

## 成長領域での売上拡大と国内需要の確実な獲得により、

OKIは、「中期経営計画2016」の初年度である2014年度において、全セグメントで増収増益を達成し順調なスタートを切ることができました。2015年度は中期経営計画の目標達成に向けた基盤固めの年と位置づけ、持続的な成長へ向けた取り組みを行ってまいります。

### Q1

#### 中期経営計画の中間年度となる2015年度についてお聞かせください。

中期経営計画2016では、成長を海外市場に求めています。競争力のある紙幣還流型ATMやLEDプリンタで具体的な成果が出ていますが、2015年度はこれをさらに加速するための取り組みを行います。また、ベースの収益を獲得してきた国内市場向け金融・通信・社会システムは今年度やや踊り場に入りますが、今後の国内市場には期待できるビジネ

スチャンスも多く、市場の変化にしっかりと対応できる準備を整えます。EMS事業では、プリント基板工場の買収などを通じて着実に成長に向けての準備ができており、これからの積極的な投資で事業を拡大していきます。このように、2015年度は2016年度の目標達成に向けた足固めを確実に行ってまいります。

### Q2

#### 2014年度の海外売上高比率は、36.7%になりました。今後の海外展開についてお聞かせください。

2014年度の中国向けATM年間売上台数は、36,000台となりました。2005年度に約400台から始まり、10年で90倍の規模になりました。現地の銀行の投資は沿岸部から内陸部へと広がり、今後もしばらく高水準で推移することが期待できます。またブラジルでは、マクロの経済環境は厳しいですが、TCO\*の削減につながる紙幣還流型ATMを普及させるためさまざまな取り組みを行っています。活動によってわかったことですが、ブラジルではTCRへのニーズも高く、OKIのTCRへの引き合いも出てきており、ビジネスチャンスが拡大しています。

LEDプリンタは、ハイエンド品の販売に注力するという戦略変更の成果が現われ、2014年度、機種構成は改善しましたが台数は伸びませんでした。しかし今年度は、A3カラーMFPの新商品投入を予定しており、オフィスでのA3対応ハイエンド品へのニーズは高いことから、業績に貢献してくれるものと期待しています。このようにATM・プリンタを中心に事業を拡大し、中期経営計画で掲げた2016年度海外売上高比率40%の達成を目指します。

※ TCO: Total Cost of Ownership

# 持続的成長を図ります。

## Q3

### 国内市場をどう見えていますか、また首都圏営業部を設立した狙いは何でしょうか。

2020年の東京五輪に向けたインフラ整備関連の需要に加え、既存インフラの老朽化対策や自然災害、環境問題対応などの需要にも期待できます。これらに対し、OKIは防災関連やITSで実績のある情報通信技術を活用した、人々の安全・安心を支えるだけでなく、コスト削減やリソース不足

服などを実現するビジネスをさまざまな分野に提供できると考えており、国内市場の将来を非常に魅力的だと考えています。従来から国内市場では優良な顧客基盤に恵まれてきましたが、新しいニーズ・顧客へのより密接な対応を目的として、首都圏営業部を設立しました。

## Q4

### フリー・キャッシュ・フローが順調に創出できています。資金用途についてはどのようにお考えでしょうか。

業績が順調なことから運転資金効率化を目指したプロジェクトの取り組みの成果などにより、フリー・キャッシュ・フローは安定的に創出できています。資金の用途については、財務基盤の強化、成長のための投資、そして株主のみなさまへの還元の3つのバランスを取っていきたいと考えています。

中期経営計画で目標とした自己資本の充実と有利子負債の圧縮をまず実現し、ブラジルでのATM事業やEMS事業で実施したM&Aのような成長に向けた投資も積極的に行います。配当についても安定的、継続的に行うことを前提としながら、利益水準に応じて実施していきます。