# 2021 年 3 月期 上期決算説明会　質疑応答の主な内容

1. キラーコンテンツ強化とは、具体的にどのような業界に対してどういった商品を提供するか。特に成長ポテンシャルが高い業界、ソリューションは

- コロナ禍でターゲットとしているのは、例えばマニュファクチャリング市場であれば電子・電気業界、ヘルスケア市場であれば病院ではなく、医薬品や血液センターといった業界である。フード市場であれば業績が好調なファストフードや食品製造業など、巣ごもり消費により需要が高まっているお客さまとなる。こういったお客さまの業界・用途に対してキラーコンテンツとなるプリンタやソリューションがなるべく短期間で効率的に売れるよう設計されているかを点検し、足りないところがあれば改善している。中長期では、集中する業界に対して、キラーコンテンツとなる差別化商品の開発を強化する
- 自動化と RFID に関する商談が増加している。マニュファクチャリング市場では RFID のニーズが非常に高まっており、ロジスティクスやフード、リテールなど、物をまとめて出荷する現場では作業の自動化に強い需要があるため、そこに営業活動を強化している

2. RFID 案件が増える中で、生産能力増強のために開発への投資や設備投資が必要となるか

- 投資は進めている。環境に対する意識が高まる昨今において、当社のオリジナル RFID は、他社と違いフィルム上にアンテナやチップを実装するインレイという中間製品を介在させず、実際使用される基材に直接アンテナと IC を実装するので脱プラスチックを実現している。これを製造する装置を自社で開発して量産することで原価低減につなげる

3. 従量課金制のソリューション提供により継続的に収益を上げていくと以前説明があったが、どのような取り組みを進めているか

- これまでお客さまごとに提供しているソリューションを、同一業界内における同様のニーズに対して共通解化し、従量課金制のソリューションを提供している。提供ソリューションを増やすためにも、この共通解化をよりスピーディに見極める体制を強化していく

4. インド、ベトナム、アメリカでのサプライ供給体制の構築は進捗しているか

- ベトナムでは、ローカル企業との提携が決定した。インドでは、注力 4 エリアにおいてローカル企業数社と取引を開始した。アメリカは現在東海岸に供給拠点があり、西海岸での供給網について検討している

5. DataLase 社の買収・事業撤退の経験を踏まえて、今後買収する場合はなにをターゲットとするか

- 海外の最重点国アメリカ、インド、ベトナムにおいては、今後は以下の 3 つのポイントが視点になる

- 1 つ目はサービス網の拡充である
- 2 つ目はサプライ供給体制の強化である
- 3 つ目は、SIer やエンジニアリングメーカーといったビジネスパートナーとの連携強化である

6. 説明資料に、米国大手小売りから 500 台強のプリンタを受注し、今後全米で 10 倍以上の他社製入れ替えポテンシャルとあるが、獲得に向けた手応えはどうか。また、米州の 9 月売上が前年比増だが、この大口案件が貢献したのであれば一過性のものなのか、あるいは 10 月以降も回復軌道に乗っているのか

- 今回の受注は、お客さまの期待に着実に応えて信用を勝ち取ったことで、複数社製のプリンタをさまざまな用途で大量に使用しているお客さまに入り込めたことを意味している。引き続き、同用途でのプリンタ販売に加え、別の用途提案も着実に進めたいと考えている。今実績を糧に、ほかの大手小売りへも横展開する。米国大手企業との取引は、日本の大口案件よりも大規模である
- 確かに本案件が 9 月の売り上げに寄与したが、ほかにも新規受注案件があり、米国はサプライも含め回復基調にある

7. 連結の中期目標について。2022 年度目標は、2019 年度と比較すると売上高は同水準、営業利益は 1,300 百万円増加している。ただし 19 年度は約 1,300 百万円の DataLase 社の営業損失があったことから、実質的には営業利益も 19 年度と同水準である。この数値に、日本事業における収益力強化への取り組みによる効果は織り込まれているか。また、取り組む中で先行投資や償却など費用増加の要素はあるのか。22 年度の営業利益は保守的に算出しているのか

- 収益力強化の施策において、新製品開発や IT システム開発には少なくとも 2～3 年を要する。すぐに取り組めるものを除くと、サプライの標準化やソリューションの共通解化、ソリューション自体のパッケージ化は、半年～1 年くらいで期待効果は大きい。3 年内に確実に創出できる成果は織り込んでいるが、それ以外は織り込んでいない

8. 撤退した IDP 事業のほかに、中計期間内で見直しの対象となるような事業や地域はあるか

- 現在はない。一方で、コロナ禍といいながらも業績が低調な拠点や、過去数年にわたり業績が低迷してる拠点は、本社との連携を強めて、改善活動を継続している

9. 欧州では再びロックダウンが実施されているが、Q1 のように取引先の休業など、受注状況に変化はあるか

- 同じロックダウンでも 3～4 月頃のものと、今回は状況が違う。前回は生産活動がほぼ全面停止したが、今回は生活必需品を取り扱う小売店だけでなく、工場も稼働している。そのため現時点では、当社事業には今時点で受けている以上の影響は出ないと考えている

（以上）