

2024年4月23日
キャノンマーケティングジャパン株式会社

2024年12月期第1四半期決算

アナリスト向け決算説明会質疑応答

【開催日時】 2024年4月23日 16:30~17:30

【開催方法】 Zoom ウェビナー

【回答者】

- ・取締役常務執行役員 (グループ企画・グループコミュニケーション担当) 蛭川 初巳
- ・取締役上席執行役員 (グループ経理担当) 大里 剛

【Q1-1】

1QはITSが好調で、売上・利益共に上振れたとのことだが、具体的にどの様な点で貢献があったのか。

【A1-1】

エンタープライズとエリアのSIサービス、保守・運用サービス/アウトソーシングが好調だった。また、昨年グループ入りしたTCSの売上貢献も大きかった。

【Q1-2】

計画対比だと、エンタープライズとエリアが想定より良かったということか。

【A1-2】

仰る通りである。全体的に計画より良かったが、牽引したのはエンタープライズとエリアであり、特にITSが牽引した。

【Q1-3】

前年比だと、ヘルスケアが大きく伸びている様に見えるが、案件があったか。計画に対しては想定通りか。

【A1-3】

仰る通りである。

【Q1-4】

コンシューマは上振れではなかったようだ。前年の大型新製品の反動減という点は理解するものの、この数年の水準感と比べると、営業利益率が下がっている印象を受ける。先行きを考える上で、市場の変調等を考えなければいけないのか、今後の展望を聞かせてほしい。

【A1-4】

コンシューマは、計画通りの進捗である。カメラの市場は、昨年来変わっていない。弊社から量販店への売上と量販店からエンドユーザーへの売上の関係で、この様になったと認識している。IJ プリンターは多少弱含みなので、下方修正した。今年は下期挽回型を当初から計画しており、2Q以降に挽回予定である。

【Q1-5】

IJ プリンター市場の弱含みはどういった要因があると考えているか。

【A1-5】

国内はほぼ入替市場である。その入替がコロナ禍でひと段落したのが、少し強めに出てきたのかもしれない。高付加価値な製品の比率を高めることで、収益を維持する戦略は従来と変わらない。2Q以降も、着実に取り組んでいく。

【Q1-6】

プリマジェストの位置付けを教えてください。「その他」に入れる点が分かりにくい。大手金融機関に強みがあるということなので、エンタープライズに入れ、シナジーを出していくことが一番わかりやすい扱いはないか。そうしなかったのは、独立させていくという意味があったのか。当然、シナジーは出していくと思うが、既存ビジネスとの立ち位置・関係性についてもお伺いしたい。

【A1-6】

2018年に現在のお客さま層ごとの組織体制に変えた。お客さまの特性で見ると、プリマジェストが主に担当しているのは大手企業のお客さまである。既にエンタープライズのメンバーと早期にシナジー効果を出すための検討を開始している。但し、BPO サービスそのものは、エリアでもプロフェッショナルでも展開できる可能性があるため、各セグメントにまたがる組織にした。BPOは、各セグメントに共通するサービスを提供する組織として、本社部門と同様の位置付けにしており、プリマジェストもここに置いている。BPOの売上が大きくなってきており、プリマジェストとエンタープライズは親和性が高いため、どうするか今後検討していく。

【Q1-7】

エンタープライズで様々な取り組みを行うが、エリアでも提供可能なため、別枠にしたという考え方か。

【A1-7】

一旦その様にした。

【Q2-1】

プリマジェストとT C Sののれんの償却は1Qでどれくらい発生しているのか。

【A2-1】

1Qののれんの償却はT C Sのみ反映しており、金額としては億円単位である。プリマジェストは3月末にグループ入りしているため、1Q決算ではB/Sのみの取り込みとなっており、P/Lののれんの償却は発生していない。今後、プリマジェストののれんの中身を精査し、顧客関連資産として無形固定資産へ計上できる部分については認識した上で、のれんの償却額と期間をどのようにP/Lに反映していくかを検討していく。

【Q2-2】

T C Sののれんの償却額は年間ではどれくらいの金額になるのか。

【A2-2】

数億円の規模感になると考えている。

【Q2-3】

プリマジェストはこれからののれんの金額を算出されるということだが、損益的にはオーガニックな利益と打ち消して通期の利益面での影響はあまり無いと思ってよいか。

【A2-3】

プリマジェストの年間ののれんの償却額は、無形固定資産にどれほど分配でき、残りの償却をどの程度の期間で行うかを精査している最中のため、正確な数字は申し上げられない。オーガニックなプリマジェストの利益と相殺した場合、今年、来年はのれんの償却額が多少上回る可能性があるが、全体の利益の中でそこをカバーし、全体の利益の目標値は変えない程度と考えている。

【Q2-4】

前回の決算説明会の中で人件費は前年に比べると減少する見通しという説明があったが、プリマジェストのグループ入りによって増減のイメージが変わってくるのではないか。

【Q2-4】

年間の販管費については、プリマジェストの連結影響があるため絶対額は前年を上回る。ただ、従来から申し上げている通り、販管費率を意識してコントロールしており、販管費率は前年並みに抑えていきたいと

考えている。年間の販管費の傾向としては 1Q と同様で、IT 関連や教育関連の投資は増加する一方で、人件費はプリマジェストの連結影響を除けば退職給付費用の減少や人員の自然減に伴う減少を見込んでいる。広告宣伝費、販促費は 1Q に比べると厚めに計画しているが、状況に応じて投下するか否かの判断をしてフレキシブルに対応していきたいと考えている。

【Q3-1】

エリアの ITS において高付加価値化が進んでいるとのことだが、前年度の利益の拡大は ITS が主だったということを見ると、かなり収益構造が良くなっているのではないかと思う。セキュリティのニーズが一巡したという様な話もあったと思うが、今回の説明では「提案」という単語も増えた。これは、フェーズが変わったと捉えるべきか、法改正等一時的な需要に上手く乗れたのか。セキュリティは比較的汎用的なものだが、そこから個別を深堀できる様になってきたと捉えて良いのか。

【A3-1】

エリアでは、1 商談当たりの売上が小さいため体質化するのに時間を要するが、多くの社員の尽力の結果、体質が着実に上向いてきた。特に、キヤノン S&S では「まかせて IT DX シリーズ」が、お客さまに分かりやすく、提案する社員にも分かりやすいため、伸ばせている。お客さまの課題を聞き出すことができ、それに対する提案が受け入れられたことが一番大きいポイントだろう。また、様々な補助金の活用提案ができており、高いレベルの採択率を維持している。営業担当者やそのサポートをする社員等の体制が確立してきた点大きい。ESET 等のセキュリティは順調に推移しており、更に売上加わった。

【Q3-2】

セキュリティのお客さまに重ね売りの形で付加価値製品を販売するパターンが多いか。

【A3-2】

様々である。LTV（Life Time Value: 顧客生涯価値）を高めていこう、お客さまをロイヤルカスタマーにしていこうと、キヤノン S&S の社長の平賀が唱え続けており、それが社員に浸透してきたのではないか。

以上

※ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

* 免責事項

本資料に記述されている業績予想並びに将来予測は、発表時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、さまざまな要因の変化により、実際の業績は記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。