

東海東京フィナンシャル・ホールディングス 個人投資家向けオンラインセミナー

代表取締役社長
合田 一朗

2023年12月27日

未来をつなぐ、 心をむすぶ。

目次

I. 当社グループの概要

II. ビジネス環境

III. 中期経営計画「“Beyond Our Limits” ～異次元への挑戦」の進捗

IV. 新時代への挑戦

V. 資本政策

I .当社グループの概要

I. 当社グループの概要

■ 上場 東証プライム・名証プレミア (証券コード 8616)

■ 純資産 1,864億円

■ 預かり資産 96,438億円 (グループ全体)
71,502億円 (東海東京証券)

■ 時価総額 1,263億円

■ 従業員数* 2,899人 (グループ全体)

■ 店舗数
64 店舗 (東海東京証券)
62 拠点 (提携合併証券)
5 拠点 (丸八証券)

(2023年9月末現在)

* 投資アドバイザー、アセットアドバイザー、
臨時社員、派遣社員を除く

地銀戦略
提携合併証券7社

東海地域での
ブランド力

ハイレベルな
トレーディング力

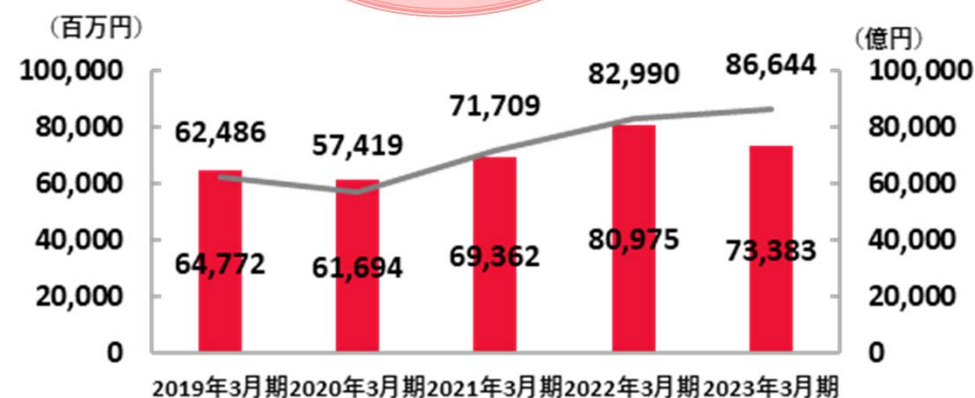
 **TTFG**
の強み

富裕層ビジネス

教育体制の
充実

デジタル化の
推進

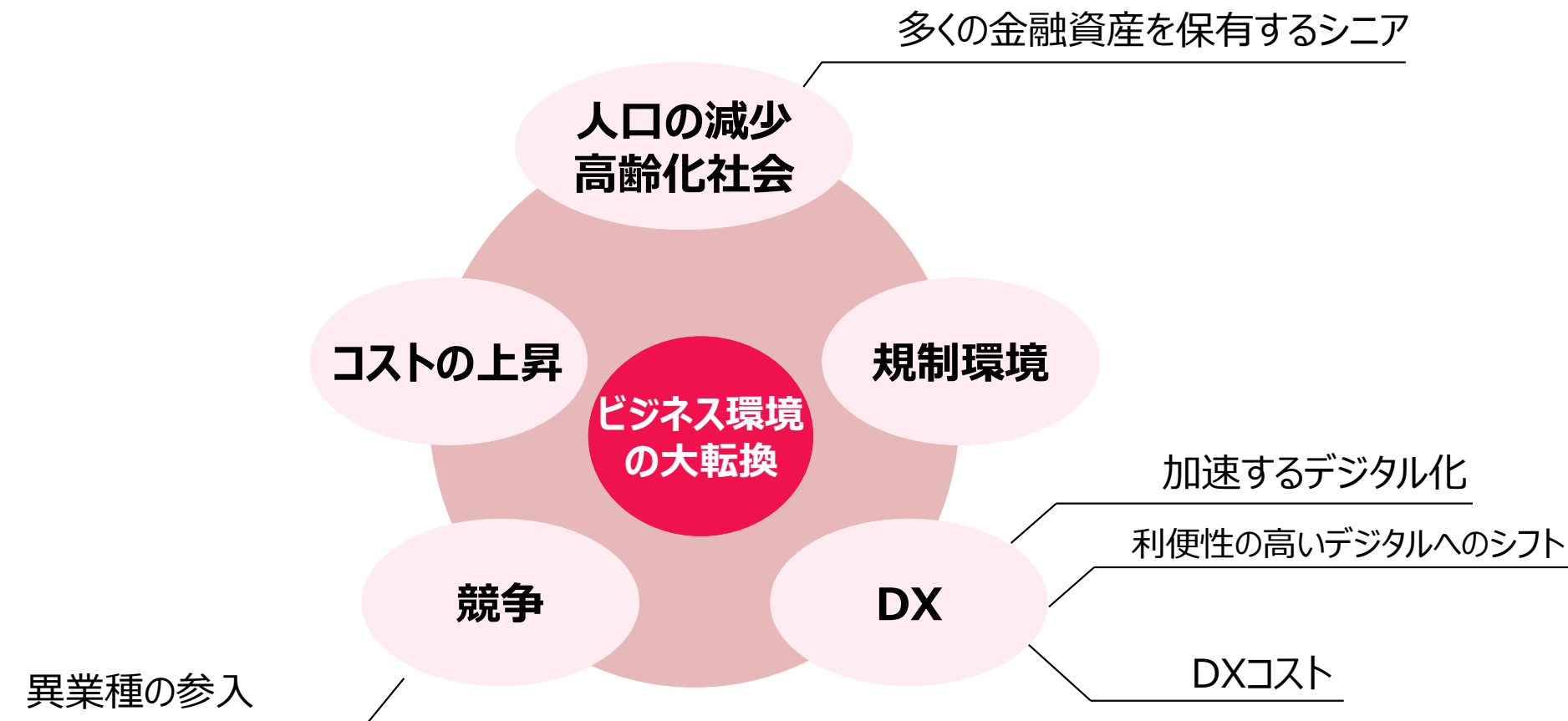
多様なビジネス
ポートフォリオ



営業収益 預かり資産

Ⅱ. ビジネス環境

Ⅱ.ビジネス環境



Ⅱ.ビジネス環境

岸田政権の新しい資本主義

人的投資
(資産所得倍増)

資産所得倍増



- ・NISAセンターの設立
- ・職域事業への活動

脱炭素・DX



- ・TCFD提言に沿った情報開示
- ・GXリーグへの参加
- ・SDGs債の引受

イノベーション



- ・DX銘柄への選定3年連続

写真：アフロ

スタートアップ



- ・中部・東京
オープンイノベーションカレッジ

Ⅱ.ビジネス環境

世帯の純金融資産保有額2,000兆円
(2021年)

1世帯平均

超富裕層
(5億円以上)

105兆円
(9.0万世帯)

約16億円

富裕層
(1億円以上5億円未満)

259兆円
(139.5万世帯)

約1.8億円

準富裕層
(5千万円以上1億円未満)

258兆円
(325.4万世帯)

約7.9千万円

マ
ス
ア
フ
ル
エ
ン
ト

アッパーマス層
(3千万円以上5千万円未満)

332兆円
(726.3万世帯)

約4.5千万円

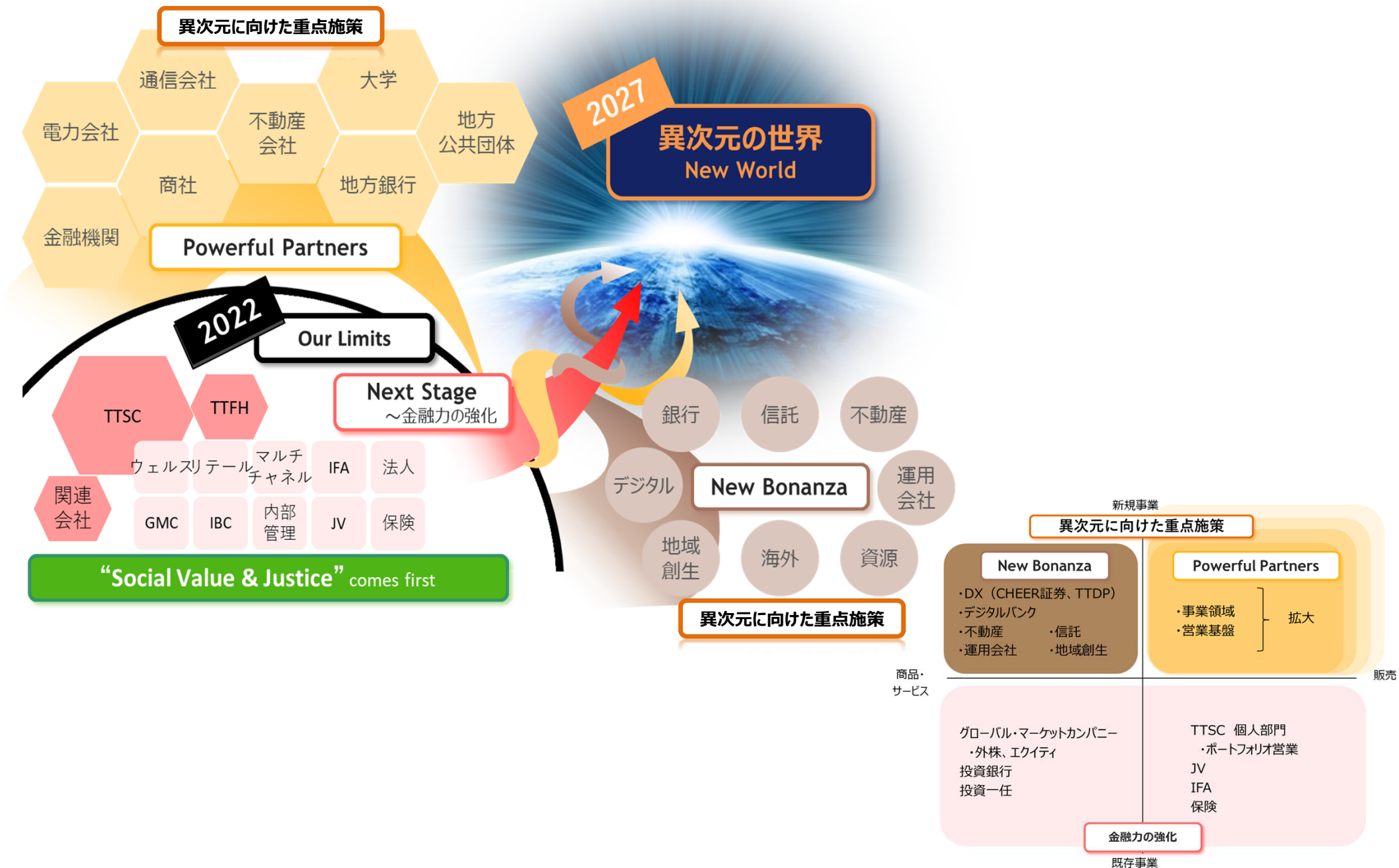
マス層
(3千万円未満)

678兆円
(4,213.2万世帯)

約1.6千万円

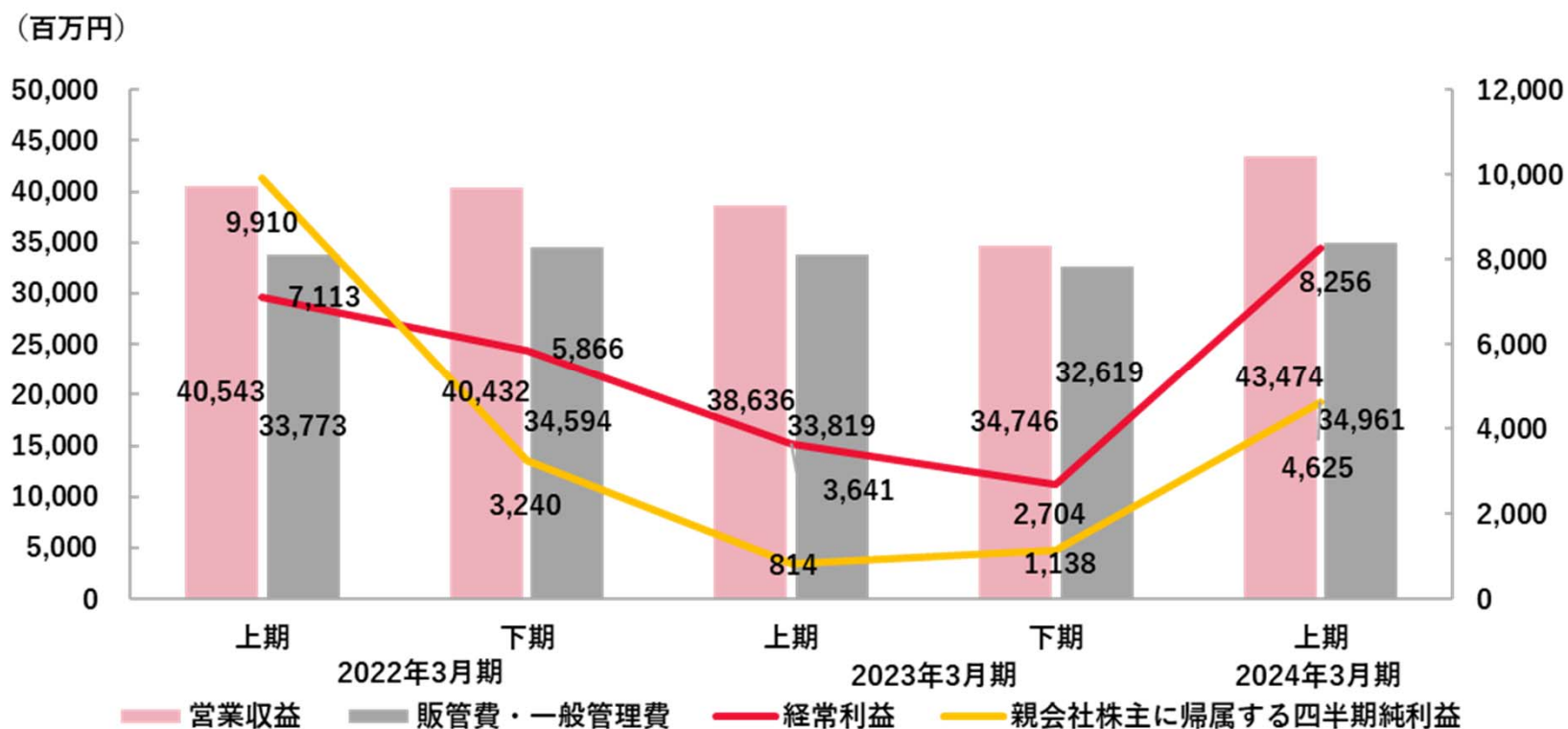
Ⅲ. 中期経営計画「“Beyond Our Limits” ～異次元への挑戦」の進捗

Ⅲ.中期経営計画「“Beyond Our Limits” ～異次元への挑戦」の進捗



Ⅲ.中期経営計画「“Beyond Our Limits” ～異次元への挑戦」の進捗

半期ごと業績推移（TTFH）



特徴

（１）TTSCの業績回復

- ・個人営業部門
（リテール、ウェルスマネジメント）の回復
- ・グローバル・マーケットカンパニーの堅調な業績
（外国株式及びデリバティブ取引の拡大、法人ビジネスの拡大）

（２）その他

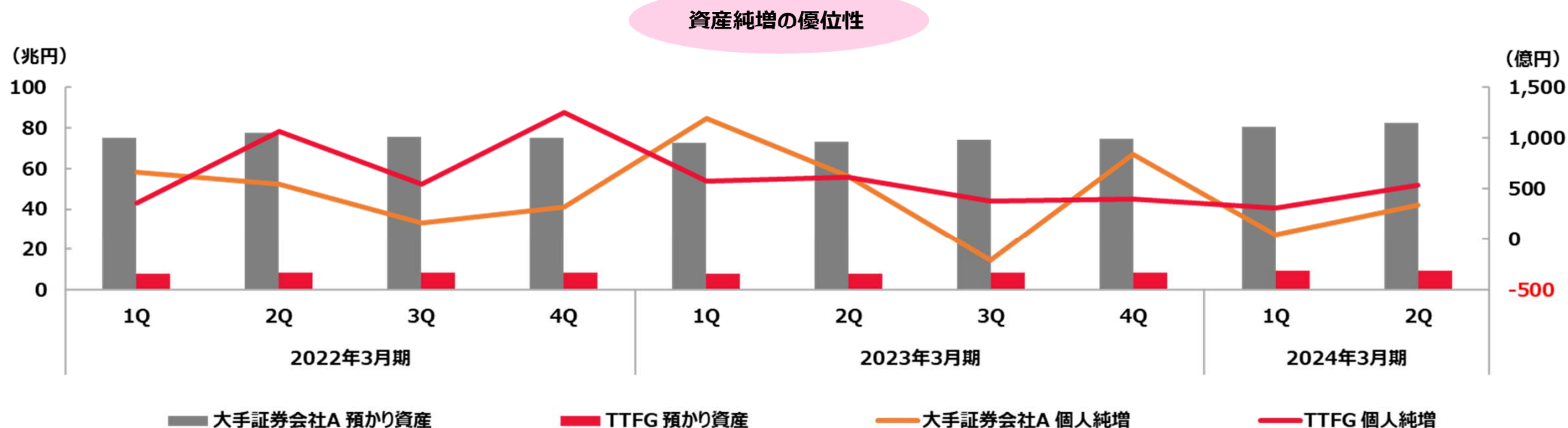
- ・提携合併・丸八証券の業績回復
- ・安定的な保険収入
- ・投資会社（TTGI※）の業績貢献
※東海東京グローバル・インベストメント
- ・D X 先行投資の増加

（３）経費の上昇の抑制

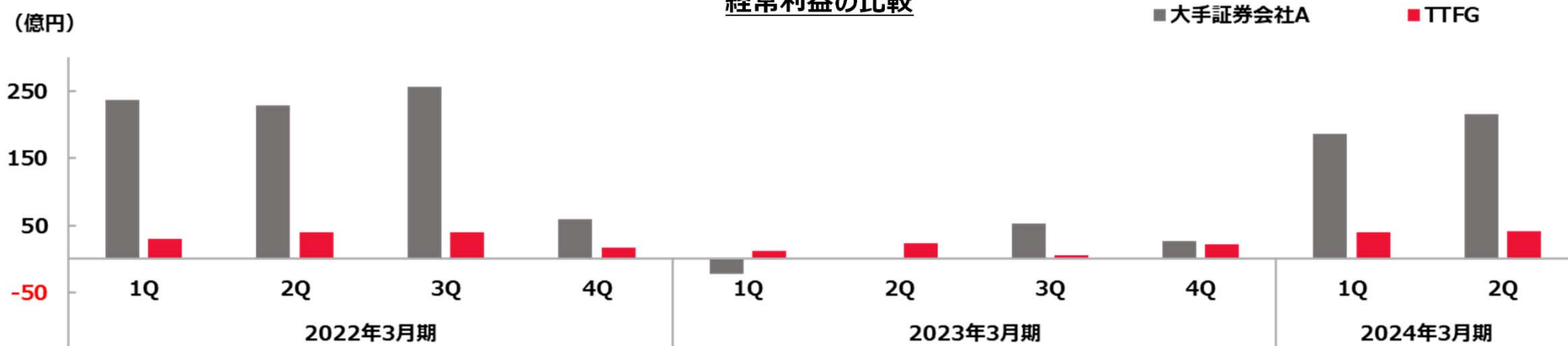
- ・人件費を除く費用は概ね前年度比横ばいを維持
- ・店舗再編、固定費抑制・効率化の推進

Ⅲ.中期経営計画「“Beyond Our Limits” ～異次元への挑戦」の進捗

預かり資産、純増の比較



経常利益の比較

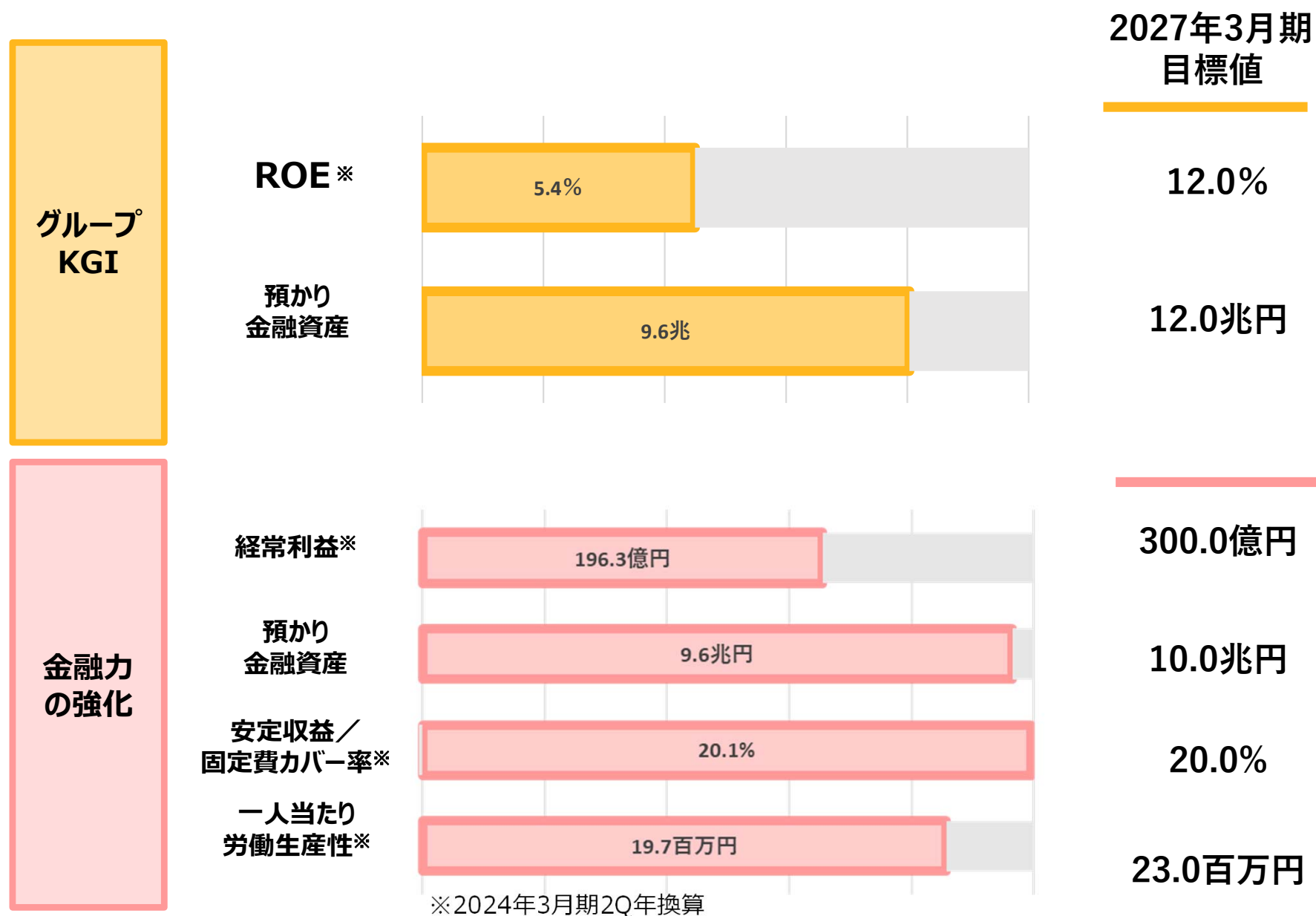


Ⅲ.中期経営計画「“Beyond Our Limits” ～異次元への挑戦」の進捗 | KGI、KPI

		2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2027年3月期
財務 KPI	金融力の強化				
	経常利益 ＜計画＞	178億円	210億円	250億円	300億円
	経常利益	91.9億円	196.3 億円※	—	—
	安定収益/固定費 カバー率	18.6%	20.1%※	18%	20%
	異次元に向けた重点施策				
	経常利益 ＜計画＞	△28億円	△21億円	△30億円	60~100億円
Group KGI	(3)経常利益	△28億円	△31 億円※	—	—
	グループKGI				
	預かり金融資産	8.6兆円	9.6兆円	—	12兆円
	ROE	1.1%	5.4%※	10%	12%

※ 2024年3月期 2Q実績を年換算

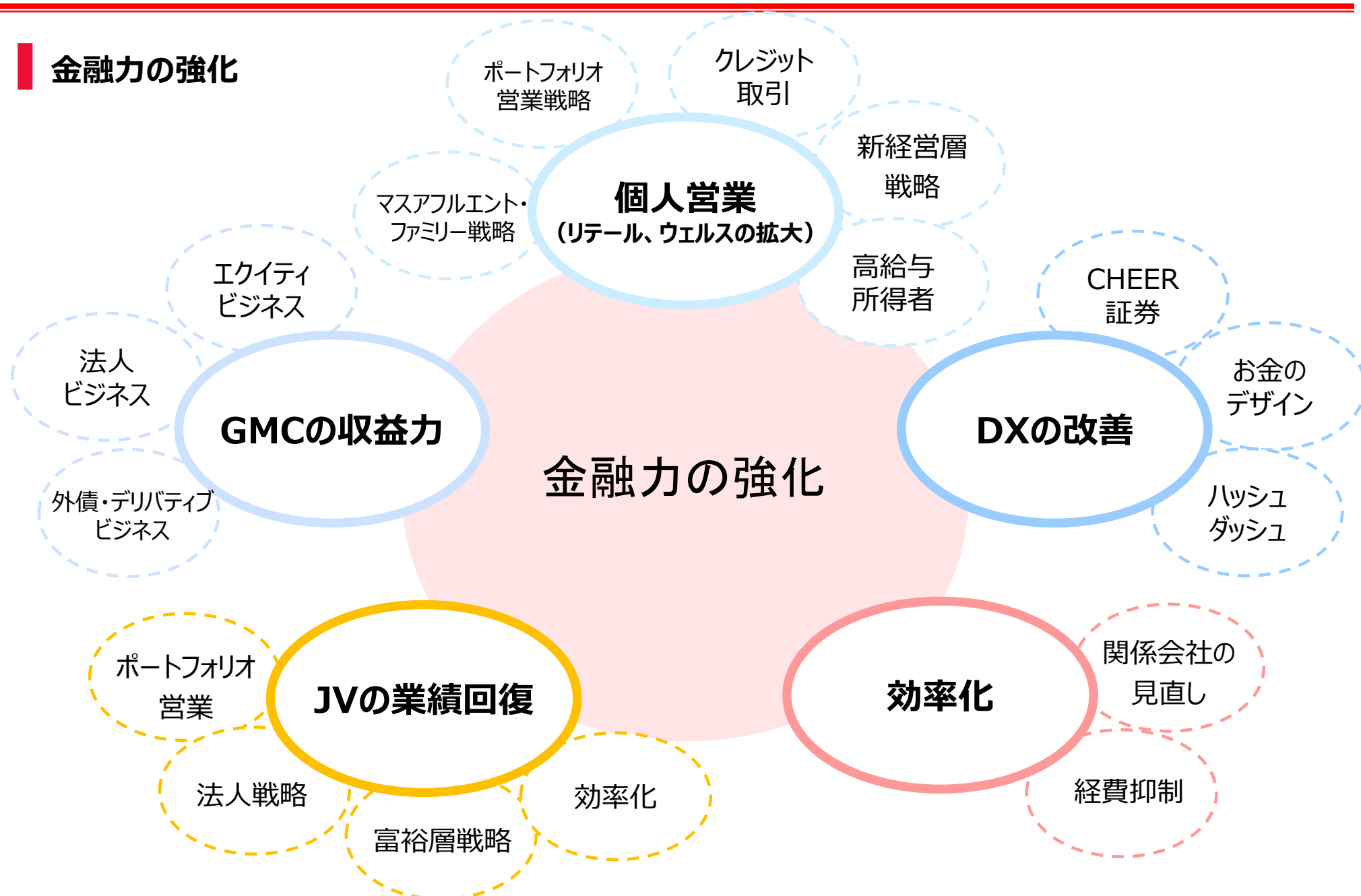
Ⅲ.中期経営計画「“Beyond Our Limits” ～異次元への挑戦」の進捗 | KGI、KPI



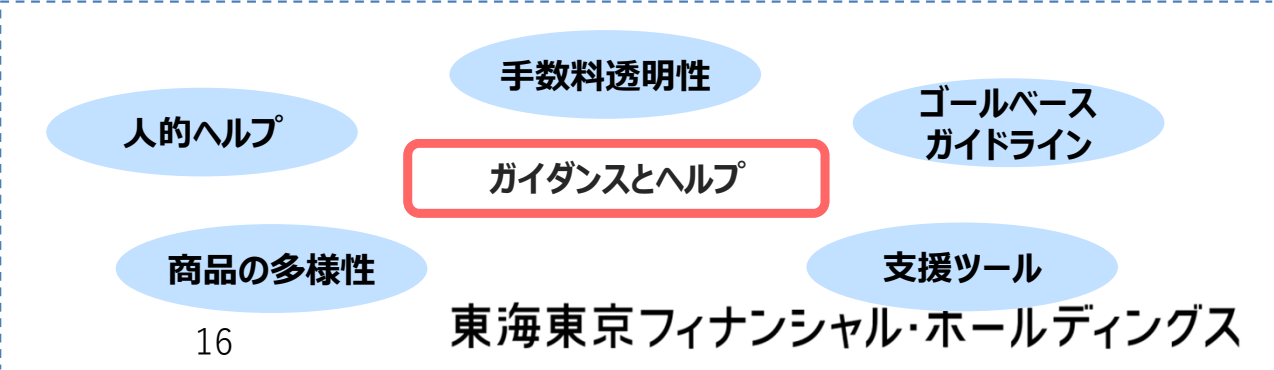
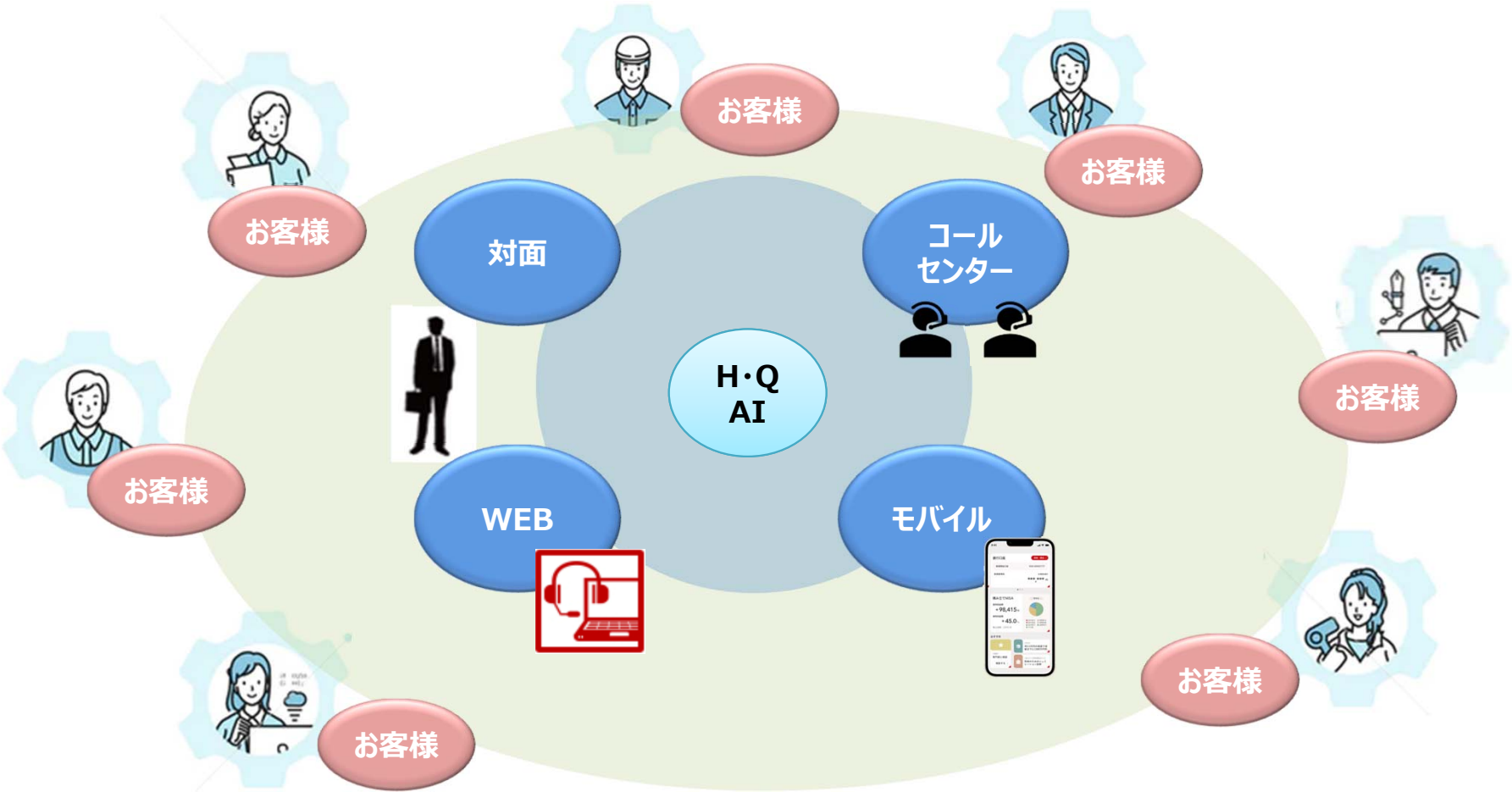
IV. 新時代への挑戦 ～異次元の世界へ～

IV.新時代への挑戦

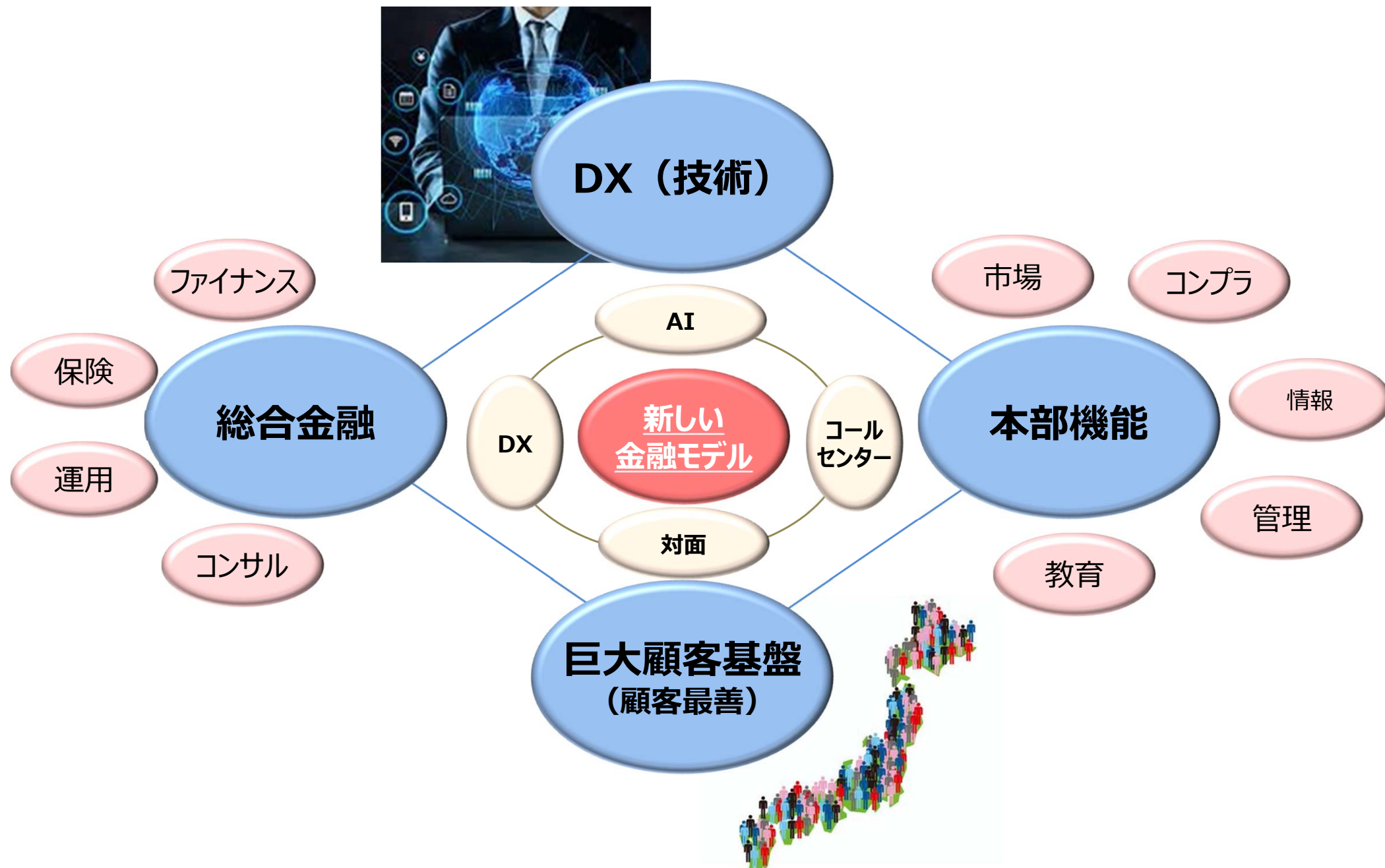
金融力の強化



IV.新時代への挑戦

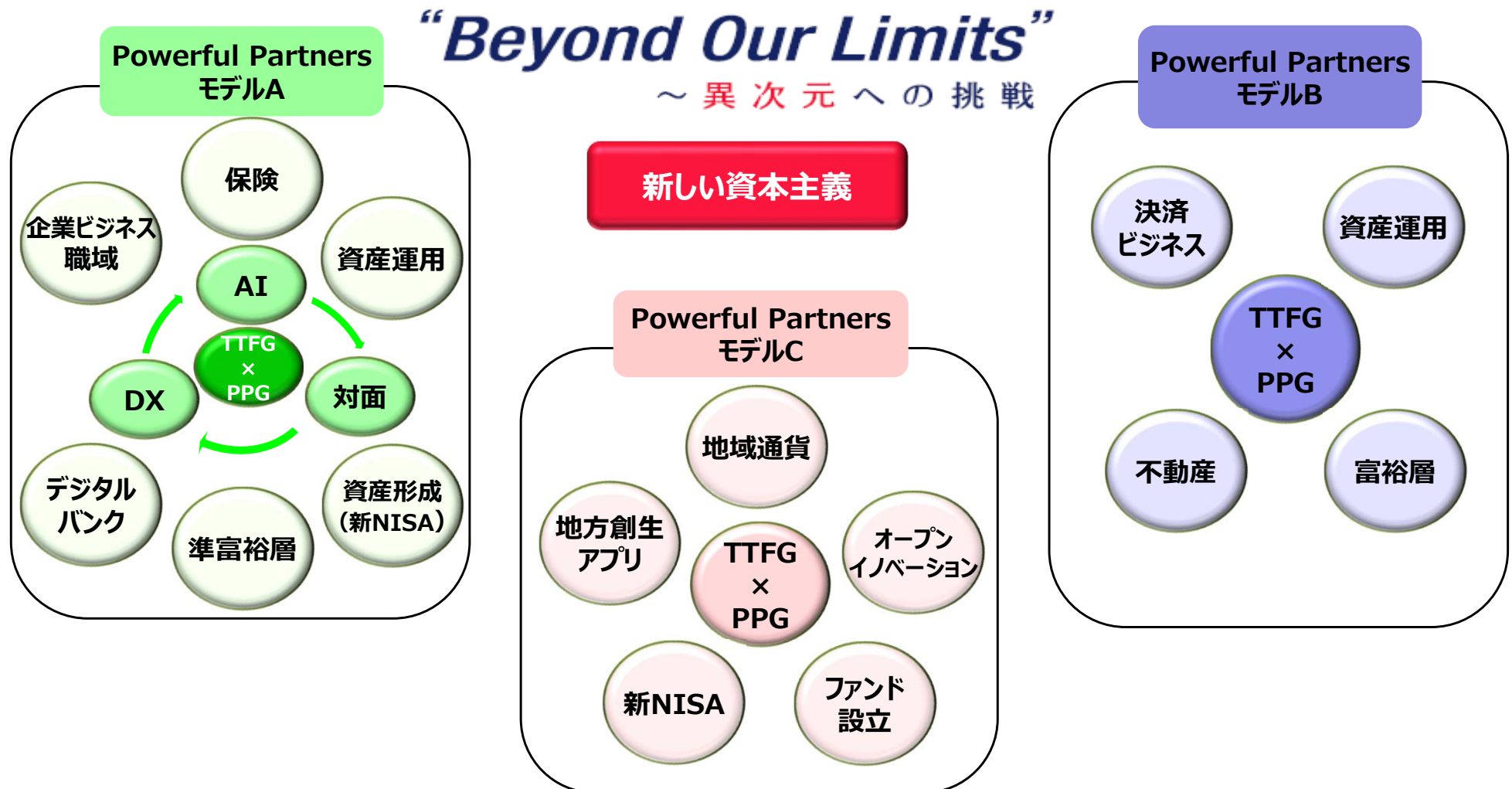


IV.新時代への挑戦

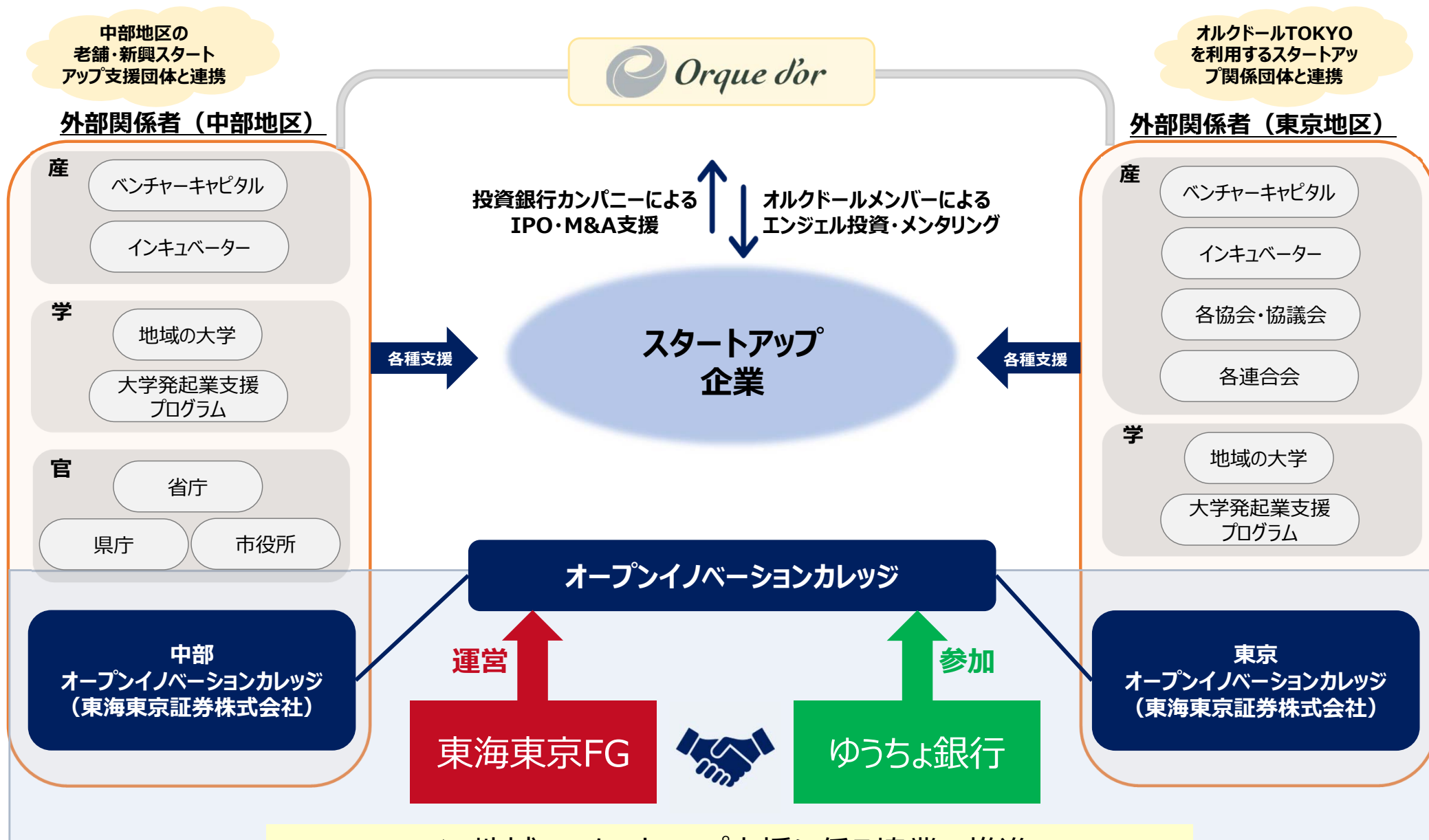


IV.新時代への挑戦

Powerful Partnersとの提携



IV.新時代への挑戦



- ◆ 地域のスタートアップ支援に係る協業の推進
- ◆ 東海東京FGとゆうちょ銀行との共創による地域活性化への貢献

V. 資本政策

V.資本政策

グループの資本状況（2023年9月末）

連結純資産 1,864億円

活用中の資本 1,312億円

中核証券事業1,238億円

デジタル事業 74億円

資本余力 552億円

資本強化

資本強化策

出資会社
（上場、売却による回収）

TTSC・JV
（配当による資本回収）

関係会社
（統廃合等による資本回収）

配当政策

<配当方針>

- ①親会社に帰属する連結純利益に基づく配当性向を50%以上とする
- ②年間配当額を24円以上とする

上記のいずれか高いものを配当基準とする。

なお、当該方針は現在の中期経営計画終了時点まで（2027年3月期）とする。

投資政策

東海東京フィナンシャル・ホールディングス株式会社

広報・IR部

TEL: 03-3517-8618 FAX: 03-3517-8314

E-mail: fh_ir@tokaitokyo-fh.jp

本資料は、最新の業績に関する情報の提供を目的とするためのものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。

東海東京フィナンシャル・ホールディングス 個人投資家向けオンラインセミナー

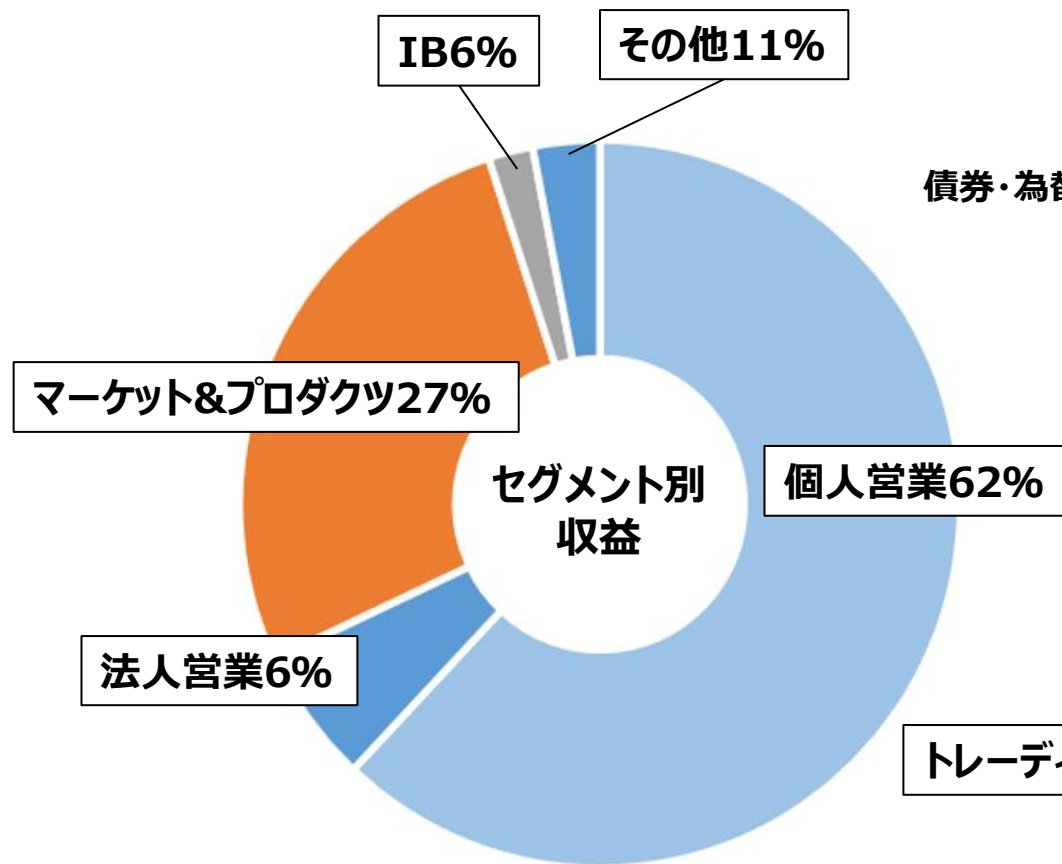
東海東京証券株式会社
代表取締役社長
北川 尚子

2023年12月27日

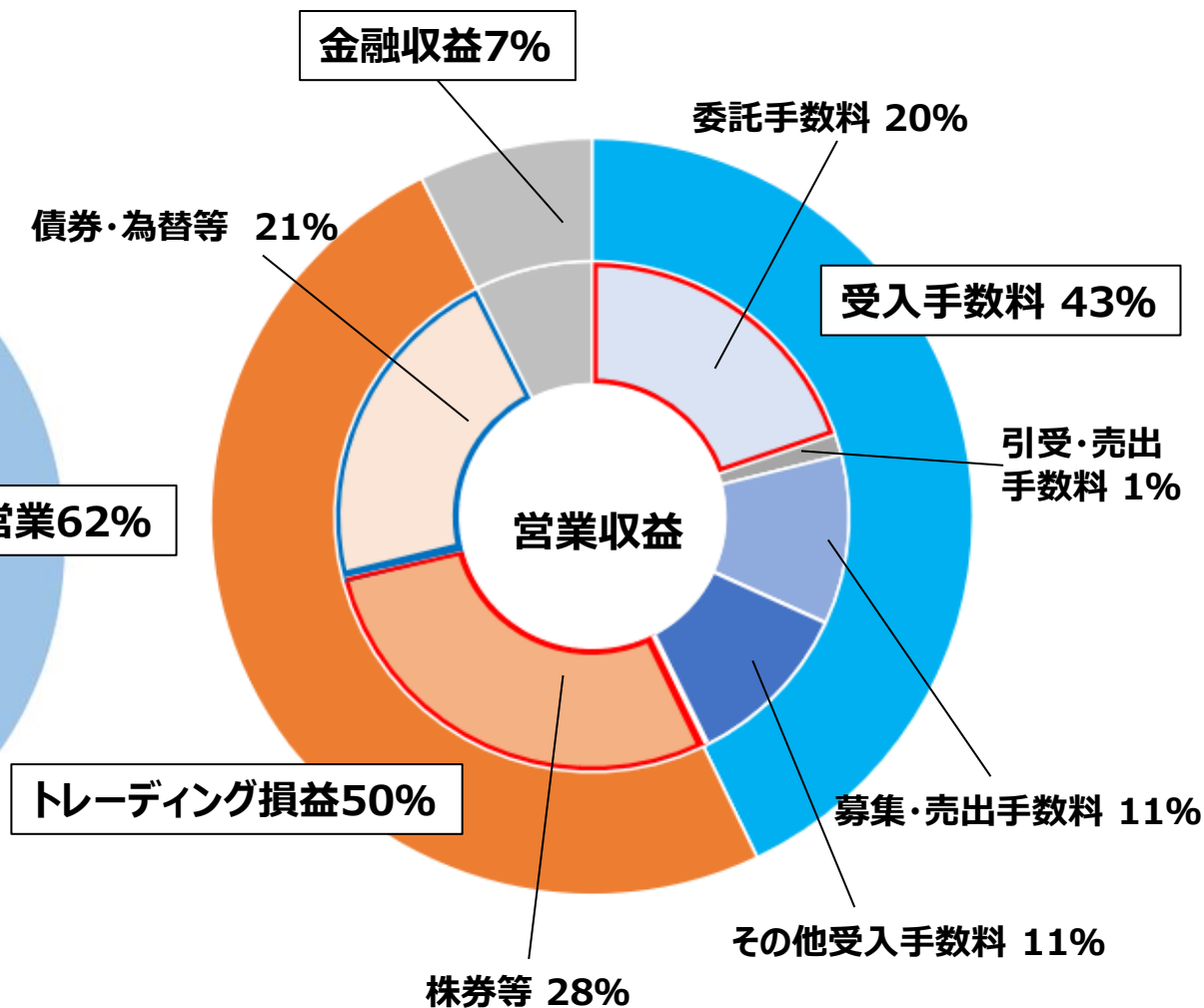
未来をつなぐ、 心をむすぶ。

東海東京証券のビジネスモデル

2024年3月期セグメント別第2Q決算（単体）



2024年3月期第2Q決算（単体）

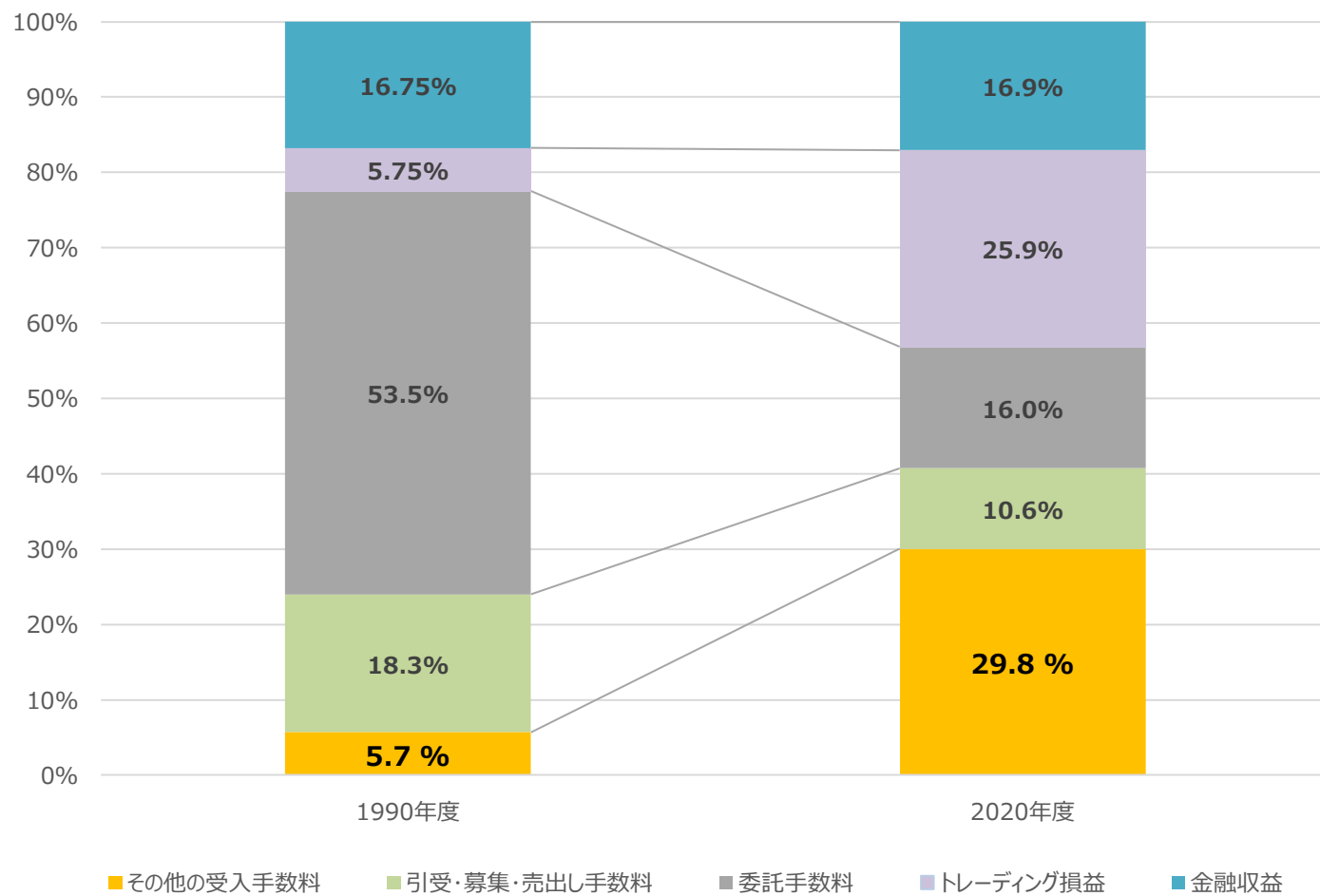


■ セグメント別収益では62%と圧倒的に個人営業に強み

収益構造の変化

- 1999年の株式売買手数料の完全自由化及び、1990年代のインターネットの普及により、手数料率割引競争が激化。1990年に営業収益の過半を占めていた「委託手数料」は2020年には16%まで低下し、1990年に5.7%だった「**その他受入手数料**」は**2020年には約3割を占める**ようになった。

日本証券業協会に登録している企業の収益の内訳
(1990年度、2020年度)



「その他受入手数料」

M&A関係収益、投資信託の委託者報酬、ラップ関係収益、投資一任契約の運用受託者報酬、アドバイザー/コンサルティング手数料等

「委託手数料」

顧客より受け入れる株式等の売買手数料

「トレーディング収益」

証券会社自身が株式などの売買を行って得た収益

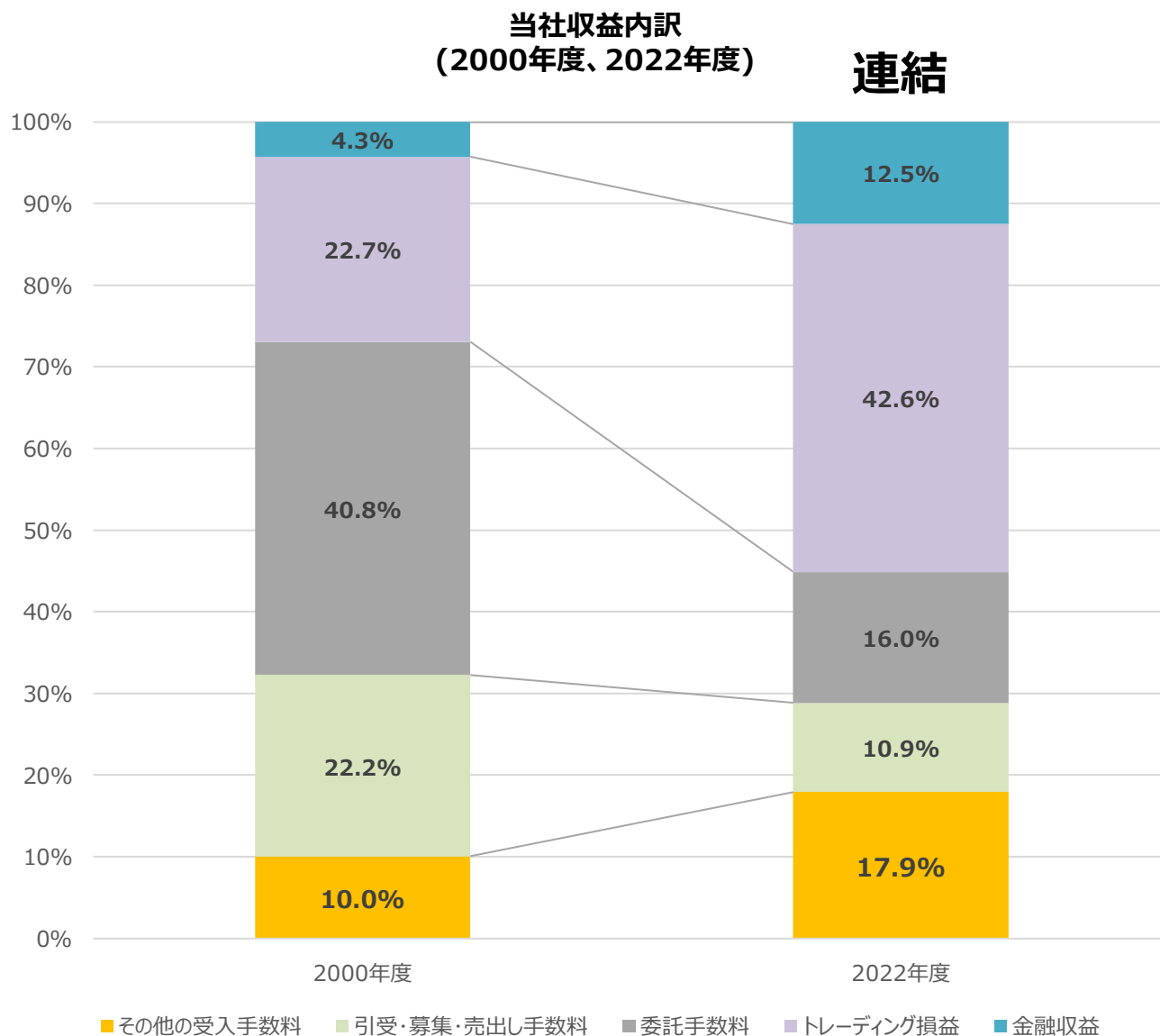
「金融収益」

信用取引供与に際して徴収する利子・品貸料・レボ取引等

出典：日本証券業協会（1991、2021）

当社グループにおける収益構造の変化

- 委託手数料が大幅に減少し、同業他社への商品供給を担うプラットフォーム戦略によりトレーディング収益が大きく伸びた
- マーケットに左右されにくいその他受入手数料については同業他社の3割程度と比較し18%程度と今後の注力が必要



「その他受入手数料」

M&A関係収益、投資信託の委託者報酬、ラップ関係収益、投資一任契約の運用受託者報酬、アドバイザリー/コンサルティング手数料等

「委託手数料」

顧客より受け入れる株式等の売買手数料

「トレーディング収益」

証券会社自身が株式などの売買を行って得た収益

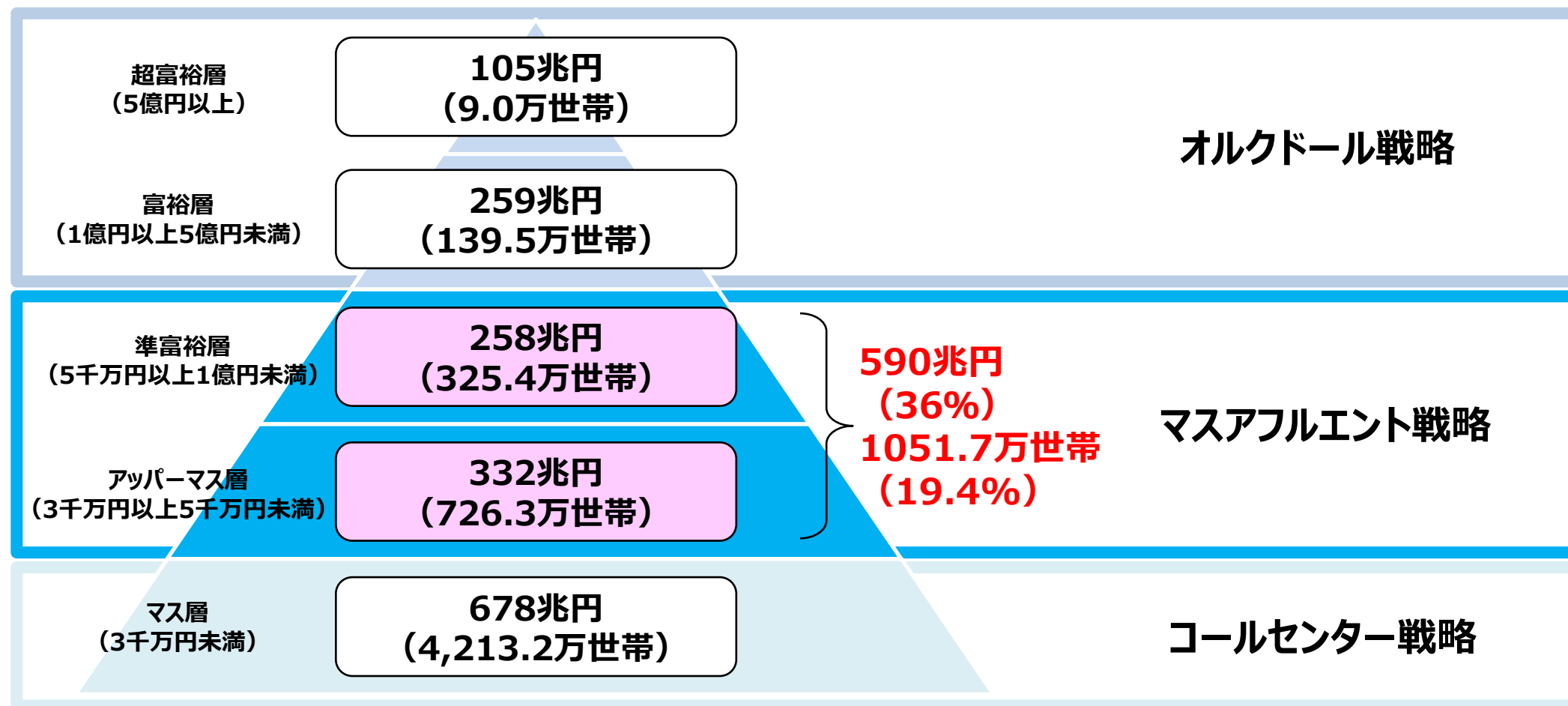
「金融収益」

信用取引供与に際して徴収する利子・品貸料・レポ取引等

個人営業部門セグメント戦略

金融資産ごとに顧客セグメントを整理しアプローチ

世帯の純金融資産保有額（2021年）

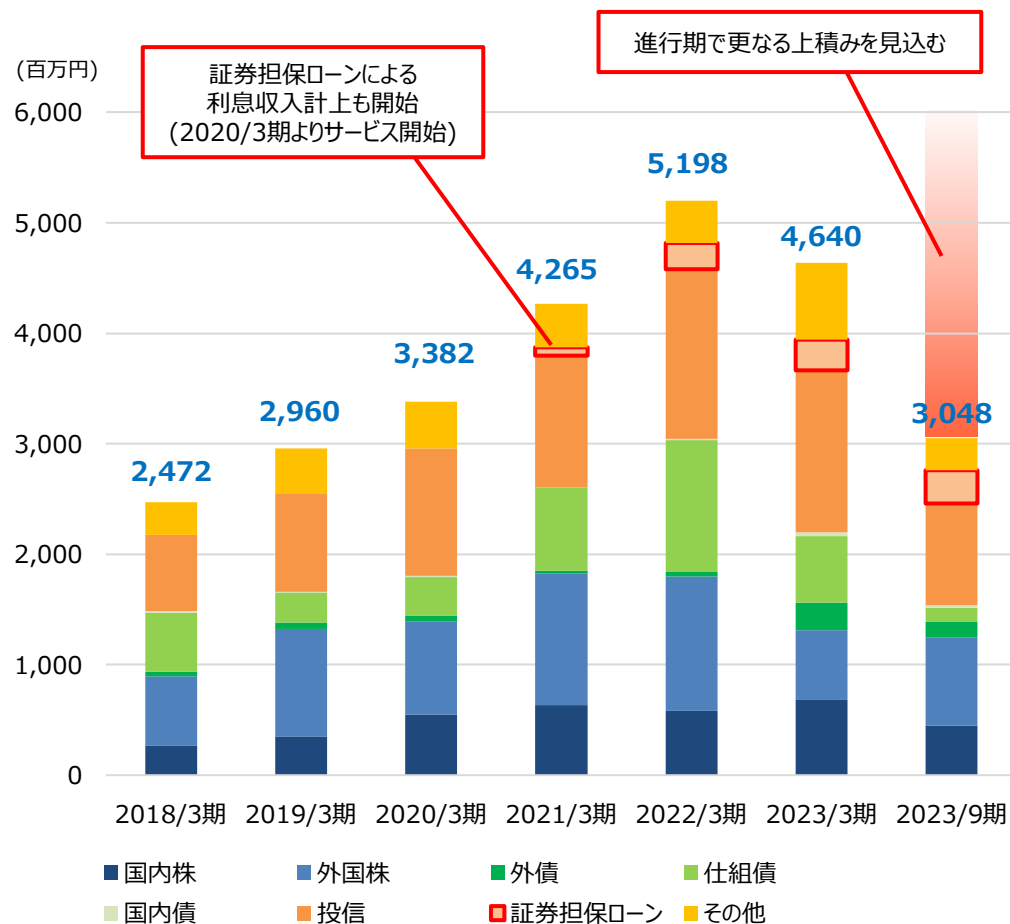


- 各カンパニーごとに対象セグメントとミッションを明確化し、対面とデジタルを駆使し的確な商品・サービスを供給
- 特に世帯金融資産3,000万円以上1億円未満のマスアフルエント層を中心に注力

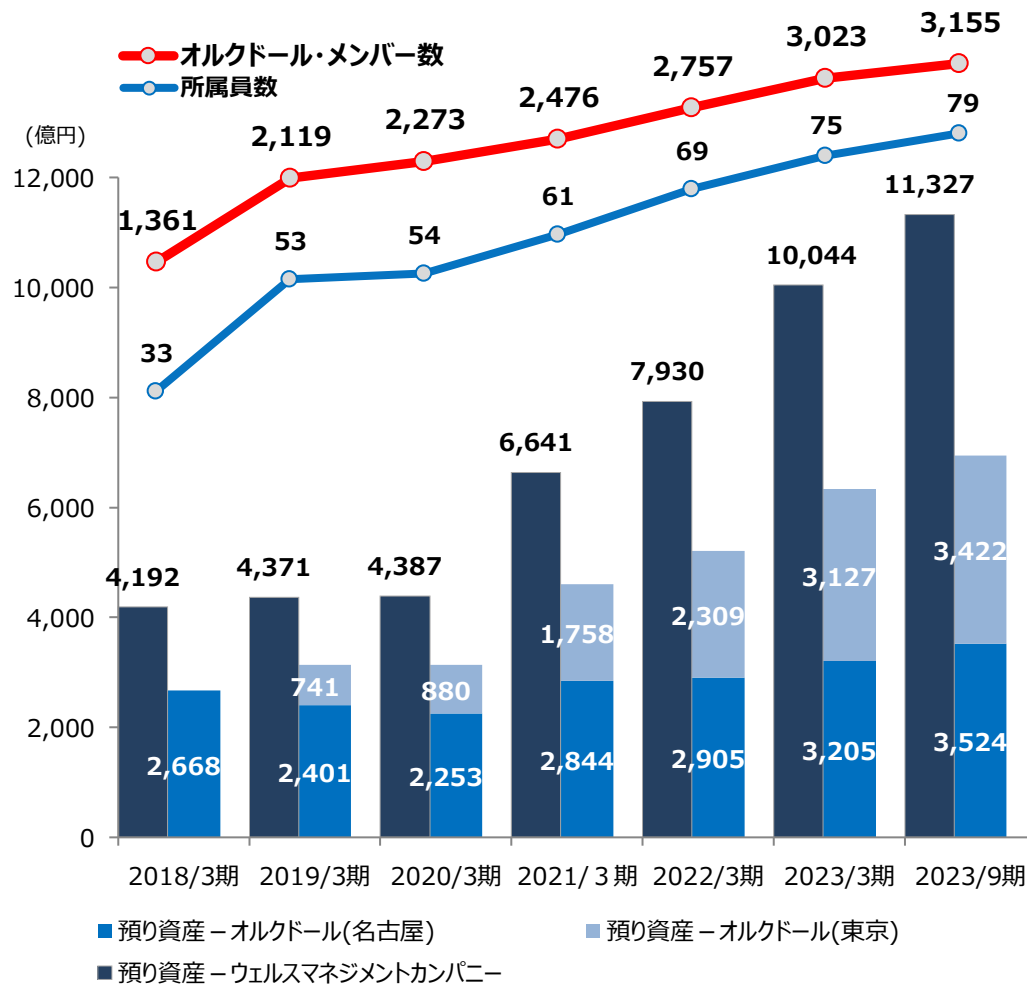
オルクドール戦略

- 従来の金融商品売買による手数料以外のソリューション提供による収益など多様化も加速
- 信頼と収益の源泉となる預り資産についても、1兆円を突破し堅調な拡大を継続

収益推移



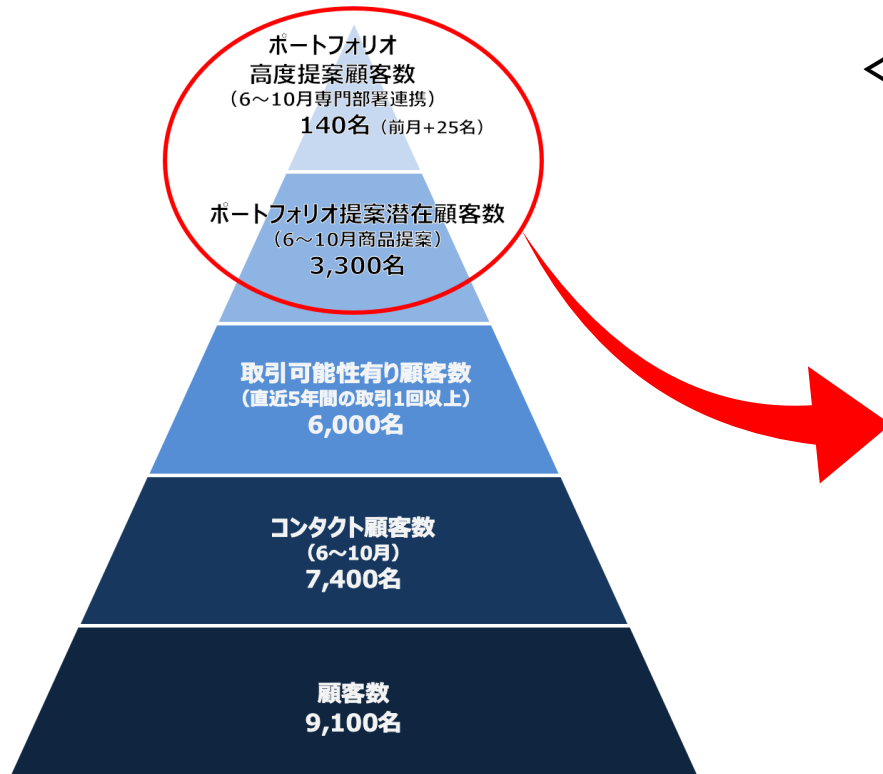
預り資産残高とオルクドールメンバー数の推移



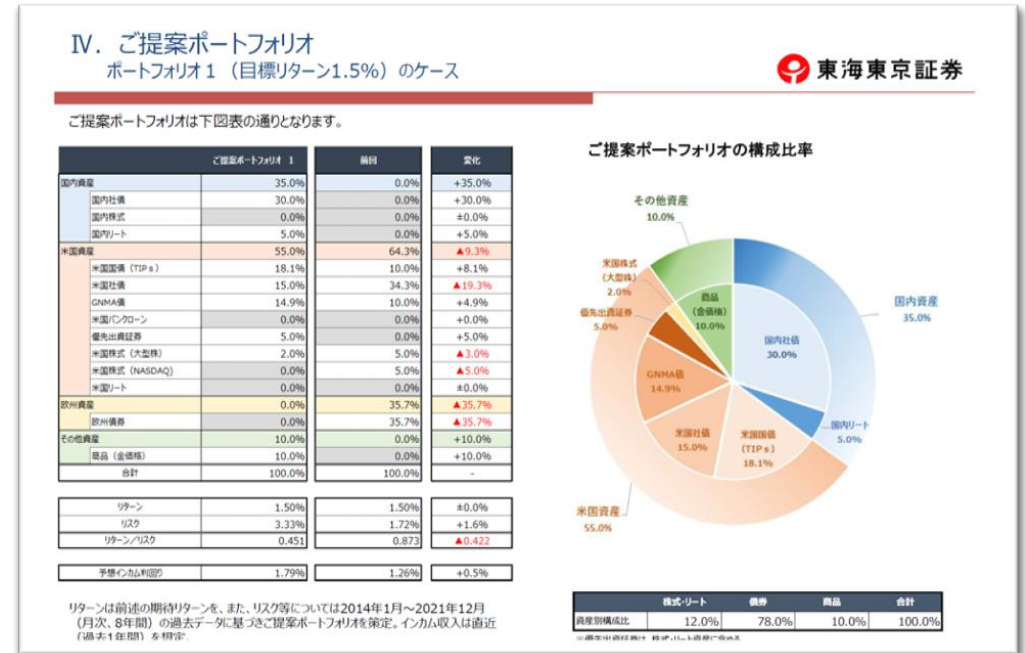
オルクドール開設以来、順調な成長を実現

オルクドール戦略

ウェルスマネジメントカンパニーでは富裕層を対象に先行してポートフォリオ営業を展開



<ポートフォリオ提案例>

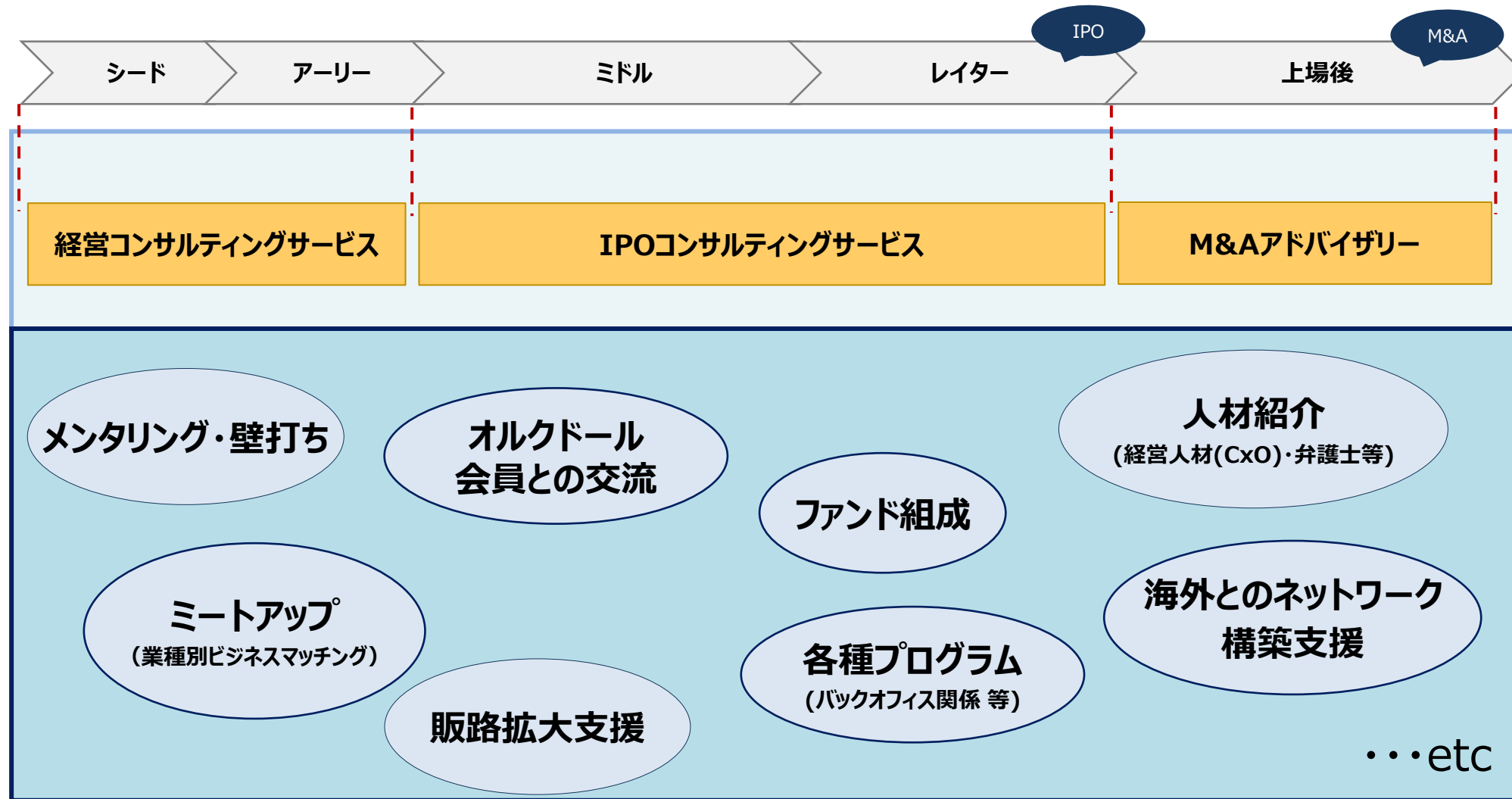


<オルクドールサロン>

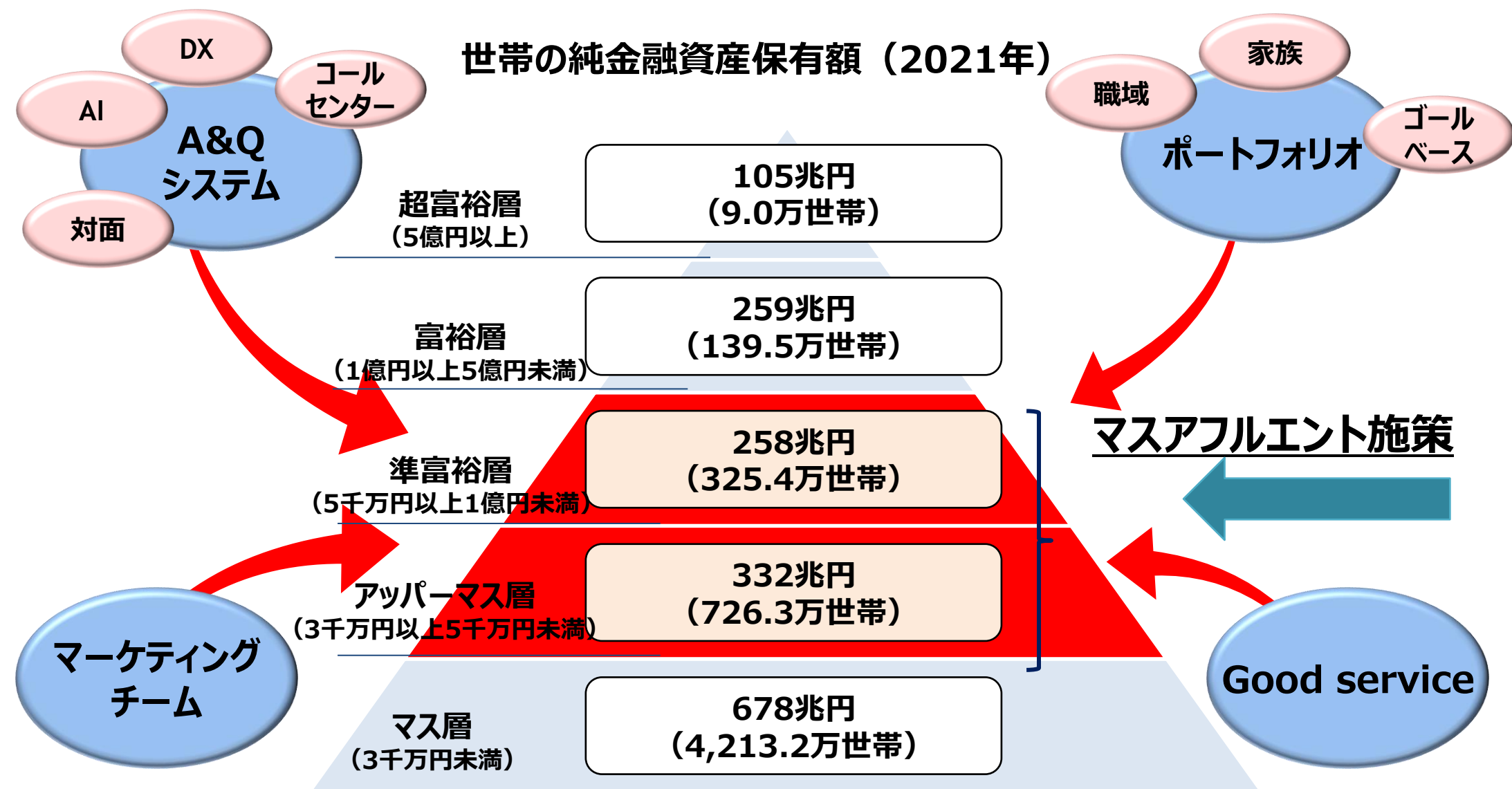


スタートアップ支援コンテンツの実装

現在提供している未上場企業への支援機能に加えて、新たなコンテンツの拡充を行う



マスアフルエント戦略



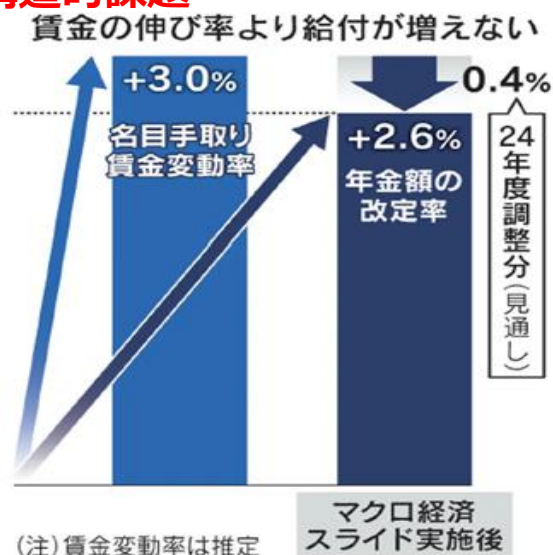
日本における来るべき将来のリスク

● インフレによる保有資産の影響

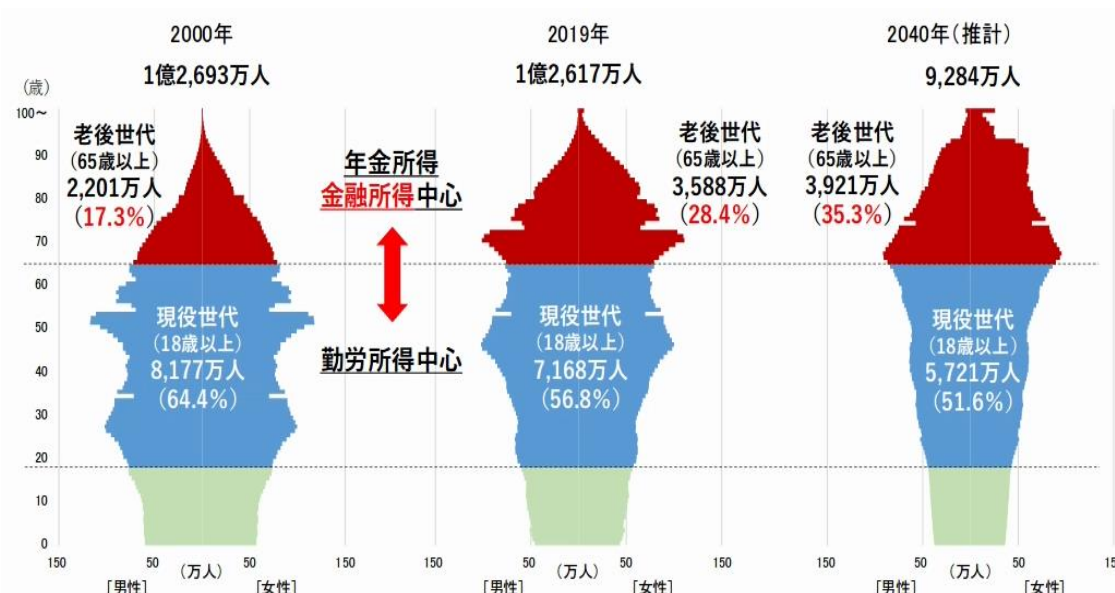


(出所) 日経新聞 2023年3月12日・11月17日記事より抜粋

● 年金財政の構造的課題



● 高齢化による構造的課題



(出所) (2000年、2019年) 総務省「国勢調査」、
(2040年) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(出生中位・死亡中位)」

- 物価の上昇
- 高齢化による社会保障費の増加
- 勤労世代の減少による年金財政問題

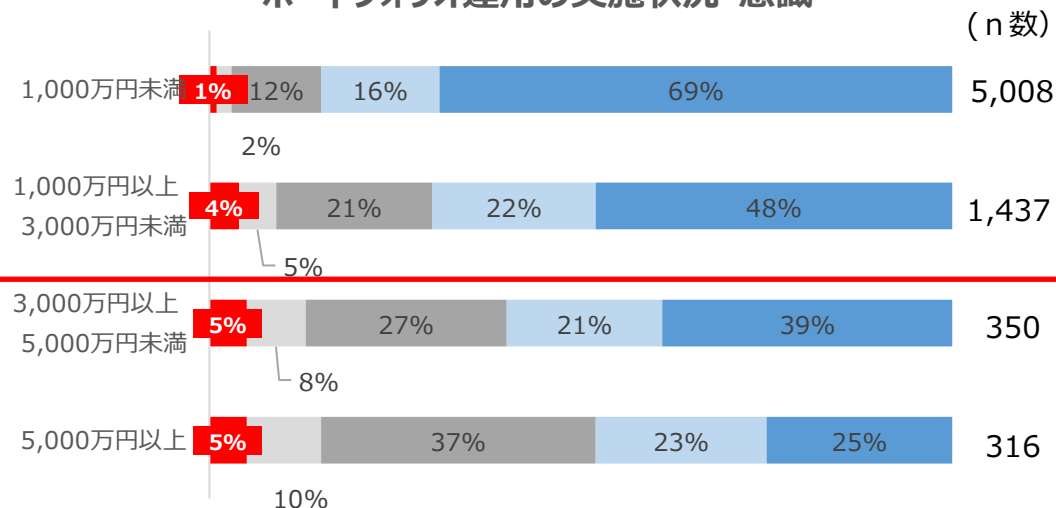
日本における構造的な課題は避けられず
自身での備えが必要

マスアフルエント層データ（金融編）

マスアフルエント層の多面的理解

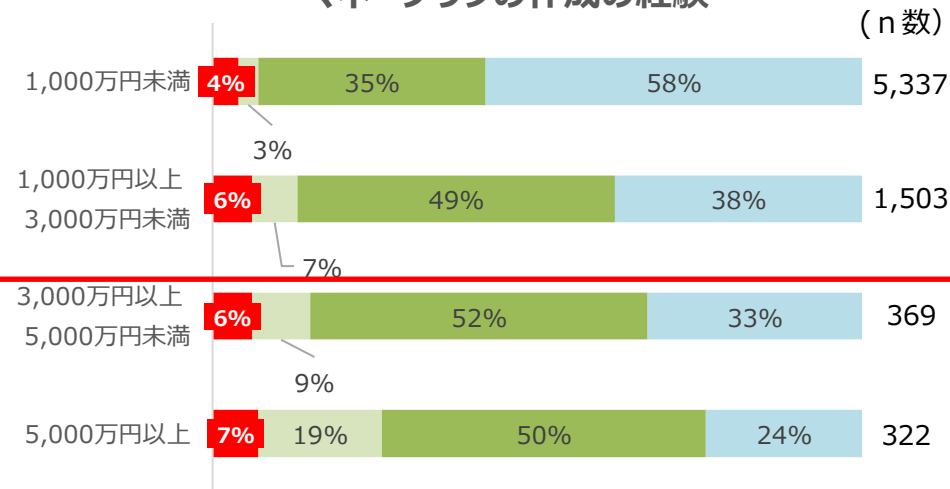
設問：あなたは現在ポートフォリオ運用を行っていますか。（1つだけ）

ポートフォリオ運用の実施状況・意識



設問：あなたのご家庭（生計を一にするご家族）では、あなた（配偶者を含む）のマネープランを考えたり作ったりしたことがありますか。（1つだけ）

マネープランの作成の経験



- 01_金融機関からポートフォリオ運用を提案され実施している
- 02_自分自身でポートフォリオ運用を行っている
- 03_ポートフォリオ運用は行っていないが、資産の配分(バランス)には注意している
- 04_資産の配分(バランス)については、あまり注意していない
- 05_資産の配分(バランス)については、まったく注意していない

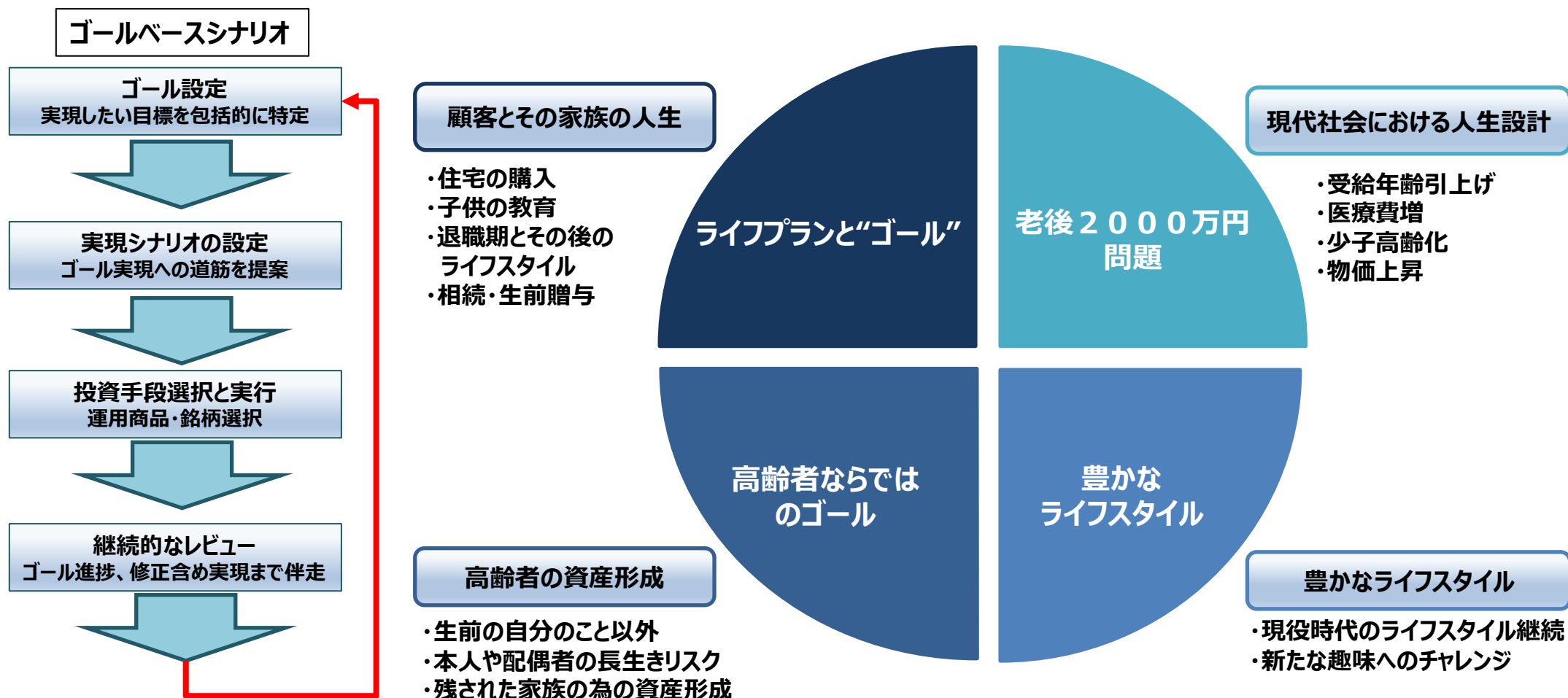
- 01_専門家に相談して作ったことがある
- 02_専門家に相談したことはないが、自分で作ったことがある
- 03_作ったことはないが、漠然と考えたことがある
- 04_考えたこともない

金融資産5千万円以上においても専門家への相談は1割未満。ポートフォリオ運用・マネープラン作成における専門家の関りは限定的。

日本におけるゴールベースアプローチの必要性

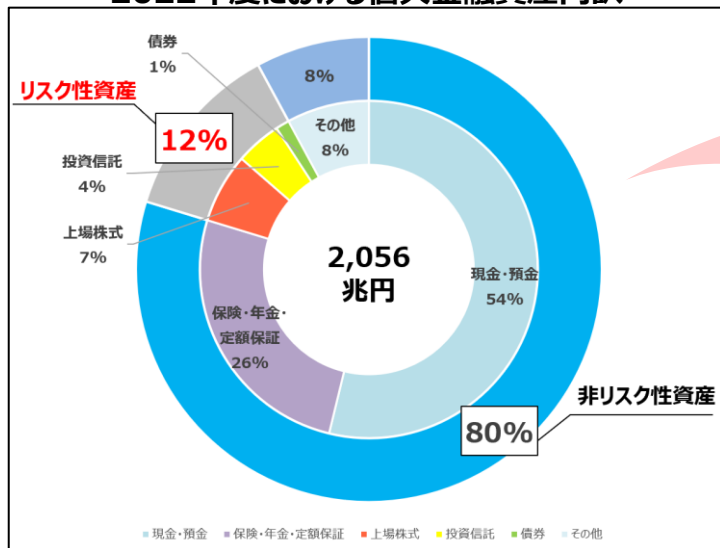
お客様一人ひとりのライフプランやニーズに基づく的確なコンサルティングの実現

資金の最終的な使途やその背景にある目的、深刻な悩み事に遡り目標実現や課題克服を目指す投資に伴走

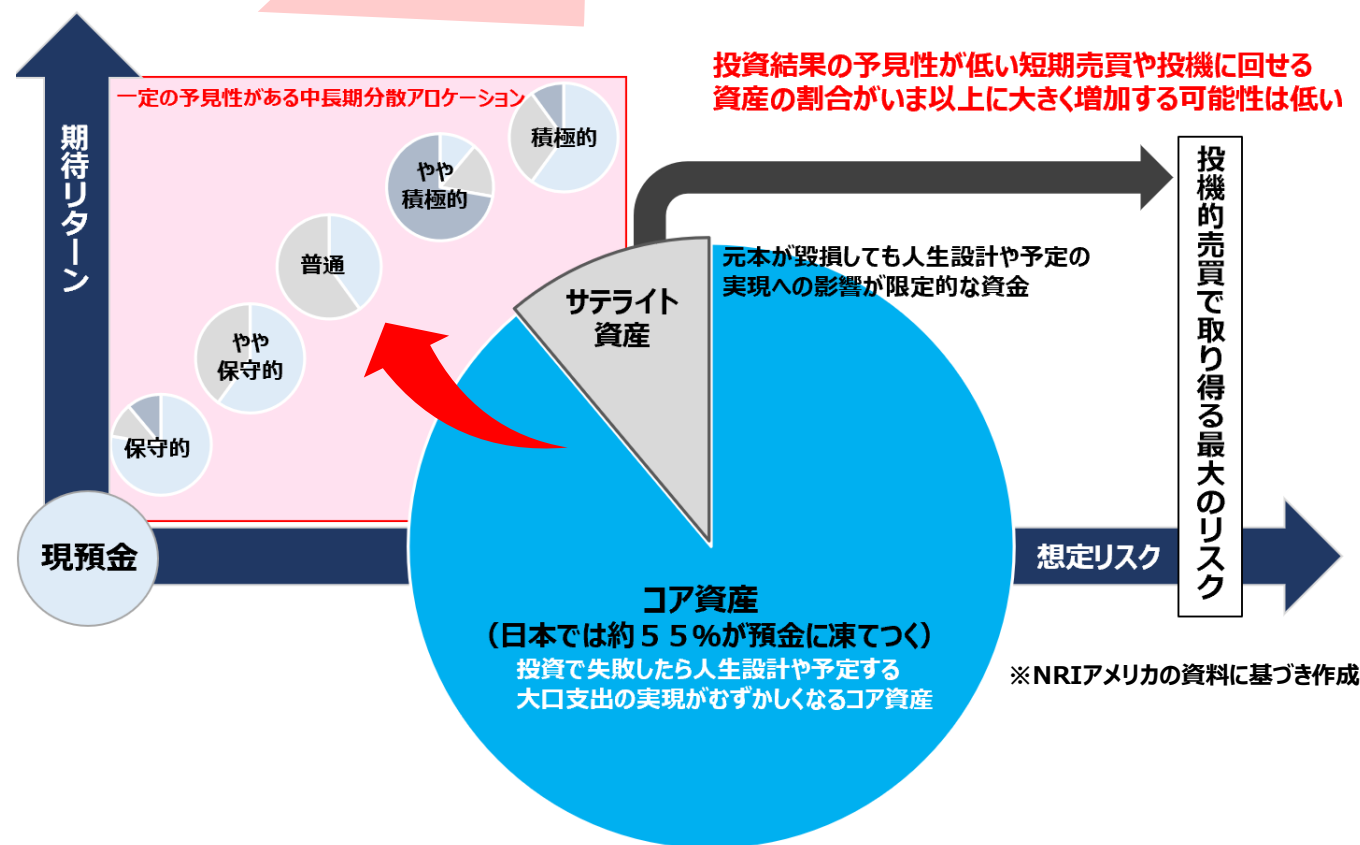


マスアフルエント層の預り資産拡大にむけて

2022年度における個人金融資産内訳



減らしたくない守りの資産には「長期・安定成長」の見込める運用スタイルが必要
ゴールベースアプローチ・ポートフォリオ提案によるコア資産の獲得を目指す

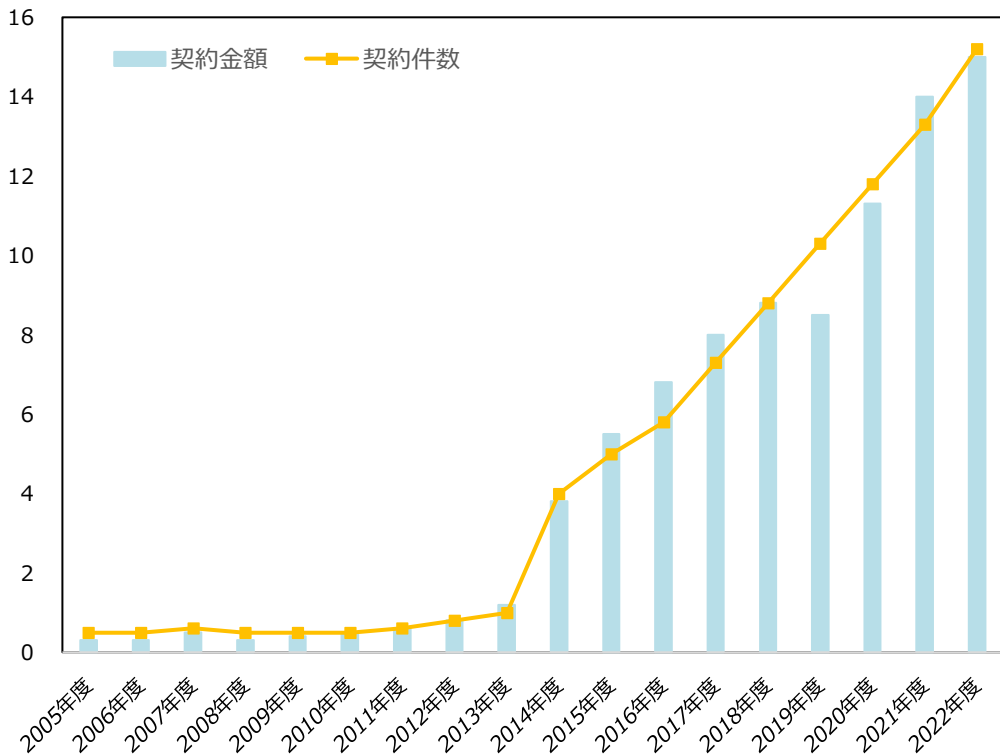


日米における残高フィービジネスの現状

日本のファンドラップの推移（残高・件数）

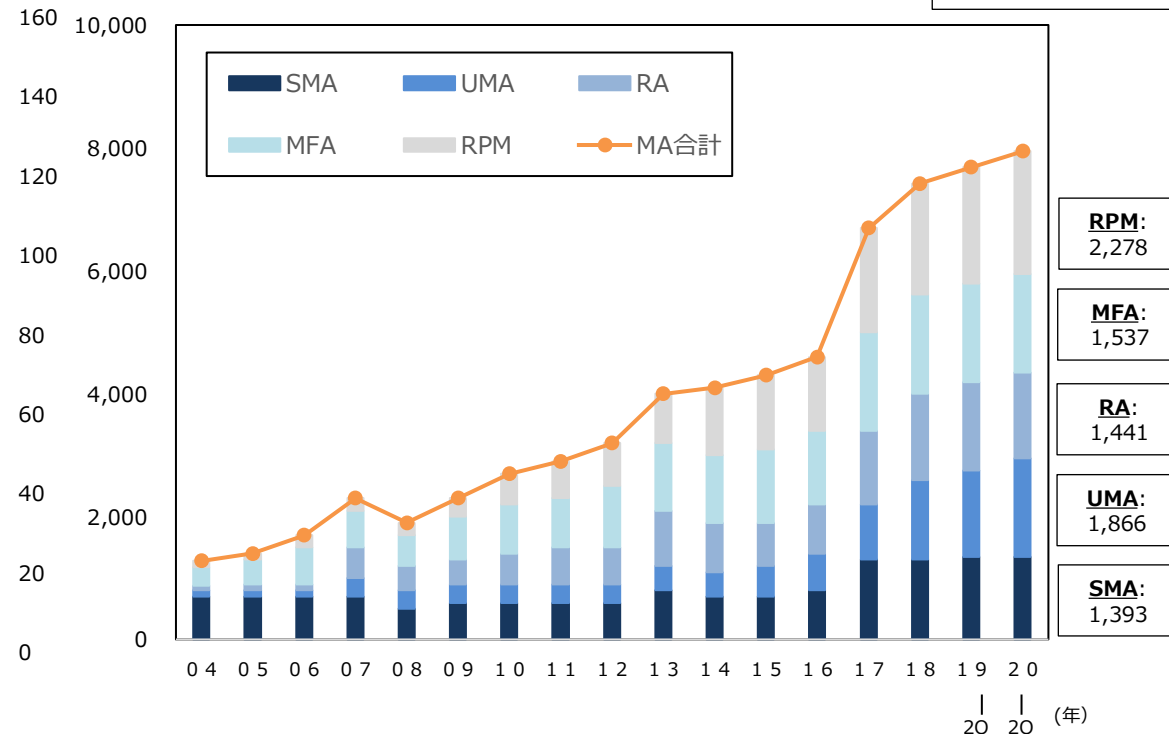
（契約金額、兆円）

（契約件数、万件）（単位：10億ドル）



米国におけるラップ残高の推移

2022年 年末残高
（単位：10億ドル）



RPM:
2,278

MFA:
1,537

RA:
1,441

UMA:
1,866

SMA:
1,393

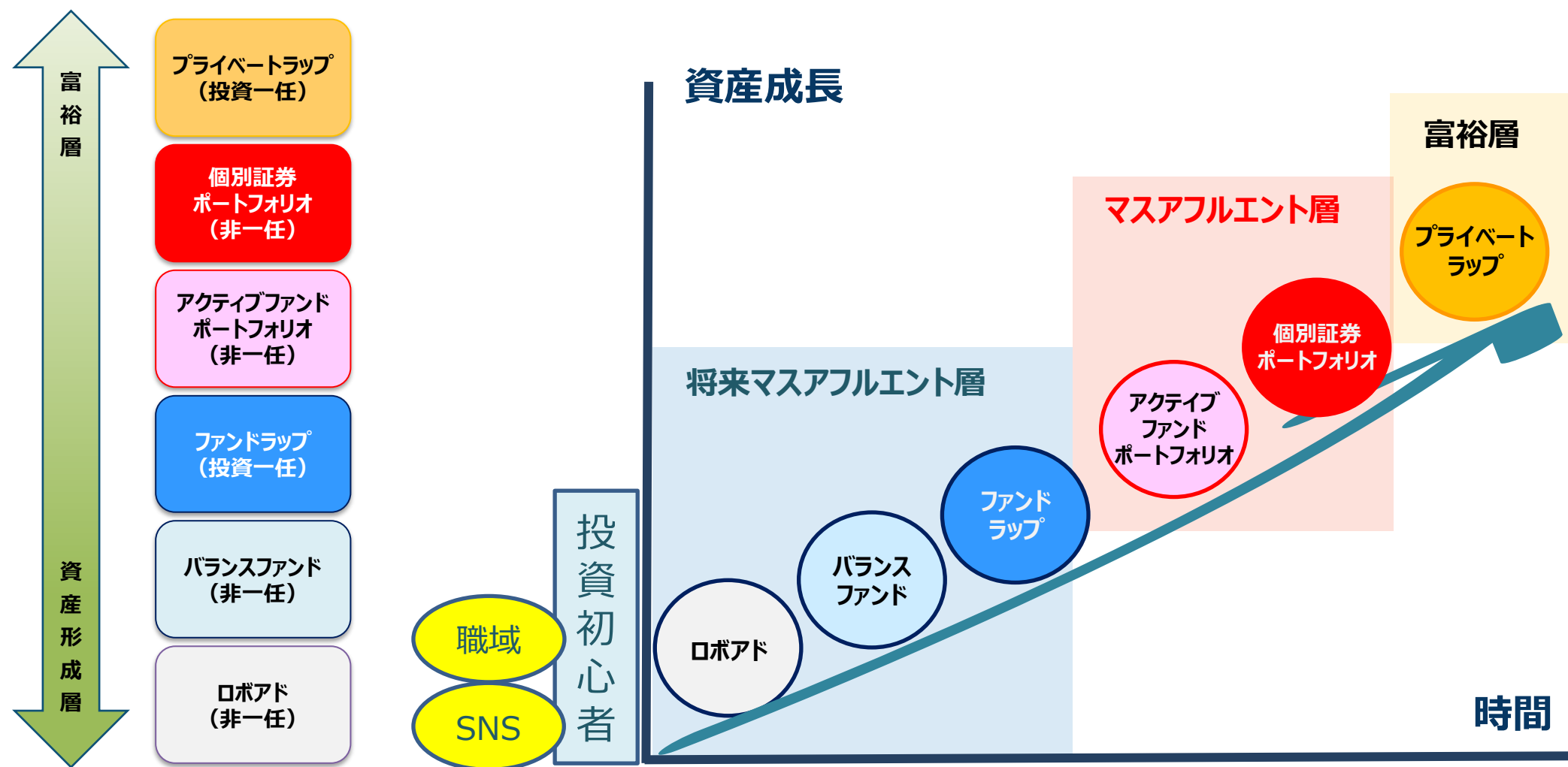
（出所）Cerulli Associates, Money Management Institute (MMI) のデータから大和総研作成

日本ではポートフォリオ資産 = ファンドラップが一般的であるが、米国では
SMA/UMA/RA/MFA/RPMと顧客ニーズに合わせ多種多様に波及

※ SMA・・・富裕層向けに運用会社がフルカスタムで運用 UMA・・・商品・税制等を総括的に相談可能 RA・・・顧客に寄り添った助言のみで最終判断は顧客
MFA・・・一般投資家向けに小口化・少額投資が可能 RPM・・・投資顧問登録営業員との一任契約

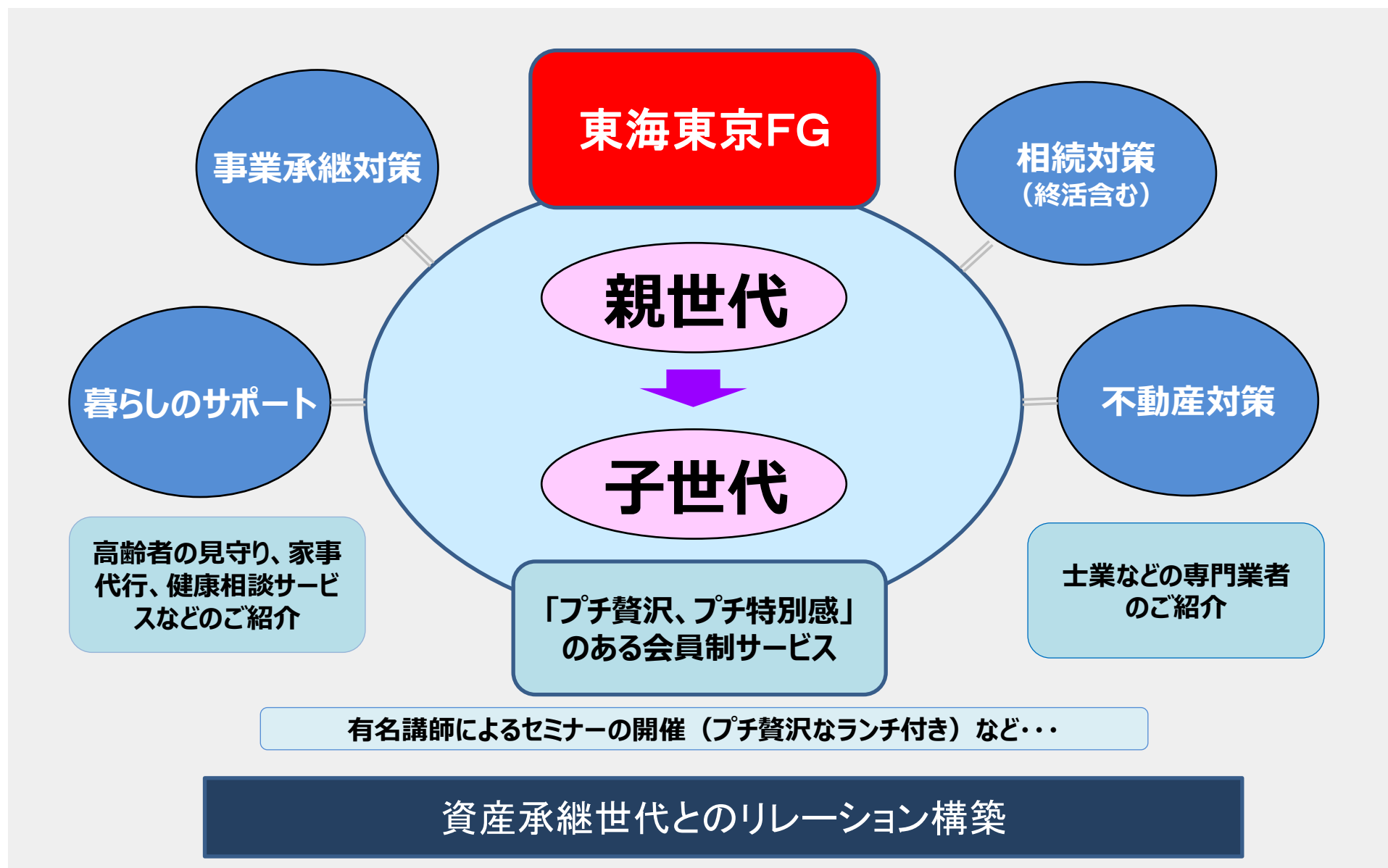
マスアフルエント戦略（ポートフォリオ）

- ゴールベースアプローチによる伴走とゴール達成を共有
- お客様の金融資産とニーズに応じたポートフォリオ提供
- 相談相手としてのファーストポジションを獲得



マスアフルエント戦略（Good service）

ファミリーをトータルサポートする一元的サービスの提供



マスアフルメント戦略（マーケティングチーム）

SNSを活用した新たなマーケティング・コミュニティの創設 データ・デジタル・AIを駆使した競争力と効率性の確立

YouTube

Insta

X

デジタルネイティブ層の獲得と情報発信

- YouTubeの番組生成による投資家への認知拡大
- SNS管理を活用した広告・投稿へのエンゲージ（自社投稿調査）
- SNSリサーチを活用した市場動向・ニーズの調査（国内外の投資リサーチ）

顧客1人1人に対して、適切なタイミングで適切な情報を提供
顧客1人1人に対して、適切なタイミングで適切な商品を提案

DX-4

Analyticsでデータドリブン組織のDX

データの確認からデータの探索へ
ビジネスアナリティクスの活用

DX-3

顧客獲得・育成の効率化のDX

マーケティングオートメーションで
データドリブン施策の自動化

DX-2

市場認知拡大・生成AIによるDX

YouTube、SNSとAIを活用した
認知拡大・市場開拓

DX-1

DBマーケティングのDX

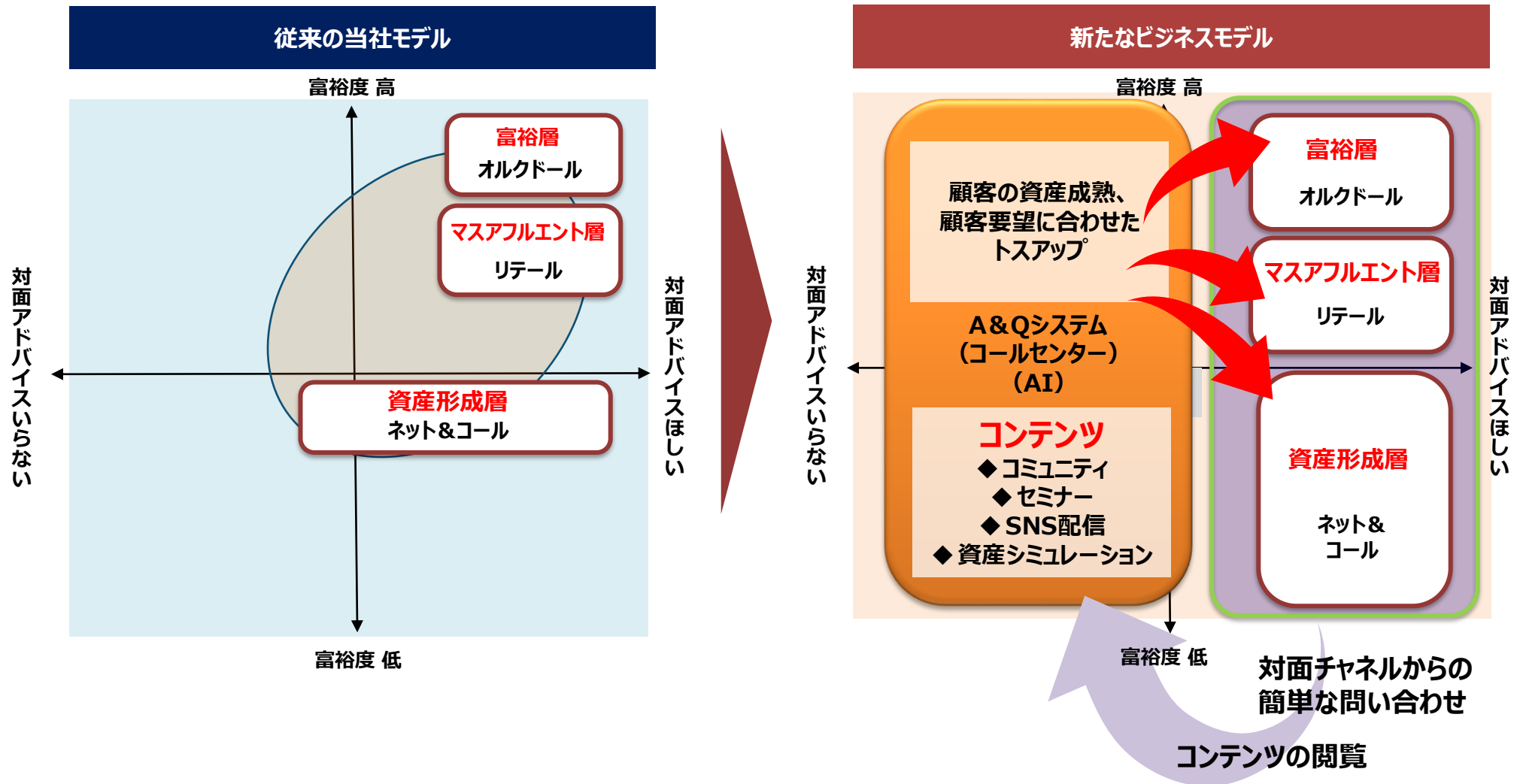
莫大なデータから機械学習で
予測構築

「潜在的新規顧客」
「市場の新規顧客」
の獲得エンジンを稼働

現在地

新たなビジネスモデルへ転換（A&Qシステムと対面チャネルとの融合）

デジタル・コールセンター・対面チャネルの構築により全ての人に投資へのアクセスを提供



セグメントごとの戦略を明確にし、マスアフルエント層のコア資産導入に努め、個人営業部門の預り資産拡大に資するビジネスモデルヘシフト

