

2017年度 経営方針説明会 Q&A (要旨)

日 時: 2017年5月31日(水) 15:30~17:00

登壇者:	ソニーフィナンシャルホールディングス 代表取締役社長	石井 茂
	ソニー生命 代表取締役社長	萩本 友男
	ソニー損保 代表取締役社長	丹羽 淳雄
	ソニーフィナンシャルホールディングス 専務取締役	住本 雄一郎**

*登壇者の役職は開催日時点によるものです。

**2017年6月21日付 ソニー銀行(株)代表取締役社長に就任予定

※内容については、理解し易いよう一部加筆・修正・並び替えをしております。

【Q&A】

Q1: [SFH]

配当方針の変更について、今後は経済価値ベースの利益指標を重視していくとのことだが、具体的にどのような指標を見ていくのか、また、増配に踏み切る際の基準はどのように考えればよいのか。

新契約価値を重視する場合、2016年度第1四半期のように金利変動の影響を強く受ける状況もあるが、金利変動の影響をどのようにして排除するのか。また、損害保険事業、銀行事業の価値をどのように組み込むのか。

A:

(プレゼンテーション資料P.62) 経済価値は金利状況に大きく影響されるため、基本的にはコア ROEV にてソニー生命の価値の増加を考えていく。これにより、ある程度、金利変動の影響を排除できる。増配の判断にあたって、現時点では何か明確な基準を持っているわけではない。

今回の方針変更については、社内で十分議論し、法定会計上の利益は配当原資のベースとして配慮するものの、それ以上に中長期の利益成長は何をもって目指していくのかという意味で、経済価値ベースの利益指標を重視していくとの判断をした。それが企業価値の向上につながり、投資家の皆さまにご納得いただける方法と考えた。ソニー損保、ソニー銀行については従来どおりの修正 ROE、ROE を連結修正 ROE の計算に組み込んでいく。

Q2: [SFH]

今回、配当を1株当たり55円に据え置いた理由として、何が一番大きかったのか。期中の市場環境の変動なども考慮したということか？新契約価値は金利変動によって大きく振れるものであるが、例えば、期末に金利が大きく低下してコア ROEV が低い状態となる一方で、業容は順調に拡大している場合には、株主還元はどのように考えるのか。

A:

配当予想を55円に据え置いたのは、市場環境や標準利率改定後の競争環境が不透明であり、今後、見極めていく必要があると判断したため。保守的と思われるかもしれないが、現時点で自信をもって示せる水準として55円に据え置くこととした。新契約価値の金利感応度が高いことは承知しているが、金利が低下しても55円の配当は確実であるをご理解いただきたい。また、増配の判断については、例えば2016年度第4四半期のソニー生命の新契約価値は150億円ほどであったので、年間ベースで600億円程度の新契約価値が一つの目安となり、これを上回るような伸展が確認できれば、増配を検討する可能性はある。

Q3: [SFH]

ソニー(株)の業績が大幅に改善したとき、ソニーの利益の重要な部分を SFH の利益が占めていることから、ソニー(株)の配当方針と SFH の配当方針に齟齬が出てくることはないか。

A:

ソニー(株)は大株主ではあるが、あくまで一株主であり、当社の配当方針を判断するにあたって、ソニー(株)にのみ何らかの配慮するようなことはない。

Q4: [SFH]

ソニー(株)が持分を2段階にわたって引き上げたが、コミュニケーションは増えているのか。

また、従来からのグループ内のシナジーは目に見えて進展しているか。あるいは、今後、期待できるようなものはあるか。

A:

当社グループは、「ソニー」のブランドを使用しているが、ソニー(株)はあくまでも一株主という位置づけであり、少数株主への配慮を重視している。よって、コミュニケーションは限られる部分はあるものの、一方で、ソニー(株)の経営陣には金融事業とつながりの深い人が就いており、理解は深まっていると認識している。

ソニーとのシナジーに関しては、フィンテック領域においてソニーCSL(ソニーコンピューターサイエンス研究所)をはじめ、ソニーグループとさまざまな協業可能性を探っている。ソニーCSL はビッグデータの解析などに優れていて、当社グループも協業し、その技術の活用を検討している。また、SFH側においては、グループ横断的な組織として Fintech Forum を作り、窓口を一本化することで、コミュニケーションが図りやすい体制とした。

Q5: [SFH]

ソニー(株)平井社長のプレゼンテーションで、「ソニーは感動(KANDO)会社だ」という話があったが、SFHとしてどういう形でこれに応えていくのか。

A:

平井が Last One Inch(KANDO@ラストワンインチ)と言っており、一番お客さまに近い存在がソニー生命のライフプランナーである。「ソニー」ブランドを掲げて、お客さまに直接に接することができるライフプランナーは、お客さま対応によって感動を提供している。ライフプランニングを通じて、ブランド価値を上げていく考え。さらに、ソニー(株)とフィンテック分野での開発協力を通じ、お客さまに感動を提供していく。

Q6: [生命]

他社においては保障性商品へのシフトを進めてきており、特に第三分野にシフトしている。ソニー生命はビジネスモデルとして第三分野の占率が低いのは理解しているものの、低金利環境が継続する中で収益性改善を考え、第三分野の占率を増やすことはできないのか。

A:

足元ではソニー生命の第三分野の占率は新契約 AP ベースにおいて 20%ぐらいとなっている。医療保険は販売件数が落ちているものの、生前給付保険の中に介護や傷害が含まれており、医療保険の販売低下をカバーし、一定程度伸びている。

新商品については、優先順位をつけて年間2商品くらい発売しており、第三分野商品もいずれ発売していきたい。一般的に第三分野商品の収益性が高いと言われているが、一部の領域では価格競争が進んでおり、全ての医療保険で高いマージンの確保ができるとは限らない。そういった点も踏まえ新商品開発を考えていきたい。

Q7: [生命]

2017年3月末のMCEVセンシティブリティがかなり低下してきているが、これはUFRの導入により、超長期金利が上昇したことによるものか。これは、今後、超長期金利が上昇してもMCEVはそれほど増加しないということか。

A:

金利感応度の変化は、金利上昇により低下した要因もあるが、UFRの導入による影響の方が大きい。金利が上昇しても以前よりMCEVは増えないが、逆に金利が低下しても以前に比べMCEVは減らない。

追加Q:

マネジメントは、金利変動による変化が少ない(アップサイドが取れない)ことは良いという考えか。

A:

MCEV全体に対する金利センシティブリティを低減させるために、これまでも超長期の投資を進めてきており、金利変動による変化が少ないことはポジティブに捉えている。

なお、金利変動によるMCEVの変化が少なくなったことにより、MCEVを増加させるために、新契約価値の積上げが一層重要な要素となってきた。新契約価値も金利変動の影響を受けるが、商品のプライシングなど、金利状況を踏まえながら適切に対処し、着実な新契約価値の積上げに取り組んでいく。

Q8: [生命]

2016年度第4四半期の資産側のデュレーションが若干短くなっており、長期化の取組みが足踏みしているように見えるが、デュレーション・ミスマッチに対する今後の取組み方針に変化はあるか？

A:

ソニー生命は、大量の円建債券のポートフォリオを保有しており、新規投資額が若干変わっても全体のデュレーションには大きな影響はない。円金利が上昇するとデュレーションが短くなり、低下すると長くなる。2016年度第4四半期においてデュレーションが短くなった要因は、主に金利上昇の影響によるもの。

Q9: [銀行]

(プレゼンテーション資料P.42)ソニーペイメントサービスがEC決済サービス市場でシェアを順調に伸ばしているようだが、その競争優位性はどこにあるのか。また、スプレッド収入の水準イメージは何パーセントくらいか。

A:

ソニーペイメントサービスの決済の強みは、その認証機能の高さにあると考えており、高い安全性に裏打ちされたブランドの信頼・信用力が優位性の基盤になっている。スプレッドの開示については、ご容赦願いたい。

追加Q:

プレゼンテーション資料から取扱高が7,000億円、売上高が34億円で、スプレッドは約50bpと計算できるが、そのようなイメージか。

A:

そのくらいのイメージでご理解いただきたい。

Q10: [介護]

介護事業について、10年ぐらいで損保事業・銀行事業のように数十億円の経常利益になればよいという説明を聞いてから5年経過した。現在の進捗をどのように考えているか。

A:

詳細な説明は控えるが、介護事業への取組みは着実に進展している。参入した以上、黒字化させるのは必須だと考えている。ゆうあいホールディングスの子会社化のタイミングなど、当初想定に比べスケジュールが少し後ろにずれてはいるものの、今後黒字化に向けてキャッチアップしていきたい。

注)10年とは、事業参入の意向を発表した時からではなく、実際に事業参入した2013年11月を起点にしており、現時点においては3年半が経過している。

以上