

2021年3月期第3四半期 決算説明会要旨

決算の状況

2021年3月期第3四半期の業績は、営業収益が216億円(前年同期比24%増)、経常利益は92億円(同44%増)、当期純利益は77億円(同76%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。

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119億円と、株式売買代金の増加に伴い、前年同期比44%増加した。金融収支については、信用取引平均残高の増加や貸株に関する収益の増加に伴い、67億円(同17%増)となった。トレーディング損益は6億円(同27%減)となった。

販管費は114億円(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に加え、プロモーション強化に伴い広告宣伝費が増加したこと、売買代金の増加に伴い取引所・協会費が増加したことによるものである。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3四半期は営業収益が74億円(直前四半期比5%増)、経常利益は33億円(同13%増)、当期純利益は23億円(同33%減)となった。当期純利益で減益となっているのは、直前四半期で投資有価証券売却益を計上したためである。収益の内訳を見ると、委託手数料のうち、株式・ETFの手数料は、株式売買代金の増加に伴い40億円(同9%増)となった。金融収支は、信用取引平均残高の増加に伴い24億円(同5%増)となった。また、販管費は38億円(同3%増)となった。大きな変動はないが、プロモーション強化に伴い広告宣伝費が増加している。

株主還元については、1株当たり20円の期末配当を予定している。中間配当は1株当たり20円の配当を実施しており、当期の予定配当額は合わせて40円である。第3四半期累計のEPSは約30円であるが、単純に年換算すると年間EPSは40円となり、現在の業績がこのまま続くと仮定した場合、今期は年間EPS並みの水準を配当することになる。

ビジネスの状況

第3四半期の株式売買代金は、直前四半期比6%増の9.0兆円となった。市場シェアは10%で大きな変化はなかった。第3四半期の特徴としては、11月のアメリカ大統領選挙後に株価が大きく上昇し、現物や制度信用を中心に比較的長めの取引を行う個人の動きが活発化した。

信用取引買残高については、12月末時点で2,200億円、足元では2,400億円を超えてお

り、着実に増加している。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-4.4%である。新興市場における評価損益率は-9.4%と11月以降改善しており、顧客が取引を活発化しやすい環境にある。実現損益の状況を見ると、昨年大きく株価が下落した2月、3月において、顧客は多くの決済損を出した。その後の株価上昇に伴い益となっているが、依然として昨年2月、3月の決済損を取り戻してはいない。ただし、株価上昇に伴う買い余力の増加や、新たな資金流入も見られ、顧客の取引意欲は引き続き旺盛である。

顧客の取引状況について、市場別売買代金比率を見ると、昨年5月以降、新興市場の比率が30%近くに上昇している。当社で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を除くと、バイオ関連や在宅、EC、DX関連銘柄などが上位に並んだ。また、直近IPOした銘柄が活発に取引され、上位にランクインする動きも目立った。11月以降は株高の流れを受けて大型株の売買が増加したため、新興市場比率は低下したが、昨年度と比較すると高い水準である。なお、1月はウェルスナビやバルミュールなど、12月に上場した銘柄が活発に取引され、上位にランクインしている。

新規口座開設数は、月間7,000口座程度で推移している。昨年3月以降のピーク水準からは落ち着いてきたが、一年前の水準と比較すると、高水準で推移している。なお、一部メディアで若い世代の口座開設が増えているといった報道があるが、当社においては新規口座開設者の年代別構成に大きな変化はない。

取組み施策

当社はお客様から選ばれる証券会社になるべく、「商品サービスのラインアップ拡充」「継続的なサービスクオリティの引き上げ」「顧客とのコミュニケーションの充実」を課題としており、各種施策に取り組んでいる。

まず、FXビジネスについて、3月までにスプレッドの縮小、最低取引単位の引き下げ、取扱通貨ペアの拡充を実施する。コアターゲットは20代から40代の若年層とし、新ブランド・新サイトを立ち上げ、今後は新たな顧客獲得に向けてプロモーションを強化し、収益拡大につなげる。次に、信用取引ビジネスについて、短期信用取引を開始する。優待の権利取りに活用できる銘柄を中心に新規売り銘柄を拡充し、売残高の拡大を目指す。また、ウェブサイト上から簡単に発注できるクロス注文を主要ネット証券で初めて導入した。優待の権利取得や返済期限の繰越に活用でき、顧客の利便性が向上する。こうした取組みを通じて、信用残高および収益の拡大につなげる。貸株ビジネスについては、顧客の保有株式に応じて、実際に獲得できる貸株料を取引画面内に表示する機能を追加したことで、既存顧客におけるサービスの認知度が向上した。また、未利用者向けのテレマーケティングを実施するなど、貸株残高拡大に向けた取組みを実施している。投信ビジネスについては、プロモーションを積極的に展開している。既に投資を始めている方へは、信託報酬の一部を現金で受け取れる現金還元サービスを訴求することで、対面型の証券会社を中心に他社からの顧客獲得を図る。これから投資を始める方へは、ライフイベントを切り口として資産形成を訴求するプロモーションを継続して実施する。その他、IPO案件の獲得についても継続して取り組んでいる。昨年、IPOに関する専門の部署を設置し、人員を拡充した。多くの

IPO 候補企業にアクセスするため、有力な VC に投資を行い、案件獲得につながる接点を拡大している。すでに有力 VC8 社に出資しており、今後も出資先を拡大していく予定である。

3 月下旬より、新しいスマホアプリの提供を開始する。当社はネット証券で初めて、株式取引のスマホアプリを導入したものの、慣れ親しんだ顧客の使い勝手を考慮し、積極的な改修を進めてこなかった。そのため、若い世代のユーザーからは使いにくいといった声が多くあがっていた。今後は、デジタルネイティブ世代にも受け入れられやすいデザインや操作性を意識したスマホアプリを提供する。

今後、顧客に有益な投資情報を提供することが重要と考えており、その取組みの一つとして、3 月に動画配信サイトを開設する。顧客の取引意欲が湧くような情報提供を目指し、投資のアイデアやテーマ銘柄、リアルタイムのマーケット情報などの提供を予定している。将来的には当社顧客限定のプレミアムコンテンツの配信なども検討している。また、昨年より、初心者向けの投資入門コンテンツとして、お笑いコンビのマヂカルラブリーとコラボした動画を配信しているが、M-1 グランプリ優勝後、視聴者数が急増している。その他、昨年 12 月に「株の取引相談窓口」を開設した。専門のオペレーターが専門的・客観的な情報に基づいて、銘柄探しや取引タイミングの相談等に対応する新しいサービスであり、「相談できるネット証券」を実現していく。

今後のマーケティング戦略については、当社はグループ企業からの送客がないため、積極的な広告展開を実施し、新規顧客の獲得に力を入れていく方針である。個人投資家には選ばれる証券会社になるためには信頼性が重要であり、信頼性は知名度に基づいている。現在、東京ドームのベンチ広告やテレビ CM の放映を開始しているが、今後も効率性を考えながら顧客接点の拡充を図り、認知度向上に向けたマーケティングに取り組んでいく。

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。