

DXビジネス事業説明会の主な質疑応答

Q：2024年3月期の売上収益の目標が300億円との話だったが、既存案件と新規案件の割合は？

A：現在、次の中長期経営計画を策定しているところであるため正確な数値は言及できないが、既存案件が6割程度、エッジAIカメラなどを含む新規案件が2割5分～3割、残りが海外向けのもものと想定している。

Q：Grab社との協業について、インドネシア国内の新型コロナウイルス感染症の影響が大きいように思われるが、現在の状況と今後の方向感とは？

A：Grab社の売上が、新型コロナウイルス感染症が拡大する前から2割程度まで落ち込んでいるようで、ライドシェア事業についてもドライバーの数を4割～5割程度に削減して運用しており、当社が提供しているサービスも一旦は休止している。ただ、Grab社にとって安全は非常に重要なテーマであることには変わりはなく、新型コロナウイルス感染症が収束した際には、あらためて強力で推進していこうという話をしている。また、ドライバーと乗客のもめ事が多発しているようで、その際のエビデンスとしても活用できるような仕組みも検討しており、より使いやすいサービスとしていきたい。

Q：長期でみて保険会社向けのビジネスが拡大するようだが、数年先には自動車にドライブレコーダーが装着された状態で出荷されると思われ、後付けのドライブレコーダーを軸としたビジネスモデルが持続可能なのか？

A：現状、当社が提供している通信型ドライブレコーダーの装着率はMS&ADの保険加入者の数%程度であり、残りの契約者は通信機能を搭載していない市販やOEM等のドライブレコーダーが装着されている。保険会社にとっては、映像や自車位置といったデータをいかに活用するかが目的となることから、オフラインでも保険会社にデータを提供できるようなシステムの早期開発を来年以降の課題として考えている。

Q：新型コロナウイルス感染症の影響により社会環境が大きく変化しているが、DXビジネス事業部としてどのようなビジネスチャンスを見込んでいるのか？

A：常日頃から、いかにスピーディーにビジネスを展開するのかを念頭に置いている。通信型ドライブレコーダーやエッジAIカメラの他では、ヘルスケア領域において喉の状態を確認できたり、製造ラインにおいて半田の付き具合を確認できたりするようなカメラデバイスに挑戦していきたいと考えている。また、新たなデジタルソースとして、VTuber「黒杜えれん」をプロデュースしている。当社は事業分野ごとに組織として分かれているが、我々が繋いで新しいビジネスを展開することも視野に入れて活動している。

Q：DXビジネスにおける2020年3月期と2021年3月期のコア営業利益は？

A：DXビジネス事業部の2020年3月期の売上収益は約100億円でコア営業利益は0～5億円となる。2021年3月期は、売上収益が約150億円となる見込みで、コア営業利益については将来的な成長に向けた開発投資も必要となることからいかなり大きく増加する訳ではなく、プレゼンテーション資料の6ページのグラフのイメージとなる。

Q：2024年3月期の目標が売上収益300億円程度、コア営業利益30億円程度とのことだが、先行投資などが必要となる中でどのようなカーブで利益をあげていくのか？

A：DXビジネス事業部として、現状でコア営業利益率は5%前後となるが、将来的にはもっと利益率を高めていきたい。

基本的には生み出した利益から投資に回す方針であるため、費用が先行することが無いように留意していきたい。

Q：自動車分野以外で新しい事業を構築する上で、どのような点で差別化を図るのか？また、協業や事業買収などの方向性もあるのか？

A：差別化については、とにかくスピード感と使いやすさが大切だと考えている。プレゼンテーション資料で紹介したエッジAIカメラも他社との協業であり、販路についても当社独自のものだけではなく、可能な限りエスアイヤー（SIer[※]）とのパートナーシップを構築していきたい。事業買収のようなものは現時点で検討していないが、コアとなる技術が足りない場合やスピード感を重視する場合については、そのような検討も必要となる可能性もある。

※システムインテグレーターのごとで、システム開発にまつわる全ての業務を引き受ける企業のこと。

Q：2024年3月期時点において、どの程度の陣容となることを考えているのか？その際、社内からの異動者が中心となるのか、それとも事業特有のノウハウを持ったタレントの獲得が中心となるのか？

A：現状では、検討中としか答えようがない。ハードや組み込むソフトの開発、品質保証に関する陣容は、DXビジネス事業部の中に多士済々のタレントが揃ってきた。一方で、保険会社向けの事業を拡大するためには業界に精通したタレントが必要であり、他にもプロジェクトの取りまとめや他社とのアライアンスに精通したタレントも必要となってくるため、新しい中長期経営計画を策定する上でそのようなタレントの獲得を一番の課題と考えている。

Q：保険会社向けのドライブレコーダーについて、どの程度まで装着率を高めていきたいのか？

A：我々から具体的な数値は言及できないが、保険会社からはドライブレコーダー型保険によりコストの低減が図れていると聞いており、可能な限り装着率を高めていく意向と聞いている。

Q：競合他社が展開している保険会社向けドライブレコーダーとの差別化ポイントは？

A：他社製品について具体的に言及できないが、供給している保険会社からは高画質録画について高い評価をいただいている。その辺りは、差別化できているポイントではないかと考えている。

Q：現状、販路や顧客はパートナー企業に依存しており、当社としてはハードの売り切りになっているが、将来的にはサービスを提供することによってレベニューシェア[※]を得る考え方や月額課金で収入を得るようなビジネスモデルに切り替わる方向性はあるのか？

※支払い枠が固定されている委託契約ではなく、発注側と受注側がリスクを共有しながら、相互の協力で生み出した利益を、あらかじめ決めておいた配分率で分け合うこと。

A：保険会社向けのビジネスについては、供給している通信型ドライブレコーダーの機能をアップデートすることによって、月額課金を得るようなサービスを展開していきたいという意向は持っている。今後、母数も増えることが見込まれることから、そのようなサービス販売の機会も期待できる。ハードの売り切りではなく、保守・メンテナンスも含めた新しいビジネスモデルを構築していきたい。

Q：ドライブレコーダーは、当社が長年に培ってきた映像技術や車載技術が生かされたものと分かるが、浴室あんしん安全システムまで提供となると、当社のどのような技術が生かされてのものなのか分からなくなってくる。当社の技術の肝となるのはどのような技術なのか？

A：浴室あんしん安全システムについては、音響機器やテレビといった製品で培った超音波技術を用いている。また、ヘルスケア事業部で手掛けているExoCounterは、ブルーレイの技術が活かされている。当社は映像や車載技術だけでなく、さまざまな製品や事業で培った知見やノウハウを有しており、それらを生かした製品・ソリューションの提供を図っていききたい。

Q：新たな事業を構築する上で、競合他社はどのような企業を想定しているのか？また、自動車メーカーも競合となりえることから、スピード感を重視しているのか？

A：我々が進めようとしている事業は、少し前まで最先端であった機能が数年で陳腐化してしまうものであり、いかに早く発売し、顧客に使用していただくことが重要と考えている。ドライブレコーダーの競合は主にカーエレクトロニクスメーカーとなるが、保険会社向けや他のビジネスとなると、カーエレクトロニクスメーカーや自動車メーカーだけでなく、業界や業種に縛られず数多くの企業が競合他社となりえることから、とにかくスピード感を持ってやっていきたい。なお、自動車メーカーは各社各様でコネクテッドに向けた取り組みを行っており、カーエレクトロニクスを取り扱う当社としても、オートモティブ分野を中心に自動車メーカーとの協業に向けた取り組みを強化している。

以上