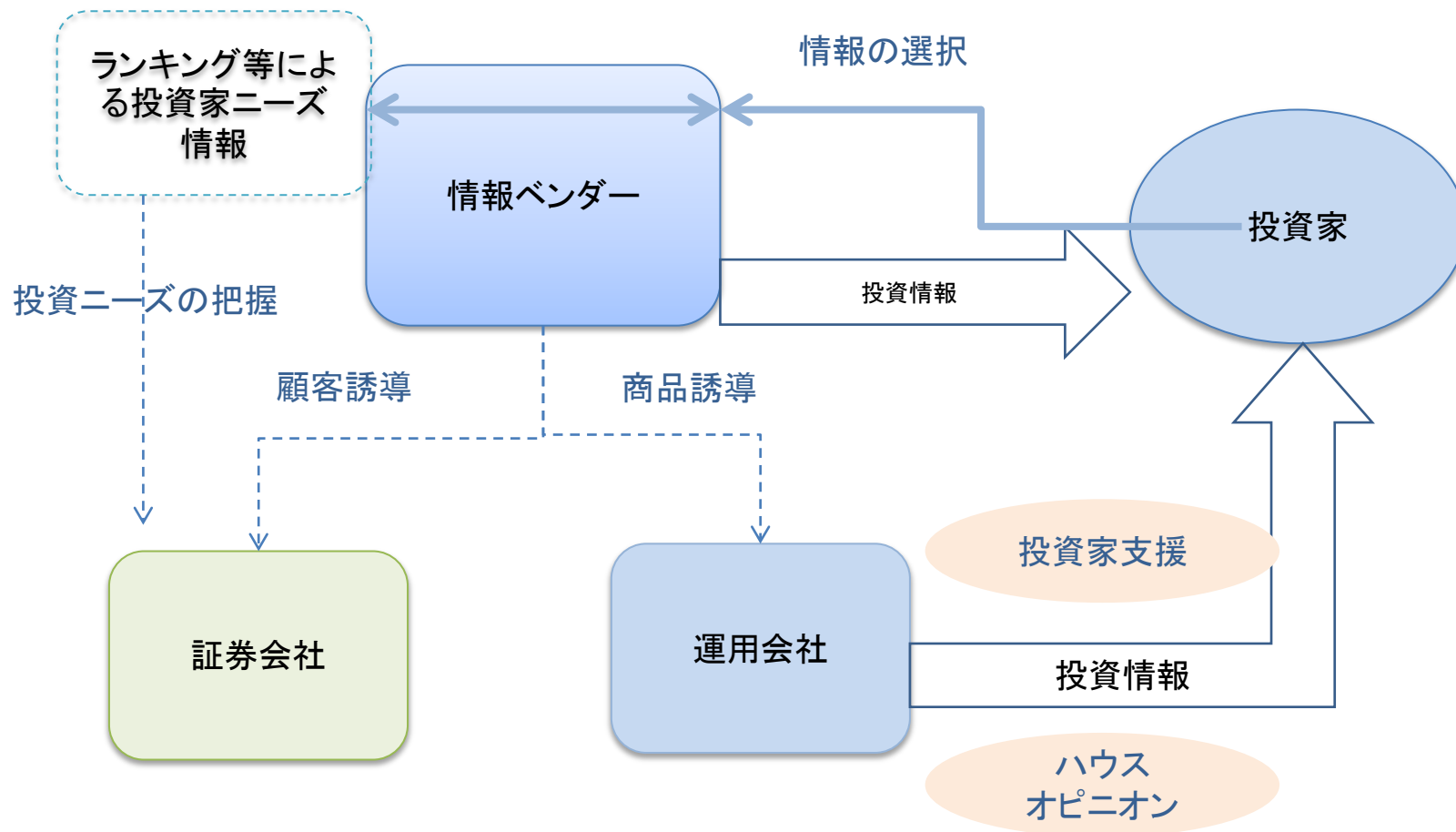
○フェイスブックの利用＝注目度は高いが、現段階では証券会社自らが参加者向け情報発信を行うファンページの開設は未だ無い。

○投資SNS＝株式投資に関する情報を、個人投資家向けに提供する代表的な投資SNSとして、会員数24万人を超える“みんなの株式”があるが、中心となる情報は、個々の参加者が予想する株価である。内容的には株式に関する掲示板的功能が進化したもので、マネックスやカブドットコムでは、投資家への情報提供の一環として活用を始めている。(具体的内容は、次章)

【企業のIR活動】

個々の企業が、個人投資家向けに情報発信を行うIR活動の重要性は増している。取引所などが主催して、合同で個人投資家向け会社説明会を行うIRフェアは定着してきたし、ネットを活用してその模様を公開していくIR手法も、一般化している。このIR活動を支援する企業の一つであるアイ・アール・ジャパンが、3月18日にジャスダックに新規上場したが、個人投資家のニーズとして、IR活動を通じた企業の情報提供力が求められている証左とも言える。

投資情報提供の目的



個人投資家が発信する情報

個人投資家自ら発信する情報は、何らかの投資行動に繋がる可能性が高く、証券会社や金融機関などの注目度は高いが、インターネット上の匿名の投稿による掲示板情報などでは、投資ニーズ以外の情報が多く入ってくるケースが多く、今までは個人投資家の投資ニーズを把握する目的では使い難かった。しかし、次の様なケースでは、ネット上に溢れている個人投資家の情報を、目的に合わせて選択することも可能で、具体的投資ニーズが把握が容易となるケースもあり、その活用が期待されている。

【ウェブ画面を使ったアンケート調査】

主にインターネットを活用して3.5万人以上の個人から回答を集めた日本証券業協会による“証券投資へのアンケート調査”は、昨年10月から11月にかけて実施されたが、現在協会内で行われている証券市場の新たな発展に向けた検討のベースになっている。また、東証などによる信用取引の規制緩和(同じ委託保証金で日に複数回の取引を可能とする案など)の動きを受けて、1月下旬に楽天証券が実施した信用取引に関する緊急アンケート(期間1週間、サンプル数1,551人、2月17日公表)では、信用取引経験者の

7割が、同規制緩和に賛成していることが明らかになった。なお、同調査では、次のようなネット取引での信用取引の実態や、投資家の問題意識なども公表されている。

- ・1日当たりの信用取引額は、100万円から500万円が最も多く全体の45.7%、次に100万円未満が35.6%だが、1000万円以上も9.1%いる。
- ・信用取引の頻度については、全体的には分散しているが、1週間程度若しくはそれ以下が全体の半分強を占め、日計り取引は13.8%となっている。
- ・信用取引を行わない投資家の理由では、6割を占めるリスクの高さ以外では、FXや先物取引などで代替できるとの回答が14.1%ある。
- ・フリーコメントでは、レバレッジを上げて欲しいとの要望や、機関投資家との不平等(高速取引や貸株情報)を問題視する考えも数多く示された。

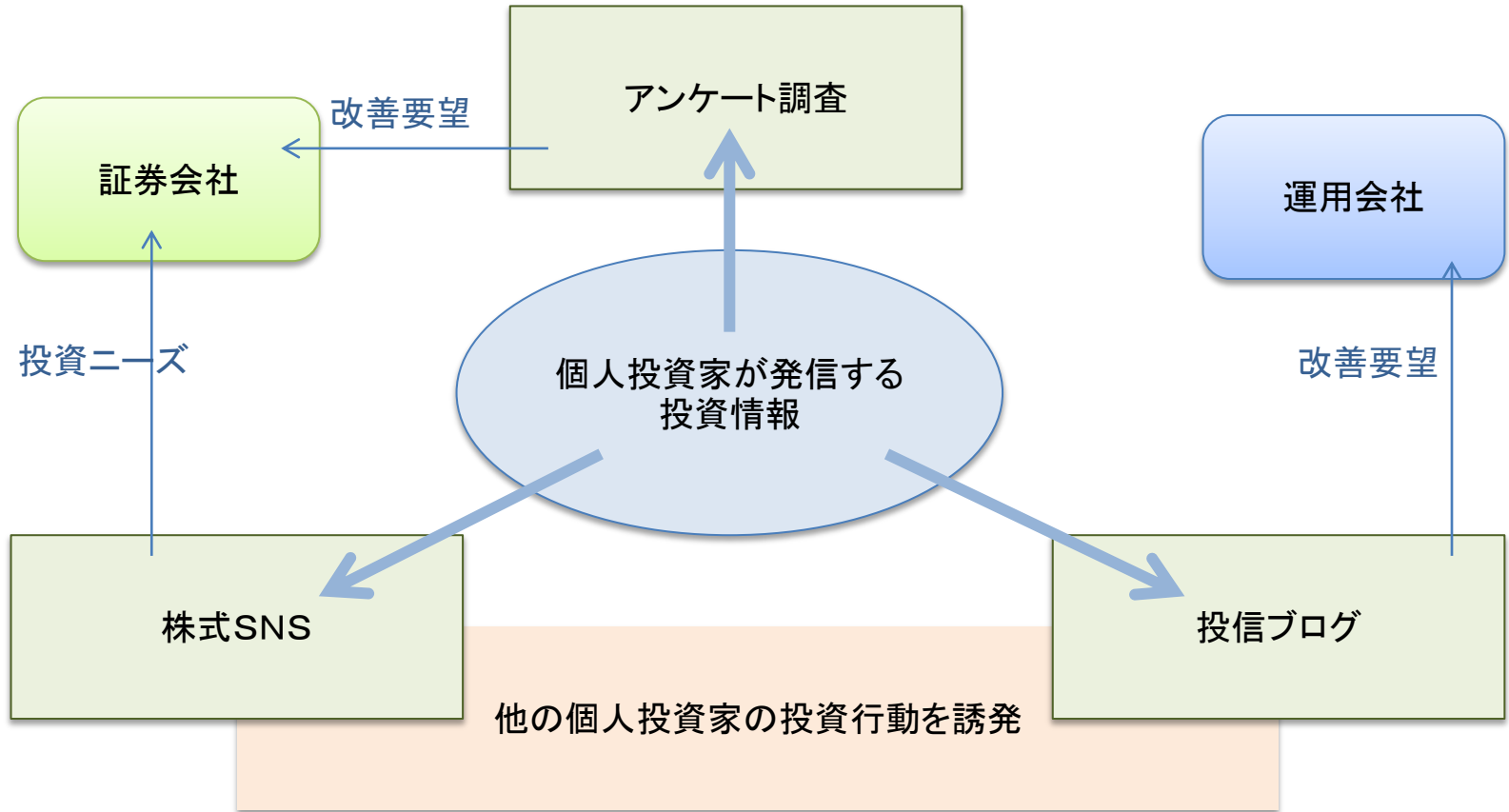
【株式SNSでの個人投資家の情報発信】

2007年4月に開設された代表的な株式SNS“みんなの株式”の仕組みは次の様なものだ。

- ・SNSである以上、会員として実名で登録するが、意見表明やポイント数(後述)などは、ハンドルネームで公表される。

- ・基本構造は、会員によって予想される対象銘柄の買いか売りかの予想を、その時点の時価でパフォーマンス評価して、ポイント化し、会員に付与する。
 - ・売り買い予想のパフォーマンス評価は、その効果を計る予想の平均ポイント(収益性)、適格な予想をどのくらい積み上げたか計る合計ポイントが、それぞれ会員以外にも公表される。
 - ・また会員が保有している銘柄を申告して、そのパフォーマンスを計るポートフォリオ評価も、ポイント化される。
 - ・それ以外には、会員予想がどの位ホームページ上でアクセスされたかも、ポイント化される。
 - ・SNSらしいのは、会員間のリスペクト制度があって、他の会員からリスペクトが選択されれば、これもポイント化される。
 - ・以上のポイントは項目別及び合計がランキングされ、一般に公表される。
- なお、同サイトでは、システム売買と呼ぶ自動売買のシミュレーションを行うことも可能で、銘柄を選択し、投資分析手法を指定する係数を使い選択することで、個人投資家専用の自動売買システムを、構築することが出来る。また、システムのパフォーマンスを向上させる為、過去の株価を使ったバックテストにも対応している。

個人投資家の発信する情報



市場仲介者としての投資情報提供

投資情報に関する自らの収集力と処理能力に限られる個人投資家に対して、証券会社や金融機関が市場仲介者として、個々の投資ニーズに合った情報をどう提供していくか、今後のITC化が進む社会の中で、その方法の進化が注目されている。大きなテーマとしては、投資家とのコミュニケーションを促進していくことだが、次の様な情報提供の検討プロセスが考えられる。

1. 膨大な投資関連情報を、どう整理して効率的に伝えるのか
2. 提供した情報から、投資家の反応をどう引き出すのか
3. 個々の合った投資情報を絞って、再度、どう効率よく伝えるか
4. 実際の投資行動を引き出す為の道具を、どのように準備していくか
5. 投資行動の後をサポートする情報提供を、どのように行っていくか

勿論、これらは対面の販売現場では個々の営業員が行ってきたことではあるが、膨大になった投資情報に対応するためには、体系建てで行う広義のシステム化が必要になっている。

投資情報提供を側面から見ると、市場情報や金融商品情報を金融商品を提供することは、情報サービス産業の一つの形態となるかも知れないが、同時にこのサービスは個々の投資家に対して、良きコンシェルジェ(総合案内人)となることも求められている。

以上

投資情報提供のあり方

