

2019年1月30日
キヤノンマーケティングジャパン株式会社

2018年第4四半期アナリスト向け決算説明会質疑応答

【開催日時】2019年1月30日 10:00～11:30

【会場】 キヤノンマーケティングジャパン株式会社本社ホール S

【回答者】

- ・代表取締役社長 坂田正弘
- ・専務執行役員 松阪喜幸
- ・常務執行役員 足立正親
- ・上席執行役員 濱田史朗
- ・上席執行役員 久保邦彦

【Q1】

以前、2018年度のレンズ交換式デジタルカメラの状況は特に悪く、2019年はV字回復を期待できると言っていたと記憶しているが、今回対前年減少の計画になっている理由は何か。

【A1】

国内におけるレンズ交換式カメラの市場は、2021年までは台数レベルで縮小していくと見ている。昨年の市場は106万台程度で2017年は122万台、今年は100万台を切ると見ているが、徐々に縮小の幅は縮んでいくと思われる。レンズ交換式カメラのデジタル化が終わった2010年も100万台の規模だった。2013年は過去最高233万台だったがインバウンド等の様々な影響があった。今はインバウンドの傾向もなくなり、実需のボリュームになっている。今後の製品導入あるいはミラーレス化へのシフトで状況は変わっていく。レンズ交換式デジタルカメラを見る上では、台数もさることながら質も重要である。当社はピラミッド構造としてエントリークラス、カメラ愛好家の層、プロ向けに展開している。エントリークラスがボリュームとしては大きいですが、将来に渡り長くお付き合いさせていただき、結果的に収益的に大きく影響するのはカメラ愛好家層の動向である。この層はミドルクラスのカメラや交換レンズをお買い求めいただいているが、その層の数は減っていない。逆に、アナログの時代に比べるとむしろ増えてきており、より新しい層を開拓していけば、台数のV字回復は難しいが収益的な回復はできると思っている。そのためにエントリー層も増やしていくことは戦略として必要であるし、フルラインアップ戦略は変えない。

【Q2】

中小企業向けに事務機を中心に IT サービスをワンストップで提供するという話があったが、このコンセプトはコニカミノルタのワークプレイスハブの説明会で聞いた。あらためて御社から見てコニカミノルタのワークプレイスハブはどのように映っているか、そこを目指していくのか、競合としてどう認識しているのか聞きたい。

【A2】

MFP を中核に考えるとソリューションの幅が決まってくる。たとえば、キヤノン S&S が提供している IT ソリューションは業務パッケージからはじまり、相当な幅をもって製品・サービスを提供できている。当社も MFP をしっかり売っているが、MFP にこだわっているわけではなく、お客さまがビジネス上の業務を何でどう行うかということを中心に考えている。そういう意味では、当社のほうが IT ソリューションによりお客さまをサポートする領域は広いと思っている。

他の競合各社も含めて、MFP の大きな流れは業務支援するクラウドサービスと MFP との連携である。お客さまにとっては導入障壁の低いクラウドの業務やソリューションが手の届くところにあり、そこを連携していくのが業界の大きな流れである。当社も“uniFLOW”のオンラインサービスをプラットフォームにして、MFP のクラウド連携を進めている。現状は、お客様の求めるものに対してオンプレミスのソリューション対応できるところは対応するが、ベースとしては“uniFLOW”をプラットフォームにサービス提供していく。

【Q3】

いま IT 業界では秋葉原では PC が不足していたり、データセンターの投資が止まっているという話があるが、御社のビジネス PC やデータセンタービジネスに影響は出ていないか。

【A3】

特に当社の業績に大きく影響しているとは感じていない。

【Q4】

データセンター系の需要は引き続き旺盛か。

【A4】

旺盛であるし、そのニーズにどのようなタイミングで応えていけるかに取り組んでいる。

【Q5】

IT ソリューションに関して、今年も順調に売上は拡大しているが、利益面ではどのくらいの寄与があったのか。

【A5】

現在全社 IT ソリューションの売上だけを開示しており、利益の開示は行っていない。IT ソリューションの利益のうち、キヤノン IT ソリューションズ（株）が大きいため決算資料にある実績を参考にさせていただきたい。4Qとしては10%の利益率となっており、高い利益率であるが、生産性の高いSIが比較的多かったことが理由である。年間を通じて見た場合は、10%まではいかない利益率である。また、中堅中小企業についてはキヤノン S&S では IT 保守やセキュリティのアプライアンス等が伸びている。この収益性も高く、キヤノン S&S の中では利益を押し上げる要因となっている。一方で、キヤノン MJ 単体は、IT プロダクトの比率が高く、全体の利益率を押し下げる要因でもある。2021 年に営業利益率 5%を目指しているが、少なくとも IT ソリューションの領域で 5%を超えるような利益率を目指していく。

【Q6】

キヤノン ITS の利益が 2018 年で 20 億増えている。今後 3 年間をみたとときに同じようなピッチで増えていくのか、それともっと加速するのか。

【A6】

従来の SI や IT インフラは順調に伸びると思う。ただ、IT プロダクトについては Windows7 のサポート終了前の駆け込みの売上が去年、今年とあるので、そういう意味では 2020 年あたりは減ると思っている。その影響があるため、2021 年に 2300 億とした。それ以外のところは今までのペースと変わらない。

【Q7】

3 年前に公表された長期経営構想フェーズⅢでは、2020 年に売上 8,000 億円・営業利益 400 億円となっていたが、今回の中計は目標を下げて緩やかな伸びになっている。IT ソリューションも安定して利益が出ており、既存事業においても収益性が改善できるのであれば、もう少し高い利益水準が可能と思っている。そのあたりは前回の計画と比べて認識の変化はあるのか。

【A7】

当社がこれから目指すのは活力ある高収益企業グループと言ったが、トップラインを上げて荒利を増やして利益を出すのが理想的である。ただ、長経を公表した時点では、カメラがここまで落ちる予定にしていなかった。売上に対してはより現実的な目標にして利益優先で中計を組んでいる。2021 年に 6,550 億円が達成できれば利益はもっと出るとしている。ただ、そのためにはすべきことがたくさんあり、簡単ではない。

【Q8】

保守サービスについて、プリントボリューム（PV）の伸び率がここ 3～4 年をみると 5%台から 3%台に下がってきていて、今期の保守サービスのマイナス 2%は稼働日の影響もあるということだが、PV の増加率が長期的に低下している要因をエリアとエンタープライズに分けて教えてほしい。また、国内の働き方改革

の影響がどうあるのか、長い目線で将来を占ううえでどうなるのかを教えてください。

【A8】

MFPについては、これまで市場稼働台数（MIF）を順調に伸ばしてきた。従来は MIF が伸びた分 PV も伸びて単価の下落もカバーしていた。現在は、MIF の増加は従来と変わらないが、台当たりの PV が減ってきている。よって大手のお客さまは PV の従来の伸びがなくなってきており、しっかりと受け止めて対策しないとイケない。ただ、中堅中小のお客さまに関しては PV の伸びはそれほどでもないが、大手ほどの鈍化はない。中堅中小も遅れて同じ傾向になることは想定しておかないといけない。そういう意味では、従来の MFP の販売、保守サービスといったビジネスだけでは今後はなかなか厳しくなる。従来のビジネスにクラウドのソリューションを付けてカバーする。それを加速しないとイケないという危機感はある。

【Q9】

エリアセグメントでは IT ソリューションが堅調ということだが、IT ソリューションの堅調さと MIF の関連性はどのように考えればいいのか。お客さまを囲い込めるという売り方もあるが、そこを 3 か月間でどう説明するのはむずかしいにしてもどう考えているのか。

【A9】

IT ソリューションと MIF の関係でいうと、エリアの各チャネルはキヤノン S&S も含めて、限られた営業時間の中でどのように時間配分をするのかという課題がある。特に昨年の 4Q でも MFP を大きく伸ばすという目標を立てて発表していたが、お客さまの関心事が IT 投資中心になっているために、IT ソリューションにかける時間が多くなるため、どうしても新規の MFP のお客さまを獲得する活動の時間がとれなかったのが 4Q の反省点である。お客さまの課題にあった提案をし、今年の売上を伸ばしていこうとしている。

以上