個人投資家

個人投資家へのIRで求められるもの

簡潔で分かりやすいIRが投資家の背中を押す

（寄稿）ジョインベスト証券　マーケティング部　鈴木聡美

外国人投資家の特徴はその投資スタイルにある。インデックス投資、成長株投資、割安株投資といった投資スタイルはそれぞれの機関投資家によってほぼ特定されていることが多い。自分たちが市場のどのような種類のリスクを取っているかを明確にしているという意味である。投資家と面談をすれば自ずとこのような実態が明らかになるが、この情報はIR活動においてはとりわけ重要になる。つまり外国人株主の投資スタイルを知れば、たとえば自社が成長株と認識されているのか割安株と認識されているのかといった市場からの評価をある程度類推することができるからである。その株主が自社のどこを評価し、なぜ株主になったのか、株主との対話の中で把握することができる。IR活動はとかく情報発信が強調されがちだが、情報集約はIR活動の大きな機能と言えるだろう。

IR活動は各企業の事情によって方法論が異なる。海外IRは決してブームではない。その目的や必要性を十分に考慮した上で検討すべきである。自社が置かれた環境を把握し、何を行うべきかというコミュニケーションの目的と資源配分の優先順位を冷静に考えることが求められる。

みやがわ・ひさお　野村證券を経てトムソンファイナンシャル・コンサルティング部門シニアディレクター。昨年野村證券に移籍。経営学修士。現在筑波大学博士課程に在籍。主な論文に「配当政策における経営者の自己抑制的行動」（経営財務研究）他新聞雑誌に論考多数。

不安定な局面こそ個人投資家の存在が重要

株式取引手数料の自由化、インターネットを介した売買やインターネット専業証券の台頭、新興市場の創設…いわゆる「貯蓄から投資へ」という社会の風潮に後押しされて、ここ10年ほどの間に個人の金融資産で〝投資〟を行う個人投資家の数は飛躍的に増えているとみられる。しかし2006年春のライブドアショックは、個人投資家が売買の中心を担っていた新興市場に打撃を与え、この動きに水をさした。さらに米国を発端とする昨今の金融不安は、世界中の金融市場を冷え込ませ、日本もこの波にのまれて先行きが読めない状況が続いている。

市況が精彩を欠く現在のような局面において、長期的に株式を保有する「安定株主」、また特に新興市場においては出来高をつくる「参加者」としての『個人投資家』の存在感が増している。しかし株価の低迷は個人投資家の金融資産を目減りさせ、投資余力と投資意欲を削いだ。ライブドアショック以降、日本の株式市場における個人投資家のプレゼンスは相対的に弱まる一方であったが、この夏以降の落ち込みはさらに深刻だ。物価上昇や年金などに対する不安も相まって、多少のリスクを伴う資産の運用に二の足を踏んでいる様子がうかがえる（グラフ1）。

ジョインベスト証券では上場企業向けIRサービスとして、現物株式の買付注文をした個人投資家を対象にアンケートを実施している。質問項目は、投資スタンス、投資銘柄選定のポイント、選定にあたっての情報収集方法など。2008年春に開始したアンケートの回答を集計してみると、この株価が低迷している時期に株式を買っている個人投資家の考えが見えてくる。回答の傾向から、今上場企業に求められる個人投資家向けのIR活動のポイントを考察する。

強まる安定株主志向　成長性や配当・優待を期待

回答を寄せた個人投資家の多くは、中・長期的なスタンスでの投資を行っていた。銘柄選定で特に重視するポイントは、「成長性・将来性」と「配当・株主優待」。短期的な売買で利ざやを稼ぐことよりも、長い眼で見て成長が見込める企業に投資し、キャピタルゲインもさることながら配当や株主優待といったインカムゲインも見越したリターンが期待できる銘柄を選別している。「安定株主」になろうとしているのである。

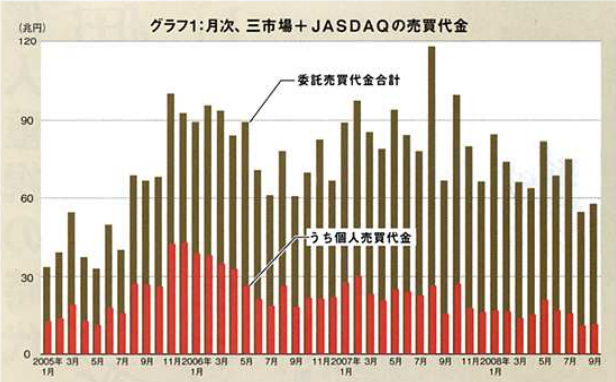
重視されるポイントは裏を返せば、企業側がIRにおいて訴求すべきポイントである。上場企業の多くにはIRの専従人員がおかれ、各社よく検討してさまざまなIR活動を展開している。そのなかで、将来性や株主還元の検討をおろそかにしたり、それらをIRのメッセージから除いている企業はほぼないであろう。ここでぜひ検証し、再検討してほしいのは、「そのメッセージは、個人投資家に伝わっているかどうか」なのである。

『どこ』で、『なに』を、『どう』伝えるか

まず『どこ』で個人投資家と接点を持つか。現在、個人投資家の売買の多くは、インターネット証券を経由して行われている。また前述のアンケートにおいても、約7割の回答者が、インターネット経由の情報を最も参考にしていた。実際に株式の売買を行っている投資家の多くは、インターネット上で情報を収集している。そのため個人投資家に向けたIR情報の発信も、ネット上で行うことが効果的であることが類推できる（グラフ2）。

次に『なに』を伝えるか。展開する企業がB to Bの場合、まず事業の内容を理解してもらう必要がある。そしてその事業が将来的に成長の軌道にあることを伝えなければならない。株主還元に対する姿勢も、知りたいところであろう。

そして『どう』伝えるか。個人投資家に向けた情報発信は、分かりやすい言葉で、簡潔に、少ない分量にまとめて記載すると伝わりやすいのではないだろうか。ここ数年、上場企業各社が自社のウェブサイト上に展開する投資家向けの情報量は飛躍的に増えた。しかし多くの個人投資家にとって、上場企業の財務諸表や数十ページにも渡る決算説明資料は、小難しくトゥーマッチに映っているかもしれない。投資家向け情報のトップページとは別に、個人投資家向けトップページを設ける企業が増えているが、簡潔な自己紹介を実現している企業がある一方で、ここでも盛りだくさんの情報掲載で個人投資家の理解をかえって難しくしている企業も見受けられる。



委託売買高合計……東京証券取引所、大阪証券取引所、名古屋証券取引所、JASDAQにおける、委託売買代金
個人投資家売買代金合計……委託売買高のうち個人分
（各証券取引所及び各社発表資料より。ジョインベスト証券作成）

個人分売買代金総額……東京証券取引所、大阪証券取引所、名古屋証券取引所、JASDAQにおける、委託売買代金のうち個人分
ネット証券6社合計……SBI証券、カブドットコム証券、ジョインベスト証券、松井証券、マネックス証券、楽天証券
（各証券取引所及び各社発表資料より。ジョインベスト証券作成）

現状、資産運用には二の足を踏んでいる状態。また、インターネットの利用はやや鈍りはあるが主流となっている

自社サイトへの導線を確保　情報接点を最大化する努力を

アンケートで、対象企業のウェブサイトの情報が最も参考になったという回答者は1割ほどしかいない。上場企業各社が、ウェブサイトを充実させ、工夫をこらしても、訪問者を増やすためには何らかの導線をひくことが必要である。個人投資家の利用するIRのポータルサイトへの掲載や、既存株主に対しては株主通信などでウェブサイトを紹介することは、ウェブサイトへの訪問を喚起する。インターネット証券がサイト上で展開しているサービスを利用するのも一つの手だろう。

個人投資家の不安を払しょくしメッセージを分かりやすい言葉で簡潔に伝える。こうしたIR活動が、資産運用をためらう個人投資家を動かす要因となるのではないだろうか。

すずき・さとみ　IR支援会社でIR活動に関するサポートとアドバイスを担当した後、上場企業に移りIR業務に従事。2007年からはジョインベスト証券において、上場企業向けIRサービスの企画・営業を行う。