

2024年度第2四半期決算説明会
主な質疑応答

●全社

Q: Q2の事業利益は、社内計画に対してどの程度上回ったのか。

A: オフィス・ホーム IJP 本体の販売価格が計画を上回ったことや、費用抑制が進んだことなどから、プリンティングソリューションズ事業セグメントを中心に約120億円上回った。

Q: 通期予想で事業利益は850億円を据え置いているが、営業利益は90億円下方修正しているのはなぜか。

A: 主に Q2に、その他の営業費用に計上した為替差損の影響。

Q: Q2の税引前利益までに計上した為替差損はいくらか。

A: 為替差損の計上は約190億円。円高が急速に進行したことにより、その他の営業費用に加え、外貨建て資産の評価替えにより金融費用に、それぞれ為替差損を計上した。

Q: 4月末に説明があった人員削減の進捗について教えてほしい。

A: アメリカの販売会社で3月末に人員整理を行っていたが、9月末にもう一段階踏み込んで実施した。

Q: 人件費以外の費用削減施策について、具体例を教えてほしい。

A: さまざまな活動において全方位的に費用削減を行っている。例えば、広告宣伝費・販売促進費では、ターゲットを絞り込み、実施タイミングなども見直すなど、メリハリを効かせて実施している。

ERP など将来成長に向けて必要な費用投下は実施し、全体として費用コントロールを継続している。

●プリンティングソリューションズ

Q: SOHO・ホーム IJP の Q2の販売価格は、多くの地域で想定を上回った一方で、北米では想定を下回ったとのことだが、その要因を教えてほしい。

A: エプソンの主力製品である大容量インクタンクモデルは、他社製品に対しても高価格で販売されており、とりわけ北米ではその傾向が強かった。北米では、他社もプロモーションに力を入れてきたこともあって、価格は想定に対して下回ったが、他地域と同程度の価格差は維持できている。

Q: 商業・産業プリンティングの事業利益は、上期に対し下期は減少する予想のようだが、その要因を教えてください。

A: プリントヘッド外販ビジネスは、上期は主に中国のプリンターメーカーの新製品立ち上げが重なったことで好調な販売が継続した。下期は、前年同期に対しては増収を見込んでいるものの、上期ほどの販売は見込んでいない。

また、完成品ビジネスでは、Q2において費用削減や物流遅延による在庫増加に伴う利益増加があったが、下期には在庫削減に伴う利益へのマイナス影響を見込んでいる。

●ビジュアルコミュニケーション

Q: 北米などで教育需要が減少した背景を教えてください。

A: 北米では、政府がコロナ禍において景気刺激策のため教育予算を多く確保したことから、FY23 までは教育需要が堅調だったものの、FY24 はその反動を受けた。なお、教育需要は買い替えや新興国の成長が見込めるため、FY25 以降も底堅く推移する見通し。

●マニュファクチャリング関連・ウェアラブル

Q: マニュファクチャリングソリューションズ事業のオペレーション改革の効果はいつ表れるのか

A: FY24 下期から徐々に効果が出てくることを見込んでいる。FY25 には黒字化を目指している。

●Fiery 買収

Q: Fiery は EFI(Electronics for Imaging)から独立した企業である。エプソンは EFI と同じ完成品メーカーであるのに、シナジーを発揮できるのはなぜか。

A: EFI との違いは、エプソンがインクジェットプリントヘッドの事業を持っていること。エプソンのプリントヘッドと Fiery の技術を組み合わせることで、ハードウェアに加えてソフトウェア、印刷ワークフローまで含めた一貫した製品・サービスが提供できる。また、Fiery のソフトウェア開発力・開発体制などを活用することで、エプソンのソフトウェア開発基盤を強化できる。加えて、Fieryのワークフローにエプソンの完成品を適合させることで顧客価値を高めることができる。

このようなシナジー効果により、エプソンは商業・産業印刷のデジタル化をさらに進めていく。

Q: エプソンが買収することで、Fieryのカットシート印刷向けビジネスに影響はないか。

A: Fieryは月間 20 万~100 万枚程度までの大型印刷機を持つお客様が中心である一方、エプソンの完成品は主にオフィス領域のお客様をカバーしている。双方が提供する製品領域は異なっており、今後も既存顧客との関係は維持できると考えている。

以上