

キヤノン株式会社

2020年12月期 決算説明会【主なQ&A要約】

- Q1. 2021年の増益計画のドライバーであるオフィス事業に関して、入社率の回復見通しやオフィス機器の稼働状況など、事業環境の見通しを教えてください。**
- A1.** 当社の事業の中で、コロナの影響を最も受けたのはオフィス事業であり、複合機をはじめとした機器の稼働がロックダウン等で大きく落ち込み、売上・利益が減少したが、オフィスの稼働が戻れば業績も持ち上がると考えている。
事業環境については、2021年の上期は足元のようなオフィスへの出社が制限される状況が継続し、下期に入ると、ワクチンの普及などで入社率は徐々に改善すると見ている。ただし、昨年第4四半期から回復基調にはあるものの、コロナ前の9割程度までしかオフィス機器の稼働は回復しないと見ており、元の水準には戻らないと考えている。
- Q2. イメージングシステムの2021年は好調な業績が継続する計画となっているが、IJとカメラそれぞれで、増収と高い利益率を維持できる背景について教えてください。**
- A2.** IJについては、在宅勤務や在宅学習などが特に海外で継続し、本体だけでなく、消耗品の販売も安定的に推移することで、今年も増収を見込んでいる。カメラは、コロナ禍で費用をあまり使わずに販売活動を行った昨年よりは多少の経費増を見込んでいるが、競争力の高い「EOS R5」と「EOS R6」が1年を通じて業績に寄与することで、今年も高い利益率を維持できると考えている。
- Q3. オリンピックの開催有無によって、キヤノンの業績にはどのような影響が考えられるか。**
- A3.** オリンピックが開催されれば、過去の大会同様、カメラをはじめ販促活動に大いに活用していく計画は立てている。スポンサー企業としてオリンピックはもちろん期待しているが、業績の面では、開催の有無による影響は限定的と見ている。

キヤノン株式会社

2020年12月期 決算説明会【主なQ&A要約】

Q4. 複合機は新製品によるシェア向上を目指すということだが、特に注力する地域や競合他社も力を入れているオフィスサービスの取り組みなど、シェア向上を実現する上でのポイントを教えてほしい。

A4. 新製品は特定の地域に重点的に投入するのではなく、全世界に展開し、各地域でシェア向上につながると考えている。オフィスサービスの面では、紙とデジタル情報を融合する製品により、企業のDXを支援していくことが戦略の柱の一つである。さらには、人々の働く場が多様化し、プリンターに対する需要の変化にも対応すべく、在宅勤務を支援する製品なども併せて展開していく。

Q5. 2021年の経費が、前年から900億円ほど増加しているが、どういった費用を増やしていると考えているのか。

A5. まず、2020年までの2年間で実施した構造改革の効果で、経費を削減できている要素はある。その上で、2021年は売上を拡大していくために、新規事業の強化に関連した費用や、販売活動の再開に伴う広宣販促費などを増やしていき、また2020年に事業活動の制限を受けて抑制できていた経費が、2021年は必要となる部分もあるのが増加の要因である。

効率化による減少と売上拡大に伴う増加の双方を合わせて、トータルで約900億円の経費増加となっているが、経費率については、2020年の40.0%から2021年は39.6%と改善させ、売上の伸びほど経費は増やさない計画であり、今後もさらなる経費削減には努めていきたい。

本資料で記述されている業績見通し並びに将来予測は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した見通しであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、様々な要因の変化により、実際の業績は記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。