

2014 年度 決算説明会 主な Q & A

Q1：グループ外の設置が順調だが、今後グループ外に展開する際にコスト面から現行モデルとは異なる例えば廉価版の ATM を導入することはどうか。

A1：現在新世代 ATM の検討をしているが、これまでのように同一機種に拘る必要はないと考えている。また、同一機種か否かに関わらず ATM のコストは低い方が良いが、コストを考える際は ATM 本体以外にも回線やメンテナンス等様々な要素が絡むので、全体で考えていく。

Q2：決算説明資料の p14 にある「独自商品」はどのようなものか。

A2：世の中の「キャッシュレス」等の動きと敵対するつもりはなく、むしろ取り込んでいく方向。例えばキャッシュレス社会における広い意味での新たな決済方法を展開する等、キャッシュレス化も当社自身のビジネスになりうる新しい分野だと考えている。

Q3：コンビニ ATM の分野での競合他社の状況認識。

A3：日本全体の ATM の台数はここ暫く大きく変わっていないが、コンビニ ATM はシェアを大きく伸ばしてきた。これは何より利便性があるからだが、その中でも当社は特にサービスの質を引き上げることに拘ってきた。今後も質の向上を継続すれば自ずとシェアも増加すると思う。全国のセブン-イレブン店舗への設置が前提になっている当社の ATM の優位性はコスト面も含めて高い。当社の ATM なら仮に現金需要がどんなに減少してもコストメリットを追求出来る強みもある。

Q4：新世代 ATM を導入する場合、現行機種との比較で機能面でどのような新しい価値を付加するのか。

A4：新世代 ATM については現在社内でも議論している。開発チームに対して「ATM は現金を取り扱う機械であるという前提から離れて欲しい」と伝えている。生活者にとって金融機関やノンバンクのサービス拠点としての ATM がどういう役割を果たせるのかゼロベースで考えてもらっている。「全く現金を伴わない取引だが、どうしても ATM が便利で必要」になることも起こり得ると思う。現金を取り扱わないサービスという点では取引の 9 割が当社の ATM 経由である海外送金が好例。ATM で行う海外送金取引では現金は全く介在しない。将来的には事前審査済みのローンの申込を受け付けるとか、物販のセブン-イレブンと同じ場所にある ATM だからこそ簡便かつ安全に出来る取引・サービスは多いと思う。

Q5：顧客との接点は今後も ATM のみであり続けるのか。

A5：現状でも当社の口座を保有しているお客さまには B to C のサービスの中でインターネットバンキングやモバイルを使ったお客さまへの通知サービスを提供しており、ATM 以外の接点がある。また実際の店舗という点でもイトーヨーカ堂の中に 5 店舗の有人

店舗がある上に、最近名古屋と福岡に海外送金を主要業務とする営業所を開設した。更にこうした有人店舗の後ろには多言語のコールセンターがお客さまサービスのサポートをする体制となっており、今後もお客さまのニーズに応じた接点を設けていくつもり。

Q6：米国セブン-イレブンへのATM設置の交渉状況。

A6：元々FCTIを買収して北米に進出したのは将来のセブン-イレブンへの設置を想定したもの。当社が成約した場合の置換の時間的余裕はまだあるが、契約更改の時期が近付いているのも事実。時間的制約にも配慮しつつ提案をしているが、まだ発表出来るものはない。

Q7：北米のATMビジネスで収益率を改善する方法。

A7：日本と北米ではATMの利用のされ方もビジネスモデルも異なる。例えば日本では中継システムを自社で保有しており、プロセッシング業務も行っているが、北米では同業務は外注している。また、同じATMと言っても北米のATMは事実上のCD機が中心。このような違いから北米のATMビジネスは日本に比べて収益性が低い。こうした環境下で北米のモデルの延長線で展開するのであれば付加価値が小さく収益性も低いままに留まる。そうならないよう日本で十数年に亘り培ってきたノウハウを活かして新しい価値を創造することを考えている。プロセッシング業務を行うこともあり得るが、まずは現在あるATMの安定稼働の実績を重ねていくことを優先させる。

以上