

平成 28 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会

主な Q & A

Q1：個人向けローンの見通し。極度額の増額等商品性変更の可能性はあるか。

A1：当社にとって個人向けローンは口座に付随する貸越サービスという位置付け。当社口座保有者を主な対象とした広告により拡大しており、当面は成長が続くと思う。効果的な広告の打ち方も分かって来たので、今後は効率をより重視した広告を実施する。商品性の変更は現時点では計画していないが、お客さまの声を聞きながらより良いサービスになるように努めたい。

Q2：新世代 ATM の検討状況。

A2：当社にとって 4 世代目となる新しい ATM の検討は開始している。キャッシュレスの進行には問題意識を持っているが、電子商取引等バーチャルな取引が増加する中でもリアルなキャッシュポイントである ATM を必要とするニーズは必ずある。例えば当社の海外送金はキャッシュを使わないリアルのサービス。

フィンテックも様々な新しい金融サービスの可能性を提供するが、特に決済の姿が変わってくると思う。また、民間のリテール金融サービスだけではなく、公的手続きの分野でコンビニの重要性が増してくるのではとも思っている。

第 4 世代 ATM の開発に当たっては 10 年、20 年先を見通さないといけないが、正確に予測するのは困難。ここで必要なのは開発の柔軟性を確保すること。ハードもソフトも決め打ちでは将来のニーズに対応出来ないなので、サービス拡張の柔軟性を持ったリアルなキャッシュポイントを提供するという考え方の元で開発を進めていく。

Q3：売上金入金サービスにおいて、今後サービス内容を拡大して「事業者向けローン」のようなものを取り扱う可能性はあるか。

A3：売上金入金サービスの顧客である事業者からは様々なニーズが出てくると思うが、事業者向けのサービス内容を拡大することはない。当社は事業者が現金を取り扱う場面をサポートしたい。コンビニ店頭でも支払いは電子マネーやクレジットカードもあるが現状、多くが現金決済。事業者向けサービスでも「私のところは現金商売ですよ」という方々をお手伝いしていく。

Q4：北米で FCTI を巡る競争環境が激化していると言われたが、FCTI の来期以降の収益の見通し。

A4：北米において現在は ATM の設置先に支払う手数料の多寡が主な争点となっているが、競争は価格だけではない。

当社が日本で確立した安全・確実な ATM 運営は基本的な品質だが北米でも評価されるポイントになってくると思う。こうした質的な優位性も訴求して単なる価格競争は回避しつつ差別化を図りたい

FCTI の業績は現状から台数が減少する等大幅な悪化はしないよう努力する。今回の修正計画も現在運営している ATM はしっかり守るという方針の元で策定したものの。

Q5 : 北米事業の環境が厳しく台数増加を追えない状況下でネットワーク会社を保有する等、日本のような垂直的な展開は選択肢になるのか。

A5 : 日本における当社は中継システムも自社保有することにより、プロセッシング（取引のデータ処理等）まで行っているため高収益を達成している。北米でもこうした機能を持つ会社を買収して内製化すれば収益性は向上するだろう。

しかし、当面は北米の 7-Eleven の運営をしっかりと行うための体制作り注力するので、プロセッシング等の分野に進出するとしても先の話になる。

以上