2024 年 3 月期 第 3 四半期 決算説明会 質疑応答の主な内容

1. 連結業績計画の上方修正の背景は

- 11 月 9 日の修正計画に対して、米州で+500 百万円。Q3 の計画上振れ分を通期に反映
- Q3 計画上振れの背景は、米国販社での計画を上回るラベル工場での生産性向上や販管費コントロール、南米プライマリー専業でのハイパーインフレーション下における継続的な価格改定実施が寄与

2. AI 値引きソリューションの売上規模や今後の展望は

- 22 年度 Q4 にプリンタの売上は計上済み。23 年度以降はシステム利用料が毎月計上され、年間で数千万円の売上規模
- 店舗の効率化・省人化ニーズの高まりを背景に AI 値引きなどのソリューション商談は増加傾向。これをコト売り*で捕捉し、高粗利なソフトウェアやシステム利用料の売上を増加させることで、利益も継続的に伸ばす考え

* 商品の単品売りではなくハードウェアやサプライ、保守サービス、ソフトウェア等を組み合わせたソリューションを、ROI の提示を含めて提案する売り方。単品売りの「モノ売り」に対する概念

3. ロシア子会社の Q4 と 24 年度の見通しは

- ウクライナ情勢の影響で当社にとって良好だった競争環境が、Q3 より正常化してきている。期初見込んでいたことが下期になって顕在化した。このため、利益が減速しはじめている
- Q4 以降も競争環境の正常化で、対前年比で減収・減益を見込んでいる
- 当社は以前よりも高付加価値品を提供できるようになっており、この高付加品は、競争環境が完全に正常化したとしても一定のシェア維持に寄与すると考えている。このような状況から 24 年度は 21 年度よりは高い売上と利益水準で推移すると見ている
- 事業継続に関しては、あらゆる選択肢を排除せずに注視していくことに変更はない。Q4 以降も適切なリスク・コントロールを基本として事業運営を行う

4. メカトロ商品の需要動向の現状と今後の見通しは

- 日本事業は、先行きの不透明感が残るものの、人手不足や効率化を背景に当社タギング・ソリューションへのニーズは底堅い。2024 年問題に関する商談の増加やマニュファクチャリング市場の回復により、Q4 以降はメカトロ商品の販売は回復していくと見込んでいる
- 海外事業の現状は、代理店での在庫調整や、景気後退や政治リスクなどからお客さまの投資先送り傾向もあってプリンタの販売台数と売上高が停滞している。同業他社も同様の状況で、通常販売価格よりも安価に販売するなど価格での競争に陥っている。そのような状況下ではあるが、当社はコト売りによるソリューション提供やソリューションの横展開”Portable repeatable”という拡販のアプローチによって差別化をすることで、価格競争とは距離を置きながら着実に収益の伸長を遂げる考え

5. 日本事業の収益性はコロナ禍前の水準に戻るのでしょうか

- 日本事業の収益性向上は経営課題。向上策は、2024 年 3 月の説明会でお話しする予定

6. 日本事業の営業部門の評価を売上から利益にするとのことだが、どのように進めるのか。また期待する変化は

- 例えば評価の指標については、「市場ごとに利益率が違うため、対前年比がフィットするのでは」など検討を進めている。営業部門のマインドは、評価軸が売上から利益になることで、モノ売りからコト売りによるソリューションを提案するなど高付加価値路線へと、よりシフトしていくと考えている

7. 新型プリンタの開発進捗と市場投入時期は

- 開発は計画どおりに進捗
- 現行機種の在庫、予備部品、保守パーツなどの状況を総合的に鑑みながら、日本と海外に分けて市場投入の時期を検討している。特に海外においては、代理店に現行機種の在庫が積みあがっているため、慎重に検討を進めている
- 具体的な市場投入の時期は、新中期経営計画の中で説明を予定

8. Q2 決算説明会で説明のあった価格改定活動を「組織的な対応」にしたことでの変化点は

- 原材料費の上昇を重要な経営課題として捉えて、2023 年 8 月のリリースから拠点主導だった価格改定を経営主導に切り替えた。これにより、従来の「打診」から「要請」ベースに変化させた。営業部門長や担当者が優先順位を上げて、価格改定に取り組むようになったことも大きな変化点だと捉えている
- 結果的に Q3 では、価格改定が大きく進展した。実績金額は計画に対して遅滞したものの、交渉の妥結は計画線で推移している。コストが一定であれば、24 年度には原材料価格の上昇に価格改定が追い付くと見込んでいる

（以上）