

新型プリンター説明会 -スキャントロニクス® CL4/6-SXR- 質疑応答の主な内容

(2025 年 9 月 26 日開催)

1. CL4/6-SXR シリーズ（以下、新型機）のグローバル 30 万台の販売目標に対し、立ち上がりの見込みは

- 日本と海外で立ち上がり方は違う
- 日本は CL4/6-NX シリーズ（以下、現行機）のリプレイス周期に合致しており、垂直立ち上げを見込む
- 海外は市場プレゼンス向上と新用途を捕捉しながら、徐々に立ち上がり販売ピークを迎える

2. 新型機のプリセールスでのお客さまの評価はどうか

- 9 月開催された展示会に参考展示した際、多様化するお客さまの現場課題に対して、タッチパネルのカスタマイズや音声ガイダンスによる作業支援など、使いやすさと柔軟な対応力が評価されている

3. プリンターのプラットフォームが共通化されていなかった背景は

- サトーのプリンターは、市場や用途ごとのニッチな要求に応える形で開発・進化してきた。その中で一部を共通化しながらも、機種ごとに独自に開発を進めてきた経緯がある。結果として、機種をまたいだ互換性がなく、またニッチな要求への対応と縦割りの開発体制が重なった結果、開発リードタイムの長期化を招くこととなり、これらを経営課題と認識してきた
- この課題を解消して、お客さまニーズに迅速に対応するためにプラットフォームの制御部分を共通化した

4. 共通プラットフォームのコスト削減効果は

- 短期的には、新規開発であったため従来よりも総コストは高くなる
- ただし、今後のプリンター開発期間はおよそ半減する見込みであり、中長期的にはコスト削減効果が期待できる
- 開発コストは新型機の販売利益で回収し、その後の開発期間短縮による効果が積み上がっていく
- 今回の共通プラットフォームは一から要件定義を行った新規開発であり、従来の既存制御部に追加要件を積み増す方式とは異なる

5. 現行機に対して販売数は増加するのか

- 過去 5 年対比ではコロナ禍や特需の影響を含むので、一概には比較できないが過去 5 年対比で増加をめざす。FY25-30 まででグローバル約 30 万台と現行機の販売台数と比較して高い販売目標を据えている

6. プリンターラインアップの最適化によるモデル数削減のデメリットと対応策は

- モデル数を削減することで、製品ポートフォリオに空白領域が生じる可能性がある
- この空白領域を補完するため、共通プラットフォームの効果により同価格帯の製品で広い機能性の領域をカバーできるプリンターラインアップにする考え
- ただし、めざす製品ポートフォリオになるまでは数年の時間を要するとみている。この間を子会社の台湾 Argox などと製品ポートフォリオを補完しながら切り抜ける

7. 新型機の現行機に対しての収益性は

- 金型の償却費用などにより製造コストの増加を見込むため、一時的に現行機比較で利益率が低下する
- 費用の償却などにより徐々に製造コストは下がる。加えて、品質・コスト・納期を改善する取り組みや製品価値を高める改善活動に取り組みながら、生産効率をあげることで製造コストを下げる
- 製造コストの低下と営業の付加価値提案により収益性をあげていく考え

8. 新型機の同業他社の製品に対しての優位性は

- ハイ・パフォーマンス・モデルにおいては、高い印字速度、こだわった印字品質、お客さまの現場運用に寄り添ったユーザービリティに優位性があると考えている。現行機でも評価いただいていた高い印字品質や、ラベルを作業者がすぐ取り出せるように排出する機能（ハクリ機能）を新型機でも踏襲しつつ、拡張性やインターフェースなどの機能をさらに充実させている
- 9月開催された展示会に参考展示した際は、セキュリティ上の理由からPCを設置できない現場に対応できるPCレスでラベル発行可能なスタンドアローン機能が特に高く評価された

9. 新型機で海外のソフトウェアの販売を拡大できるか

- 拡大できると考えている
- 大手グローバルのお客さま（グローバル・キー・アカウント）やシステムインテグレーター（SIer）向けには、プリンターにソフトウェアやスキャナーなどを組み合わせ、ソリューションとして販売するケースが多い
- 新型機は高い拡張性を備えているため、こうしたソリューション販売を一層拡大できるとみている

10. 新型機の発売で現行機の買い控えはあるか

- 大きな買い控えはないと見込む
- 新型機の発売時期を目安に営業の提案軸を順次新型機へシフトするが、長期的な商談や追加導入、安定運用を重視されるお客さまでは現行機を選ばれるケースもある

- なお、新型機発売決定に関するニュースリリース（2025 年 9 月 1 日）以降の直近の販売状況については非開示。Q2 決算説明会で適宜説明する

11. 新型機の製品ライフサイクルの中でコスト変動が発生した場合はどのように売価に反映させるのか

- 会社の方針として適切に価格改定を実施する
- 足元の米国相互関税による影響もコスト増として、価格改定で対応している
- ソリューション提案によるソフトウェアの販売や保守・サービス、サプライのリカーリングビジネスなどの付加価値を評価いただいたうえで適正な対価をいただく

12. 今後注力・縮小する販売チャネルは

- 日本では、コト売り*による直販体制をより強化し、相対的に利益率の高い市場・業界にリソースをシフトしていく。一方、遠隔地などコト売りによる提案が行き届きにくい領域では、代理店や業界特化型パートナーと協業して補完していく
- 海外では、業界特化型パートナーと協業することで、各国の特定の市場や業界でのトップシェアをめざす。一方で、大手グローバル顧客には直販で取り組み、各国での事業展開を通じて成長につなげる

* 商品の単品売りではなくハードウェアやサプライ、保守サービス、ソフトウェア等を組み合わせたソリューションを、ROI の提示を含めて提案する売り方。

単品売りの「モノ売り」に対する概念

(以上)