記者会見要旨

日 時：平成 27 年 1 月 21 日（水）午後 2 時 30 分～午後 3 時 10 分
場 所：東京証券会館 9 階 第 1・2 会議室
出席者：稲野会長、大久保副会長、森本専務理事

冒頭、大久保副会長から自主規制会議の審議事項等の概要について、森本専務理事から証券戦略会議の審議事項等の概要について、説明が行われた後、大要、次のとおり質疑応答が行われた。

（記者）

新年最初の会見であるが、今年の日証協の重点的に取り組むテーマについてお聞きしたい。

（稲野会長）

一昨年からのアベノミクスを受け、我が国経済は、本格的なデフレ脱却と持続的な成長実現のための道筋の途上にあると認識している。

その中であって日証協としては、日本経済の再生に向けて、金融・資本市場が果たす役割は、より一層重要になると考えている。今年も活力ある金融・資本市場の実現と投資家の裾野拡大に向けて、「成長戦略」に積極的に貢献していきたい。

特に、昨年 1 月からスタートした NISA は、既に多くの方が NISA 口座を開設し、買付けを行ったということである。投資家の裾野拡大に向けて大変大きな一歩を踏み出したと認識している。閣議決定された平成 27 年度税制改正大綱においても、ジュニア NISA の創設、NISA の年間投資上限額の引上げ等の措置が図られることになった。

今年は、これらを契機に、NISA がより多くの方々に幅広く利用されるよう、引き続き、広報・周知活動を実施していきたい。さらに、NISA に関する我々の最終的な目標である恒久化についても、その実現に向け、継続的に取り組んでいきたい。

同時に、個人の自助努力による資産形成を促すためには、金融商

品や取引に関する知識、情報を正しく理解し、自らが主体的に判断できる能力、いわゆる「金融リテラシー」の向上が必要不可欠であると考えている。

NISA を契機に国民全体の「金融リテラシー」の向上を図るべく、本年も関係機関と連携しながら、金融・証券知識の普及・啓発活動に積極的に取り組んでいきたい

今年も引き続き、金融・資本市場の発展と、投資者の皆様がより一層信頼できる投資環境の整備・充実のために、全力を尽くしていく所存である。今年も皆様のご理解、お力添えをいただきたい。

(記者)

今年改正会社法の施行や、コーポレートガバナンス・コード策定など日本企業のガバナンスが強化される見通しであるが、これらが市場に与える影響を会長はどのように見ているか。

(稲野会長)

コーポレートガバナンスが強化され、企業の持続的な成長や企業価値向上のための対応が促進されることは、日本経済全体の発展にも大きく寄与すると考えている。したがって、このような取組みは大変有意義なことであると評価している。

昨年来、会社法や金融商品取引法をはじめとする法律に基づく対応が図られている。さらに今年は、金融庁及び東証が共同事務局である有識者会議での議論を受けて、コーポレートガバナンス・コードが策定される予定であり、同コードに基づく企業自身による自律的な対応が促進されていくことに期待している。そういった法的対応や自らが遵守するコードが相まって、実効的なコーポレートガバナンスが実現していくことに大きく期待したい。

昨年導入された日本版スチュワードシップ・コードであるが、昨年11月末時点で、175社の機関投資家が「受入れ表明」を行っており、順調に浸透しつつあると認識している。スチュワードシップ・コードに基づき、株主と会社の「目的を持った対話」が促進されることにより、コーポレートガバナンスの強化や企業経営への刺激が

期待できる。

企業の持続的成長という観点からいうと、コーポレートガバナンス・コードと日本版ステュワードシップ・コードは車の両輪だと思っている。この2つの軸がきちんと存在することで経済全体の底上げにつながっていくものだと考えている。そして、その両輪を結ぶ機軸となるのが、企業と機関投資家との直接的な対話、エンゲージメントである。このエンゲージメントの重要性がますます高まっていくと考えている。

一方で、コーポレートガバナンス・コードや日本版ステュワードシップ・コードの議論において、企業に対する「外部圧力による規律」あるいは「形式による規律」という観点に光が当たりがちであるが、その方向性だけに重きを置き過ぎることは企業経営にとってあまり健全とはいえないのではないかと感じている。

例えば機関投資家は「過剰資本を株主に還元すべきだ」といった指摘を事業会社にする場合も当然あるが、機関投資家の意見をすべて是として実現すべきだということではなく、聞いた上で最終的に判断するのは、あくまでも会社であり経営者であるという視点が大切である。

「外部圧力」と「自律」、「形式」と「実質」という対立機軸の中において、どのようなポジションに身を置くのかということが企業経営者において現実的に意識される課題ではないかと感じている。そして重要なのはそういった対立機軸の中におけるバランスではないかと思っている。

(記者)

主要証券会社10社の調査によると、NISAの稼働率は1年間で、最終的に45.1%であった。この評価と今後、稼働率をどの程度引き上げていきたいのかについて会長の見解を伺いたい。

(稲野会長)

主要証券会社10社の調査では、NISA口座の稼働率は50%を下回っている。NISA口座全体の稼働率の数字はわからないが、大きな乖離

はなく 50%内外ではないかと思われる。この数字自体は、当初想定していたよりは、大幅に低い数字であると言わざるを得なく、この稼働率をどのように引き上げていくかについては大きな課題である。

NISA 口座の開設申請から実際に口座が開設されるまでは、相当程度の時間を要した。そのため、そもそも投資意欲を持って NISA 口座の開設を申請しても、実際に投資をするタイミングは約 3 か月後になることもあり、環境も気持ちも変わるということがあったと考えられる。口座開設と実際の投資プランをどのように結びつけて、一連の流れの中でスムーズに買付けを提案していけるのかということが営業の課題である。NISA 開始 1 年目においては、証券会社や金融機関は、まずは口座を開設していただくということに重点を置いていたので、時間的ギャップも含めて課題が残ったということである。もちろんその背景にあった時間的なギャップは、事務手続きに時間を要したという制約要因があったということである。

来年からは、マイナンバー制度を利用することができる。ジュニア NISA においては、制度開始と同時にマイナンバーによる口座開設の重複の確認ができるということも考えると、来年になれば、劇的にそのような環境は改善されるということである。稼働率を上げるというテーマに関しては、業界全体できちんと取り組んでいきたいと思う。

それから、口座開設の年代別を見ると、60 歳代以上の方が主力になっており、20 歳代・30 歳代の方々の口座数は少なく、投資未経験者層や若年層の方々にいかに NISA を利用していただくかということが大きな課題である。この点も若年層や投資未経験者層に焦点を当てた広報・普及活動をセミナー等も含めて展開していきたいと思う。

また、主要 10 社調査によると、積立買付契約口座数は 25 万口座弱、買付があった口座数は全体で約 183 万口座であり、稼働した口座数に占める積立買付契約口座の割合は 13%程度となっている。私自身の経験から言うと、積立の比率が高くなっていると感じる。もちろん、積立投資を行っている方の中には、若い方以外の方もいるが、特に、積立投資のような投資手法は、若い方々にお勧めしたい投資手法である。一方で、投資未経験者及び若年層を視野に入れた時に、

積立口座をどのように普及していくかについても非常に大きな課題になると思う。

この点で申し上げれば、「職場積立 NISA ガイドライン」及び「『職場積立 NISA』利用規約雛形」を定めたことから、これを契機として、職場積立 NISA が一段と普及していくように力を入れていきたいと思う。

(記者)

制度開始 2 年目の NISA について、口座の稼働率の目標と、全体の口座開設数の伸びについて、見通しがあれば教えてもらいたい。

(稲野会長)

まず稼働率については、去年は 50% 内外であろうと推測されるが、それは最低限の目標であり、本当は 100% と言いたいところであるが、現実にこの 1 年間経過してみて、そうそう簡単ではないということがわかっているので、60~70% といった数字にどう近づけていくかが課題だと思っている。

また、口座数の伸びであるが、去年 6 月末時点では NISA 取扱金融機関全体で約 720 万口座であったが、本日の資料に記載されている昨年 12 月末時点での主要証券会社 10 社の NISA 口座は約 400 万口座であり、この数字は NISA 取扱金融機関全体の半分くらいのシェアだと推測されるので、全体では約 800 万口座であろうと考えられる。

この 800 万口座が、今年も新規で 800 万口座が開設されるということはなかなか難しいわけであって、大台の 1,000 万口座に乗っていくかどうかが現実的な目標になるのではないかと思う。また、実際に 1 年目に口座を開設したが、買付けをされなかった方も含めて、今年どれだけの方に買い付けていただけるかが大きな課題だと考えている。

来年の 4 月からジュニア NISA が始まる予定であり、現実の営業活動、あるいは普及・広報活動は、今年の少なくとも後半からはスタートしなければならないと考えている。そこでの課題は、家族や家計単位で資産形成をどう行っていくかというテーマに対して、どう

アプローチしていくかという視点であって、これは営業活動上も将来につながる非常に効率性がよいアプローチだと思うので、家族や家計単位という視点を大切にしていきたいと考えている。

以 上