

キヤノン株式会社

2024 年第 2 四半期 決算説明会【QA まとめ】

Q1. 事業環境について、今年の当初の見通しからどのような変化があるのか。

A1. 為替に関しては当初の想定よりも円安で推移している。それ以外では、プリンティングが、プラットフォーム集約化の効果で収益性が向上していることに加え、カラーシフトによりノンハードの売上が増加していることで、利益率が想定以上に上昇している。また在庫調整の影響を長らく受けていたカメラ、ネットワークカメラ、そしてレーザープリンターが第 2 四半期以降、順調に回復してきている。

Q2. 2025 年は中長期経営計画であるグローバル優良企業グループ構想 PhaseVI の最終年度であるが、来期以降の業績はどのように見据えているのか。

A2. 2025 年の当初の目標であった売上 4 兆 5,000 億円は今年達成する見込みであり、来年については売上、利益共にさらに上乗せした目標の設定を行っている最中である。その先の PhaseVIIについては、今年から来年にかけて計画を策定していく。

Q3. プリンティングについて、オフィスとレーザープリンターの現地通貨ベースでの年間売上伸び率の見通しを引き上げているが、その背景を教えてください。

A3. オフィス複合機は、市場で稼働しているカラー機の比率が増えており、サービス収入の増加につながっている。さらに、キヤノンマーケティングジャパンを中心に取り組んでいる IT ソリューションが、M&A の効果も含めて売上を伸ばしてきており、為替影響を除いてもオフィス全体で増収を見込んでいる。

レーザープリンターについては、昨年まで続いていた出荷調整が終了し、第 2 四半期から売上が順調に回復してきており、下期以降も対前年で売上を伸ばしていけると考えている。

Q4. オフィス複合機の地域別の動向を教えてください。

A4. 中国や欧州は、景況感の悪化により投資の抑制が継続しており、売上見通しを引き下げている一方で、国内と米州はカラー機を中心に好調である。

キヤノン株式会社

2024 年第 2 四半期 決算説明会【QA まとめ】

Q5. オフィス複合機のノンハードの売上が改善している理由を教えてください。

A5. プリントボリュームはコロナ前の 2019 年と比較して約 3 割減少しているが、プリント単価が高いカラー機の市場稼働台数の比率が対前年で 5%ほど増加しており、サービス収入が増えている。

Q6. カメラ、ネットワークカメラが為替影響を除いても前回計画から改善している理由を教えてください。

A6. カメラについては想定より市場全体が活発化していることに加え、7 月に発表したミラーレスのハイエンドの 2 機種が下期の売上に本格的に貢献してくる。ネットワークカメラは、市中在庫が昨年の第 4 四半期は非常に高い水準となっていたが、4 月からは通常の状態に戻っており、従来の 2 桁の売上成長が継続する見通しである。

Q7. プリンティングとカメラについて、市場の成長は見込めない中で、来期以降の業績をどのように捉えているのか。

A7. カメラの市場規模は、今年は昨年と同水準の 595 万台と想定しており、来期以降も 600 万台前後で推移を続けると考えている。プリンティングの市場全体は伸びないと捉えているが、カラー機を中心に市場稼働台数は伸びておりサービス収入が期待でき、シェアも向上させることで、来期以降も今の業績水準を維持できると考えている。

Q8. インダストリアル産業機器について、年間の売上見通しを引き下げているが、理由を教えてください。

A8. 有機 EL 蒸着装置の売上見通しを引き下げたことによるものである。IT パネル向けの次世代の大型蒸着装置の 1 号機の生産は順調に進んでいるが、その次の投資案件については、顧客の投資時期が後ろ倒しとなっている。

キヤノン株式会社

2024 年第 2 四半期 決算説明会【QA まとめ】

Q9. 事業構造の見直しについて、詳細を教えてください。また 25 年に向けては、もう一段の効率化、生産性の向上が必要と考えられるが、さらなるアクションはあるのか。

A9. 事業構造改革には販売構造改革、生産構造改革、メディカル事業革新という 3 つの柱があり、その動きを加速するため 300 億円の費用を織り込んだ。一部は上期から費用が発生しており、年内に残りの改革を推進し 24 年にできるだけ早く改善の効果をだそうとしている。販売会社については、構造改革を今期中にほとんど終えるが、引き続き競争力強化、組織の最適化を行っていくため 25 年度も一部費用の発生が見込まれる。現在は販売会社の構造改革、メディカルの事業革新を中心に進めているが、25 年、26 年にむけては、現在の動きに加え生産構造改革をすすめ、資産効率の向上および ROE の改善につなげていきたい。

Q10. 構造改革費用および効果について上期、下期内訳を教えてください。また要員の最適化や資産効率改善により固定的な費用が減るということか。

A10. 費用については 4 分の 1 程度が上期に出ている。一方で効果は、大半が下期である。様々な計画があり、要員の最適化や資産効率の改善もその一部である。

Q11. 当期に構造改革費用と改善効果のネットで 230 億円のマイナス、改善効果により来期に 210 億円のプラスがでるという事は、来期は当期に比べて約 500 億円改善すると考えてよいか。

A11. そのように期待している。

Q12. 構造改革費用と改善効果について、セグメント別の内訳を教えてください。

A12. 詳細な内訳については、これから改革を実施するものもあり、現時点では申し上げられない。販売会社などで発生する費用と効果については、約 8 割がプリンティングで、残りが BtoC 系のカメラ、インクジェットになる。

Q13. 追加的に構造改革費用が必要になることはありうるのか。

A13. 年内に必要な費用はすべて織り込んでいる。

キヤノン株式会社

2024 年第 2 四半期 決算説明会【QA まとめ】

Q14. 来期以降は生産構造の見直しをしていくということだが、資産の売却も含めると費用はあまり発生しないという理解でよいか。

A14. 生産拠点については、生産量に対して現在保有する工場の数が適正か検証をしている。その中で、生産拠点を集約したり、付加価値の高い製品を国内に戻すことなどを含めて計画を策定中という段階である。結果として工場が一つ空けば売却も視野に入るが、現時点で具体的に決まっていることはない。

Q15. 年間の利益見通しを引き上げたものの、配当計画は据え置きとなったため、配当性向が 50%を下回っている。配当計画を変えなかった理由は。

A15. 1 株あたり 150 円の配当は配当性向 43%であり、50%を目途とする当社の方針の範囲内ではある。160 円に早く戻したいという思いはあるが、最終的な配当金額は自社株買いなどの選択肢も考慮しながら株主還元の政策として決めていきたい。

Q16. キヤノンマーケティングジャパンの自社株買い TOB について、キヤノンの狙いを教えて欲しい。

A16. キヤノンマーケティングジャパンは、現在 38%と低い流通株式比率を 45%程度まで改善し、さらに ROE や PBR の改善に繋げるため今回の提案を行い、キヤノンがそれを受けた。当社としては、親子上場を維持するには 50%以上の議決権比率を維持すれば良く、過剰に保有する株式を売却することで持ち株の是正につながることに加え、売却した資金でキヤノンマーケティングからの多額の借入金を減額することができるメリットがある。

Q17. 親子上場に関するキヤノンの考え方について教えて欲しい。

A17. 当社は過去 8 社の上場子会社を持っていたが、グループ経営の観点から子会社の上場を見直してきた結果、現在はキヤノンマーケティングジャパン、キヤノン電子の 2 社となっている。両社とも当社関連事業の他に、キヤノンマーケティングジャパンは IT ソリューション、キヤノン電子は宇宙産業などの自主事業を展開している。独自の判断で資金調達や採用をするような事業環境を継続するため、また上場していることが従業員のプライドや働き甲斐につながっているため、現在の形態を維持する方針である。しかしながら親子上場に関して、コーポレートガバナンス上、様々な考え方があることは理解しており、色々な意見を聞きながら、どういう形が良いのか今後も検討を続けていく。

キヤノン株式会社

2024 年第 2 四半期 決算説明会【QA まとめ】

Q18. キヤノンマーケティングジャパンは自社株買いによって取得した自己株式を消却するとのことだが、キヤノンは取得した自己株を今後、消却する可能性はあるのか。

A18. 現時点では、自己株を消却する予定はない。当社は資金繰りに困っておらず、投資家が、懸念するような市場への自己株の再放出による資金化はないため、実質的には消却している状況と変わらないと考えている。