

リテール証券会社の2026年3月期 決算動向について



令和8年5月31日
株式会社資本市場研究所きずな

2025年度決算の特徴

2025年度の投資環境は、米国の関税政策や中東情勢の悪化など国際情勢の不透明感が強まる一方、比較的米国経済が堅調な中でも米FRBの利下げが進んだことや、株価のボラティリティは高かったが、AIの進化に伴うAI・半導体関連企業の株価上昇もあって、世界的な株高局面が続いた。

日経平均株価は35,961円でスタートし、一旦3万1千円台に下げたものの円安が進行する中、10月の高市政権誕生や海外投資家の日本企業に対する見直し買いも入って2月には58,850円まで上昇した。

下表は、主要なりテール証券会社21社の2026年3月期ベースの決算数値であるが、純営業収益が合計2.2兆円となり前年度より約13%の増加となった。資産管理型営業が進みファンドラップや積立投資で投信残高が積み上がったことで、信託報酬も大きく増加している。また、内外株式市場の堅調さを受け株式委託手数料は2割増加し、顧客資産も657兆円と2割増加しており、特に楽天証券の資産、

増加率は約4割と目立っていた。

リテール証券主要21社の2026年3月期決算概要

	純営業収益		株式委託手数料		投信募集手数料		投信信託報酬		投信販売額		外債販売額		顧客資産残高	
	億円	増減 (%)	億円	増減 (%)	億円	増減 (%)	億円	増減 (%)	億円	増減 (%)	億円	増減 (%)	兆円	増減 (%)
野村 (リテール)	4,879	12.5%	960	33.0%	661	0.3%	1,761	12.4%	40,979	5.5%			175.8	22.3%
大和 (リテール)	2,616	13.9%	771	24.4%	259	6.4%	473	15.3%	19,948	10.9%	7,491	-11.5%	104.0	15.3%
S M B C日興(リテール)	2,558	20.2%	684	36.5%	414	30.6%	513	15.3%	24,236	23.1%	8,130	-9.7%	91.1	12.5%
S B I	2,425	14.7%	327	9.6%	78	71.5%	605	7.0%					66.1	23.8%
三菱U F Jモルスタ	2,040	6.6%	234	14.8%	341	7.6%	372	12.7%	16,690	6.7%	9,982	-17.0%	62.0	18.0%
楽天※	1,601	27.4%	274	20.2%	35	16.7%	248	43.4%					50.3	39.7%
みずほ (国内営業)	1,566	10.6%	379	29.3%	281	43.3%	432	11.3%	11,430	43.0%	8,740	7.1%	59.3	6.6%
東海東京	788	8.2%	185	35.0%	72	0.4%	80	14.3%	4,106	2.9%	1,376	-33.1%	9.5	20.0%
岡三(単体)	770	17.3%	221	37.8%	152	31.0%	106	19.1%	6,609	50.3%			8.8	25.7%
GMOフィナンシャル※	485	2.8%	6	-25.0%									1.2	-7.7%
松井	490	32.1%	248	31.2%					2,821	32.4%			5.4	28.6%
マネックス	432	12.8%	122	19.1%	4.0	16.8%	74	19.1%					10.8	27.1%
岩井コスモ	318	24.9%	73	39.6%	6	-42.3%	31	3.5%					2.3	23.1
いちよし	245	30.6%	59	36.6%	17	9.5%	154	31.5%	915	32.3%			2.6	20.0%
三菱UFJeスマート	231	15.3%	66	20.0%									4.9	1.6%
丸三	217	15.3%	72	36.3%	52	-1.0%	84	10.6%	1,893	0.1%	0	---	2.8	23.2%
アイザワ	201	12.6%	72	25.0%	33	1.2%	30	37.5%					2.3	21.1%
水戸	160	15.0%	49	-1.4%	16	-37.8%	59	16.3%					1.7	24.9%
東洋	135	20.2%	51	41.2%	29	34.9%	32	19.9%	1,154	32.5%			1.5	15.4%
極東	81	3.6%	18	55.7%	14	15.9%	8	35.4%					0.6	19.0%
今村	48	17.0%	36	34.0%	6	12.9%	5	29.5%					0.43	28.8%

● 大手、銀行系はリテール営業部門の数値。それ以外は、単体もしくは連結の数字。

● 投信販売額は、原則株式投信・外国投信の販売額。

※楽天とGMOは、12月決算のため、第1四半期を新旧調整して数値を3月期決算に調整

※上記は、各社決算説明資料等より作成、空欄は会社として数値を公表していないもの

大手3社

準大手

銀行系

中堅

ネット系

リテール営業を取り巻く環境

2025年度のリテール営業を取り巻く環境について、以下の様な状況だった。

【市場環境】(JPX決算資料より)

現物市場取引は売買代金ベースで前年度比31.9%増加、デリバティブ市場は期初のボラティリティ急上昇後の反動減の影響で、日経225先物減少の影響が大きく全体で6.7%減。

《現物市場: 売買金額》

・プライム＝1,635兆1,746億円(前年度比32.4%増加) ・スタンダード＝51兆13億円(同、51.6%増加)
・グロース＝46兆6,184億円(同、42.1%増加) ・ETF・ETN・REIT＝103兆728億円(同、14.9%増加)

《デリバティブ市場: 取引枚数》

・日経225・日経225mini(miniは10分の1に換算)＝3,191万枚(同、18.0%減少) ・TOPIX先物＝2,184万枚(同、1.5%増加)

【公募株式投信の全体像】(投資信託協会統計資料より)

2025年度における公募株式投信の設定額が68.1兆円(前年度比14.4%増)、同解約額が51.8兆円(同、26.6%増)、償還額が0.7兆円となっており、差引き15.6兆円の新規資金が流入した。なお、個人の投資待機資金と言われるMRFについては、3月末の残高が16.0兆円(同、11.8%増加)となった。

【外債・外国株式投資について】(財務省の国際収支統計年ベース資料より)

証券会社が取扱う外国債券の買越額は5.0兆円となり前年度比3.7%減と2年連続の減少となったが、外国株式への投資は、通年で7,133億円の買越額となる2022年の水準を回復した。

【NISA口座】(金融庁調査)

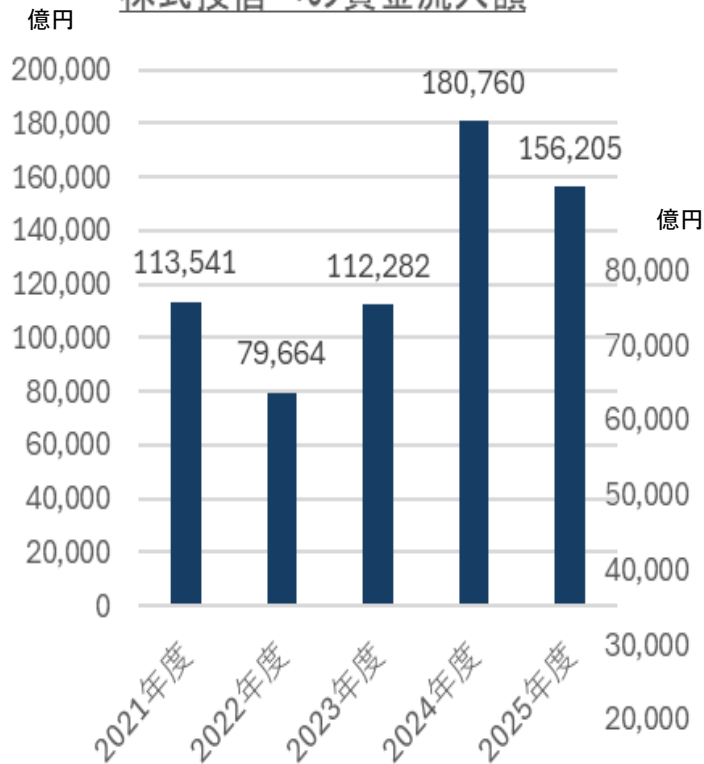
2025年12月末時点において、NISA口座数は2,825万口座(前年比32.2%増)・年間買付額は成長投資枠で18.7兆円、つみたて投資枠で6.2兆円。(証券業協会の大手10社調査)2026年1月から3月の、NISA口座開設は113万口座、

買付額は成長投資枠で6.5兆円、つみたて投資枠で1.4兆円。

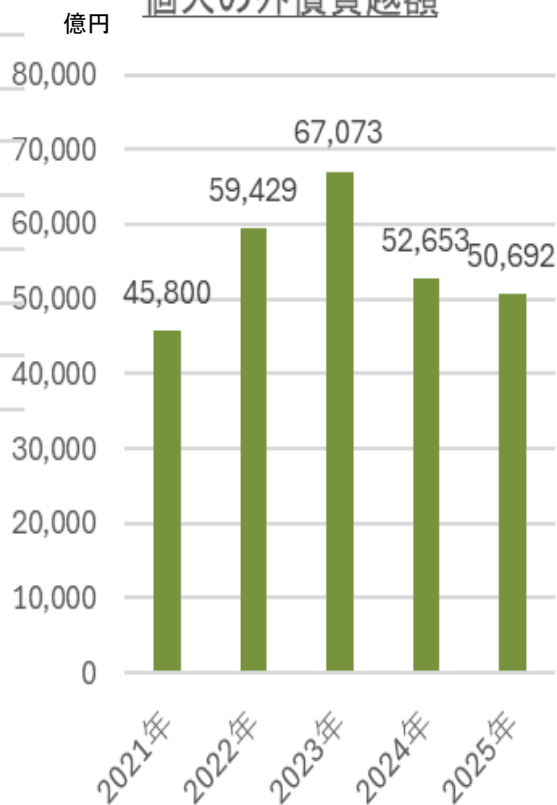
【暗号資産】(暗号資産交換業協会統計資料)

3月末時点で、交換業者32社合計の稼働口座数は879万口座(内、証拠金取引稼働口座99万口座)、仮想通貨残高2兆8,912億円、証拠金残高4,180億円。

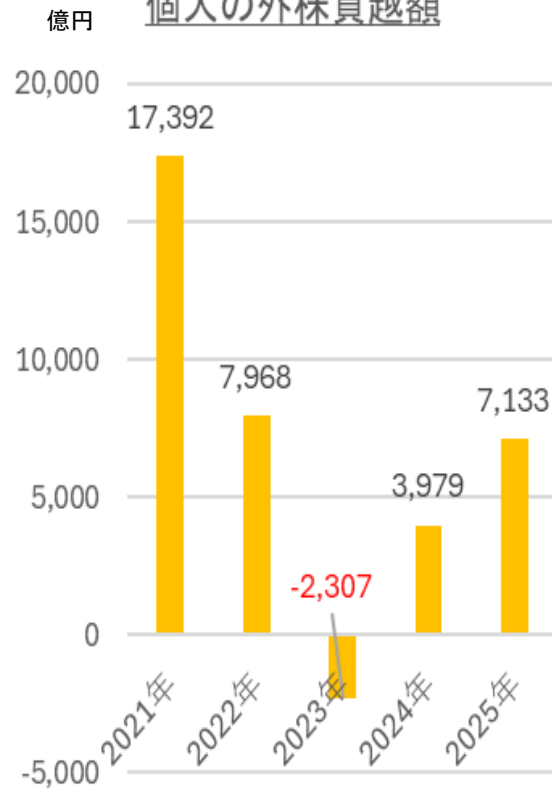
株式投信への資金流入額



個人の外債買越額



個人の外株買越額



リテール分野における持続的成長に向けた 各社の取組みについて

リテール証券会社にとって2025年度は、2年目に入った新NISAの影響もあり、個人資産の投資への流れが若年層まで拡大した。また、アベノミクスを想起させる高市政権の「責任ある積極財政」への期待や、海外投資家の日本企業見直し気運の高まりなどが大きな追風となった。一方、既存顧客の高齢化対策は避けられない課題となっている。リテール証券会社全般が資産管理型ビジネスに注力する中、今後の成長に向けた各社の主だった取組みについて触れたい。

大手証券においては富裕層を中心としたラップ口座への資金導入に注力しており、2026年3月末のラップ口座残高は野村証券が5兆円(年度内募集額7,718億円)、大和証券が6.1兆円(同11,962億円)、SMBC日興証券が6.1兆円(同、6,055億円)となっている。

また野村証券においては、富裕層を担当する対面の営業員がカバーする顧客数を絞って、顧客のロイヤリティを

高める為に社内の資産継承エキスパートと連携して、相続対策や金融経済教育などの社内機能を使って家族ごと囲い込む既存富裕層のファミリー化を進めている。更に将来の富裕層を取り込む為に、持株会管理やフィナンシャル・アドバイスなどの41万件のワークプレイス・サービスを通じて職域営業として新規口座を獲得している。

大和証券の富裕層ビジネスは、下図に示した顧客の総資産に対してコンサルティングを行うという戦略で、総資産には株式・債券・投信・保険・預金・ローンなどの金融商品以外に、不動産やプライベートアセットなども含まれる。この総資産に対して、運用コンサルティングは勿論、相続・事業継承・融資・遺言・介護などのソリューションも提供するとしている。なお、4月27日に大和証券グループ本社傘下の大和ネクスト銀行がオリックス銀行を10月までに買収し、不動産ローンや証券担保ローンを強化することが公表されている。

一方、ネット証券は新NISAなどによる個人投資の拡大において存在感を増している。2025年12月末の証券会社全体の口座数は4,089万口座であるが、楽天証券は1,326万

口座、SBI証券が1,519万口座となり、2社で全体の7割弱を占めている。両社のNISA・iDeCo・積立投資状況については下表に示した。

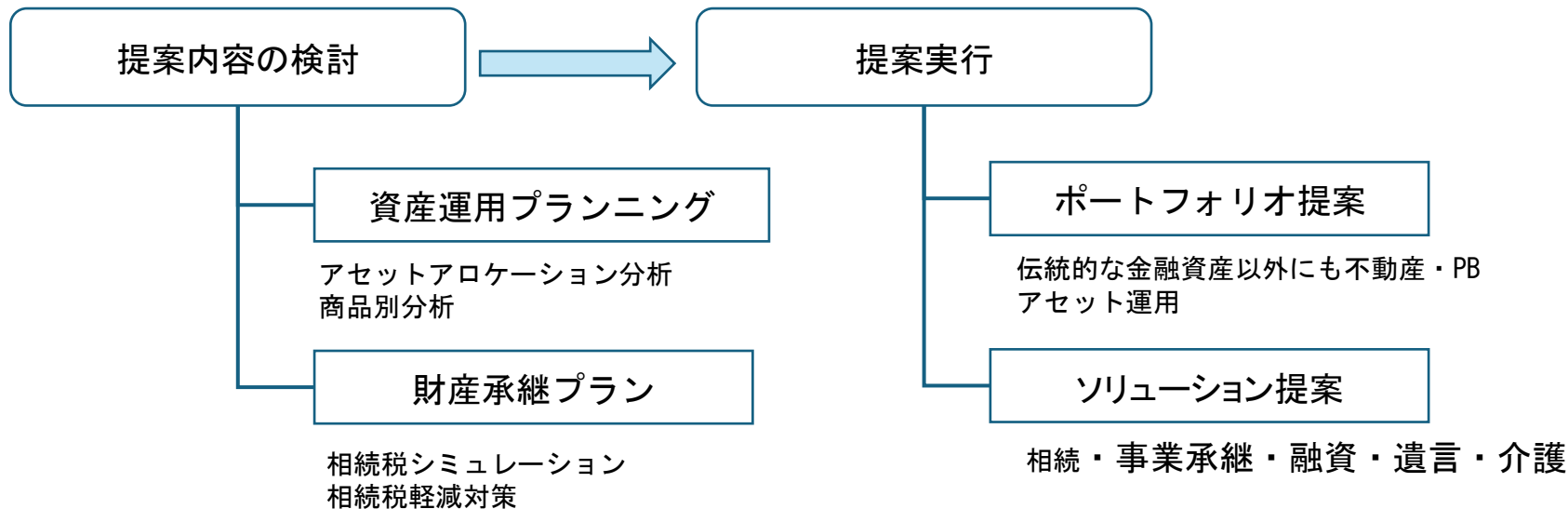
楽天証券については、NISA口座数が699万口座(稼働539万口座)となって全体の24.7%を占め、年間買付額も全体(18.7兆円)の29.2%、残高は約10兆円で成長投資枠が54.6%、つみたて投資枠が45.4%を占めている。また、長年継続しているIFAビジネスの契約アドバイザー数は5,497人で、IFA全体の5割となり顧客数も21.8万人となった。加えてみずほ証券との連携によって、IPO参加やTOB業務、社債引き受けなどで協働する取組みが進んでいる。

SBI証券については、投資の総合プラットフォーム化を目指す取組みが進んでおり、前年度に実施した国内株式手数料無料化の影響もあり、収益に占める委託手数料比率は11%まで低下しているが、信用取引の増加などにより金融収益の比率が42%まで増加している。

他社との連携についても進んでおり、SBI新生銀行とのIFA子会社を使った共同店舗を展開している他、SMBCグループとは総合金融サービスOliveへの資産運用サービス提供

を行い、auフィナンシャルグループとのリテール分野における業務提携も始まっている。なお、3月に岡三証券からネット証券事業を譲受している。

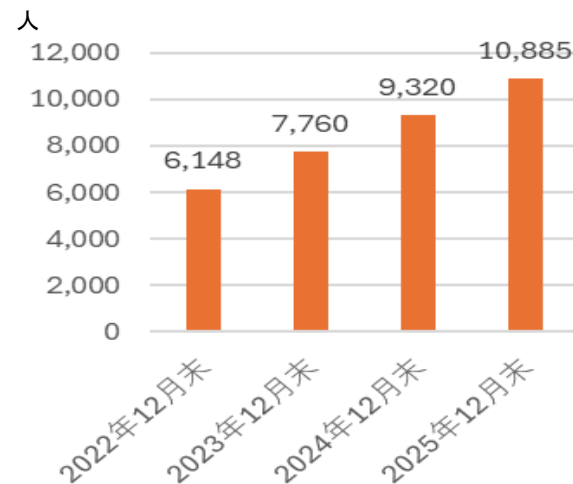
富裕層向け総資産コンサルティング・イメージ



大手ネット2社のNISA・iDeCo・積立投資状況 (2025年12月時点)

	NISA投資額 (年間)	iDeCo口座数	iDeCo残高	投信積立口座数	投信積立設定額 (12月)
楽天	5.5兆円	104万口座	1.6兆円	496万口座	2,806億円
SBI	5.3兆円	116万口座	2.4兆円	361万口座	2,949億円

IFA外務員登録推移



※2社決算発表資料より作成

※証券業協会資料より

リテール証券業の課題と進化の可能性について

リテール証券業は、顧客の利益や利便性・分かり易い情報提供を求める「顧客本位の業務運営原則」の徹底を行政から強く求められており、資産管理型営業とは融合しやすい。

従って、今後も資産管理型へのビジネスモデル転換は進むと考えるが、顧客や拡大する投資対象資産の選択は事業領域を定めて効率的な収益を生むために必要で、社内リソースの活用や自社では整わない外部機能の利用に関する事業戦略的視点が重要になっている。現状における業態別の課題と可能性について以下に示したい。

◇大手証券：

富裕層を中心に資産管理型営業への転換を進めており、ローンや不動産を含む総資産コンサルティングを目指している。また、営業員は富裕層に対して事業承継(M&A)や相続・遺言などのコンサルティングを社内の専門機能を使って行うとしている。DXによる業務プロセス改善やAIなどの活用があるものの営業員の負担は増している。資産管理型の取組みが、リテール営業を今後どの様に変えていく

か、ビジョンの社内共有が必要である。

◇ネット証券：

若年層を中心として個人投資拡大の恩恵を最も受けているが、大手2社に集中している。特に積立投資の増加による投信信託報酬が大きな収益になってきており、ネット証券流の資産管理ビジネスが進んでいる。

一方、委託手数料に代わって金融収益が大きな収入源となり、その為に信用取引口座獲得競争が起きている。一方、課題としては不正アクセス対応やマネロン・テロ資金供与対策(AML/CFT)など顧客管理に関するシステムコストが増加していることが挙げられる。個人の投資プラットフォームを目指して多様な金融商品を扱っているが、個人のライフプランに合わせた金融サービスの提供や資産ポートフォリオに合わせた情報提供をどの様に行っていくかが次の成長段階に入る要となる。

◇中堅・地方証券：

大手証券と同様に資産管理型営業を目指し始めているが、社内リソースが限定されている為、ラップ商品販売が中心となっている。既存顧客の高齢化やビジネスモデル

転換への取組みが不足しておりDX化への負担もあり課題が多い。しかし、顧客密着・地域密着の強みがあり、業務の専門特化や他社との提携・共同事業化などでビジネスモデルを転換していく可能性がある。また、アイザワ証券やあかつき証券などのように自社の金融サービス提供ネットワークとしてIFAを組み込んでいく戦略も有効だろう。

◇地銀系証券：

親銀行からの顧客送客や地域における地方銀行のブランド力が有効で、金融商品販売の為のビジネスモデルの一つとなっている。但し、資産管理型への転換は単独では難しく、資産運用会社等の外部機能の協力が必要になっている。

なお、事業戦略は親銀行が決定する 경우가多く、結局は地方銀行の証券業務戦略に左右されているので、リテール証券業務変化への対応は時間がかかるケースが多い。地方銀行本来の強みである地域の企業との関係を職域営業的に活用できれば、次の成長段階に入る可能性もある。

リテール証券業の課題と可能性

