



【上光証券 会社概要】

- ・設立: 昭和13年2月(創業: 昭和11年4月)
- ・資本金: 5億円
- ・従業員数: 74名
- ・代表者 代表取締役社長 松浦 良一
- ・本社所在地: 札幌市中央区北1条西3丁目3番地

【事業内容】

- ・有価証券の売買・ブローカー
- ・有価証券の引受け・売出し
- ・有価証券の募集ほか
- ・生命保険代理店事業

会員企業トップインタビュー第8回目の今回は、北海道唯一の地場証券として、『お客さまのために役立ち、お客さまと共に喜ぶ』を経営のモットーに、地域のお客さまの信頼と期待に応える上光証券株式会社の松浦社長にお話を伺いました。

Q. 御社が北海道の地場証券として唯一存続し得た要因は何だと思われますか。

A. 当社は地域密着の証券会社として2016年に創業80周年を迎えます。戦前には道内に約100社の証券会社がありましたが、平成まで残ったのが旭川の東宝証券、函館の函館証券と当社の3社です。その後、1998年には東宝証券が、2002年には函館証券が廃業し、当社のみとなりました。

2006年に銀行員から転じて上光証券に入社した私が先ず感じたのは、『銀行より堅実な社風と誠実なセールス』という点であり、一般的な証券会社に対して持っていたイメージとは全く違っていました。過去の記録を見ても訴訟案件がほとんどありません。これが、当社が唯一の地場証券として残り得た要因であり、今後も大切にしていけるべき財産と考えています。

Q. 御社は株式、投資信託、債券の3本柱でバランスのとれた商品構成となっていますね。

A. 私が社長に就任した2007年の翌年にはリーマンショックにより株価が大幅に下落し、株式売買手数料の激減で業績が悪化、このまま何もしないで沈没するか改革を断行するか岐路に立たされました。当時のわが社は、株式が収入の9割近くを占め、残りが投資信託で、債券の取り扱いには殆どありませんでした。そこで、今後の経営の安定化を図るためには、相場が株式とは逆の動きをする債券に力を入れることが必須と判断、社員を説得し、2009年正月明けの1月5日に札幌市内のホテルに幹部社員を集め、復活に向けた路線転換への狼煙を上げました。

その後、北海道電力債をはじめ国債・地方債の扱いを先ず増やし、次に外債、仕組み債、オリジナル開発商品と、次々にラインナップに加えていきました。

その結果、当初200万円程度だった債券販売手数料は6年間で3億円以上にまで成長、今や株式、投資信託と並ぶ3本柱にまで成長した次第です。確かに最近のアベノミクスによる好調な相場状況もありますが、株式だけではここまで業績は改善しなかったと思います。

なお、全国に約250社ある証券会社のなかで当社は100位前後の規模ですが、地場証券で債券を取り扱っている会社は少なく、債券販売手数料では全国16位となっています。

Q. 御社のコーポレートスローガン『話したい人がいる。』に込められた想いとは何ですか。

A. 北海道唯一の地場証券として地域にしっかり根ざし、地元のお客さまの信頼と期待に応えていくという趣旨です。

証券会社の個人営業部門において、最近ネット売上のシェアが急増した結果、現在は個人売買の8割がネット、残り2割が対面という状況のなか、当社は対面のみで営業しています。当然ながら、ネット証券や大手証券の方が手数料が安い訳ですが、対面によりお客さま一人ひとりのニーズに応えていくことが、地場証券としての存在意義であると考えております。



—そのためにファイナンシャル・プランナーによる営業を積極的に打ち出していますね。

A. お客さまのライフプランを実現するためには、株式、債券、投信、生保など幅広い商品知識が求められることから、当社では原則として入社3年以内にファイナンシャル・プランナー（FP）の資格を取得することを奨励しており、営業部門の殆どの社員は当該資格を持っています。営業社員がFPの知識を活かして、お客さまのお話をとことんお聞きした上で最適な資産運用をご提案させていただき、お客さまとの繋がりを確かなものにしていく、というのがわが社の考え方です。

—上光証券の店舗前を通ると何人かの顔写真パネルのディスプレイが目にとまります。

A. 証券会社といえば株価ボードが定番かと思いますが、わが社では店頭で営業社員一人ひとりの顔写真と共に保有する資格を付し、『弊社のファイナンシャル・プランナーにお気軽にご相談ください』と記したパネルを掲示しています。

これは、一般の人にとっては近づきにくいとされる証券会社の敷居を下げるために、顔写真とFP資格を掲示して「話したい人がいる。」とのメッセージを伝えることで、親しみと共にFPという専門家に相談できるという安心感を持っていただくことを狙いとしたものです。

この結果、お客さまからご相談の指名が来ることもあり、社員本人のモチベーションにも繋がっています。

Q. 「貯蓄から投資へ」との政策の一環としてNISAがスタートしましたが・・・。

A. NISAが2014年からスタートしましたが、投資拡大の起爆剤として大いに期待しています。しかし、北海道は全国で最も投資への関心が低い地域であり、例えば四国地方に比べ一世帯当たりの投資額は8分の1しかありません。これは、北海道が歴史的に官依存体質が強いため自己責任でお金を運用する気質が薄いことに起因していると言われています。

ただ、逆に北海道は投資拡大のポテンシャルは高いとも言える訳であり、唯一の地場証券会社として、私どもが「証券の伝道師」として、無料セミナーを積極的に開催しているところです。

—例えば高齢者施設ファンドなどユニークな運用商品を次々に出されていますね。

A. 「証券の大衆化」への近道として、社会貢献や地域貢献につながるような市民参加型の私募債を積極的にお勧めしていこうと考えております。高齢者施設ファンドについては、老人ホームの利用は景気に左右されにくく金融商品としてのリスクも小さく安定していること、出資者にと



顔写真パネルが飾られた店頭ディスプレイ

っては社会貢献や地域貢献への参画意識を持つことから、大変好評です。利回りについても、銀行定期預金の100倍程度にあたる2~3%程度がストライクゾーンです。現在、神戸の物件を皮切りに、道内でも2物件を手掛けたところであり、今後は道内を中心に拡大していこうと考えています。

その他には、土屋ホールディングス様と創設した「市民参加型ソーラーファンド(苫小牧市、出力:1,248kW、1口50万円)」や、医療機関が受け取る診療報酬を裏付けとして病院を支援する「診療報酬(レセプト)債権」、日本保釈金支援協会様と連携して創設した「保釈金立て替えファンド」などがあり、今後も大手証券会社が手掛けないようなニッチな証券化商品に力を入れていきます。

Q. 最後に、松浦社長ご自身の経営の根底に流れる思いについてお聞かせください。

A. 私は、かつて勤めていた旧北海道拓殖銀行で地域の皆様に言葉に尽くせぬほどお世話になり、またご迷惑もおかけしました。その皆様に少しでも恩返しができたら、との思いで日々経営にあたっております。

また、私がまだ駆け出し銀行員だったころに、日本生産性本部に1年間出向して企業経営の診断法を学んだ経験がありますが、その際実習で訪問した企業の職場訪問で、トイレ掃除に至るまで決算書に表れない企業の真の姿に接し、現場を知ることの大切さを痛感しました。

以来、銀行員時代を含め、わが社でも現場第一主義を貫いています。