

2021年3月期第2四半期 決算説明会要旨

決算の状況

2021年3月期上期の業績は、営業収益が142億円(前年同期比26%増)、経常利益は59億円(同45%増)、当期純利益は55億円(同96%増)で増収増益となった。当期純利益の増加幅が大きくなっている要因は、第2四半期において、投資有価証券売却益20億円を特別利益に計上したことによるものである。

純営業収益の内訳を見ると、委託手数料のうち、株式・ETFの手数料が79億円と、株式売買代金の増加に伴い、前年同期比50%増加した。金融収支については、信用取引平均残高に大きな変動はないが、貸株に伴う収益が増加したことから42億円(同12%増)となった。トレーディング損益は4億円(同31%減)となった。

販管費は76億円(前年同期比18%増)となった。主な増加要因は、取引関係費の増加である。これは、口座開設数の増加に伴うアフィリエイト広告費用の増加、売買代金の増加に伴う取引所・協会費の増加によるものである。また、事務費も増加しているが、これはサービスの拡充や口座開設数の増加に伴い、事務委託費が増加したことによるものである。

四半期毎の業績推移を見ると、第2四半期は営業収益が70億円(直前四半期比2%減)、経常利益は29億円(同5%減)、当期純利益は34億円(同60%増)となった。当期純利益で増益となっているのは、投資有価証券売却益を計上したためである。株式売買代金が直前四半期比9%減少したため、委託手数料のうち、株式・ETFの手数料は37億円と、同13%減少した。信用取引平均残高は増加したため、金融収支は23億円(同19%増)となった。また、販管費は37億円(同4%減)となった。大きな変動はないが、新規口座の開設ペースがやや落ち着いたことで、アフィリエイト広告に関する費用が減少し、広告宣伝費は減少した。

株主還元については、2021年3月期の間配当において、1株当たり20円とすることを決定した。過去の間配当の実績と比較しても高い水準であり、上期の配当性向は94%である。

業務の状況

第2四半期の株式売買代金は、直前四半期比9%減の8.5兆円となった。市場シェアは11%で大きな変化はなかった。当社において活発に取引されていた銘柄を見ると、ソフトバンクグループや任天堂といった大型株の他、バイオ銘柄やDX銘柄を中心とした新興市場銘柄の取引が目立った。当社の売買全体に占める新興市場銘柄の比率も伸びており、4月以前は20%程度だった比率が直近では30%を超えるなど、高い水準で推移している。

信用取引買残高については、9月末時点で2,100億円と、6月末時点から大きく変化はしていない。当社顧客のポートフォリオの状況を見ると、信用取引買残高に対する評価損益率

は足元で-9.3%である。新興市場における評価損益率は-16.4%と 10 月以降悪化しており、全体の評価損益率を引き下げている。実現損益の状況を見ると、2 月下旬以降の株価急落で、顧客は多くの実現損を出しており、今年度の 2 月、3 月だけで 500 億円を超える実現損となった。5 月以降、株価のリバウンドに伴い実現益となっているが、2 月、3 月の実現損を取り戻してはならず、顧客のポートフォリオは回復しきったわけではない。

新規口座開設数については、月間 7,000 口座程度で推移している。株価急落直後の 3 月は月間 14,000 口座の開設があり、4 月、5 月、6 月も月間 9,000 口座程度の開設があった。第 2 四半期の口座開設ペースは、その水準と比較すると減少しているものの、昨年と比べると依然として高い水準を維持している。

最近の取組み

当社は従来、株式ブローキング業務に特化していたが、今後は低コストのビジネスモデルを維持しながらも、株以外のサービスラインアップを拡充していく。昨年以降、株の取引手数料無料化に向けた動きが相次いだ。今後はこうした流れを前提に、収益構造の見直しを図るため、株以外の収益源、とりわけトレーディング収益と預かり資産からの収益拡大に注力していく。

トレーディング収益拡大に向けた取組みとして、まず注力するのは FX ビジネスである。現在、他社比で劣位しているサービススペックの見直しを行っており、その取組みの第一弾として、7 月から全通貨ペアのスプレッドを縮小した。その結果、売買代金が 2 倍に増加した。しかし、まだ他社に対して競争力のあるスプレッドを提示できてはいない。今後、更なる見直しを行い、他社と同レベルの水準までスプレッドを縮小する。また、サービスの見直しに合わせて、新規顧客の獲得を強化する。今後は FX を取引する顧客層をターゲットに、積極的なプロモーションを仕掛けていく。

預かり資産からの収益拡大に向けた取組みとして、貸株サービスの強化に取り組んでいる。昨年 12 月には、信用取引の担保にしている株式でも貸株サービスの利用を可能とした。その結果、貸株残高は大幅に増加し、サービス拡充以前と比較すると、約 4 倍に増加した。一方、サービスの認知度の低さが課題となっており、顧客サイトにおける動線の改善や、サービス周知を図る情報提供など、継続して認知度向上に取り組む。

投資信託ビジネスについては、4 月から毎月現金還元サービスを開始している。これは、対面型の証券会社を中心に、他社から顧客獲得を図るものであるが、認知度の向上が課題となっている。今後、テレビ CM の実施など、マスマーケティングを展開し、プロモーションの強化を継続することで、認知度向上および投信残高の拡大に繋げていく。

今後は、当社が提供するサービス全体のクオリティを継続的に引き上げていきたいと考えており、上記施策の他、スマホアプリをはじめとした取引ツールの改善や、顧客とのコミュニケーションの充実を図るため、新規顧客向けにはマーケティングを強化し、既存顧客向けには、取引活性化に向けた顧客体験価値を高める投資情報の充実に取り組んでいく。

以上

本資料に記載されている事項は、説明会開催時点における当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがあります。なお、本資料で使用するデータおよび表現等の欠落・誤謬等につきましてはその責を負いかねますのでご了承ください。本資料は将来の予測等に関する情報を含む場合がありますが、これらの情報はあくまで当社の予測であり、その時々状況により、変更を余儀なくされることがあります。なお、変更があった場合でも、当社は本資料を改訂する義務を負いかねますのでご了承ください。

大正7年創業以来、昔も今も個人のお客様とともに

