DZH IR Report

November 21, 2016

ヒロセ通商

東証 JQS　7185

ヒロセ通商
近畿財務局長（金商）第41号

Contents

企業レポート
「徹底して顧客満足度を追及する」

社長対談「お客様のニーズを組み上げる」
細合代表取締役社長×鈴木一之アナリスト

本レポートの末尾に重要なお知らせを掲載しておりますので必ずお読みください。

東証 JQS　7185

ヒロセ通商とはどんな企業なのか

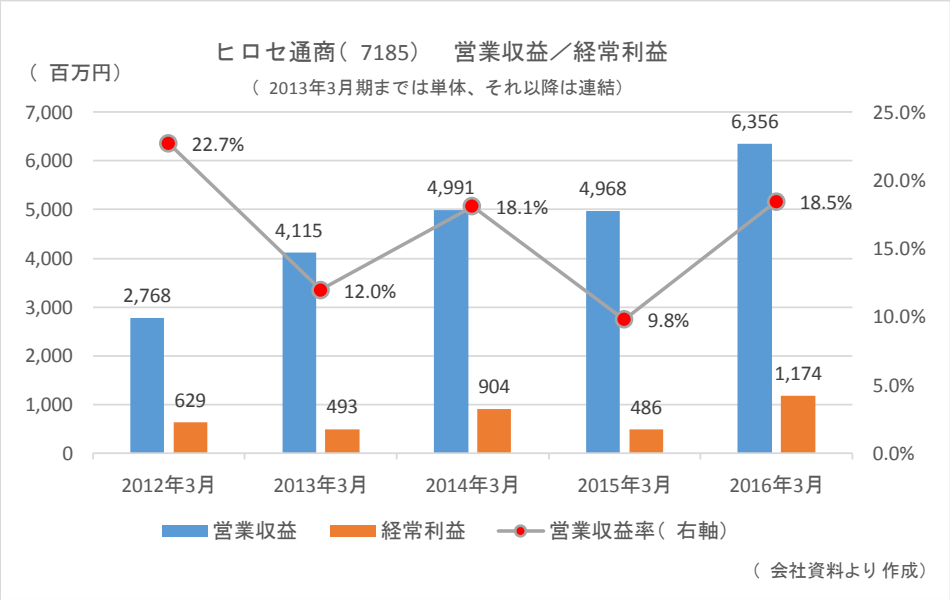
ヒロセ通商（7185）

（1） 会社の歴史、プロフィール

ヒロセ通商（以下、同社とする）は第一種金融商品取引業者として、外国為替証拠金取引ツール（以下、FX 取引とする）である「LION FX（ライオン・エフエックス）」を提供している。

2004 年に会社を設立し、10 年余にして 2016 年 3 月に JASDAQ 市場に上場した。対面取引は行わず、すべてオンラインのみでサービスを提供している。ユーザー重視のスタンスを徹底したローコストオペレーションが特徴で、売上高営業利益率は 2 割近くに達する。

同社の提供するインターネット FX 取引システム「LION FX」はユーザーの視点に立った利便性の高いプラットフォームとして、オリコン DD 株式会社が実施した 2015 年の「オリコン日本顧客満足度ランキング」の FX 取引部門において、総合第 1 位の評価を獲得した。2013 年～2015 年も第 1 位であるため、3 年連続で国内トップの人気を誇っている。



同社は現・社長である細合俊一氏が 2004 年 3 月に 8 名で創業したところから始まった。細合氏はそれまで商品先物会社のバックオフィスに 20 年余勤務した経験があり、今後は FX 取引が拡大するとの判断から起業を決断した。その際に重視したのが徹底的にユーザーと向き合う姿勢である。

2005 年 9 月にインターネット取引システム「Hirose-FX」を開始し、ネット取引へと本格的にシフトしていった。2006 年 5 月にはそれまで業界の常識だった 10,000 通貨単位の取引単位を、初めて 1,000 通貨単位に引き下げるサービスを提供。顧客の利

東証 JQS　7185

ヒロセ通商
近畿財務局長（金商）第41号

便性を重視するスタンスをはっきりと打ち出し、その後も 24 時間対応のカスタマーサポートサービス（2006 年 8 月）、即時入金の「クイック入金サービス」、取扱通貨ペア 200 以上など、FX 業界に先駆けて新しいサービスを提供してきた。

FX 業界では後発だったが起業直後から、顧客からの預り金を会社の自己資金と完全に分離・保管すること、FX という取扱商品の性格上、顧客に取引上のリスクをきちんと理解してもらうこと、を徹底するなど信用力を高める意識をもって事業を拡大してきた。

顧客の要望を徹底して実現すれば、それだけで FX 取引のシステム基盤として利用してもらえる機会が増えると判断した。設立当初からいかにコストをかけずに顧客ニーズを実現するかという点に事業モデルの中心軸を置いてきた。今では業界でも一般的になった感のある顧客向けの「食品プレゼントキャンペーン」も、元はと言えば同社が 2007 年からスタートさせたのが始まりである。

「LION FX」の主な特徴
業界最低水準のスプレッド：0.3 銭
業界最高水準の固定スワップポイント：NZ ドル／円 60 円、豪ドル／円 50 円
取引手数料：0 円
通貨ペア数：50 種類
1000 通貨単位での取引に対応可能
カバー先数：23 行
クイック入金提携銀行：380 行
顧客サポート時間：平日 24 時間
取引ツールにさまざまな工夫

（※2016 年 11 月 24 日時点）

（同社株主通信より抜粋）

■上場FX会社のサービス内容との比較

	ヒロセ通商	GMOクリック証券	マネーパートナーズ	マネースクエア
1,000通貨単位での取引	◎（追加手数料なし）	×（1万通貨単位）	○（一部サービスで100通貨単位から）	○（取引手数料なし）
24時間サポート	◎	◎	×（7:30~23:00）	×（9:00~22:00）
ドル円スプレッド 0.3銭	◎（ドル円以外も業界最狭水準）	◎（ドル円以外も業界最狭水準）	△（10万通貨以上は0.5銭）	×
通貨ペア	50	18	18	11
既存顧客向けキャンペーン実施数	11（キャッシュバックや多彩な条件の食べ物系キャンペーン）	4（キャッシュバックキャンペーンのみ）	6（キャッシュバックやギフトキャンペーン）	3（キャッシュバックや商品券等）

（出典：2016年5月20日各社ホームページ）

（２） 企業としての特徴

ヒロセ通商の企業としての特徴は明確である。それは「徹底した顧客重視のスタンス」と、「ローコストオペレーション」の２点である。有名な「キャンペーン」は顧客重視のスタンスの一環である。

（ア）顧客重視スタンスの徹底

同社はどこよりも顧客重視のスタンスを徹底して打ち出している。FX 取引に関するユーザーからのあらゆる要望を、可能な限り具体的なサービスにすばやく反映させるという点に長けている。非常に顧客志向が強い組織である。

同社は創業以来、アンケートやネットでの広告を通じて、ひたすらユーザーのニーズを探ってきた。顧客ニーズがどこにあるのか、それを探り当てるといち早く自社のサービスとして実現していった。創業直後の、まだ自由に使える資金が潤沢でない時期でも、あまり資金をかけずに質のよいサービスをいかに工夫して提供してゆくか。その点を最大の経営課題として業績を伸ばしてきた。ここに同社の最大の特色がある。

創業後にどうやって競争の激しい FX 取扱業者の中で生き残ってゆくかを熟考してゆくうちにこのような形になったという。ユーザーからの要望をひとつずつ実現しているうちにそうなった。それが評判を呼び、口座数の増加につながり、取引量の増加にもなっている。

ユーザーのニーズは売買システムに関するもの、パソコン画面に表示される取引ツールの構成、ホームページの案内、サポート担当者の対応、サービス全般に至るまで多岐にわたる。それらの要望に素直に耳を傾け、可能な限り早く実現してゆく。それを愚直に繰り返すことによって、今ではオリコンランキングのトップにたどりついた。同社の評価を支えているのはユーザーの声である。

その背後には系列色のない、まったく独立した FX 取引業者であったことも奏功している。独立系だけに財務上の基盤は弱いが、その反面、事業上のしがらみがなくどのようなビジネスでも展開できる。何もないところから自由に事業を始められるという強みを有している。

ユーザーの利便性をいかに高めるか、インターネット専業の FX 取引業者の中核部分を全面的に顧客から教えてもらうことで、本気で勝負する場所を決めてそこで戦ってきた。ユーザーは自ら意見を述べて利便性が増すのであれば、「言わなきゃ損」ということになって集中的に意見が集まる。

要望を実現するスピードは、レベルにもよるが、会社側の志向していた方向と合致すれば当日に実現することもあるという。そのあたりの地道な努力が積み重なって、設立 10 年ほどで顧客評価ナンバーワンの評価を得るまでになったのである。

（イ）ローコストオペレーション

同社の 2 番目の特徴はローコストオペレーションである。会社設立からまだ 10 年余と日が浅く、経営基盤が比較的最近確立したということもあるが、徹底したローコストオペレーションを貫いている。

東証 JQS　7185

ヒロセ通商
近畿財務局長（金商）第41号

同社にとって事業の要諦とは、入ってくる資金よりも出てゆく資金を小さくする。この 1 点に尽きる。そうすれば事業としてはいつまでも十分に回ってゆく、そのことを熟知している。

同社は事業開始当初からこのような達観したビジネス観をもっていた。細合社長は前職である商品先物会社に勤務していた頃に、バックオフィス業務をすべて経験するという体験を持つ。毎日の証拠金の不足分（追い証）を全社規模ですべて手計算によって算出していたという経験を持っており、会社のどの部分の資金をどのように手当てすれば事業として回ってゆくか、どのような状況で立ち行かなくなるのかを熟知している。

その経験から、創業間もないビジネスにおいては言うは易く行うは難しではあるが、「入る資金よりも出る資金を小さくする」という要諦を設立当初から実践してきた。

ヒロセ通商を立ち上げて半年くらいは我慢の連続だったが、広告などを工夫してゆくうちに徐々に口座数が増えていった。口座数が増えて取引が増加してくれば収益が上がるようになる。

FX 取引はすべて相対で行われるため、同社の取引の相手方には、為替レートを提示する銀行（カウンターパーティ）が存在する。その数は 23 行にものぼり、数の上では業界トップクラスである。FX 取引は銀行から提示されるレートがいわば同社にとって卸値に当たり、顧客との取引価格が小売値となる。その差が同社の取り分となる。

顧客からの注文はできるだけ速く市場につなぐ。23 行もの銀行からレートが出てくるため、それだけ競争が生まれ、顧客の取引したいレートに近づけることができる。仮に為替変動が激しくなった場合でも、1 行でもレートが提示されれば同社の顧客は取引が可能となり、FX 取引が続けられる。顧客にとってそれだけ利便性が高まり、最終的には取引に有利になるケースが増える。その可能性が高まる。

ただしそのためにはカウンターパーティとしての取引銀行に、前もってある程度の預金を積んでおかなければならない。取引量を増やすにもその分の現預金を積み増す必要がある。貸借対照表上の外国為替取引差入証拠金が多いのはそのためである。

口座数の増加が収益の向上につながり、それが広告・宣伝の選択肢を広げ、また口座数が増えてゆくという好循環が徐々に生み出されていった。口座数を増やすには顧客のニーズに徹底的に応えることだと早い段階で気がつき、最初の特徴につながるが顧客からの要望に基づいたサービスの拡充に努めていった。その結果として設立から 10 年余で顧客満足度ランキング第 1 位に登場するまでになったという。

あらゆる工夫をローコストオペレーションにつなげているが、システム投資にはコストを惜しまず最大限の力を入れている。会社設立当時、業界には 1000 社くらいの同業者が乱立していたという。同社はいずれ業界はシステム勝負の時代になると見越して、システム開発には限られた資金の中でもかなりの部分を割くように心がけてきた。

システム開発はインターネット・イニシアティブ・ジャパン（IIJ）に外注している。自社内に開発陣を抱えると投資額が大きくなり、業績の浮沈に左右されて最先端のシステムを常備することがむずかしく恐れがあるためである。IIJ は外資を除けば、日本で最も早く商用サービスを開始したインターネットサービスプロバイダである。

日本のインターネット業界の先駆けでもある IIJ が「LION FX」の処理スピードと安定性を支えている。たとえば 1 回の FX 取引においてカバー銀行につなぐ処理速度は、当時の業界標準では 20～40 ミリ秒（ミリ秒は 1/1000 秒）ほどの速度だった。その時点を同社は 10 ミリ秒よりも短い発注タイムを IIJ に要求していた。

これによってスリッページ（発注から約定に至るまでに取引価格が変動してしまうリスク）をなくす、あるいは最小限に抑える方向を明確に打ち出した。いざという時にはロスカットもすばやく執行することができる。

また通貨単位でも、当時は他社がやらなかった 1000 通貨単位の取引でもカバー銀行につないでいった。通貨単位はまとまっていた方が銀行も喜ぶが、注文が集まるまで待っていると通貨が変動してしまう。そのリスクを避けてできるだけ速く銀行につないでいった。それによって取引量が増えることで収益も伸びていった。

いずれにしてもその時点においてできることは何か、という点を真剣に探し、それらをできるだけ早く実現してゆく。そしてそれを日々続けてゆく。大がかりな施策でも 2 か月くらいかけて実現してしまう。事業の将来はこれで開けるという確信の下にここまでやってきた。それがヒロセ通商である。

システムに力を入れている点に絡めて、同社はコールセンターの応対がとても評判のよい点も触れておかなくてはならない。

同社の顧客サポート部門の要員は 1 年以上かけて研修を受ける。ただ机上の勉強をするのではなく、口座開設から入出金、登録情報の変更、操作マニュアルなど、HP を訪れた顧客が実際に触れそうな箇所にサポート要員が実際に触れて、自分の目で使い勝手を確かめている。したがってサポート部門要員はシステムに精通しているだけではなく、顧客の問い合わせ内容から改善ポイントを聞き出すことにも長けているという。

（ウ）キャンペーン企画

同社の特色として常に挙げられる、顧客向けの「キャンペーン」にもここで触れておく。これは（ア）で既述した「顧客重視スタンスの徹底」に含められる特色だが、別項として敢えて強調しておきたい。

同社における「キャンペーン」企画とは、定められた取引回数に到達したユーザーに対して同社から記念品（たいていは食べ物）が贈られるという一種のプレゼントである。

「キャンペーン」は 2007 年半ばごろから始まったようだ。当時は FX 取引の黎明期に当たっており、大小さまざまな同業者が競合しあっていた。サービスを競い合う中でいかに埋没せずに収益を上げてゆくか、他社との差別化をどのように打ち出すかという点を真剣に模索していた状況にあった。

ある日、出張帰りの役員が新大阪駅で「551 蓬莱」の店舗で、名物の豚まんを買い求める行列を見て、「これをキャンペーンとして大口ユーザーにプレゼントしたらどうだろうか」と思いついた。同社の特色のひとつが「大阪発のＦＸ取引業者」である。大阪という特色を前面に出した「551 蓬莱の豚まん」キャンペーンがこの時から始まった。

東証 JQS　7185

hito通商
近畿財務局長（金商）第41号

「キャンペーン商品」の一例
・551 蓬莱セット(豚まん 6 個、焼売 10 個、餃子 15 個、ラーメンしょうゆ味 2 人前[1 セット])
・ビビンバ ごはん付き(1 人前～16 人前)
・とり釜めし 味付けごはん付き(1 人前～12 人前)
・卓上カレンダー2017(1 部)
・LION FX レンゲ(1 本～2 本)

キャンペーン内容
期間中(2016 年 11 月 1 日 AM 9:00～2016 年 12 月 1 日 AM 8:59 まで)に
LION FX で対象取引数量以上取引した方にプレゼント

プレゼント条件
【A コース】 片道 1400 万通貨以上のお取引で
551 蓬莱セット(1 セット)+ビビンバ(16 人前)+とり釜めし(12 人前)+LION FX レンゲ(2 本)
+卓上カレンダー2017(1 部)をプレゼント
など

キャンペーン企画は、元々は資金のないところから始まったアイディアである。それが今では自社でキャンペーン用の食品を貯蔵する冷凍・冷蔵倉庫を所有しているほどである。毎月月末にその月のキャンペーンが終了すると、それから 2 週間以内にすべての該当ユーザーに対して発送を終える。

顧客にはできる限り早くキャンペーン商品を届ける意識が徹底されており、それがまた評判を呼んで新規口座の増加、取引量の拡大につながっている。

キャンペーンとして配布される食材は、社内では広報部を中心に選定される。新規の食材を景品として選ぶ際には、毎回必ず部員で試食して吟味するそうだ。そうして現在に至るラインナップが決まっていった。時には顧客からキャンペーン商品のリクエストが来ることもあるそうで、それらも吟味した上でよいとなれば取り入れてゆく。

ここでもポイントは「いかに顧客に喜んでもらえるか」に置かれている。資金を潤沢に使えるわけでもない制約のある中で、特色ある差別化のための施策を打ち出してゆく工夫が盛り込まれている。

顧客の満足を追求し、顧客との接点を求め、何が顧客を喜ばせるか、何をすれば注目してもらえるか、話題性とサービス精神がこのようなキャンペーン企画ひとつにも表れている。顧客との関係においてキャンペーンはよい循環、よいサイクルを確実にもたらしている。

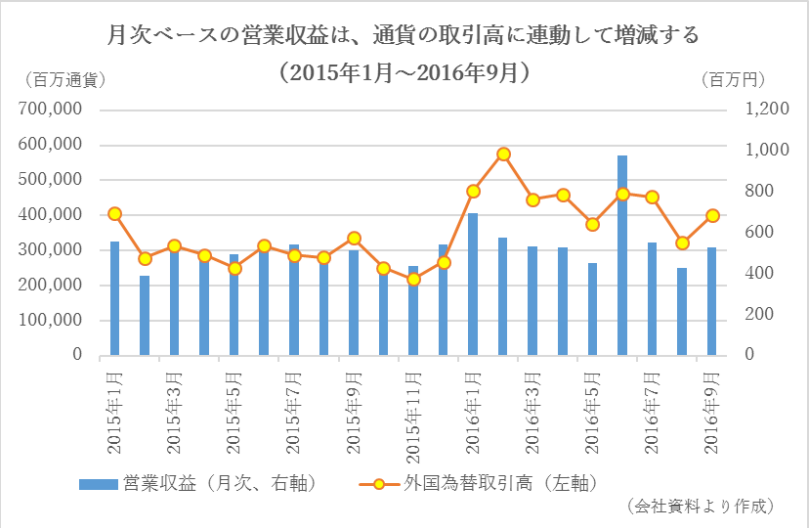
（3）事業展開

10 月 28 日に発表された 2017 年 3 月期の第 2 四半期の業績は、売上高に当たる営業収益は 34.7 億円、営業利益は 9.2 億円、経常利益は 8.9 億円だった。前期の上半期決算は公表していないので比較はできないが、前期末（2016 年 3 月期）の営業収益 63.5 億円、営業利益 12.5 億円、経常利益 11.7 億円と単純に比較しても、今上半期がかなりの好調な数字であることがうかがえる。

東証 JQS　7185

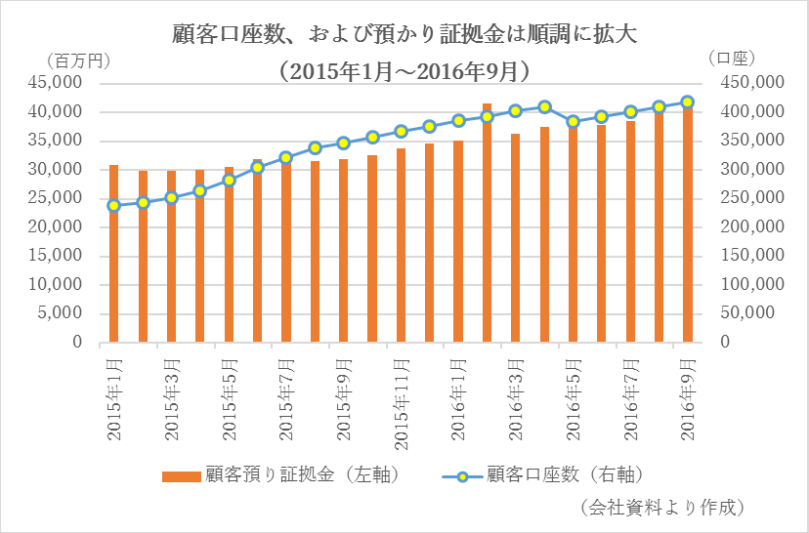
hito せ 通商
近畿財務局長（金商）第41号

上期は 6 月末にイギリスが国民投票において EU からの離脱を選択し（いわゆる Brexit 問題）、為替市場はユーロ、ドル、ポンドがともに大きく変動したことで FX 取引量も大きく伸びたことが業績にストレートに表れている。



その反動といってもよいが、7-9 月期は米国の景気動向に対する信頼が若干揺らぎ、米国の年内利上げが不透明になってきたためにドル円相場の変動幅が縮小した。これが FX 取引量の減少につながり 4-6 月期ほどの収益の伸びは見られないと考えられる。第 2 四半期末の FX 取引高は累計で 2 兆 4745 億通貨単位となった。

顧客口座数は順調に伸びている。第 2 四半期末の顧客口座数は 41 万 7686 口座となり、前期末と比べて＋3.8%増加した。またこれによって顧客からの預り証拠金は 416.9 億円となり、前期末と比べて＋14.7%の増加となった。



口座数は今年 5～6 月にかけて減少しているが、これは海外現地法人で不要になったシステムを終了したことに伴って、残っていた休眠顧客口座を抹消したことによる。その分口座数は表面的に減少した形になっているが、もともとの不稼働口座を閉鎖しただけであり、実質的には現在に至るまで口座数はほぼ一貫して増加を続けている。

東証 JQS　7185

hito通商
近畿財務局長（金商）第41号

FX 取扱業者は現在 53 社が存在する。その中にあって同社の規模はどの程度のものになるか。さまざまな比較方法があるが、やはり一定期間に売買される通貨単位で見るべきである。

その基準で見れば、同社を経由して顧客はグループ全体で前年度、3 兆 9878 億通貨単位の取引を行った。これは FX 業界の第 3 位に相当する規模で、業界内でも上位グループに入る。口座数を着実に増やす施策が奏功していることにあると言えよう。

口座数を増やすために、同社は顧客重視スタンスを徹底して強化している。そのひとつの方策が顧客からの要望を短時間で実現するサービス拡充策であり、もうひとつが商品をプレゼントする「キャンペーン」企画である。

すでに述べたように、キャンペーンは現在も定期的に実施している。今後も重点項目として取り組んでゆく考えである。キャンペーンはそれだけで独立しているのではなく、業務の重要な一環として、他の施策とともにすべてがリンクして動いている。誰からも喜んでもらえるから長続きする。それが同社の独自性であり、最大の特徴と言ってもよいだろう。

そうして口座数は着実に増加しているが、増えた口座数を減らさない努力も地道に続けている。FX 業界でしばしば耳にすることは、新規口座は毎月たくさん開設されるのだが、それとほぼ同じくらいの規模で毎月たくさん脱落してゆくという慣行である。

FX 取引で継続的に利益をあげてゆくのは決して簡単ではない。証拠金に対してレバレッジを効かせた取引を行うので、為替相場が想定した方向と反対方向に動くと、預けた証拠金を失って取引を続けられなくなる顧客が出てくる可能性がある。技量の伴わない初心者～中級者に特にその傾向が多い。

FX 取引業者としての事業拡大を強く追い求め過ぎると、顧客がすぐに離れていってしまう。事業の成長と企業の安定がなかなか両立し得ないのがこの業界のむずかしいところである。

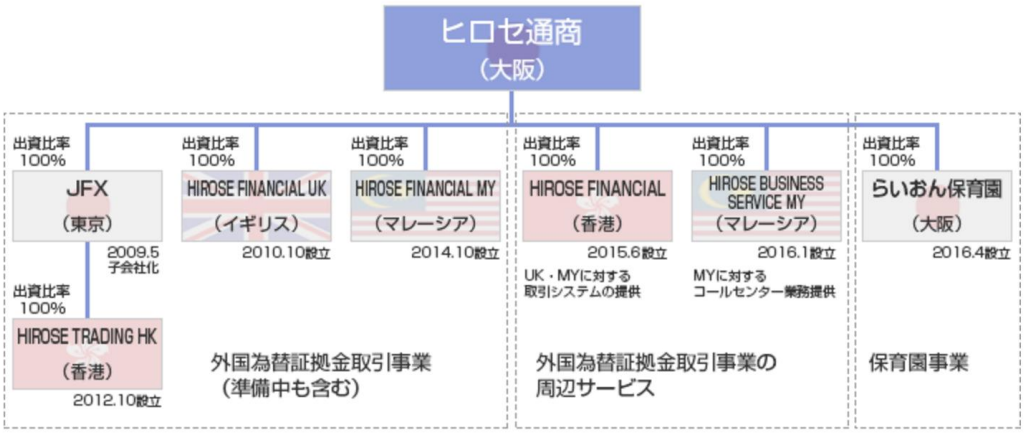
取引を開始してくれた顧客が減らないようにするにはどうしたらよいか。その部分でも同社は工夫をこらしている。

まず情報配信に関しては、FX 取引における成功のノウハウ、勝ちにつながるヒントを子会社である「JFX」の小林芳彦社長のオリジナルコンテンツとして、ブログやツイッター、ライブ動画として顧客向けに配信している。

（組織図、同社ホームページより抜粋）

東証 JQS　7185

ヒロセ通商
近畿財務局長（金商）第41号



「JFX」の小林芳彦社長は、ユーロマネー誌・日本語版の顧客投票において、「日本のディーラー・ベストセールス部門」で 6 年連続・第 1 位に輝いた実績を持つ。過去には 7 回受賞しているそうだ。その実績によってブログの訪問者数も多い。ツイッターのフォロー数も業界第 1 位という。

その小林社長がユーザーから寄せられる質問や困っている問題点、こういう方法で勝てないかという問い合わせに対して、すぐに返信を返す双方向のコミュニケーションを持っている。これが顧客をつなぎとめる工夫のひとつである。

あるいは、FX 取引で損失を出してしまった顧客に一堂に会してもらい反省会を実施している。通常はネット上でユーザー同士の意見交換を行っているが、ある時期にオフ会のような形式で会場を設定して集まってもらう。そこには小林社長にも参加してもらい、食事つきで東京、大阪で開催している。

交通費は自分持ちだが、そこで FX 取引ではいかに情報を収集し、どのように売買しどのように収益につなげてゆくかをざっくばらんに話し合う。業界でも珍しい情報交換の交流会であり、顧客からも参加してよかったという感想が多数寄せられているという。

このように口座を開設した顧客に対しては、利益が上がらない場合でも口座を閉鎖することなく無理せず取引を続けてもらえるような工夫を凝らしている。一部の資産家だけの大口取引を狙っているのではなく、広い層のユーザーに取引してもらえるような間口の広さを工夫して提供しているのである。

これらの点はロスカットに対する同社の考え方にも表れている。

同社の取引ルールには「追い証」制度がない。ここにも顧客の損益を重視するポリシーが感じられる。

「追い証」とは追加の証拠金差し入れのことである。取引通貨が当初想定していた方向とは反対に動いて評価損が膨らむと、あらかじめ定められている水準まで証拠金を補充しなければならない。それが追加の証拠金差し入れであり「追い証」と呼ばれる。

東証 JQS　7185

追い証の発生、徴収のルールは各社ごとに基準が異なる。同社の場合、評価損が膨らんで証拠金の評価額が目減りし、あらかじめ定めた証拠金率にタッチすると、「追い証」を差し入れるのではなく、自動的にそこでロスカットされるルールを採用している。

FX 取引に限らずレバレッジを効かせた金融商品の全般に言えることだが、取引を続けてゆく上で最も警戒すべき状況が「追い証の発生」である。追い証が発生するということは、例外なく現在の買い建て（売り建て）ポジションに損失が発生している状況である。

そのような状況でひとたび追い証を差し入れると、投資家はそのポジションに不必要にこだわってしまい容易にロスカットできなくなるものである。そうなると為替動向がさらに変動して損失が上乗せされると、仕舞いには差し入れる資金が尽きて FX 取引そのものから撤退を余儀なくされてしまう。そういう事態に至らないようにするために、同社は早めのロスカットを行っている。ここには追い証制度そのものが存在しないのである。

この措置は追い証に馴染んだ投資家には、ポジションがあっさり清算されてしまうため、とらえ方によっては薄情とも受けとられかねない。実際にそのような意見が顧客から寄せられることも多いそうだ。

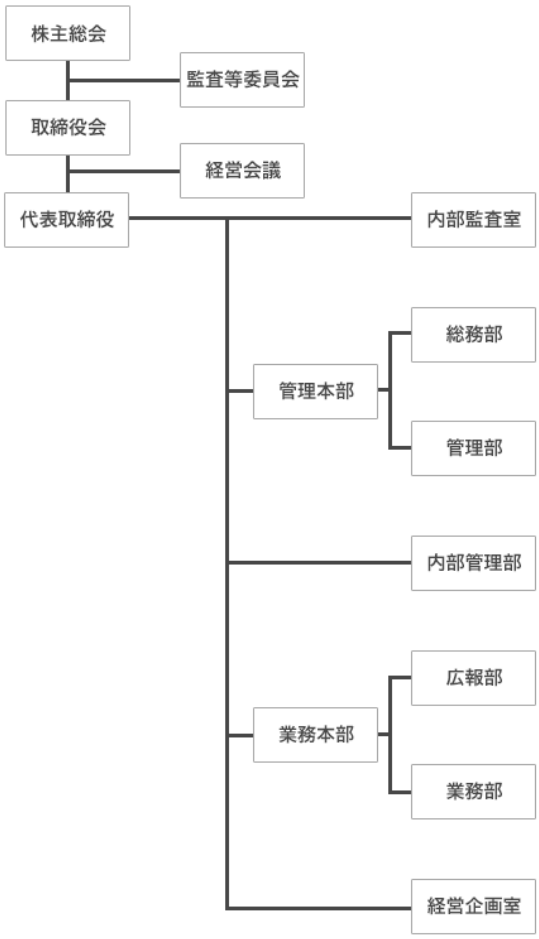
しかしそれでも（顧客からのあらゆるニーズに応える方針を掲げている）同社にしても、この追い証のルールだけはこれまで変更せずにやってきたそうだ。その方が顧客の資産を守ることにつながると同社は考えているためである。顧客からのニーズに応えない措置は、後にも先にもこの部分に関してだけだそうだ。今後も当分はルールを変更するつもりはないという。そのスタンスが顧客ニーズにつながり、顧客の資産を守ることにつながる。

現在の社員数は約 80 名、単体では 50 名強になる。組織としては、業務部、広報部、管理部、総務部、内部管理部、経営企画室などに分かれる。

このうち顧客対応や経営上のアイディアを出すのは主に業務本部に属する業務部と広報部である。常識に縛られず、安易な妥協はせず、自分の可能性を信じて、業界全体が伸び続けている FX 業界においてさらに高い伸び代を求めてゆく。FX 業界の拡大する余地は計り知れない。

（同社ホームページより抜粋）

東証 JQS　7185



（4）まとめ

同社の今後のビジネス展開を見通すうえで最も着目すべき点は、国内の FX 市場はまだ十分に伸びる余地があるという点である。FX 業界全体で顧客預かり証拠金はまだ 2 兆円にしか達していない。これは国内の他の金融商品の残高と比較してもまだ小さいと同社は考えている。

今後はハードユーザーの声をさらに進化させてゆくとともに、FX 取引をまだ一度も経験していない層を取り込んでいくことを考えている。やはりそこでも顧客からの声に最大限耳を傾けていくことを重視してゆく方針である。そのための広告宣伝戦略に工夫を凝らしてゆく。

また海外市場の成長性にも目を向けている。すでにロンドンとマレーシアに現地法人の子会社を設立しているが、顧客の開拓が進みこの分野は今後も力を入れてゆく方針である。

強力にアピールしてはいないが、同社は社会貢献にかなり力を入れている。特に海外での社会貢献については、企業理念にもある「FX 取引を通じて世界の人々に平等な投資のチャンスを提供する」ため、あらゆる人に投資してもらうという意識から始まっている。

東証 JQS　7185

元々は海外で FX 事業を展開する上で、リサーチ目的の要素が多分にあった。2016 年 11 月現在は東ティモールに幼稚園を建設して寄付しているが、東ティモールに建設した幼稚園で学んだ子供たちが成長して、ゆくゆくは現地で同社の支店作りに参加し、そこで活躍してもらうのが理想と考えている。

今はまだ限定された地域での活動にとどまっているが、いずれはもっと世界に広げてゆく考えである。

国内では「らいおん保育園」の名称で保育園を運営している。これは社員からの要望を実現したひとつのケースである。

同社の社員の半分は今も昔も女性である。入社して 3～5 年勤務して、実務に習熟してフル戦力になったとたんに結婚して、子供が生まれたら辞めていってしまう。それがお互いに残念に感じていた。そこでグループ内に自分たちの保育園を持とう、ということになった。さっそく本社に近接したところに保育園を設立し、社員以外のお子さんも受け入れることにした。

こうしてアイディアや創意工夫を散りばめた経営を貫いている。創業してまだ日が浅いころから業界内の競争を戦っていかなければならず、資金的に余裕のないところで自然と知恵を出すようになった。通貨ペアを 50 種類も用意し、1000 通貨単位でも取引に応じ、顧客からの声に耳を傾け、ビジネスに資する工夫を続けてきた結果、各種ランキングの向上につながっていったのである。

現在の口座数は 41 万口座を超えたばかりである。FX 取引への取引機会の拡大を考えるならば、この数字は工夫次第でまだまだ伸びると考えている。

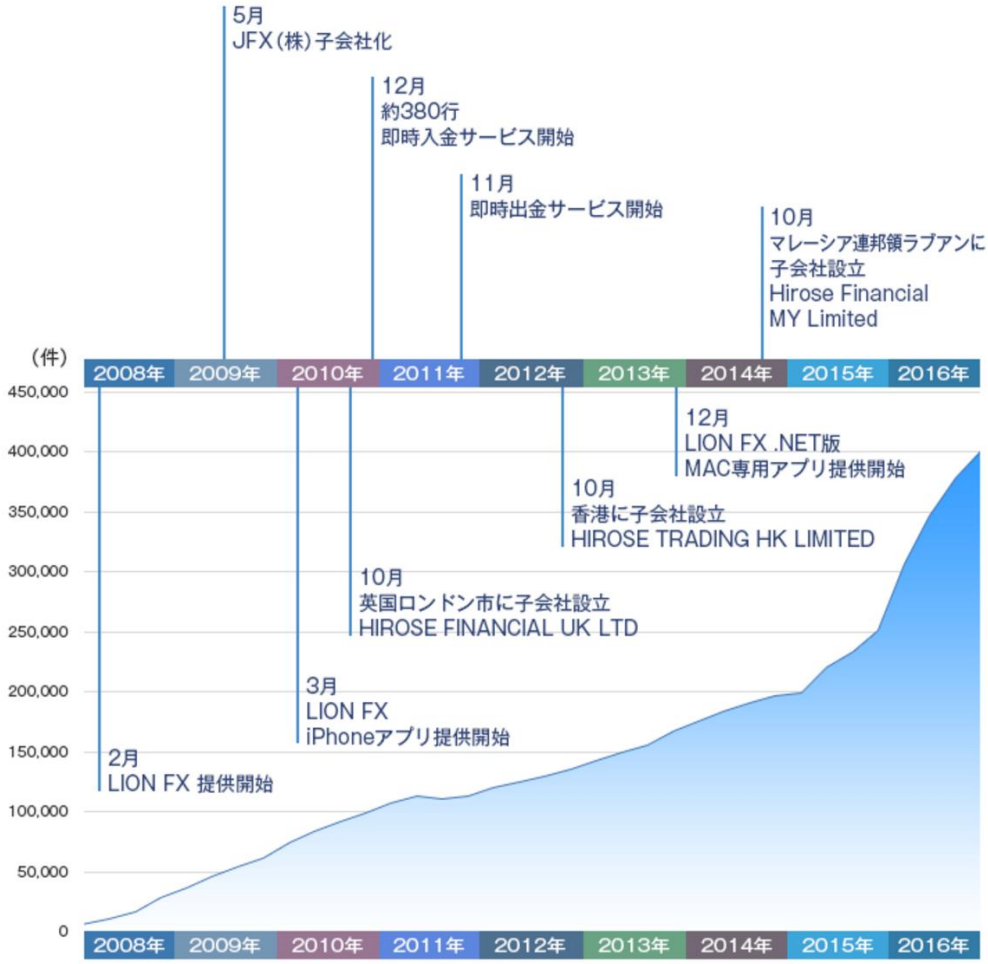
（5）顧客重視のスタンスに「株主重視のスタンス」を加える

2016 年 3 月に JASDAQ に株式を上場した。これによってそれ以前は意識したことのなかった「投資家からの評価」というものに直面することとなった。現在の FX 取引のユーザーと同様、株主、投資家にも同社のファンになってもらいたいという意向を持っている。

FX 取引のユーザーと同じ感覚で、投資家にも一緒にメリットを得られるようなスタンスで臨みたいと強く考えている。IR 活動ひとつをとってみても、ある程度の定型的なフォーマットはきちんと踏まえた上で、投資家に喜んでもらえるような付加的なサービスを自ら考えて実践してゆきたいと考えている。その部分では他のどこにも負けないという自負がある。これまでの同社の軌跡を見ればそれがよくわかる。

（同社ホームページより抜粋）

東証 JQS　7185



さっそく 9 月末時点の株主に対して株主優待制度を開始した。FX 取引での「キャンペーン」で好評を博したプレゼント商品を中心に、100 株以上 1000 株未満の株主に 1 万円分、1000 株以上の株主に 3 万円分の商品を配る。

（同社ホームページより抜粋）

東証 JQS　7185

hito通商
近畿財務局長（金商）第41号

株主に対する取り組みが本格化するのはこれからである。何よりも会社が成長し続けることが重要である。会社の利益が拡大し続ければ株価は上昇する。株主に喜んでもらうにはそれが一番と考えている。

同社の収益は為替レートの変動幅に依存している。為替動向に大きく左右されるという宿命を持っている。今月の収益がどのレベルで着地するかは月初の時点ではまったくわからないのが実情である。

したがって上場企業として収益を伸ばしどんな荒波にも耐えられるようにするには、固定費を大きくしないことが絶対条件となる。為替の値動きが縮小し市場全体の取引量が少なくなれば、銀行取引やシステム運用上の費用は売り上げに応じて変動するようにして、費用は努めて少なくする。その上でこれまで通りに口座数の拡大と預かり証拠金の増大に努めてゆく。

以上のような経営ポリシーを貫いた企業経営を行ってゆくことで、赤字を出さない方針を継続してゆく。長年にわたって収入として入ってくる分の資金しか出費しない収益構造を作ってきたという自負がある。

売り上げの見通しは簡単には立たないが、赤字にならなければ株価は純資産に沿った倍率（PBR）に沿って動いてゆくと考えられる。そのような考えに立って、口座数と預り証拠金残高の拡大に努めてきた。この傾向が止まらない限り同社の成長は続いてゆく。今はまだその時ではない。

以上

鈴木 一之（すずき・かずゆき）氏
株式アナリスト
1961 年生まれ。1983 年千葉大学卒、大和證券に入社。1987 年に株式トレーディング室に配属。2000 年よりインフォストックスドットコム、日本株チーフアナリスト。相場を景気循環論でとらえるシクリカル銘柄投資法を展開。2007 年よりフィスコ　シニアフェロー。2011 年よりフリー。現在はラジオ NIKKEI、BS12「マーケット・アナライズ plus」、ストックボイス「東京マーケットワイド」に出演中。

東証 JQS　7185

本レポートは、株式会社DZH フィナンシャルリサーチ（以下、「当社」と称します）により作成されたものです。
本レポートは、当社が信頼できると判断した各種データ、公開情報に基づいて作成しておりますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。ここに示したすべての内容は、当社で入手しえた資料に基づく現時点での判断を示しているに過ぎません。当社は、本レポート中の情報を合理的な範囲で更新するようにしておりますが、法令上の理由などにより、これができない場合があります。
本レポートは、お客様への情報提供のみを目的としたものであり、特定の金融商品の売買あるいは特定の金融商品取引の勧誘を目的としたものではありません。また、本レポートによる情報提供は、投資等に関するアドバイスを含んでおりません。本レポートにおいて言及されている投資やサービスは、個々のお客様の特定の投資目的、財務状況、もしくは要望を考慮したものではありませんので、個々のお客様に適切なものであるとは限りません。本レポートで直接あるいは間接に取り上げられている金融商品は、発行者の経営・財務状況の変化及びそれらに関する外部評価の変化、株価・金利・為替の変動などにより投資元本を割り込むリスクがありますが、当社は一切その責任を負いません。
当社およびグループ会社は、本レポートの論旨と一致しないレポートを発行している場合があり、また今後そのようなレポートを発行する場合もあります。当社、グループ会社およびその役職員は、本レポートに記載された金融商品について、ポジションを保有している場合があります。本レポートでインターネットのアドレス等を記載している場合がありますが、当社自身のアドレスが記載されている場合を除き、ウェブサイト等の内容について当社は一切責任を負いません。本レポートの利用に際しては、お客様ご自身でリスク等についてご判断くださいますようお願い申し上げます。
本レポートは、当社またはグループ会社、その他情報源の著作物であり、著作権法により保護されております。当社またはグループ会社、その他情報源の事前の承諾なく、本レポートの全部または一部を複製、転送、翻訳等により使用することを禁じます。