

2021年3月期2Q決算説明会（電話会議）の主な質疑応答

Q：業績が厳しい中でフリー・キャッシュ・フローがしっかりしているのが印象深い。在庫および投資の抑制などを実現していることが要因なのか？

A：キャッシュ・フローは、損益が厳しい中でも上手くコントロールできている。営業活動によるキャッシュ・フローについては、2020年3月期4Qから2021年3月期1Qにかけて早い段階から在庫の抑制を図ってきたこと、また、一部の機種については開発中止を早期に決定するなど必要なものと不要なもののメリハリをつけてきたこと、それらの効果が2Qに顕在化してきた。一方で、オートモーティブ分野のアフターマーケット事業では、一部の地域で在庫が厳しい状況にもなっており、若干減らし過ぎた部分もあった。今後は世の中の変化に対して柔軟かつ迅速に対応するだけでなく、在庫が枯渇するようなことがないよう留意していきたい。

Q：足元の在庫は低い水準だが、下期に向けて需要が回復してきた際には増産益が発生するイメージなのか？

A：当社は4Qの売上が大きく、4Qでの出荷に向けて3Qは生産量も大きくなるため2Qよりも在庫を多く抱えることになり、4Qでの出荷時に増産した分の利益も計上するイメージとなる。

Q：無線システム事業は受注が順調に回復しているとのことだが、現状についてアップデートして欲しい

A：北米市場において一部で中国企業の排除の動きがあり、当社としては受注獲得を図ってきたいが、2Qの段階で顕著な実績は出ていない状況。引き続き、受注獲得に向けた活動に注力していきたい。

Q：来年度からの新しい中長期計画を策定するにあたって、3ヶ月前、半年前と比較して外部環境が劇的に変化していると思われるが、事業分野の成長戦略において考え方に変化はあるのか？

A：新しい中長期経営計画は、今年度が終わった然るべきタイミングに発表すべく社内にて検討を行っている。その中で、COVID-19などの影響を含めての考え方の変化として、まずオートモーティブ分野については、COVID-19の影響による「シェアリングではなく個人で自動車を保有したい」という昨今のニーズは、当社にとってはポジティブではないかと考えている。また、パブリックサービス分野の無線システム事業については、企業の業績悪化により足元の状況は厳しいものの、中期的には需要は戻ってくると思われるので大きな変化はないとみている。一方で、業務用システム事業は、足元の業績は苦戦しているがWith/After COVID-19における需要にともなうインフラ投資は必ず発生すると思われ、当社としてどこに注力するのかを精査する必要がある。メディアサービス分野のメディア事業は、BtoCが堅調な一方で、業務用ビデオカメラやフライトシミュレーターなどで使用される業務用プロジェクターなどのBtoBは今後の動向が読みづらく、引き続き状況を確認していく。エンタテインメント事業は、今年度は厳しい状況が続いており、COVID-19の影響を踏まえた上での新たな戦略を考えている状況である。

Q：2021年3月期2Qの設備投資および研究開発費は？また、通期の計画値に変更はあるのか？

A：今上期の設備投資は約70億円、研究開発は約80億円となる。また、通期の計画値については、（コロナ影響前の）期初の計画からはかなり削減する方針だが、（1Q決算発表時に公表した）通期業績予想で想定した計画値から変更はない。

Q : CEM（新型コロナウイルス感染症緊急対策）の今上期の効果が約53億円とのことだが、各セグメントにブレイクダウンして欲しい。また、1Q決算発表時の年間で約76億円に変更はないのか？

A : 約53億円の内訳として、オートモーティブ分野で約25億円、パブリックサービス分野で約10億円、メディアサービス分野で約10億円、その他で数億円の効果が発現したとみている。また、年間で約76億円の効果に変更はない。

Q : DXビジネス事業の売上収益が2Qで大きく伸びているが、損保会社向け案件が一時的に大きかったことが要因で3Q以降は一服するのか？また、PPT資料のP30に2024年3月期に同事業の利益が現在の約3倍程度になる見込みのようだが、この伸びしろの部分は現状のように損保会社向けが大きいのか、新しいビジネスの割合が増えてくるのか？

A : DXビジネス事業の2Qは売上収益および営業利益ともに好調に推移したが、若干2Qができ過ぎであった感もあり、このまま推移するのではなく、昨年度と同様に四半期ごとに若干の凸凹は発生すると思われる。将来については、損保会社向けのみを想定している訳ではなく、新たな企業との協業や新しい分野での事業創出も含めて、当社の強みが生かされる分野のあらゆる顧客に対して積極的に展開していきたい。

Q : ドライブレコーダーの売上が拡大基調のようだが、2Qの単価の動向は？また、競争環境は？

A : 1Qはアフターマーケット事業を中心に苦戦したが、2Qは改正道路交通法施行の効果もあり回復基調にある。あおり運転への対策として、前後撮影が可能なモデルへのニーズが大きく、当社としても360度撮影モデルや2カメラモデルのラインアップを拡充しており、その構成比に比例して単価も上がっている。競争環境としては、新たな競合他社が参入してきているわけではなく、数社の競合他社と切磋琢磨している状況が続いている。

Q : 前期実施した中国拠点の構造改革による収益改善の進捗状況は？また、オートモーティブ分野において、他にコスト削減や構造改革などを検討しているのか？

A : 中国拠点の構造改革は、COVID-19の影響もあり特に固定費に係るものは当初の見込みから若干遅れているが、上期中には完了できる見込みで下期から徐々に効果が発現すると考える。その他については、車載用メカの需要が想定以上に減少していることから、終息に向けた準備を粛々と進めていきたい。

以上