

コニカミルタ株式会社

2020年（平成32年）3月期 第2四半期 決算説明会

主な質問と回答

日時： 2019年11月1日（金）18:00～19:00

場所： 野村コンファレンスプラザ日本橋

<ご留意事項>

「主な質問と回答」は、決算説明会に出席になれなかった方々の便宜のため、参考として掲載しています。説明会でお話したこと全てをそのまま書き起こしたのではなく、当社の判断で簡潔にまとめたものであることをご了承ください。

また、本資料に記載されている業績見通し等の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、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があることをご了承ください。

【全社業績に関して】

Q. 今回の大幅な下方修正について、1Q 決算を発表した 3ヶ月前には変化が見えていなかったのでしょうか。例えば、オフィス事業の Seg2、Seg3 の製品原価の状況など兆候が見えていなかったのか、説明してください。

A. カラーMFP 新製品は Seg.2,3 の低速機から展開しましたが、需要に対して供給が遅れないように、また出荷する製品の品質を十分に保持することを優先した結果としてコストがアップしました。その影響が数字として見てきたのが 7-8 月でした。生産拠点のマレーシアや、サプライヤーに相当の負荷かかり、負の連鎖が起こってしまったということを 6 月末時点で読み切れなかったということです。

Q. 公表値について営業利益 200 億円というのは 2003 年の経営統合後最低の水準かと思います。今期が中計最終年ですが、次の 3 年、次期中計はどうなるのでしょうか。

A. 来期も為替など外部環境は引き続き厳しく見ていくことが前提にあります。来期に向けて追加施策の効果出しと基盤事業の成長によって収益性のベクトルを上げていくため、下期は仕込みを行います。

本中計で元々狙っていた基盤事業の利益率に戻すのは 2021 年までかかる可能性もあり、本中計の実行に遅れが生じたことは事実ですが、新規事業の利益貢献は次期中計期間の 3 年後まで待つのではなく、今から 1、2 年で改善していきます。また施策展開の実行力に課題があったことに対しては手を打っており、これらの組み合わせで次の 3 年は収益性の改善を進めます。

【事業に関して】

Q. オフィス事業とプロフェッショナルプリント事業について、一般的には景気に対する遅効性があると思いますが、今のマクロ環境をみると来期も厳しい市場環境になる可能性が十分にあります。来期に向けて新製品を投入することで今期の遅れを挽回していくという施策を打ち出していますが、旧製品の売り切りなどで思ったように利益が出ず、更に景気の影響を受けるということはあると思います。そういった観点から、もう少し長期的な視点で抜本的な原価低減の施策などありますか。

A. 原価低減に関しては、今後は量産の当初から生産拠点のマレーシアや ASEAN で調達するなどといったことを前提に、抜本的な施策を行っていきたく考えています。旧製品売り切りによる一時的な値崩れは回避できない部分もありますが、従来のハードウェアのリースやメンテナンスを、全てオールインワンにしたようなリカーリングのビジネスモデルへシフトするなど、マーケティング面からの対応も進めています。現在も今後も、旧製品を叩き売って新製品の価格に影響が出るような売り方をすることはありません。

Q. オフィス事業のノンハードの見通しに関して、期初からの変化はいかがでしょうか。また通期の見通しについて教えてください。

A. 期初は対前年伸長率をフラットで見えていましたが、欧州の厳しさを考慮して1Qに下方修正し、2Qは想定範囲内で推移しました。通期では前年比-1%から-2%を見込んでいます。

Q. 今、中国で盛んに行われている OLED への投資は、計測の事業に結び付いて来るのでしょうか。

A. 2020年モデル関連投資の引き合いが来ていますし、将来的にも、技術難易度の高い製品には、当社の計測技術が必要とされる状況が続くと想定しています。

Q. 新規事業のバイオヘルスケアについて、遺伝子診断の検査数が大きく伸びているのに対して売上があまり伸びていないのはなぜでしょうか。

A. 遺伝子メニューの構成比などでも売上が変わってくるので、サンプル数と売上の単純な比較は難しいとご理解ください。前年比で伸びているだけではなく、2Qにおいても7,8,9月と月を追うごとにサンプル数が増えているため、今後は売上増につながっていくと認識しています。高精度な RNA テストが非常に好評で、そういった高付加価値サービスが価格維持にも寄与しています。

Q. 新規事業のワークプレイスハブ (WPH) は、実績が当初の見込みから大きく下回っています。発表から3年が経ち、難しいチャレンジとは理解していますが、かなり投資していると思います。今一度、事業性についてどう考えていますか。

A. 新しいプラットフォームの構築やお客様の使い勝手を改善するバージョンアップをアジャイルに行うための開発リソースにここ数年、大きく投資しました。販売についてはワークプレイスハブ専任の人財採用を各国で行っているため費用がかかっています。当初のターゲットとしていたスケールに至るためには、MFPのセールスをWPHにシフトさせていく必要があり、そのためのトレーニングを進めていますが、上期はMFPの状況がこの3ヶ月で厳しくなり、MFPの販売を優先せざるを得ない状況もありました。下期にはMFPの販売を効率化してWPHに本格的にギアチェンジしていきたいと考えています。

以上