2021 年 3 月期 第 3 四半期　質疑応答の主な内容

1. 通期業績見込みの上方修正の背景について。日本事業において、お客さまの生産活動の回復が想定より早かったのか、もしくは自動化ソリューションなどのニーズ対応といった以前からの営業施策の効果か、どちらの影響が強かったのか

- お客さまの需要取り込みに注力したことが奏功したと考えている。各種ツールを活用したオンライン商談など、コロナ禍の営業スタイルを取り入れ、好調な業界のお客さまとの商談を継続して進めたことが成果につながった。特に自動化と RFID に関連する商談が国内外で増加している。ただし同時に、お客さまの生産活動の回復により、売上構成比の高いマニュファクチャリング市場からの受注が想定よりも早く戻ってきたことも事実である。これら両方の貢献による業績回復を背景に、上方修正するに至った

2. 海外事業の業績回復は、巣ごもり需要などの外部要因と施策効果などの内部要因、どちらの影響が強いか

- プライマリー専業は、一過性の需要拡大が部分的にあるが、従来通りの継続的な新規ビジネス獲得や顧客深耕の成果が出ている。ベース事業も同様に、好調な業界からの押し上げがある。しかし、以前から業務改善に着手したいと考えていたお客さまが、新型コロナウイルス感染症拡大により、従業員同士の接触機会を低減させるための投資を決定するという動きがあり、当社が提供しているソリューションへのニーズが高まっている

3. 日本事業の販管費で言及された新 IT システムの概要と導入目的は何か

- 新 IT システムは上期決算説明会でご紹介したが、2024 年度からの稼働を予定している。システム活用により労働生産性を向上させることで販管費を下げていくとともに、捻出する人的リソースを高付加価値創出業務へシフトして、営業の生産性をより高める。同時に営業ノウハウの形式知化を進めて、営業の売り方改革を促進する目的がある

4. 海外事業におけるコト売り深化は進行しているか

- 引き続き、ノウハウの形式知化を進めている。また、CRM での市場・業界・用途・提案内容などを含む商談管理により、本社も進捗を精緻に把握している。これにより同一のグローバル企業へ複数国拠点が各地でアプローチしている場合も効率的に情報収集ができている。また、進行中の商談に対して、類似案件の成功事例や提案内容の共有などを本社からサポートすることで、コト売りのマインドが根付く環境を整えている

5. 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

- インド、ベトナムでは、戦略と供給体制のマッチングの段階でコロナの影響もあり進展スピードが緩んだ。一方、アメリカは地域ごとに提携可能な供給体制の調査が進んだ。供給体制整備は現地企業の買収が目的ではなく、サプライを安定供給することで、お客さまとの接点を保ち、信頼関係を構築して、次なるご相談を頂くことである。この観点での供給体制の強化の取り組みは進んでいる

6. RFID の供給体制拡充や設備投資の予定はあるか

- 要求される機能により、自社生産か外部購入かを戦略的に分けている。需要に応じて海外各国のメーカーと提携して、供給網を構築している。ヘルスケアや製造業向けの高機能・付加価値商品は、国内の自社生産設備の開発・整備を進めた。高機能・付加価値商品の海外供給は、当面は日本から輸出販売するが、需要量によっては海外でも高付加価値商品を製造する体制を整備する可能性はある

7. 現在の回復傾向は来期も継続するか。現在好調な業界における、自動化や省力化への投資意欲は継続するか

- サプライの増減は、部品や商品を含め原則として物流量に比例する。そのため、好調な食品スーパーやロジなどの物流量が増加すると、段ボールや輸送用パレットなどの容器に貼るシール・サプライが増加するので、これが回復を底上げした。今後もサプライの業績は物流量にある程度左右される。一方で、プリンタなどのメカトロは一時的な投資意欲の高まりはあるが、それに加えて、従来からの人手不足への対応や、手書き作業からの脱却・デジタル化などのニーズは継続すると考えている

8. CRM を活用した施策効果は、来期以降の業績や中期経営計画の押し上げに貢献するか

- 国内外の顧客情報の活用は、継続して効果を発揮する。例えば米国販社が注力している小売り業では下期も案件獲得があったが、これは顧客情報を関連部署と共有して連携を深め、素早く対応した成果である。顧客情報を活用して成果に繋げる環境が徐々に整備されてきたと実感している。施策成果の顕在化と、各市場の回復スピードを勘案した上で、必要があれば中期目標を修正する

（以上）