

# マネゴ総研定期レポート

2016年9月

ネット証券業界調査

2016年10月24日

**マネゴ総研**

produced by 株式会社Aoi. Pro

# 調査概要

調査目的	ネット証券会社のブランド認知、広告・ウェブ認知、および推奨意向とそのポジティブ要因の解明
調査方法	スマートフォンリサーチ
調査地域	全国(47都道府県)
調査対象	20～69歳
有効回答数	1,980人
調査日時	2016年9月6日～10月13日
対象ブランド	1. 楽天証券 2. SBI証券 3. 松井証券 4. マネックス証券 5. GMOクリック証券 6. カブドットコム証券 7. 岡三オンライン証券
調査内容	7つのネット証券会社に関して、以下の構成によるアンケート調査を実施した。  Q1 現在利用しているネット証券会社 Q2 メディア別の広告閲覧経験 Q3～4 認知しているブランドイメージ Q5～18 個別ネット証券会社の推奨意向 個別ネット証券会社のポジティブ要因  Q1～4は、ネット証券会社の利用実態と認知に関する設問、Q5～18は各ネット証券会社のARS(Active Recommender Score)を測るための設問である。
ARSの計算方法	スマートフォンリサーチであることを考慮し、本調査では5段階スケールによって推奨意向を調査している。  推奨の度合いを「(強)1～5(弱)」と設定し、1～2の回答者を「推奨者」、3の回答者を「中立者」、4～5の回答者を「批判者」と定義して、以下の計算式でARS(Active Recommender Score)を算出した。  $ARS = \text{推奨者の割合}(\%) - \text{中立者の割合}(\%) - \text{批判者の割合}(\%)$  日本人の調査サンプル(標本)は、中立的な回答を行う傾向があるため、中立者と批判者を合わせて「非推奨者」と捉え、『推奨者と非推奨者の差が推奨意向である』という定義のもとに、ARSを算出している。

---

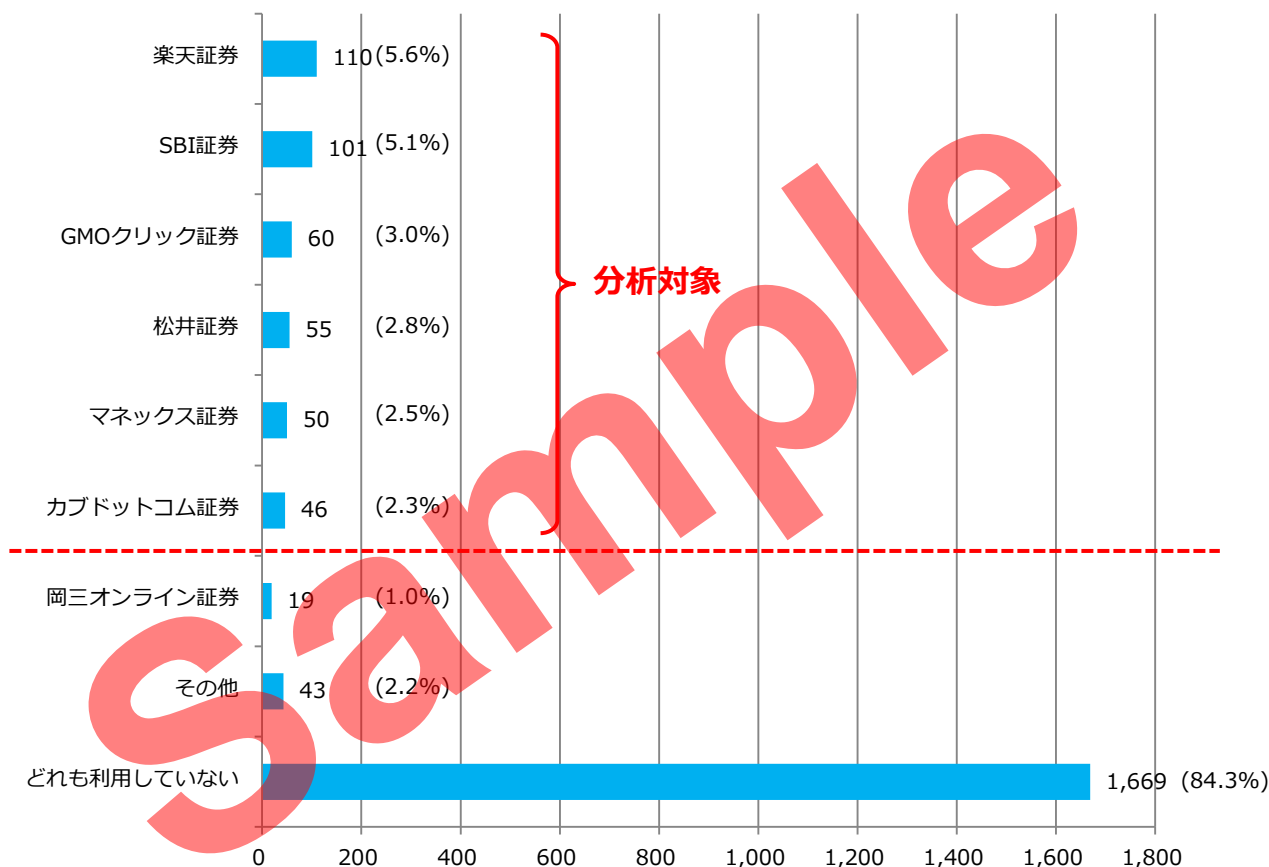
**ARS(推奨意向)**

Sample

# ネット証券会社の利用状況

サーチーズの調査モニターに対して「現在どのネット証券会社を利用しているか」について質問したところ、次のような結果となった。

ネット証券会社の利用状況(n=1,980)



有効回答数1,980人中、**84.3%**が**ネット証券会社を利用していなかった**。ネット証券の普及率、あるいはネット証券会社の利用率はまだ低いと言えるだろう。

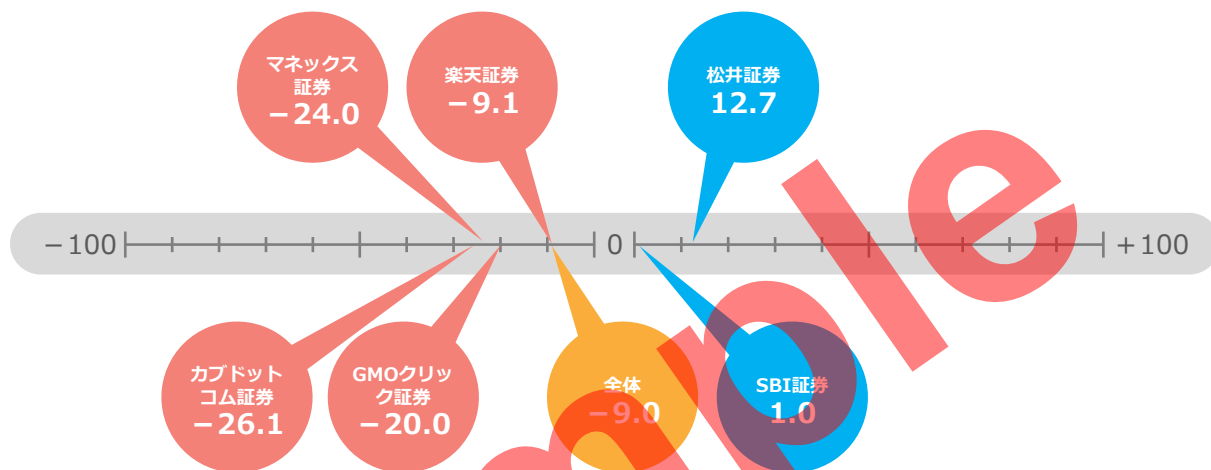
**楽天証券(5.6%)**と**SBI証券(5.1%)**の上位2社は、他の証券会社を引き離して利用者数が多かった。岡三オンライン証券は利用者が少なく、有効回答数が十分に集まらなかった。

本レポートは、有効回答数が集計に足り得る**1位から6位までのネット証券会社**を分析対象とする。

# ネット証券会社のARS

ネット証券会社6社を利用する人に対して、**推奨度(友人や知人に利用を薦める度合い)**を調査した。その結果から、ARS(Active Recommender Score)を集計したところ、以下のような結果となった。

ネット証券会社 6社 のARS



ARS 順位	会社名	回答数	推奨者比率	非推奨者比率		ARS
				中立者	批判者	
-	全体	422	45.5%	40.0%	14.5%	-9.0
1	松井証券	55	56.4%	27.3%	16.4%	12.7
2	SBI証券	101	50.5%	42.6%	6.9%	1.0
3	楽天証券	110	45.5%	39.1%	15.5%	-9.1
4	GMOクリック証券	60	40.0%	35.0%	25.0%	-20.0
5	マネックス証券	50	38.0%	50.0%	12.0%	-24.0
6	カブドットコム証券	46	37.0%	47.8%	15.2%	-26.1

※ 推奨者・中立者・批判者の割合は、小数点第1位で四捨五入をして計算しているため、集計において若干の誤差がでることをご了承ください。

# 推奨者・中立者・批判者の割合

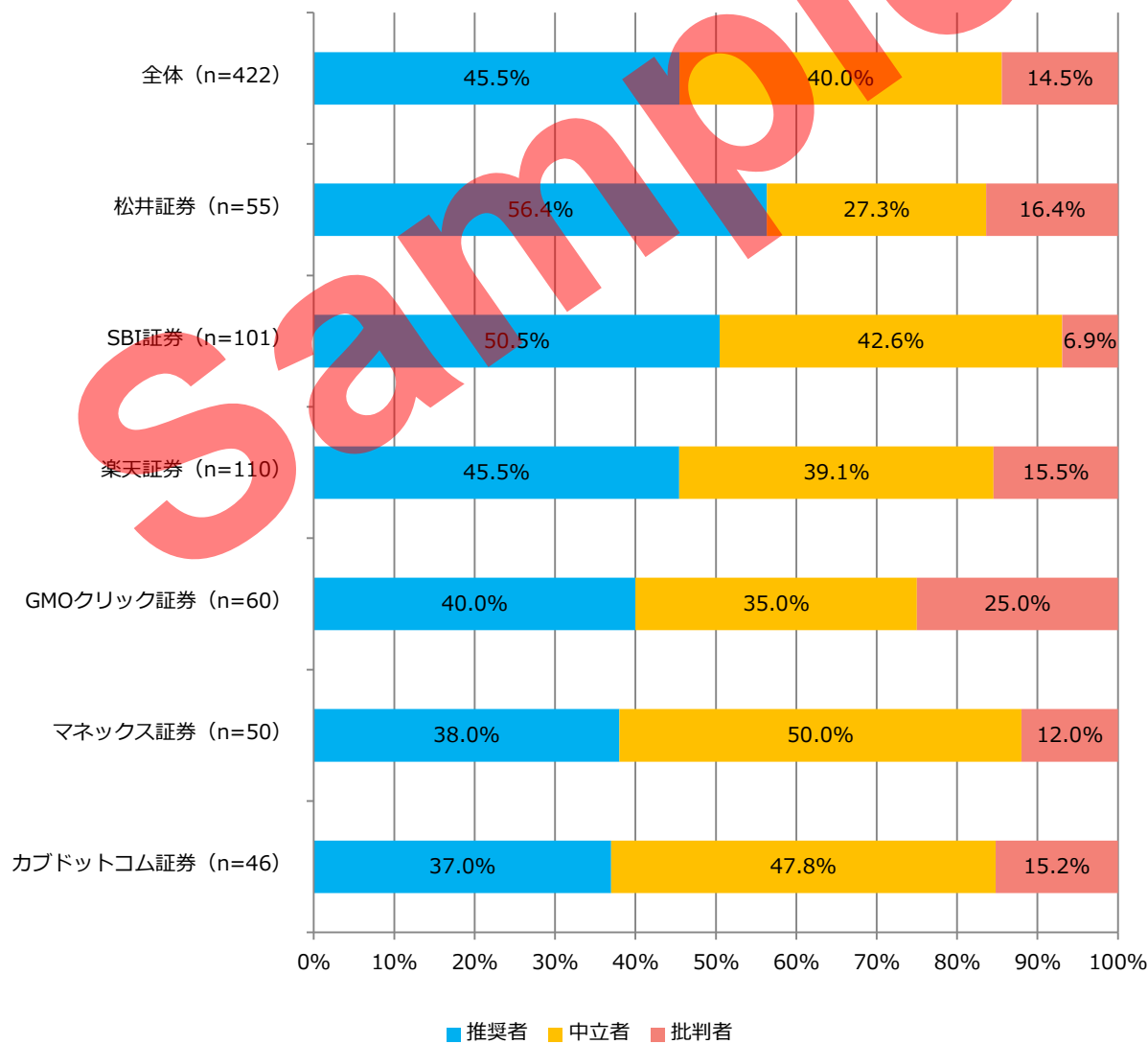
ネット証券会社の「**推奨者**」「**中立者**」「**批判者**」の割合をグラフにすると下図のようになる。

**松井証券(ARS=12.7)**と**GMOクリック証券(ARS=-20.0)**は共通して、推奨者と批判者の割合が大きく、中立者の割合が小さい。サービスに対する「利用者の好き嫌い」がはっきりしている。

**SBI証券(ARS=1.0)**と**マネックス証券(ARS=-24.0)**は共通して、批判者の割合が比較的小さい。顧客満足を意識したサービス提供を心掛けていると思われる。

**楽天証券(ARS=-9.1)**は、推奨者・中立者・批判者が「全体(6社平均)」とほぼ同じ割合であった。ネット証券市場において、平均的なサービスを提供する証券会社と評価されている可能性が考えられる。

ネット証券会社 推奨者・中立者・批判者の割合(n=422)



---

ポジティブ要因

Sample

# ARSのポジティブ要因

ネット証券会社のARSに好影響を与える「ポジティブ要因」を下表の通り設定し、ネット証券会社6社を利用する人に対して調査を行った。自分が利用するネット証券会社に対してどのような印象を持っているのか、下表の中から選択させた。

設問例：「●●証券」を利用して、どのような印象を持ちましたか？あてはまるものを、すべて選んでください。

1. 手数料が安い
2. 提供情報が充実している
3. 取引ツールが使いやすい
4. 分析ツールが優れている
5. 取扱商品が充実している
6. スマホアプリが充実している
7. 資金管理がやりやすい
8. 問い合わせやサポートが充実している
9. システムが安定している
10. セキュリティが安心できる
11. ブランドイメージに好感が持てる
12. テレビCMや広告に好感が持てる
13. ウェブサイトが興味深い
14. 口座が開設しやすい
15. 上記以外の印象を持った
16. あてはまるものがない（※集計対象外項目）

No.	ポジティブ要因	略称
1	手数料が安い	手数料の安さ
2	提供情報が充実している	情報提供の充実
3	取引ツールが使いやすい	取引ツールの使いやすさ
4	分析ツールが優れている	分析ツールの優秀さ
5	取扱商品が充実している	商品の充実
6	スマホアプリが充実している	スマホアプリの充実
7	資金管理がやりやすい	資金管理
8	問い合わせやサポートが充実している	サポートの充実
9	システムが安定している	システムの安定
10	セキュリティが安心できる	安心のセキュリティ
11	ブランドイメージに好感が持てる	ブランドイメージ
12	テレビCMや広告に好感が持てる	広告イメージ
13	ウェブサイトが興味深い	ウェブサイトの魅力
14	口座が開設しやすい	口座開設の簡単さ
15	上記以外の印象を持った	その他



# ポジティブ要因の回答率(1)

下表は、ARSに好影響を与えると思われる「ポジティブ要因」に関する調査結果である。各ネット証券会社において、**ポジティブ要因の回答数が占める割合(回答率)**を示している。なお、「推奨者」「中立者」「批判者」のすべての回答を集計の対象としている。

## ポジティブ要因の回答率

	全体	松井証券	SBI証券	楽天証券	GMO クリック証券	マネックス証券	カブドット コム証券
ARS	-9.0	12.7	1.0	-9.1	-20.0	-24.0	-26.1
回答者数(人)	422	55	101	110	60	50	46
手数料の安さ	24.9%	49.1%	33.7%	25.5%	8.3%	18.0%	4.3%
提供情報の充実	7.6%	12.7%	6.9%	9.1%	3.3%	12.0%	0.0%
取引ツールの 使いやすさ	17.3%	14.5%	17.8%	20.0%	15.0%	24.0%	8.7%
分析ツールの 優秀さ	11.1%	10.9%	8.9%	12.7%	10.0%	16.0%	8.7%
商品の充実	10.9%	1.8%	20.8%	15.5%	5.0%	8.0%	0.0%
スマホアプリの 充実	15.4%	14.5%	11.9%	22.7%	18.3%	10.0%	8.7%
資金管理	11.8%	1.8%	14.9%	16.4%	8.3%	10.0%	13.0%
サポートの充実	5.5%	1.8%	6.9%	2.7%	6.7%	10.0%	6.5%
システムの安定	14.0%	7.3%	18.8%	10.9%	11.7%	24.0%	10.9%
安心の セキュリティ	8.5%	3.6%	9.9%	7.3%	11.7%	10.0%	8.7%
ブランドイメージ	7.6%	9.1%	6.9%	8.2%	5.0%	12.0%	4.3%
広告イメージ	4.3%	1.8%	3.0%	6.4%	3.3%	4.0%	6.5%
ウェブサイトの 魅力	8.1%	9.1%	6.9%	5.5%	15.0%	12.0%	2.2%
口座開設の 簡単さ	24.9%	18.2%	24.8%	33.6%	15.0%	28.0%	21.7%
その他	2.1%	1.8%	1.0%	3.6%	3.3%	0.0%	2.2%

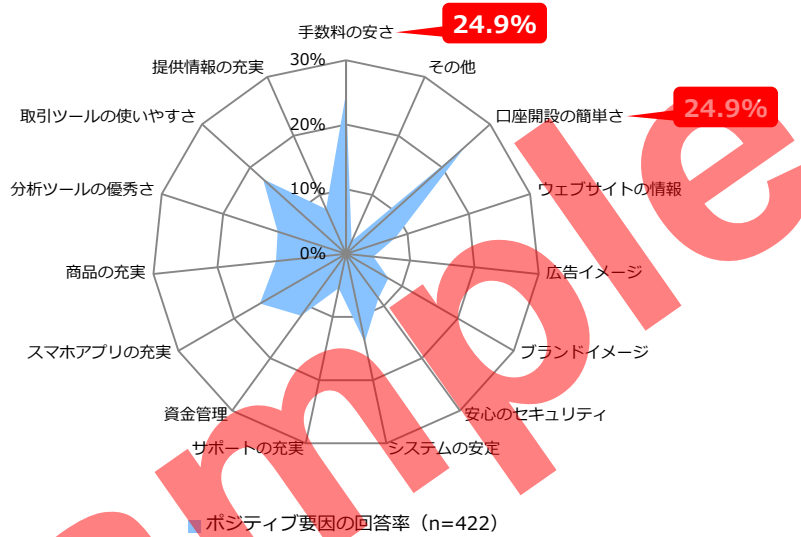
※ ポジティブ要因の回答率は、小数点第1位で四捨五入をして計算しているため、集計において若干の誤差がでることをご了承ください。

# ポジティブ要因の回答率(2)

ネット証券会社全体のポジティブ要因をレーダーチャートで表すと、下図のようになる。

「手数料の安さ(24.9%)」と「口座開設の簡単さ(24.9%)」への回答率が高いことがわかる。

ネット証券会社全体のポジティブ要因



ポジティブ要因の順位

順位		項目	回答比率
1	手数料が安い	手数料の安さ	24.9%
1	口座が開設しやすい	口座開設の簡単さ	24.9%
3	取引ツールが使いやすい	取引ツールの使いやすさ	17.3%
4	スマホアプリが充実している	スマホアプリの充実	15.4%
5	システムが安定している	システムの安定	14.0%
6	資金管理がやりやすい	資金管理	11.8%
7	分析ツールが優れている	分析ツールの優秀さ	11.1%
8	取扱商品が充実している	商品の充実	10.9%
9	セキュリティが安心できる	安心のセキュリティ	8.5%
10	ウェブサイトが興味深い	ウェブサイトの情報	8.1%
11	提供情報が充実している	提供情報の充実	7.6%
12	ブランドイメージに好感が持てる	ブランドイメージ	7.6%
13	問い合わせやサポートが充実している	サポートの充実	5.5%
14	テレビCMや広告に好感が持てる	広告イメージ	4.3%
15	上記以外の印象を持った	その他	2.1%

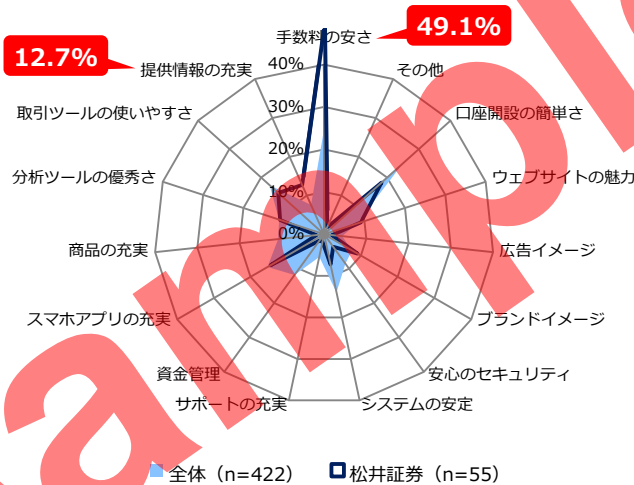
# ポジティブ要因 ARS 1~2位

ARSの高い順にポジティブ要因(推奨者・中立者・批判者の回答含む)をレーダーチャートで表すと、次のようになる。

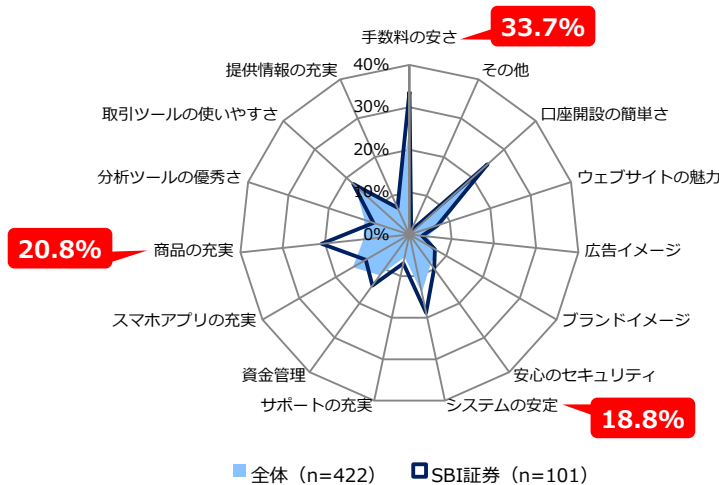
ARS第1位の **松井証券** は「**手数料の安さ(49.1%)**」「**情報提供の充実(12.7%)**」の回答率が6社の中で最も高かった。利用者のおよそ5割の評価を得ている「手数料の安さ」という要因が、ARSを引き上げた可能性が高い。

ARS第2位の **SBI証券** は「**手数料の安さ(33.7%)**」「**商品の充実(20.8%)**」「**システムの安定(18.8%)**」の回答率が高かった。特に「商品の充実」は6社の中で最も高かった。

## 1位 松井証券 ARS=12.7



## 2位 SBI証券 ARS=1.0

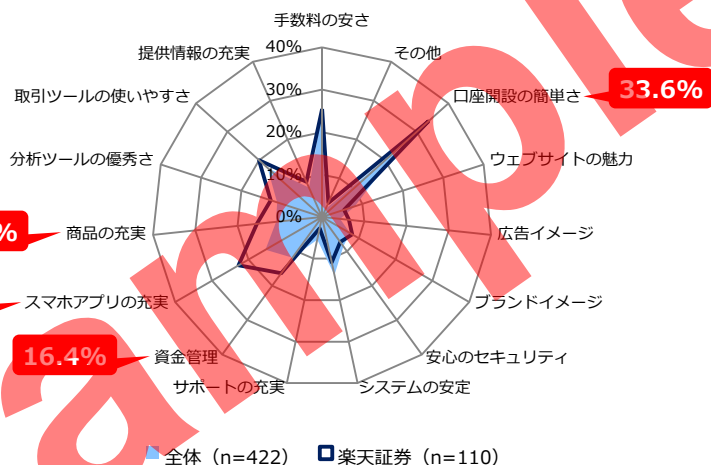


# ポジティブ要因 ARS 3~4位

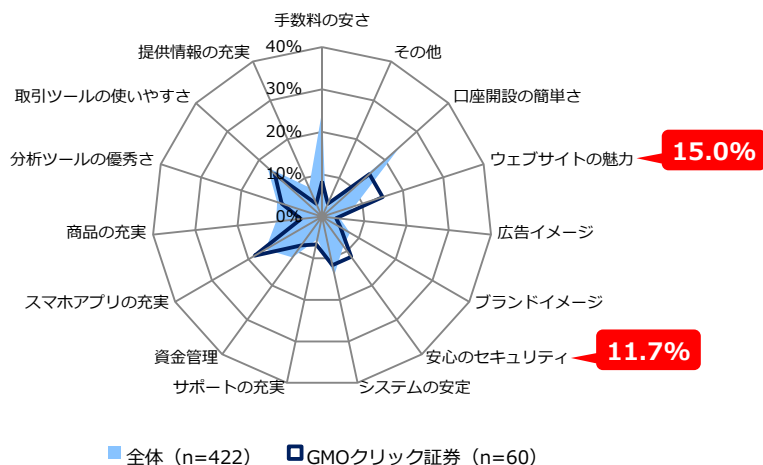
ARS第3位の **楽天証券** は「**口座開設の簡単さ(33.6%)**」「**スマホアプリの充実(22.7%)**」「**商品の充実(15.5%)**」「**資金管理(16.4%)**」の回答率が高かった。特に「口座開設の簡単さ」「スマホアプリの充実」「資金管理」は、6社の中で最も高かった。同社はポジティブ要因全体の評価が高く、バランスが取れている。

ARS第4位の **GMOクリック証券** は「**ウェブサイトの魅力(15.0%)**」「**安心のセキュリティ(11.7%)**」の回答率が6社の中で最も高かった。同社は、ウェブサイトの充実・信頼性に力を入れていると推測される。

## 3位 楽天証券 ARS=-9.1



## 4位 GMOクリック証券 ARS=-20.0

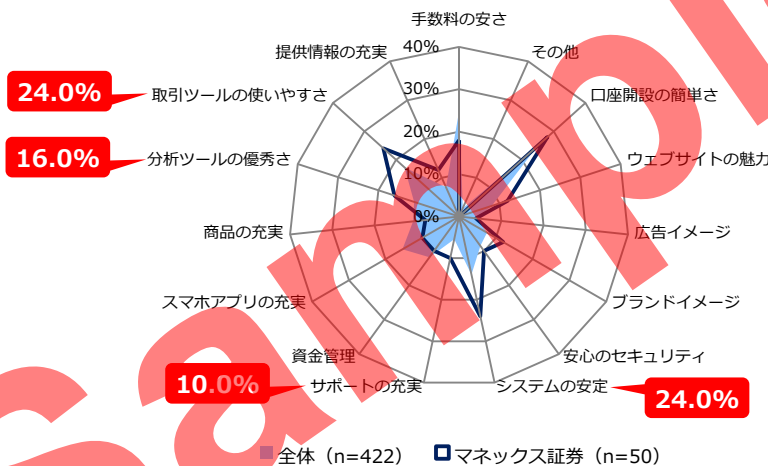


# ポジティブ要因 ARS 5~6位

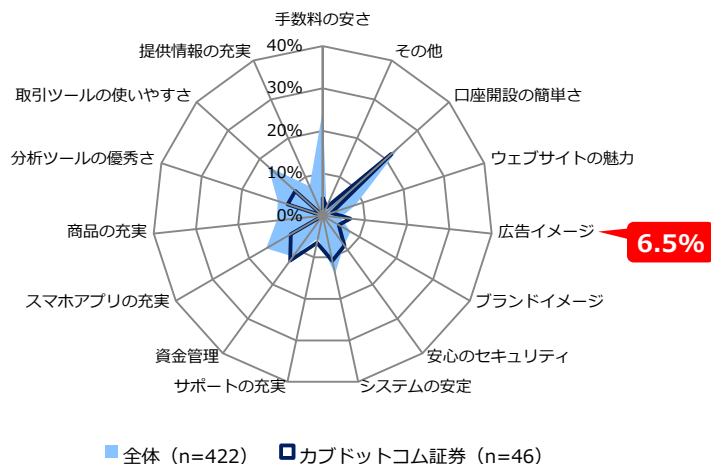
ARS第5位の **マネックス証券** は「**システムの安定(24.0%)**」「**取引ツールの使いやすさ(24.0%)**」「**分析ツールの優秀さ(16.0%)**」「**サポートの充実(10.0%)**」の回答率が、6社の中で最も高かった。同社は、ポジティブ要因の総合的な評価は最も高かったが、ARSの獲得にはつなげていない。何らかのネガティブ要因が存在し、それが原因でARSが低くなった可能性が高い。

ARS第6位の **カブドットコム証券** は、全体的に評価が低く、際立った特徴が見られない。「**広告イメージ(6.5%)**」の回答率が唯一、6社の中で最も高かったが、ARSの獲得につながるほどのインパクトはなかった。

## 5位 マネックス証券 ARS=-24.0



## 6位 カブドットコム証券 ARS=-26.1



---

# 広告の閲覧経験

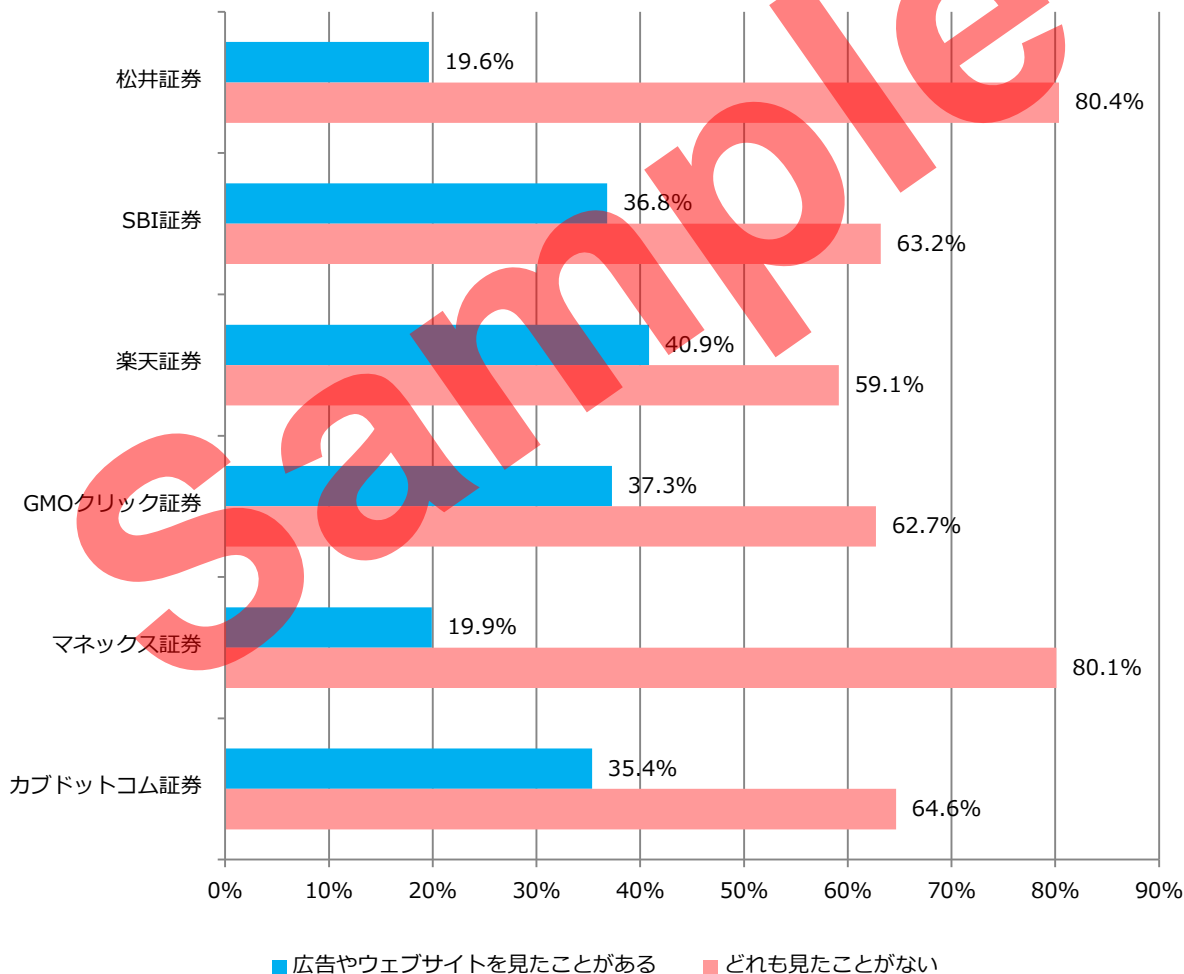
Sample

# 広告の閲覧経験(1)

サーチーズの調査モニターに対して「ネット証券会社の広告やウェブサイトの閲覧経験」について調査を行ったところ、次のような結果となった。

下図に示したように、広告やウェブサイトの閲覧経験がある人と経験がない人の回答率を並べると、**楽天証券(40.9%)**、**GMOクリック証券(37.3%)**、**SBI証券(36.8%)**、**カブドットコム証券(35.4%)**は、広告を閲覧したことがある人の回答率が高いことがわかった。しかし6社すべてにおいて、広告閲覧経験がない人の回答率の方が、閲覧経験がある人のそれを上回っていた。

広告の閲覧経験(n=1,980)



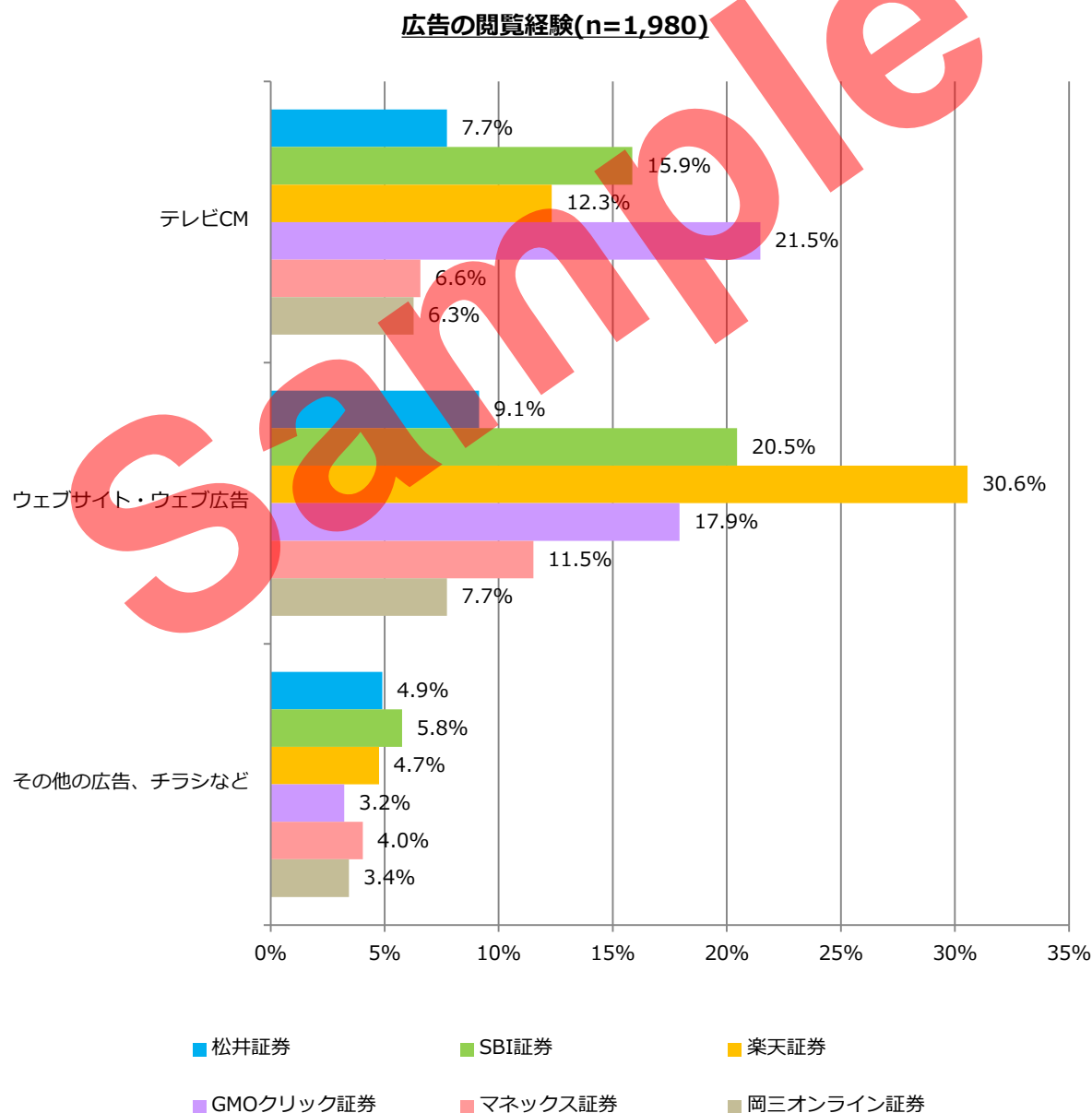
## 広告の閲覧経験(2)

下図は「具体的にどの広告を閲覧したのか」に対する回答を集計した結果である。

「テレビCM」の閲覧経験では、**GMOクリック証券(21.5%)**の回答率が高かった。同社は、テレビCMの配信に力を入れていると思われる。

「ウェブサイト・ウェブ広告」の閲覧経験では、**楽天証券(30.6%)**の回答率が極めて高かった。同社は、ウェブメディアによるPRに力を入れていると思われる。

「その他の広告」の閲覧経験では、回答率は一様に低く、6社に大きな差は見られなかった。





---

# 広告タレントの認知度

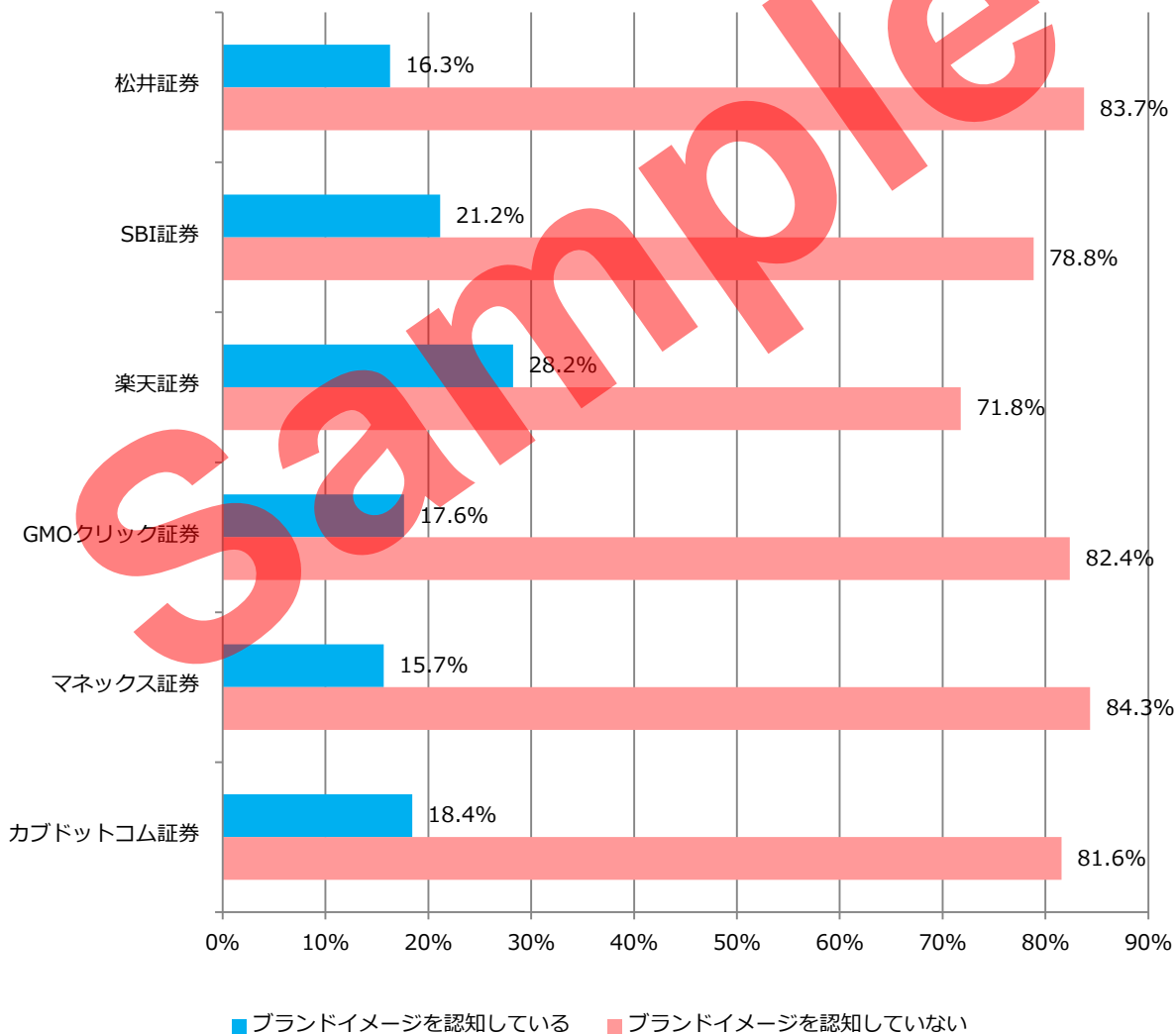
Sample

# ブランドイメージの認知(1)

サーチーズの調査モニターに対して「ネット証券会社に対して持っているブランドイメージ」について調査を行ったところ、次のような結果となった。

下図に示したように、何らかのブランドイメージを認知している人と何も認知していない人の回答率を並べると、ブランドイメージを認知している人の回答率が最も高かったのは、**楽天証券(28.2%)**であった。しかし6社すべてにおいて、ブランドイメージを持っていない人の回答率の方が、持っている人のそれを大きく上回っていた。

ブランドイメージの認知(n=1,980)



# ブランドイメージの認知(2)

下図は「具体的に認知しているブランドイメージ」に対する回答を集計した結果である。

全体的に「口座が開設しやすい」と「手数料が安い」に回答が偏っている。その中でも、**楽天証券**は「**口座が開設しやすい**」において **17.3%** の回答率を獲得している。

ブランドイメージの認知(n=1,980)

