

2023年6月1日

OKI IR Day(事業戦略説明会) 質疑応答

沖電気工業株式会社

Q：パブリックソリューションについて、資料 p.6「重点施策」顧客ニーズを満たす差別化新商品の投入で FY22：107億→FY25：323億にする計画だが、実現性など、背景をもう少し教えてほしい。

A：自治体等のお客様から実際の更新計画の有無を確認し、計画を立てている。また、コロナ禍においては、更改よりも他の対策に投資を回さなければいけない事情もあったが、この状態は回避しつつあることも踏まえると、ある程度実現性は高いと考える。

Q：エンタープライズソリューションについて、FY23、FY24の大型案件があるタイミングで ATM 以外の新しい分野を強化していくというメッセージは非常にわかりやすかったが、もう少し定量的な説明をいただきたい。

A：大型案件等は FY23、FY24 で終了するが、サービス事業の比率を高めるなどにより FY25 は利益率 8%を目指す。

Q：エンタープライズソリューションについて大型案件が終了した FY25 に自動機がまた赤字となることはないのか？

A：お客様毎の個別開発から、ハード・ソフトのモジュール共通化を図ることによる開発費などコスト削減他、商品競争力強化を高めることで対応していく。

Q：自動機で金融以外の分野へ広げる取り組みをされていたはずだが、今後の見通しは？

A：自動機では、フロントシフトにより金融向けおよびリテール向けを拡大していく。また、エンタープライズソリューションには、金融・法人向けソリューションも含まれており、これまで法人向けは製造業が中心だったが、付加価値を高めたシステム提供などにより旅客・交通向けなどの比率を高めていく。

Q：コンポーネントプロダクツのプリンターについて、グローバルで OEM を拡大し台数比率 18%→33%以上にしていくとのことだが、OEM 提供先を増やすのか？また説明にあった KIOSK への組み込みプリンターなども含めての数値なのか？

A：日本、米州、欧州、アジアのお客様への提供を計画している。KIOSK への組み込みプリンターは OKI ブランドと OEM ブランドを分けた数字としている。

Q：プリンターの OEM 比率が 33%以上になったとすると、残りの 2/3 は OKI ブランドとして販売されるのか？

A：国内外において、自社でのプリンター販売は強化していくので、OKI ブランド：OEM＝2：1を継続していく。

Q：プリンターについて、これまで他社と共同開発などされていたが、様々な他社動向もある中で、他社と何か一緒にやっていく可能性はあるのか？

A：他社への提供、アライアンスなど今後も続けていく。

Q：EMS について、重点施策の説明の中に EV 関連の新規顧客を開拓していくとあったが、どのような顧客を開拓していくのか？

A：どちらかというコンシューマーによった EV ではなく、例えば自動車であればバスやフォークリフトなど、インダストリーに近いビークルの EV になる。それから充電設備を EV 関連として取り組んでいく。

Q：EMS について、FY25 海外売上高 + 30%と大きく伸びるようだが、例えば、北米の航空宇宙市場において、すでに引き合いがあり、それを着実に取っていくイメージなのか？もう少し戦略を教えてください。

A：ケーブルや PCB は、現状の優良なお客様を拡大していく。また PCB については、JAXA 認定を強みとしているが、北米でもこうした強みを活かして、NASA に関係する PCB の会社からの受注などを目標としている。

（注）本資料における予想、見通し、計画等は、現時点で入手可能な情報と、合理的であると判断される一定の前提に基づいております。したがって実際の業績は様々な要因により異なる可能性があります。なお、記載内容につきましては実際のやり取りに即しておりますが、理解しやすいように部分的に編集を加えております。