

株式会社ティーガイア 2021年3月期 決算説明会 質疑応答概要

【質問者 1】

Q1：前期1Qはショップが休業していたため、今期計画の販売台数は前期よりも増えると思うが、予想のヒントを教えてください。

A1：販売台数は各方面に与える影響が大きいのでここ2年ほど発表していない。今期は当然TFMの合併があったので、台数は伸びるという前提をたてているが、TFMの影響を除くと若干の減少を想定している。確かに前期1Qのコロナ禍での販売状況を考えると、今期は販売台数が増えるかもしれないが、オンライン専用プランに流れる影響も見込んでいる。

Q2：中期経営計画（以下、「中計」）について、決済、その他、ソリューションを拡大し、モバイル依存からバランスの良い事業ポートフォリオへ移行するとのことだが、とりわけどのようなプロダクトが決済とソリューションの成長を牽引するのか。

A2：決済はご説明したとおり、法人向けのギフトがマーケットとして立ち上がり始めている。QUOカードが使われているケースが多く、クオカード社単独でやっているものが中心だったが、ティーガイア独自で配信サーバーを立ち上げた。ティーガイアはQUOカードPayを核にし、その他の商材も含めて法人向けギフト、デジタルギフト市場に本格的に乗り出していきたいと考えている。これはこの3年間、特にティーガイア本体の決済サービス事業で力を入れたいと考えているビジネスである。また、QUOカード、QUOカードPayも当然、伸ばしていきたい。

ソリューションはご説明したとおり3次元で伸ばしていく。基本的に顧客数も商材も増えており、トータルサポートへの変化というこの3つが掛け算になれば売上の増加が見込めるため、相当数の人員をシフトさせている。商材は、お客様に一番身近なスマホとタブレットから、ネットワーク寄りの商品を狙っている。ネットワーク系ではRelay2という商品を紹介したが、この商品を作ったのはアメリカのベンチャー企業。前期にこの会社の大株主になり、力をいれている。

【質問者 2】

Q1：今期の事業計画の前提について伺いたい。販売台数はオンライン専用サービスの開始で減るという話について、我々も中期的には影響はあると思うが、今は端末を買い替えずSIMの挿し替える使用が多いと考えている。22年3月期に契約数は伸びたとしても、端末の販売台数への影響があるのかは疑問。どのように考えているのか。

A1：キャリアの説明によると、オンライン専用プランによって新規、MNPによって販売台数が増えるということだが、現実問題を見てみると、自社からの乗り換えが多く、買い換えサイクルの先取りをしているように見える。そうすると、台数にも大きくはないもののある程度の影響があるのではないかと考えてしまう。そのほか、過去から利用いただいているお客さまがオンラインへ移行すると継続手数料も若干下がると考えられる。キャリアからもいろいろな意味で合理化と言われてきている。一方で、マイナス要因ばかりでなく販売の自由度が増すというプラス面もあり、補える部分も加味して今回の計画を立てている。

Q2：ソリューションの利益貢献は、法人向けのタブレット・スマートフォンを含めた台数と光のサービスも含めた非通信の契約増をあげているが、このトレンドは今期も同じなのか。要は、今期も在宅勤務需要で法人向けのスマートフォン・タブレットが伸び、非通信ではTG光とかヘルプデスク等が伸びていくという理解でよいか。

A2：ご理解のとおり。TFモバイルソリューションズ（以下、「TFM」）の影響もあるが、引き続き台数は伸びると思っている。在宅勤務需要も今のところ鈍ってきたという印象はあまりない。心配なのは端末の供給。いろいろ話題になっているが、日本ではGIGAスクール構想の影響でタブレットが不足しているとかいうところに今後、チップの不足が重なってまとまった数の端末を確保できない可能性を心配している。

Q3：ソリューションのシステム投資等の影響が大きい点について伺いたい。これは今期に、償却や一時費用等が入っているのだと思うが、この水準の影響が続いていくのか。もしくは、今期は一時的な負担もあって、23年3月期以降は影響が少なくなっていくのか、中期的な費用の推移を教えてください。

A3：説明資料では前期と今期との比較においてマイナスとなっているが、全社賦課の負担割合も関係している。現在はモバイル中心のシステムで、これまではモバイル事業の負担割合が多かったが、この度新たにシステムを開発するにあたり、ソリューションや決済に対応するシステムを開発しているため、負担割合を変えている。今期と来期以降の比較という点ではこれ以上費用が増えることはない。

Q4：今期と来期以降の比較では、むしろ負担が減って増益要因になるということもなく、ずっと同じレベルの費用負担が続くということか。

A4：そのとおり。5年償却なので、5年間は影響が続く。

Q5：決済サービス事業について2点伺いたい。これまで単体ではApple製品の販売や新商材等で利益が伸びてきたが、今期の計画では、単体の営業利益が4億円強減益となっている。これは配信サーバー関係の新規事業の投資の負担が増えるということか。また、連結ではクオカードも1億程度営業損失は縮小するようだが、依然として営業損失の水準が続いている。デジタルを含めて販促はあまり減らさず、引き続き前期並みの販促をかけていくのか。

A5：単体ではシステム投資等もあり、人も増員している。新しい事業における費用先行が大きい。クオカードについては、QUOカードPayはちょうど3年目に入ったところだが、しかるべき販売促進のためのコストは掛けていこうと、考えている。ただ初年度（まだ認知がゼロから始まったときの資金の使い方）と2年目・3年目は間違いなく掛け方が変化している。また、効率性も上がっている手応えを感じている。資金の使い方を広げ、QUOカードPayの認知度向上と発行拡大のスピードアップに取り組んでいく。

Q6：単体では新規事業の人材の影響があるとのことだったが、具体的にどういう新規事業なのか。QUOカードPayはやはりコンビニの拡大が焦点だと思うが特に変化はないのか。

A6：まず、QUOカードPayについて。コンビニではローソンに続いて、ミニストップが加盟したというのが現状。まだ拡大の余地が大いにあるというのは皆さんご存じのとおり。一方で、今までのQUOカードにはなかったドラッグストア等の加盟が増えている。QUOカードでは実質、マツモトキヨシしか加盟店がなかったのが、QUOカードPayではその2～3倍の規模にまで拡大している。ドラッグストアについては、今期中にさらに充実していく目途が立ちつつある。その他、加盟店はかなりバラエティーに富んで、屋号数でいうともうすでに100屋号を超えるぐらいの規模感になっている。コンビニの重要性は変わらないが、逆に今までのQUOカードにはなかった幅広い加盟店網の充実がかなり進んできている。

続いて、単体のコスト増について。これは「その他事業」のeスポーツ、ICT教室、再生可能エネルギー（TGパワー）に加え、まだオープンになっていないが、量販店と携帯電話販売以外のビジネスで当社が人を派遣したりしている。人と手間が掛かるビジネスが多いため、人件費が相当増えているというふうにご理解いただきたい。先ほどあげた「その他事業」は収益をまだ生んでおらず先行投資と考えている。

Q7：退蔵益の計画について伺いたい。今期の前提はよく分かったが、今後はそこまで大きく変わらないか、若しくは今の水準が続くと見ておいたほうがよいのか。

A7：資料21ページとおり、今回の減益要因になっているのがブルーで②と書いてあるもの。いわゆる見直しの部分、これが過去のトラックレコードが積み上がってきた結果、未使用率が収斂してきている。今までは未使用率が上向きだったところが収斂してきており、今後も今期同様額の前後で推移するのではないかと見立てている。①の新規の部分については、発行高が伸びてくればその分が5年後に効いてくが、②過去の部分については、収斂すればこのプラスマイナスは限りなく少なくなっていく。

【質問者 3】

Q1：まだ早いと思うがTFMの総括、今のところの途中経過を伺いたい。今期の計画では、通年化の寄与として4億円と記載があるが、これをベースに連結利益寄与のポテンシャルを考えていいのか、それとも今期はなんらかの費用なり、今後期待できる効果があり、もっと大きなポテンシャルがあるのか。また、商材が相互利用されることによる売上や定量情報があれば伺いたい。

A1：2Qの決算発表でご説明した際は、初年度は若干赤字、2年目トントン、3年目以降にM&Aの効果が出るというご説明をしていたが、今期（2年目）でプラスが出そうということで、非常に順調と思っている。想定以上にショップのノウハウの融通や商材の融通、あとはソリューションでのお客さまの相互融通等、シナジーが早期に出てきている。また、今期は事務所移転費用やシステム統合費用等がある程度含まれた数字であるため、来期はもっと上げていきたい。来期・再来期は人や組織が統合していくので、そこまで分けて分析できるかどうか分からないが、来期以降は実際の効果を出していこうと考えている。

さらに補足すると、文化の違う両社の統合は、非常に順調にきている。統合シナジーをできる限り早いタイミングで出していきたいと考えているが、目に見える利益だけでなく、ティーガイア側のショップ運営、ソリューションのビジネスに対してもプラス効果が出てくる。この統合、買収の意義はあったと考えている。

Q2：中計の事業ポートフォリオについて伺いたい。説明資料58ページ、64ページの円グラフは具体的な数字を基に作っているのか。または、主要事業が伸びていくところプラス新事業を立ち上げたいというイメージ（こうしたいというイメージ）と考えておけばよいのかどちらか。

A2：考え方について、この円グラフの大きさは利益の成長率を表している。対外的な発表はしていないが、このグラフを作成する際には各営業部隊からの積み上げで作っている。非モバイルの収益を5割、半分にしたというイメージからは来ていない。また、各事業の収益イメージのうち、決済、ソリューションが市場成長率に合わせて収益も拡大していくことを想定しているが、この中に新事業は含んでいない。新事業は灰色のところに出てきているが、ほんの数億の規模。まだ中計期間中には、花開くということは期待しているが、先ほどご説明した新事業が収益に貢献するところまでは織り込んでいない。

Q3：説明資料64ページの右の真ん中の下にモバイルというのが出てきているが、これは何を指しているのか。

A3：これは「みんなの暮らしラボ」という、ショップで展開している当社の商品。イーウェルと共同しながらいろんなものを安く提供したり、いろんなサービスを集めている。ぜひホームページをご覧ください。

【質問者 4】

Q1：中計についてお聞きしたい。円グラフの大きさから利益全体は1.2倍ぐらいになるイメージで、決済やソリューション事業は倍近くの利益になるとみえる。ここからはまだ投資フェーズで、決済やソリューションに関しては利益率が改善せず規模を拡大し、数量効果を考えているのか、先行投資がある程度落ちつき利益率が改善していくのかというイメージ感を持っているのか。

A1：円のサイズを測るとそれが収益かという話かという、そこまで正確なものを作っているわけではない。数字は純利益ベース。先行投資は続くが、今現在先行投資しているものが、より大きな利益を生んでいくことを想定している。太陽光パネルビジネスは、5年～7年という長期のビジネスだが、太陽光ビジネスとQUOカード以外では長期の投資は見込んでいない。そういう意味では収益（利益率）もある程度確保してやっていく。

Q2：売上も同じようなペース感で伸びるイメージを持っておけばよいか。

A2：決済サービス事業等の売上というのは、会計基準等によっても変わってくる。したがって、売上がいくらかということ、実はあまり意識しておらず、純利益ベースで考えている。

Q3：システム投資について追加で伺いたい。今期の後半からこのシステム投資が掛かっていくという話なので、来期は通年化でさらに7億掛かるのか思っていたが、一時費用もあるので来期は更なる負担増にはならないという認識を持っておけばよいか。

A3：今期に比べて来期がさらにマイナスということはない。確かに今期の償却期間は短い、導入に当たって一時費用が掛かっているので、来期はほぼ同程度となる見込み。以降それが継続する。

Q4：オンライン専用プランの影響に関して、買い換えサイクルの先取りと説明していたが、それは単純に販売台数が減るといふ議論なのか。それ以外に何かプラスのメリットはないのか。例えばオンラインで処理が上手くできず、店頭でサポートの手続きの手数料が発生するなど、足元の状況を教えて欲しい。

A4：今のところ3キャリアのうち、一部のキャリアでは店頭サポートに手数料を支払うという話になっている。ただ、それは継続的な手数料ではなく、収益が上がるというレベルになるとは思っていない。他のキャリアはいまのところそのような話はお出しておらず、オンライン化によるプラス面の具体例はまだ見えない。一方で、一部のキャリアは、ショップで業務の負担が大きくかかっている部分に関してデジタル化を進め、オペレーションの効率を上げていくと言われている。その点については、ショップへのプラスの影響があると思う。

Q5：今までは店頭がかなりオーバーフローしていて、事前予約制でそれが若干緩和されているが、本来投資が必要だった部分が抑制できるというプラスがあるということか。

A5：ショップではいろいろな処理を、人海戦術でやっている。それが正直なところキャリアによってレベルが違う。まだまだキャリアがシステム投資をすることで処理が効率化できる事項はたくさんあり、そこが進むとプラス面が出ると考えている。

Q6：効果が出るとしたら今期の後半というイメージか。

A6：まだ具体的に何をどうするかという話ではないので分からないが、ショップの負荷が相当低減すると思われる。

【質問者 5】

Q1：中計の利益目標数値を開示しない理由について伺いたい。重要なのは携帯販売台数で、それは非常にセンシティブな話というのは理解しているが、考えを聞かせてほしい。

A1：中計で利益目標数値を開示するかどうかについては社内はかなり議論をした。やはりオンライン化やキャリアの手数料の問題、この辺りを勘案すると市場が先行き不透明であり、ここまで利益を伸ばすという数字を発表することは難しい。この中計自体は、モバイルの収益をできる限り維持していくという前提で作っており、社内ではある程度のイメージを持ってはいるのが、対外的な発表については今回、差し控えさせていただいた。

実は5年前も中計を作ってフォローしてきたが、業績のうち一番の収益を占める部分はキャリアの手数料に基本的に依存しているモバイルビジネス。今、申し上げたとおり、なかなか勝手に数字を作れない部分もある。今後、中計の予想どおりモバイルの比率が5割程度まで下がったときには（次の中計では）、もしかしたら違う段階に進める可能性もある。

【質問者 6】

Q1：今期計画におけるモバイル事業の販売台数の前提と四半期利益の見通しがあれば解説してほしい。

A1：先ほどご説明したとおり、TFMの統合効果がなければ若干減少という前提で作っている。四半期の利益のバランスという意味では、前期は特殊な期だったが、毎年だいたい下期偏重、特に4Qに集中する。

Q2：ソリューション事業の今期計画は、売上高が35%の増収とかなり期待しているようだ。その要因の分解があれば教えてほしい。

A2：説明資料32ページ。1つの大きな要因は間違いなくTFMの台数増だが、それに加え、商材のクロスセル、ビジネス形態の変化、この3つの効果によって強気の数字を出している。これは実現できる数字だと思っており、TFMの買収のときにも話したが、ソリューション事業のシナジーは期待できると思っている。

Q3：決済サービス事業における会計制度変更の影響について、売上・利益に分けて解説をお願いしたい。

A3：説明資料の 37 ページ。日本の会計基準において収益の認識基準がこの 4 月から改定になり、その影響がある。具体的には PIN 取引において当社が在庫リスクを負担してない取引については売上高と売上原価は認識せずに、当社の利益部分、この手数料の部分だけを売上総利益で認識するというように会計基準が変わっている。前期に仮にこの新基準を適用した場合、もともと 630 億円が計上されていた売上高が 352 億に減り、約 280 億の影響がある。一方で、利益はまったく変わらない。

以上