

コニカミノルタ株式会社

Konica Minolta Day

主な質問と回答

日 時： 2023年3月15日（水）13:00 ～ 17:00

方 式： イイノホール&カンファレンスセンターおよびオンライン／

テレフォンカンファレンス

<ご留意事項>

「主な質問と回答」は、説明会に出席になれなかった方々の便宜のため、参考として掲載しています。説明会でお話したこと全てをそのまま書き起こしたのではなく、当社の判断で簡潔にまとめたものであることをご了承ください。

また、本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があることをご了承ください。

【メディカルイメージング事業に関して】

Q. 日本の売上が高いと認識している。アジア市場の伸長を目指しているとのことだが、将来的な売上比率は？また、グローバルな競争環境の認識を教えてください。

A. 事業が国内起点であるので、日本の比率が高い。海外では、M&Aで基盤を整えてきた中国・米国・ブラジルでX線システムの強化を進めている。AI含めた画像処理の組み合わせによる競争力向上と併せて、地域別での競争戦略を展開していく。

Q. 動態解析の強み、現状のシェアや将来目標を教えてください。

A. 同等競合製品が無い。胃の透視撮影などは専用装置だが、コニカミノルタの動態解析は一般X線撮影装置を用いて様々な部位の動画を簡便に撮影でき、透視装置等に比べて被ばく線量が少ないという特徴がある。また、一般X線撮影装置を用いるのでコストメリットがある。数年以内に大学病院クラスを中心に拡販し、自社X線売上の10%程度の規模にしたい。

Q. 動態解析は、既存市場でシェアを獲得するという理解で良いか？

A. X線診断装置の中で特にデジタル市場の伸長を捉え、この部分に新たな価値を提供する。X線を照射する部分は国内外のX線メーカーと協業し、コニカミノルタはDRで動画を取り込みワークステーションで画像処理を行うことで新しい価値を提供する。ガソリン車を電気自動車に置き換えるイメージ。

- Q. 動態解析や infomity など差別化された製品を持っているが、売上がそれほど伸びていないように見える。考えている原因について教えて欲しい。
- A. メディカルイメージングとプレジジョンメディシンの組み合わせでヘルスケア事業として開示しているが、メディカルイメージングはデジタル分野を中心に着実に事業伸長している。infomity は 15 年前にスタートして 2 万顧客を持ち、そのうち 1 万の顧客では有料サービスを獲得し、着実に伸長している。アナログ X 線や仕入れ販売の比率を下げてデジタル化推進し、事業の中身を変えるとともに利益率を上げている。

【センシング事業（Specim 社）に関して】

- Q. コニカミノルタグループに参加すると決めた理由、実際にグループに入ったビジネスへの影響や良かったこと悪かったことを教えて欲しい。
- A. この分野は成長分野ではあるが、世界に様々な中小企業のプレイヤーがいる。市場シェアトップの Specim もそのプレイヤーのなかにいたが、コニカミノルタグループに入ることに決めた。Specim 社の長期的な成長戦略を共有できると考えたこと、将来の方向性が同じであったこと、技術を含めてグローバル展開していること、シナジー効果もあり社会に貢献できるサービスの提供ができると考えたことが理由になる。実際にこの方向で進んでいるし、スピードアップしているのが良かったこと。悪かったことはない。
- Q. コニカミノルタグループに参加して、技術面を含めたグループ企業との連携の状況を教えて欲しい。
- A. 様々な顧客課題や技術面での提携を検討。顧客価値を起点に、Specim が独立で出来ること、連携すると何が出来るかを検討し、いくつかの領域で協力が可能であると判断した。グループ企業との協力により、最大のバリューを提供していくことが重要だと認識している。
- Q. プラスチック選別ビジネスの市場規模と成長イメージを教えて欲しい。
- A. プラスチック選別は着手できていない部分を含めると大きなポテンシャルがあり、自社の技術の競争力にも自信がある。リサイクルの中でもテキスタイルリサイクルは社会課題も大きく、ハイパースペクトルイメージングの新しい用途として注目している。

【IJ コンポーネント事業に関して】

- Q. 資料 P.7 にある成長領域の各領域（軟包装・パッケージ、プリント基板、ディスプレイ、など）を示しているが売上に占めるこれらの割合を教えて欲しい。プリント基板やディスプレイは工程へのインパクトなど魅力的に見えるが、進捗が芳しくないように見え、何らかのボトルネックがあるように感じる。これらのボトルネックが解消される可能性について教えて欲しい。
- A. FY21 での売上は 3-4 割が成長領域の金額。プリント基板とディスプレイがメイン。ソルダーレジストのインクジェット化は、すでに欧米にて量産ベースで始まっていると聞いている。
- Q. コニカミノルタのヘッドの特徴を教えて欲しい。
- A. 耐久性、信頼性が高い。強溶剤など、工業用途、生産ラインで使われるインクやケミカルに対して適性を持った素材を開発し、ヘッドに組み入れている。また、当社はかつてから自社プリンタ向けのみヘッドを開発していたのではなく、外販目的でヘッドを開発販売してきた。このため、産業界のインクジェット化の歴史の中でいち早く市場要望を取り入れて対応してきた。

【プロフェッショナルプリント事業に関して】

- Q. 印刷全体、アナログ印刷、デジタル印刷のプリントボリュームの状況を教えて欲しい。
- A. 印刷全体のプリントボリュームは減っているが、デジタル印刷は他社含め全体で増加している。アナログ印刷の一部をデジタル印刷に置き換えているが、印刷全体では減っている。デジタルメディアの台頭が要因。
- Q. アナログ印刷からデジタル印刷へのシフトは顧客にとって投資になる。景気の影響、人件費高騰の影響について教えて欲しい。
- A. 比較的低価格の印刷機への投資は衰えていない。高額な印刷機への投資は、金利上昇の影響を受けて商談期間が長期化している。アナログ印刷は熟練工を要し、また印刷時に無駄な紙が発生するので、人件費の高騰、紙の値段の高騰はデジタル印刷には追い風になる。
- Q. Scope 4 でカーボンマイナスの実現はプロフェッショナルプリント事業の貢献量としてどれくらいを占めるのか教えて欲しい。
- A. 60-70%程度は本事業の貢献。割合は変わらないが量は拡大すると見ている。
- Q. アナログ印刷からデジタル印刷へシフトは期待と比べて弱かったように見える。この理由と今後の見通しについて教えて欲しい。
- A. 自分もデジタル印刷へのシフトは想定していたより遅いという認識だった。コロナ禍で限られた人数で生産する必要性、熟練工の教育の課題、ブランドオーナーの環境問題への意識の高まりなどがあり、デジタル印刷の良い点が再認識された。景気は逆風の点もあるが、これらの影響で印刷のデジタル化は加速していると認識している。

以上