

2019年3月期決算 テレフォンカンファレンス

Q&A要旨

(2019年5月15日)

Q 日本郵便の業績予想の考え方、総務省に認可された事業計画との整合性について伺いたい。今回の業績予想は、事業計画策定後の状況は反映しているか。

A 事業計画は、定義が異なるところもあるが基本的な前提条件(例えば物数など)は同じもの。事業計画策定後の状況を特別反映したという点はない。

Q 2020年3月期の連結業績予想の4,200億円は、日本郵便、ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険の3社の利益予想を合計したものと約430億円の乖離がある。乖離の内訳を伺いたい。

A 乖離の主な要因は、非支配株主持ち分利益。ゆうちょ銀行の11%分と4月の株式売出しで拡大しているかんぽ生命の約35%分。あとは、持株単体の事業の影響と連結上の調整項目の影響。

Q 見通しの4,300億に対し約4,800億と+11.5%上振れているが、個社別では、日本郵便+1.3%、ゆうちょ銀行+2.3%、かんぽ生命+8.5%と、それほど計画との乖離が多くないように見える。連結が上振れた一番大きな要因は何か。

A 各社の上振れに比べ連結の上振れが大きい点は、持株の経費が想定よりも浮いたことと、法人税等が結果的に想定よりもかなり少なくて済んだことが主要因。

Q かんぽ生命保険の株式売却が4月に行われているが、今期の業績予想にはどう織り込まれているか。また、売却資金は今後どう使う予定か伺いたい。

A 日本郵政の持分減少分は織り込んでいる。株式売却による売却損益は、日本郵政単体では影響があるものの、連結損益には影響しない。

売却資金の用途については、全体の資本政策の中で検討中であり、日本郵政グループとしての成長投資や株主還元等に有効に使っていくこととしている。

Q 今期から金融2社が日本郵便に支払う委託手数料の一部が拠出金・交付金となることが決まっていると思うが、計画にはどのように織り込まれているのか。また、今期、金融窓口事業は減益予想である一方、かんぽ生命からは、保有契約の底打ち・反転に向け、事業費や手数料が増えるという説明がある。手数料収入が増加しても減益となる理由は何か。

A いわゆる拠出金・交付金制度については、グループ全体で消費税負担が約200億円減少する見込みであり、計画に織り込み済み。

保険営業については、反転攻勢に向けた利用拡大を図るが、金融窓口事業は、システム関係の費用増、端末更改の費用増を見込んでおり、これが大きく影響するため減益予想となっている。

Q 郵便・物流事業の今期計画について、もう少し詳細を補足願いたい。例えば増収減益か、減収減益なのか、また、一過性費用とはどのようなものか。

A 収益面では、ゆうパック等荷物事業は引き続きの増収を見込むが、今期は単価の改善効果も一巡してくるので前期のような大幅な増収は難しい。また、郵便事業は、そもそも郵便物の減少が見込まれるうえ、切手販売収入の減少も見込まれる。

一方、費用面では、生産性向上やコストコントロールに引き続き取り組むが、期間雇用社員の賃金単価上昇を見込んでいる。その上、システム更改で数十億円の一時的な費用を見込んでおり、そういった費用増要素により減益見通しとなっている。

Q 国際物流事業について、2019年3月期の実績が前年比横ばいである中、今期は増益予想となっている。昨年までとトレンドが異なるのはなぜか。

A 国際物流事業については、今期、中国経済の見通し等、厳しい事業環境が続くと見ている。そのような中、シンガポールを中心としたアジアのロジスティクス事業の拡大に取り組むほか、不採算拠点の廃止や費用削減にも取り組むこととしている。

また、IFRSのリース会計基準の変更の影響もある。これまで営業費用で計上していたリース費用について、減価償却費相当部分と利息相当部分に分け、利息相当部分はEBITの対象ではなくなった。当期純利益ベースでは変わらないが、EBITでは50億円程度、利益を押し上げる影響があると見込んでいる。

Q 配当を50円で据え置いた理由は、業績好調による還元原資で自社株買いを検討しているためなのか。かんぽ生命保険の株式売却資金を原資とした自己株式取得の実施をイメージしているのか。IR資料に「自己株式の取得も検討」と記載した背景は何か。

また、1株当たり配当を「50円以上」と言っているが、業績との関係で「50円以上」をどのように考えているのか。

A 株主還元方針に関しては、中期経営計画において、「一株当たり年間配当50円以上を目安に、安定的な一株当たり配当を目指す」と言っており、基本的には、その考えに基づき今回50円としたもの。一方で、当初予想を大きく上回る業績となったことから、今後、株主還元の観点で自己株式の取得も検討することとしたもの。ただ、自己株式取得は、いろいろな要素を考えながら検討する必要があり、かんぽ株式の売却資金をどう有効に使っていくかという課題もある。資金使途としては、従来どおり当社グループの成長戦略と株主還元のバランスを考え判断したいと考えており、現時点で具体的な内容を決定はしていないが、しっかりと検討していくという姿勢を資料に記載した。

Q ゆうパックの個数増加を見込むとのことだが、その裏側にある価格戦略や競合動向はどのように考えているのか。

A 宅配業界全体が一昨年度から昨年度にかけて大幅な値上げを実施したが、昨年度の後半ぐらいからは、コスト上昇分を着実に転嫁していく方針に変わってきたと考えている。当社の価格戦略も基本的には同じ考え方。ただ、足元の個数減少を踏ま

えると、価格を下げてまでシェアを取りに行くことは考えていないが、顧客別には、一部の価格調整も含めた様々な作戦を考えて、確保すべき顧客は確保する方針で取り組むこととしている。

以 上

本資料に記載されている通期業績予想等将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその達成を約束するものではありません。

実際の業績等は、金利の変動、株価の変動、為替相場の変動、保有資産の価値変動、経済・金融環境の変動、競争条件の変化、大規模災害等の発生、法規制の変更等様々な要因により大きく異なる可能性があります。