

コニカミノルタグループ 2005年3月期 決算説明会

2005年 5月 13日

コニカミノルタホールディングス株式会社

● 本資料の記載情報

- ・ 本資料の前年度実績については旧コニカと旧ミノルタの合算値を使用しております。
- ・ 本資料におきましては、四捨五入による億円単位で表示しております。

● 将来見通しに係わる記述についての注意事項

本資料で記載されている業績予想、将来予想は現時点における事業環境に基づき当社が判断した予想であり、今後の事業環境により実際の業績が異なる場合があることをご承知おき下さい。

2005年3月期決算概要

常務執行役 本藤 正則

コニカミノルタグループ決算概要

【億円】

	a 05.3 実績	b 04.3 実績	a/b 伸長率	c 前回予想 3月17日	a/c 達成率
売上高	10,674	11,236	95%	10,600	101%
売上総利益	4,696	4,787	98%	-	-
営業利益	676	732	92%	700	97%
経常利益	536	525	102%	550	97%
税前利益	354	405	87%	390	91%
当期純利益	75	193	39%	70	107%

EPS 14.11

ROE 2.2%

P / L 為替レート(円)

増減

差異

US \$	107.55	113.07	5.52	109.00	1.45
ユーロ	135.19	132.61	2.58	134.00	1.19

統合等の特殊要因を除けば、情報機器事業は前年並みの売上を確保。 フォトイメージング事業はデジタルカメラの価格下落の影響等で減収減益。 オプト事業が液晶用フィルムなどの販売好調により増収増益となり、グループ全体としては前年比減収ながら実質では若干の増益。

- 情報機器** : カラーMFPは新製品投入により大きく販売拡大。モノクロMFPはトータルでの販売台数は微増ながら、中速領域での競争激化。カラープリンタも価格競争が一層厳しくなった。
- オプト** : デジタル家電の在庫調整の影響で各種レンズ事業は伸び悩んだが、液晶用フィルムやガラスHD基板の伸長などにより、増収増益。
- フォトイメージング** : 固定費削減やデジタル一眼レフの投入で採算改善に取り組んだが、フィルム・ペーパー等銀塩感材の需要減少とデジタルカメラの価格下落の影響を大きく受け、損失が拡大。

特別損失

統合に伴う合理化費用に加え、フォトイメージング事業に関する構造改革費用、統合により発生した暖簾代のカメラ事業分についての一括償却費用などを特別損失として214億円計上。

法人税

当期は連結納税を適用していない為、フォトイメージング事業の損失が拡大したこと、同事業についての税効果が限定的であったこと、などにより法人税の割合が増加。
(当期税率: 77% 前期: 52%)

セグメント別 売上高・営業利益

	売上高					営業利益				
	05.3 実績	04.3 実績	伸長率	前回 予想 3/17	達成率	05.3 実績	04.3 実績	伸長率	前回 予想 3/17	達成率
情報機器	5,648	6,258	90%	5,600	101%	558	629	89%	590	95%
オプト	917	858	107%	900	102%	160	153	105%	150	107%
フォトイメージング	2,685	2,777	97%	2,670	101%	87	67	-	90	-
メディカル&グラフィック	1,299	1,209	107%	1,300	100%	67	79	84%	80	83%
計測	53	80	-	50	-	16	18	-	20	-
HD他	72	54	-	80	-	39	79	-	50	-
グループ計	10,674	11,236	95%	10,600	101%	676	732	92%	700	97%

セグメント別 特殊要因



KONICA MINOLTA

売上高	【億円】							
	05.3実績	04.3実績	a 増減	b 為替影響	c 決算期変更	d 両社取引	e セグメント組替	a-(b+c+d+e) 実質増減
情報機器	5,648	6,258	610	76	337	125	70	2
オプト	917	858	59	9	0	0	0	68
フォトイメージング	2,685	2,777	92	25	171	0	50	288
メディカル&グラフィック	1,299	1,209	90	21	34	0	47	30
計測	53	80	27	0	0	0	28	1
HD他	72	54	18	0	0	0	0	18
計	10,674	11,236	561	131	132	125	0	173

営業利益	【億円】							
	05.3実績	04.3実績	a 増減	b 為替影響	c 決算期変更	d 暖簾代	e セグメント組替	a-(b+c+d+e) 実質増減
情報機器	558	629	70	9	10	21	0	30
オプト	160	153	7	8	6	1	0	23
フォトイメージング	87	67	20	2	1	1	2	21
メディカル&グラフィック	67	79	12	7	0	0	0	6
計測	16	18	2	0	0	1	2	1
HD他	39	79	41	1	0	0	0	40
計	676	732	56	22	17	24	0	7

1円の変動に対する営業利益への影響額 (年間)

US \$	約 7億
EURO	約 11億

販売費・一般管理費の増減

	【億円】		
	05.3 実績	04.3 実績	増減
販売費および 一般管理費	4,021	4,055	34
販売費	845	887	42
人件費	1,597	1,716	119
研究開発費	658	630	28
暖簾代償却	59	32	27
その他	862	790	72

製造も含めた総人件費の対前年増減は 141億

販売費・一般管理費における為替影響額は 20億(実質15億円の減)

営業外収支増減

	【億円】		
	05.3 実績	04.3 実績	増減
営業外収支	140	207	67
受取利息・配当金	14	14	0
為替差益	7	-	7
その他	69	108	39
営業外収益計	90	121	32
支払利息・社債利息	55	76	20
棚卸資産処分損	87	80	7
為替差損	-	50	50
その他	87	122	36
営業外費用計	229	328	99

特別損益

	【億円】		
	05.3 実績	04.3 実績	増減
特別損益	182	120	62
投資有価証券売却益	25	9	
その他	7	8	
特別利益	32	17	14
フォトイメージング構造改革費用	49	-	
カメラ暖簾一括償却	54	-	
統合費用	40	50	
固定資産廃棄及び売却損	46	43	
その他	25	44	
特別損失	214	137	76

売上高

特殊要因を除くと実質ベースで前年並みの水準は確保。

- MFP : 販売台数は、9%増(カラー:86%、モノクロ:1%)と堅調。モノクロ機の中速領域が減少したが、直販体制統合の過程での混乱が一時販売に影響を与えたことも一因。
- プリンタ: 販売台数は、全体で8%増(カラー:24%、モノクロ:3%)と伸びたが、カラー機を中心に価格下落の影響を受けた。

営業利益

特殊要因を除くと実質 30億円の減益

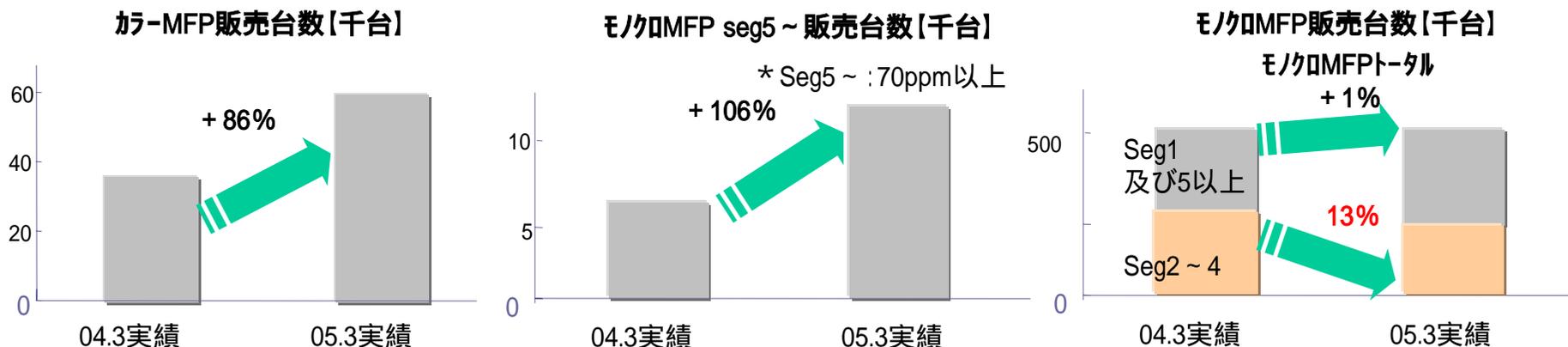
- MFP : 競争激化に伴う粗利減少が主要因。
- プリンタ: カラー機の拡販による市場設置台数増加で消耗品の収益が貢献。但し、価格競争激化により下期は利益が伸び悩む。
- 販管費: カラー強化のため研究開発費は約40億円増加したが、経費削減に努め実質ベースでは約20億円削減した。

MFP事業

カラーMFP：「bizhub C350」のバックオーダーも解消し、欧米市場中心に販売数量は大きく伸長。
4QにはFAX機能を搭載した「bizhub C450」を国内市場に投入し、販売好調。

モノクロMFP：高速領域では「bizhub Pro1050」(105枚機)を昨年11月に発売し、軽印刷市場を中心に販売好調。Seg5以上の高速領域での販売数量は前年比106%増。
一方、トータルの販売数量はSeg1も増えた分前年比で微増したが、中速領域での販売が減少し、プロダクトミックスが悪化。

注力製品の販売状況



事業概況(情報機器)

プリンタ事業

カラーLBP: 新製品「magicolor 2400」シリーズを中心に販売台数は大きく伸長。
新規参入の影響により価格競争激化し、下期の採算が悪化。

モノクロLBP: 全体では微増ながら、自社ブランド事業は着実に拡大。

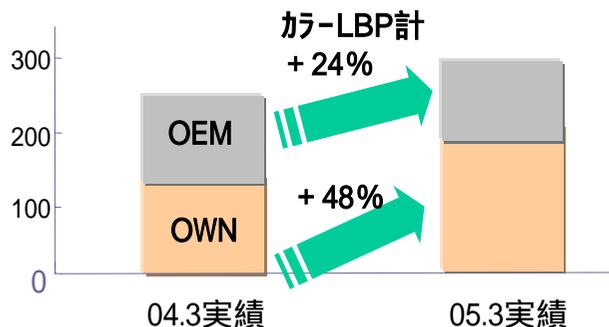
自社ブランド事業の取り組み

北米では量販店チャンネルを中心に、欧州ではプリンタ系ITチャンネルを中心に販売を強化。

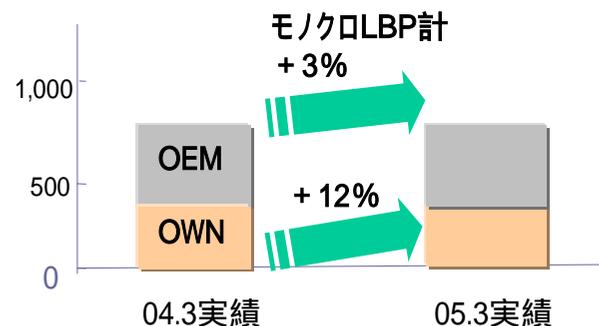
< 自社ブランド販売比率 >	カラー :	54% (03年度)	65% (04年度)
	モノクロ:	34% (03年度)	37% (04年度)

注力製品の販売状況

カラー-LBP 販売台数【千台】



モノクロLBP販売台数【千台】



事業概況(オプト)

光ピックアップレンズ

主力のDVD用では記録系など付加価値品は堅調に推移したが、再生系は昨年夏以降在庫調整が長引き、全体の販売数量は伸び悩む。

DSC/VCR用レンズユニット

完成品市場の競争激化により顧客からの需要が減少し、販売数量は前年を大きく下回る。

携帯電話向けレンズユニット/カメラユニット

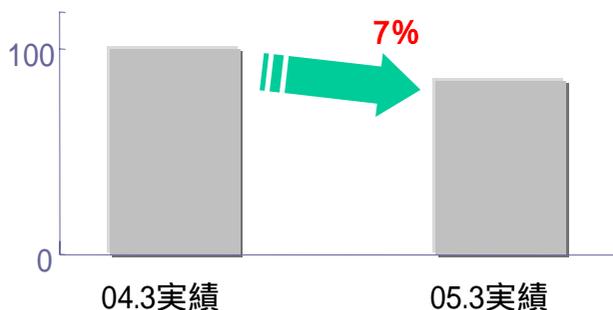
国内の携帯電話市場の成長は鈍化し、レンズ'ユニットの販売数量は17%減少したが、カメラユニットは前年比36%増と拡大基調。

液晶用フィルム

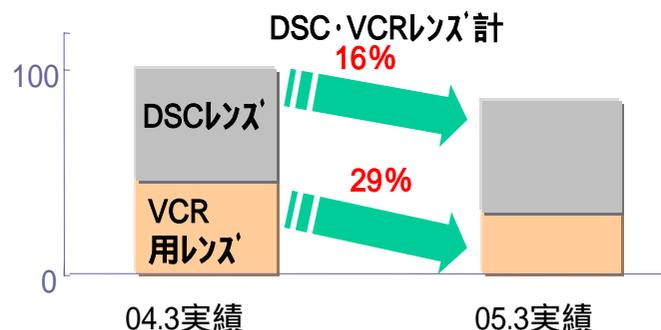
薄膜及び視野角拡大など高機能品を中心に大幅に数量拡大。

注力製品の販売状況

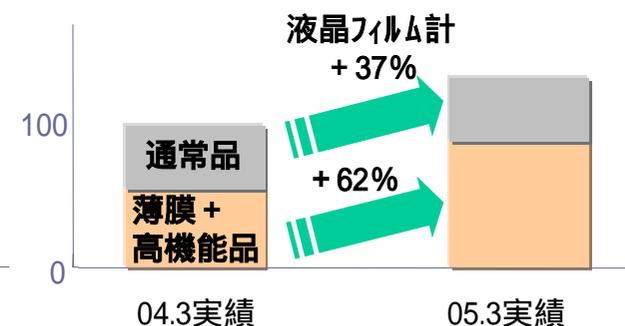
光ピックアップレンズ【指数】



DSC/VCR用レンズ'ユニット【指数】



液晶用フィルム【指数】



事業概況(フォトイメージング)

特殊要因を除くと売上高は実質288億円の減収、営業損失は24億円の悪化。
印画紙・IJペーパー・デジタルカメラの採算悪化が要因。

フォト事業

カラーフィルム：市場縮小が続く中、アジア・中東などでの健闘により数量減小は前年比 10%に留め、コストダウン等により前年並みの収益を維持。

デジタルミニアボ：新製品「R2 SUPER」がデジタルプリント需要拡大を背景に、欧州・アジアで大きく伸長。

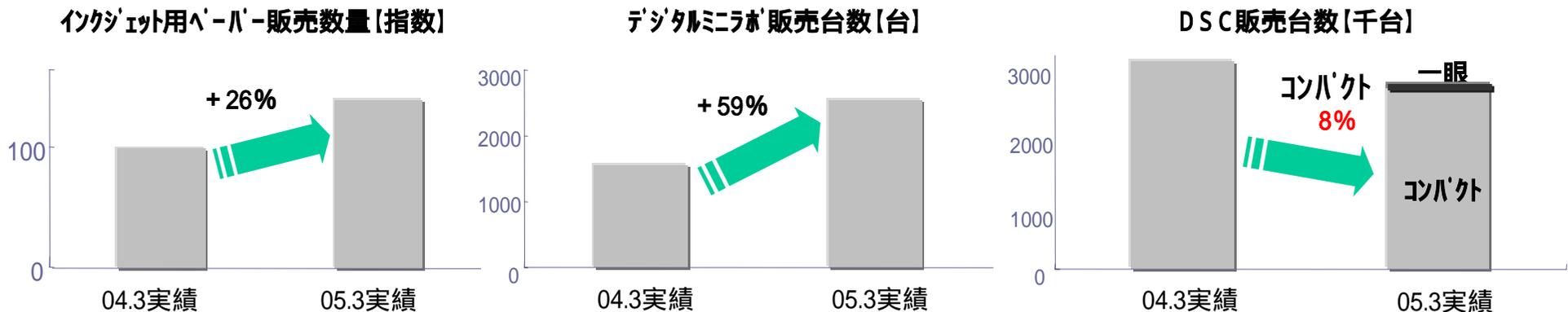
印画紙：前年比 9%の数量減と価格競争の影響で収益悪化。

インクジェットペーパー：国内中心に販売数量は伸長したが、価格競争が国内外で激化し採算悪化。

カメラ事業

デジタル一眼レフ投入は収益面には貢献したが、コンパクトは価格下落厳しく特にクリスマス商戦以降採算悪化。

注力製品の販売状況



事業概況(メディカル&グラフィック、計測機器)

メディカル分野は機器・フィルムとも販売は堅調に推移したが、グラフィック分野でのフィルム販売の減少もあり、全体では増収減益。計測機器は前年並みの水準を維持。

メディカル&グラフィック事業

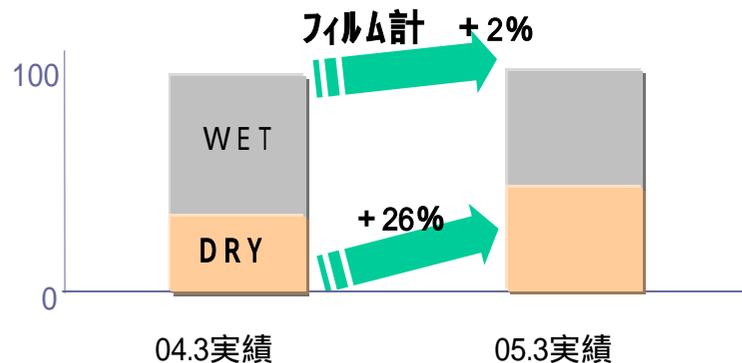
メディカル分野： 国内外ともデジタル入出力機器の販売拡大とともにDRYフィルムの販売増が貢献。
グラフィック分野： デジタル機器の販売強化に取り組むも、国内外共にフィルム需要の減少が大きく影響。

計測機器事業

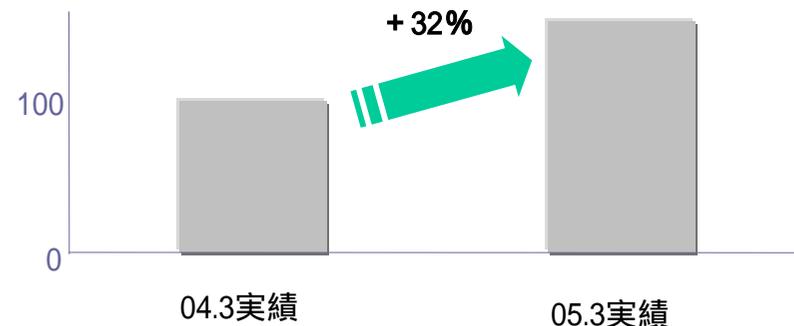
三次元計測、色計測が堅調に推移。

注力製品の販売状況

メディカルフィルム販売数量【指数】



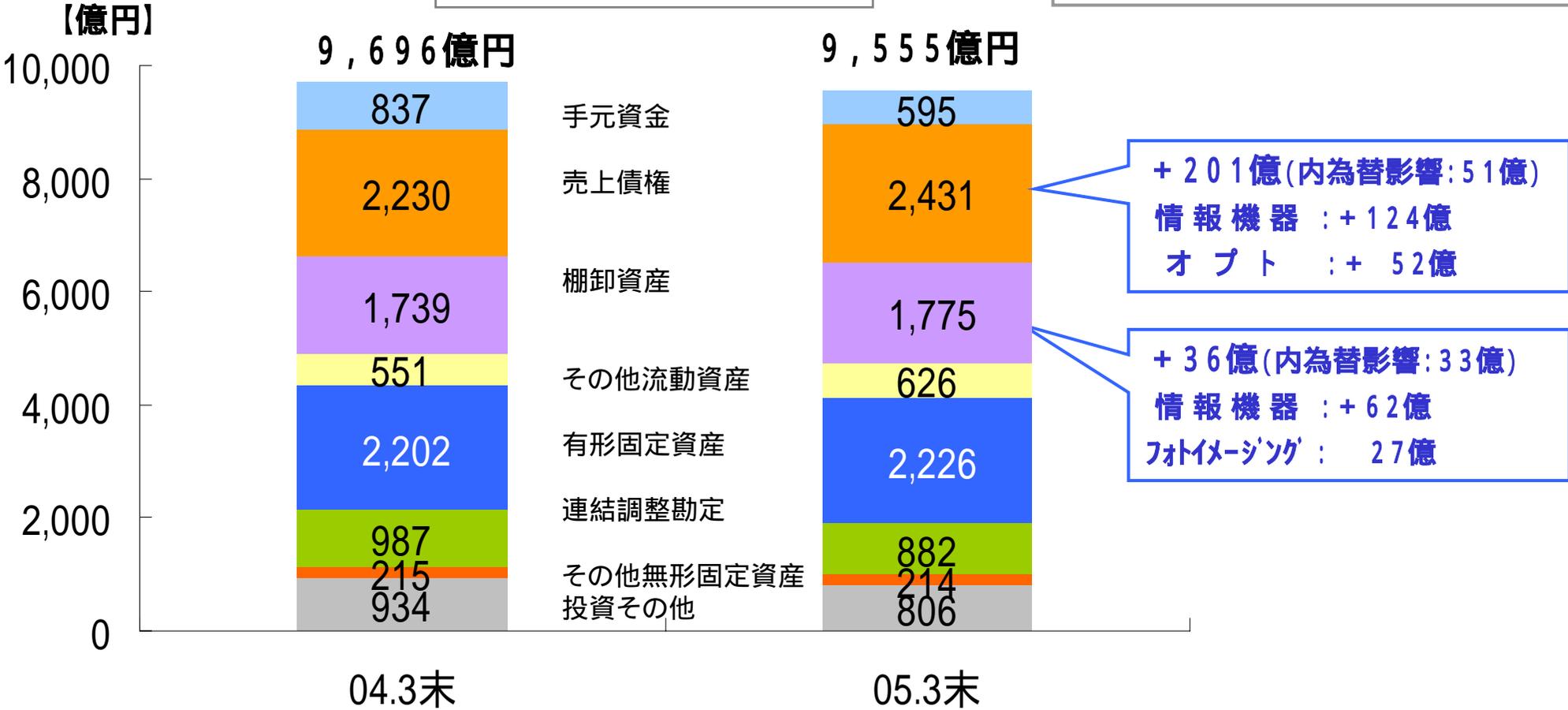
デジタルX線入出力機器販売台数【指数】



決算概要 - 連結BS (資産)

140億円の減
(内為替影響:115億)
実質255億減少

B/Sレート	04.3末	05.3末	増減
\$	107.39	105.69	1.70
1-円	138.87	128.88	9.99



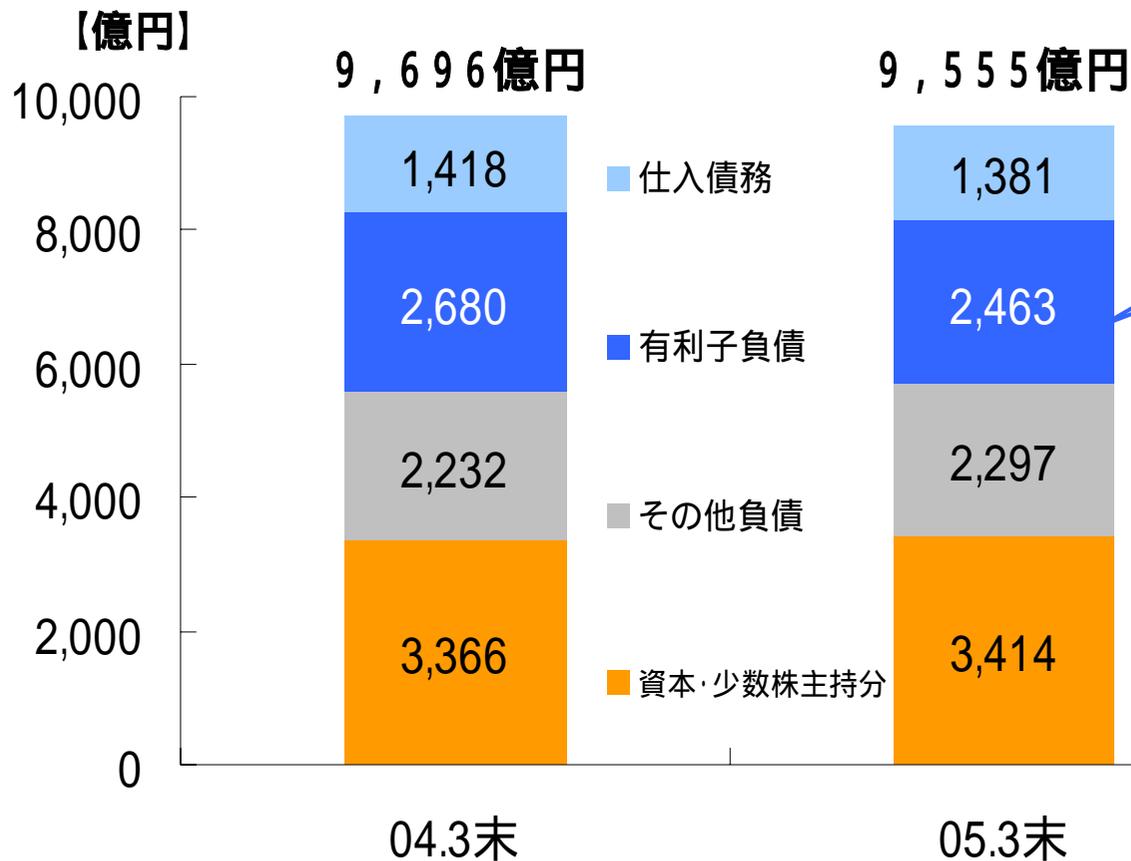
決算概要 - 連結BS (負債・資本)



KONICA MINOLTA

140億円の減
(内為替影響:115億)
実質255億減少

B/Sレ-ト	04.3末	05.3末	増減
\$	107.39	105.69	1.70
1-□	138.87	128.88	9.99



216億 (内為替影響:40億)
実質256億の減

	04.3	05.3
株主資本比率	34.6%	35.6%
一株あたり株主資本	632円	640円
D/Eレシオ	0.80倍	0.73倍

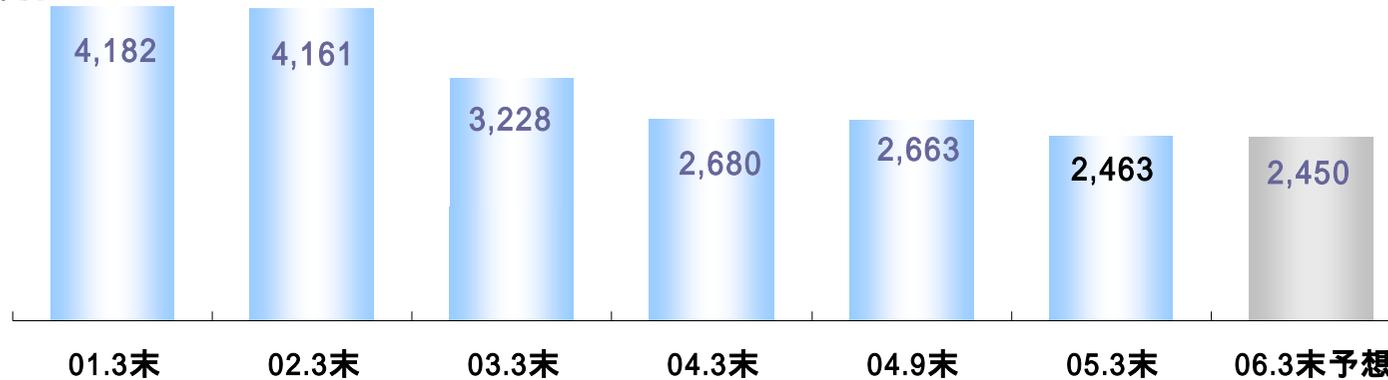
連結キャッシュ・フロー

	05.3	04.3	【億円】 増減
税金等調整前当期純利益	354	405	51
減価償却費	530	556	27
運転資本増減他	327	100	227
営業活動によるキャッシュ・フロー	557	861	305
投資活動によるキャッシュ・フロー	493	319	174
+ フリーキャッシュ・フロー	63	542	479
借入金・社債の増減	261	482	221
配当金の支払額	53	53	0
その他	2	18	16
財務活動によるキャッシュ・フロー	316	553	237

有利子負債・棚卸資産

有利子負債残高の推移

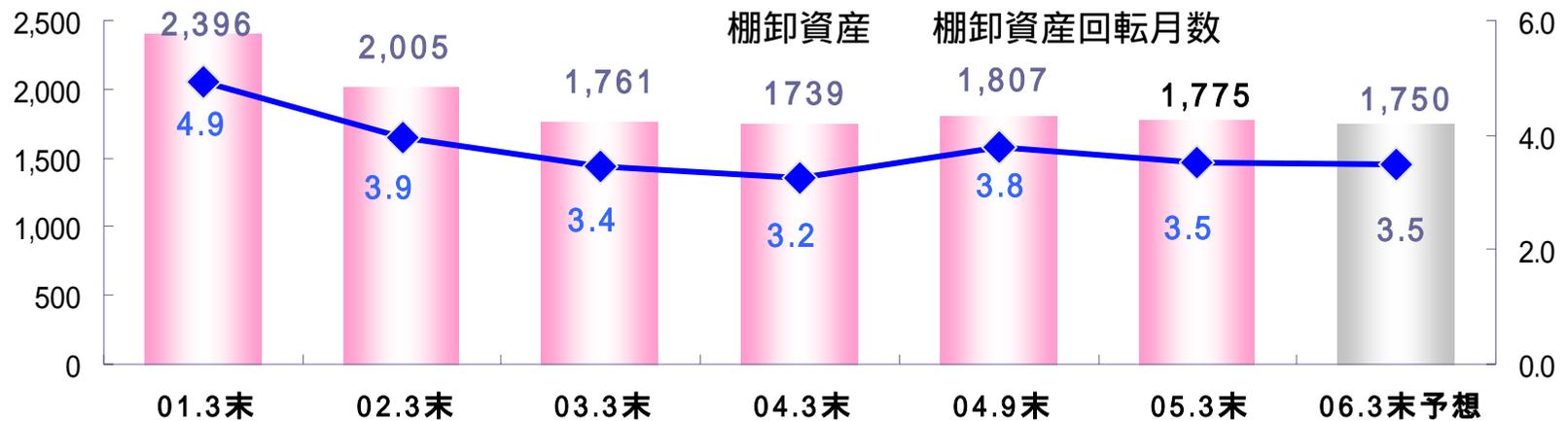
【億円】



棚卸資産及び棚卸資産回転月数の推移

【億円】

【月数】



棚卸資産回転月数 = 合算棚卸資産の期首・期末平均 ÷ (1ヶ月平均売上原価)

人員推移及び統合費用

連結人員の推移

		【単位:人】				
		02/9 末実績	04/3末	04/9 末	05/3末	06/3末
計画		37,300	35,200	—	34,100	35,200
	増減累計		2,100	—	3,200	
実績			34,710	34,033	33,388	
	増減累計		2,590	3,267	3,912	

統合費用

【億円】

	上期	下期	通期
販売管理費	21	7	28
営業外費用	2	5	7
特別損失	27	13	40
統合費用計	50	25	75

統合費用の用途

販売管理費: 拠点統廃合・IT・広告宣伝他

営業外費用: パッケージ廃棄他

特別損失: 人員合理化他

2006年3月期 通期業績予想

代表執行役 社長 岩居 文雄

基本方針

V-5プランの初年度として、
更なる「選択と集中」を徹底する。

1. 情報機器事業・オプト事業への経営資源の重点配分。
2. フォトイメージング事業の規模縮小。
3. 新規事業・M&Aによる成長戦略の推進。

2005年度業績予想

	06.3 予想			05.3 実績	【億円】
	上期	下期	通期		増減
売上高	5,300	6,000	11,300	10,674	626
営業利益	340	560	900	676	224
経常利益	290	510	800	536	264
当期純利益	70	160	230	75	155
為替レート		\$	105.00	107.55	
		1-□	133.00	135.19	

参考情報

設備投資 (資本的支出)	1,000	564
減価償却費	590	530
試験研究費	750	658
FCF	40	63

2005年度業績予想 - セグメント別

売上高

【億円】

	06.3予想			05.3	増減
	上期	下期	通期	通期実績	
情報機器	2,900	3,300	6,200	5,648	552
オプト	520	680	1,200	917	283
フォトイメージング	1,150	1,150	2,300	2,685	385
メディカル&グラフィック	660	740	1,400	1,299	101
計測	30	30	60	53	7
HD他	40	100	140	72	68
合計	5,300	6,000	11,300	10,674	626

営業利益

【億円】

	06.3予想			05.3	増減
	上期	下期	通期	通期実績	
情報機器	290	420	710	558	152
オプト	80	130	210	160	50
フォトイメージング	30	10	40	87	47
メディカル&グラフィック	40	50	90	67	23
計測	10	10	20	16	4
HD他	50	40	90	38	52
合計	340	560	900	676	224

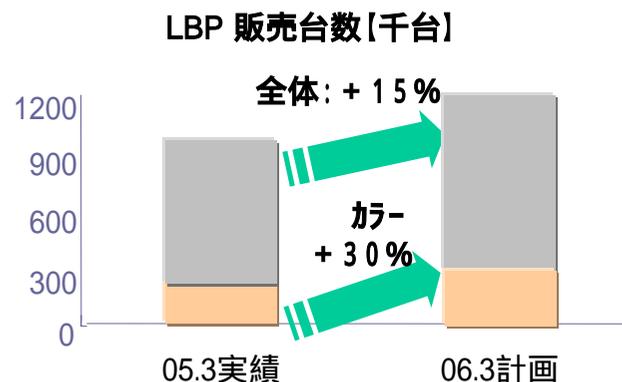
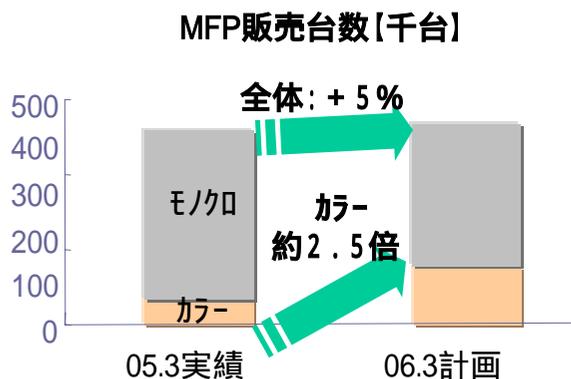
情報機器

新製品のラインアップ化とコストダウンによる増収増益の実現

MFP: 新製品投入(カラー・モノクロ中高速)による本体および消耗品の売上拡大による利益率の向上。

- ・統合モデル(bizhubシリーズ)によるラインアップ化。
- ・新統合ファームウェア(制御構造)の搭載。
コストダウン目標80億円の必達。

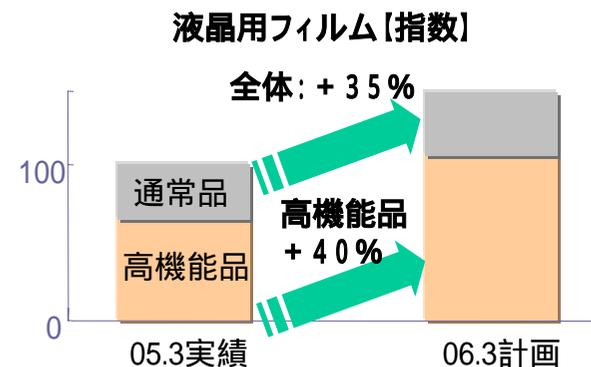
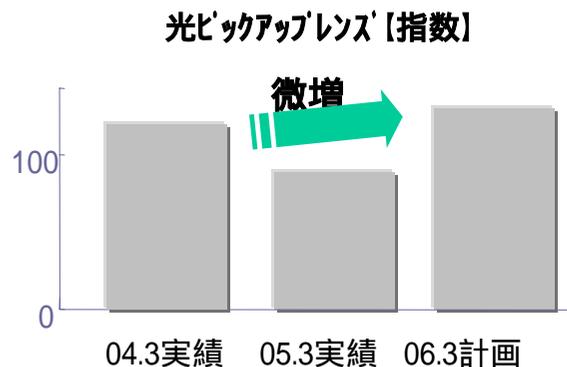
LBP: カラープリンタの自社ブランド事業の拡大。



オプト

売上高の拡大による増益の実現

- 光ピックアップレンズ : コストダウン強化による収益堅持。
- TACフィルム : 生産能力増強による販売拡大。
- レンズ・ユニット・マイクロレンズ : 新規顧客獲得による販売拡大。



フォトイメージング

構造改革を加速し、フォトはソフトランディング、カメラは高付加価値製品に絞り、赤字幅を縮小。

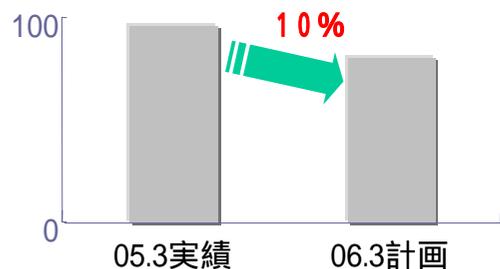
銀塩感材： 不採算な事業や取引の峻別。
コア技術を他事業へ転換促進。

DSC :機種絞込みと高付加価値品への集中。

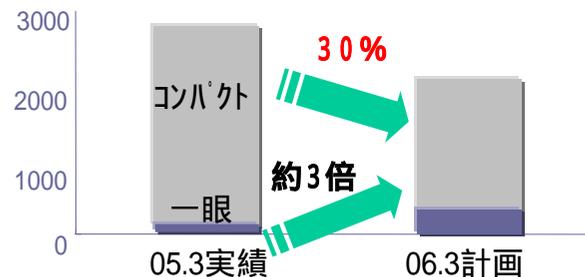
共通 :他事業への人員シフトによる固定費削減(05.1実施済み)

構造改革を加速する為、当年度に約240億円の特別損失を計上

カラーフィルム販売数量【指数】



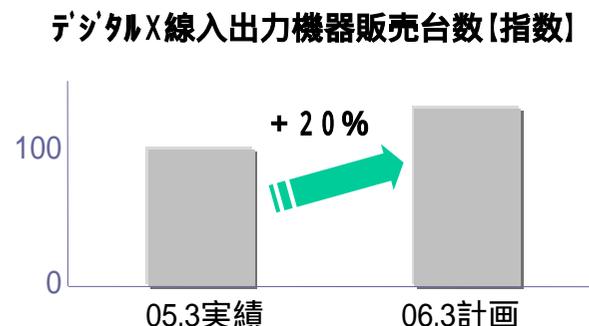
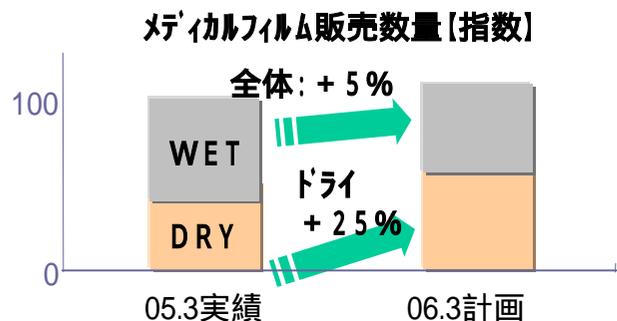
DSC販売台数【千台】



メディカル&グラフィック

機器の拡販とコストダウンによる収益の底上げ

メディカル：入出力機器ビジネスの拡大とDRYフィルムの販売強化。
グラフィック：デジタル印刷機器の販売強化。



計測機器

3次元計測：工業用計測市場を重点強化

情報機器事業中期経営計画 <ジャンルトップ戦略>

代表執行役 社長 岩居 文雄

中期経営計画 V-5プラン における情報機器事業の位置付け



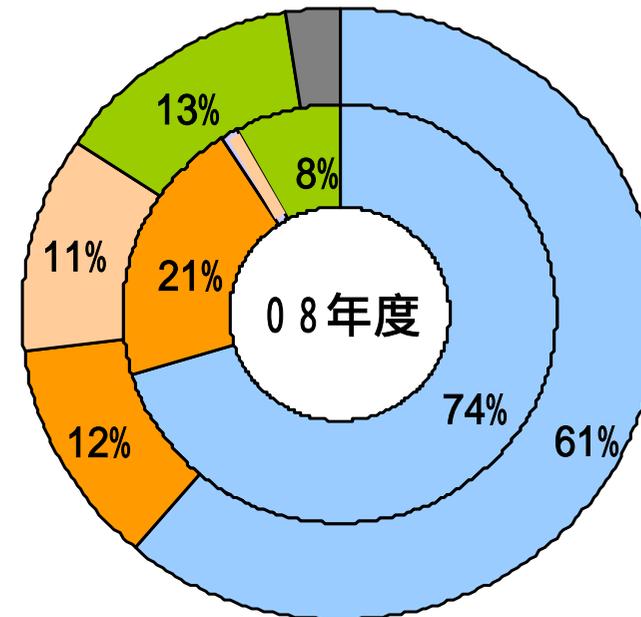
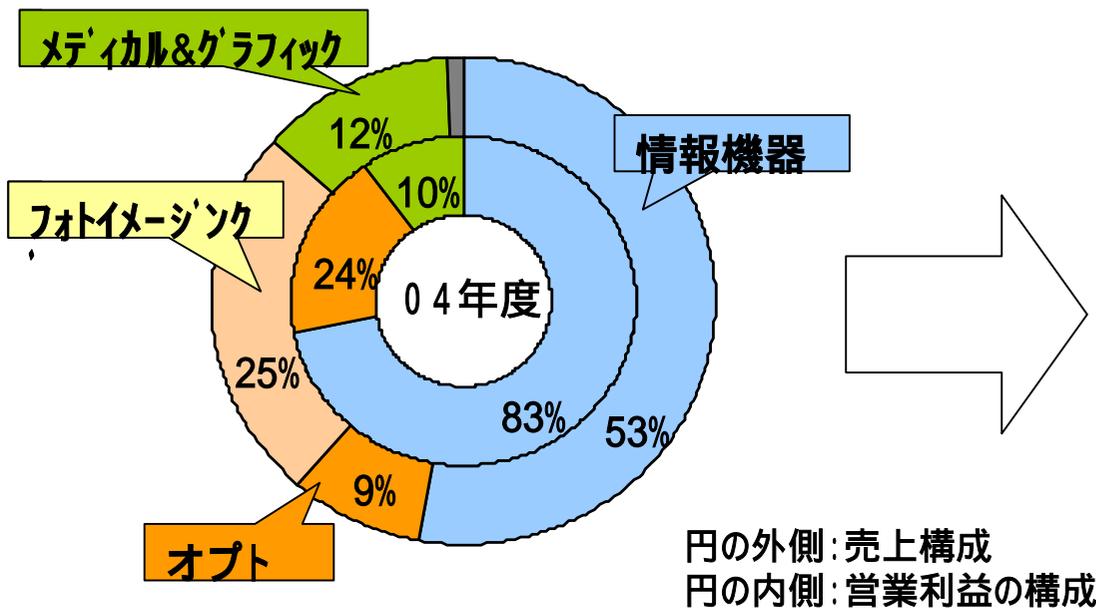
KONICA MINOLTA

04年度

【億円】	全社	情報機器
売上高	10,674	5,648
営業利益	676	558

08年度

【億円】	全社	情報機器
売上高	14,100	8,600
営業利益	1,450	1,070



情報機器事業はグループ中核事業としてV-5プランを牽引

紙出力の将来予測

- 紙の消費量は増加傾向
- MFPは複写機よりもプリンタとしての出力が圧倒的
- カラー出力の伸びはモノクロの伸びを上回る

北米の紙消費量需要予測 (CAPV資料)

	2001年	2011年	2021年	CAGR
プロダクションプリント	23,642	27,031	30,246	1%
一般オフィス	4,622	5,963	7,145	2%
ホームプリント	119	233	288	5%

単位：千t

競合(上位3社)との現状規模比較

統合により当社事業規模は拡大したが、上位3社との格差はまだ大きい

- ▶ 試験研究費 : 情報機器分野で2 ~ 6 倍の差
- ▶ 販売規模 : MFP総販売台数で1.2 ~ 3 倍の差
- ▶ 商品ラインアップ: カラーMFP機種数はまだ少ない

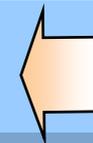


ジャンルトップ戦略へ

選択と集中により、3つのジャンルトップを目指す

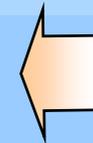
市場成長が見込めるジャンルへ経営資源を集中し、
重合トナーを武器にジャンルトップを獲得。

カラーMFP (Seg 2 以上)



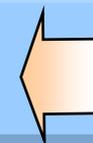
モノクロMFPからのシフト

モノクロ高速MFP (Seg 5 以上)



中低速MFPからのシフト

カラープリンタ



モノクロプリンタからのシフト

ジャンルトップ実現の推進力:重合法トナーの競争優位性



技術上の優位性	ユーザーメリット	コスト上の優位性	当社のメリット
---------	----------	----------	---------

- 小粒径化
- 定着のオイルレス化
- 低温定着
- 圧倒的な特許件数
(660件)

高画質化、
高鮮鋭性。

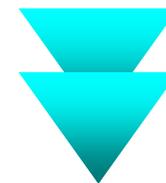
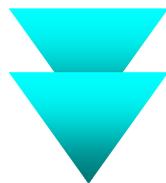
ギラツキ軽減、
定着機の長寿命化。

幅広い紙種対応、
紙カールの低減。

- 小粒径による低消費量化。
×
- 重合プロセスによる低コスト化。
- モノクロ・カラー全機種展開
×
- 生産量は大幅に拡大

トータルコストで粉砕トナー
に対して約3割低減

業界最大の生産量



カラー市場・軽印刷市場で差別化

収益性の向上

カラーMFP市場の急拡大と「bizhub シリーズ」の販売好調を好機と捉え、経営資源をカラー分野に集中。

1. 商品開発をカラーに集中
2. 開発戦力の強化
3. コスト対応力の強化
4. 販売人員増強・ディーラー網拡大

シェアを奪取できる機能/コスト競争力を備えたラインナップを実現

bizhubシリーズ

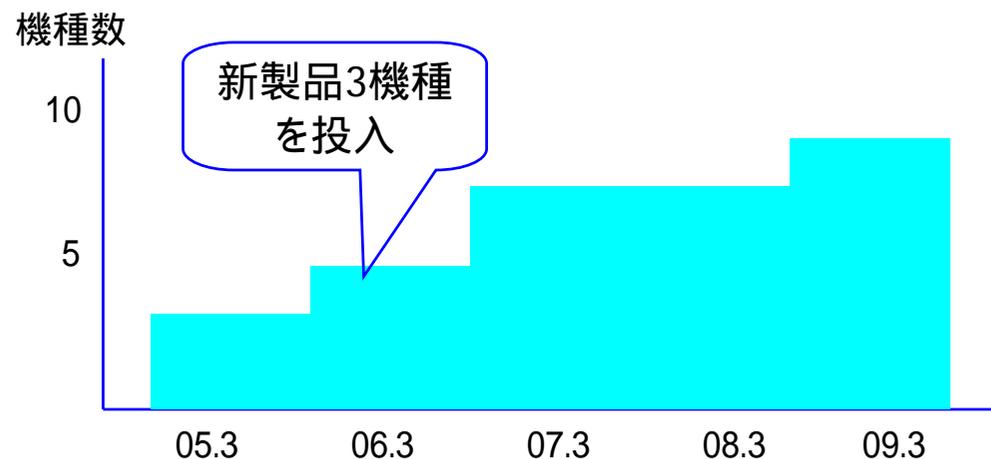


■新統合ファームウェア(制御構造)の構築

- ▶新規セキュリティ機能
- ▶シームレス機能
- ▶カスタム機能(Open API)

■カラーMFPのラインアップ計画

市場ニーズに合わせてタイムリーに市場化



重点戦略－2：開発戦力の強化

カラー機ラインアップ増と差別化技術開発を強化

試験研究費の増強

- 05年度は統合前に比べて40%増強：
(06年度以降は同水準を維持)

開発人員の増強

- 開発総人員を20%増強 :06年度で完了

開発の効率化を推進

- 標準化・規格化の推進で開発工数を低減
→ 創出工数を要素技術・先行技術開発の強化に充当
差別化技術の強化

重点戦略－3：コスト対応力の強化

新製品コスト目標の必達

目標： 20%コスト削減(カラーMFP)

調達コストダウンを強化

- 中国華東地区での現地調達を強化し、調達コストを削減
目標： 80億円(05年度目標)

新工場展開によるコスト競争力強化

- 中国新生産工場(無錫)
- 重合トナー生産能力増強(甲府)

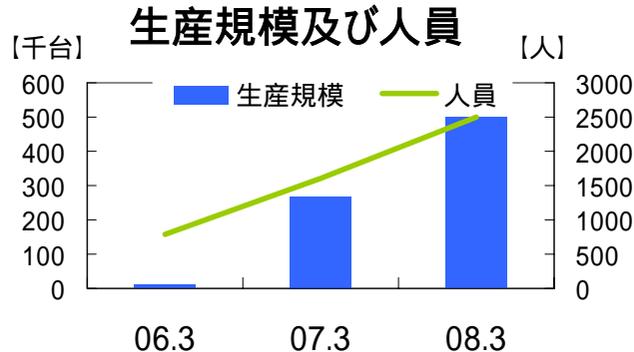
コスト対応力強化のための生産設備増強

機器生産

中国無錫新工場



敷地面積: 132,000m²
延床面積: 74,000m² (第1期)



カラーMFP中心に
生産増強

- 独資生産の本格展開
- 華東地区での調達活動の基盤構築
- 本体生産100%海外化

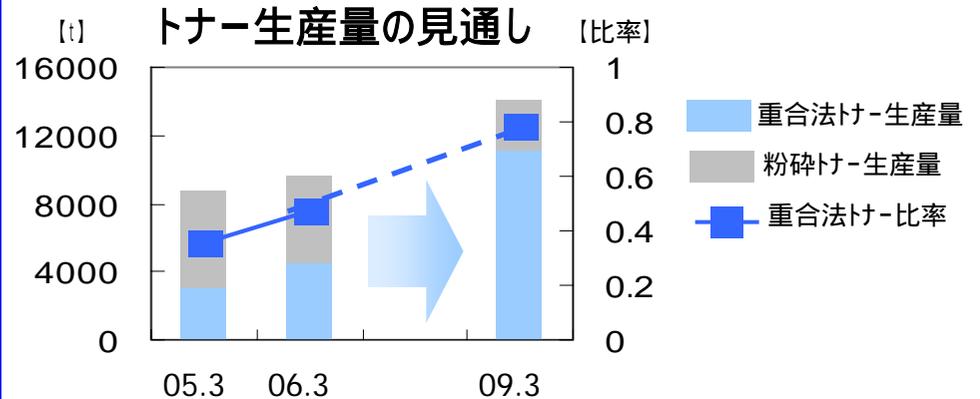
The essentials of imaging

トナー生産

甲府工場



敷地面積: 53,900m²
従業員数: 210人



- 業界トップの重合トナー生産量
- 重合トナー化100%の早期実現とコストメリットの追求

重点戦略－４：販売人員増強・ディーラー網拡大

日米欧の主要国でカラーMFP販売強化のため営業力増強

直販

セールス人員40%増(04年対08年) = 北米を集中強化
■メジャーアカウント + CRD(集中印刷)をターゲットに直販で攻める

直販以外

ディーラー数20%増(04年対08年)
■ディーラーサポートの強化

サービス

アフターサービスの強化と顧客満足の上

地域別 重点課題

北米：直販網の拡大を柱に、カラーの拡販体制を拡充

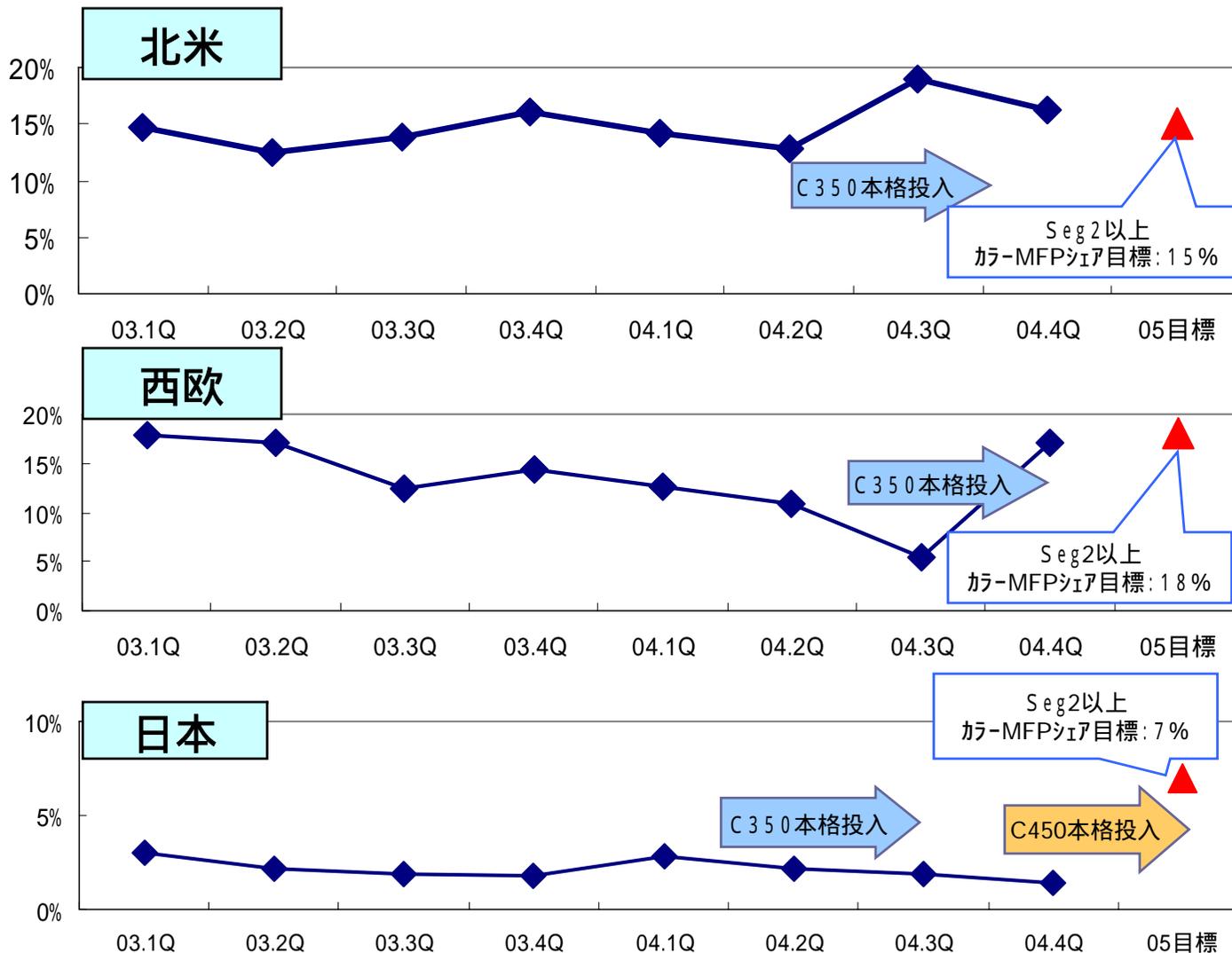
欧州：主要国においてカラーNo.1のポジションを獲得

日本：直販を中心に、業態別ソリューション対応力を強化

統合後の日米欧におけるカラーMFP市場シェア推移



KONICA MINOLTA



<北米・欧州市場>

04年前半は市場の急速なカラー化に対して製品対応が遅れ、市場シェアを喪失。

↓

戦略商品 bizhub C350 の本格投入によって04年後半からシェアを大きく回復。

<日本市場>

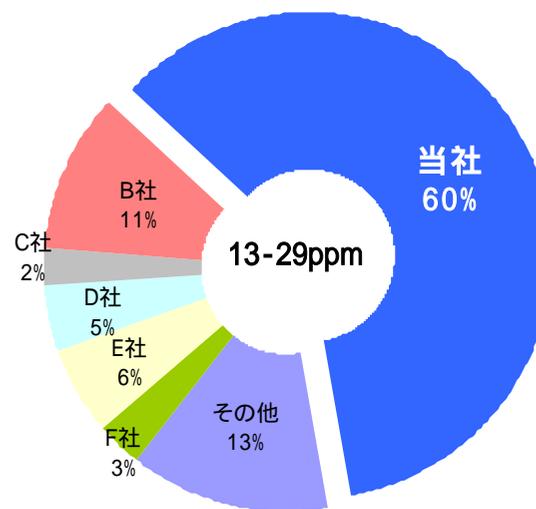
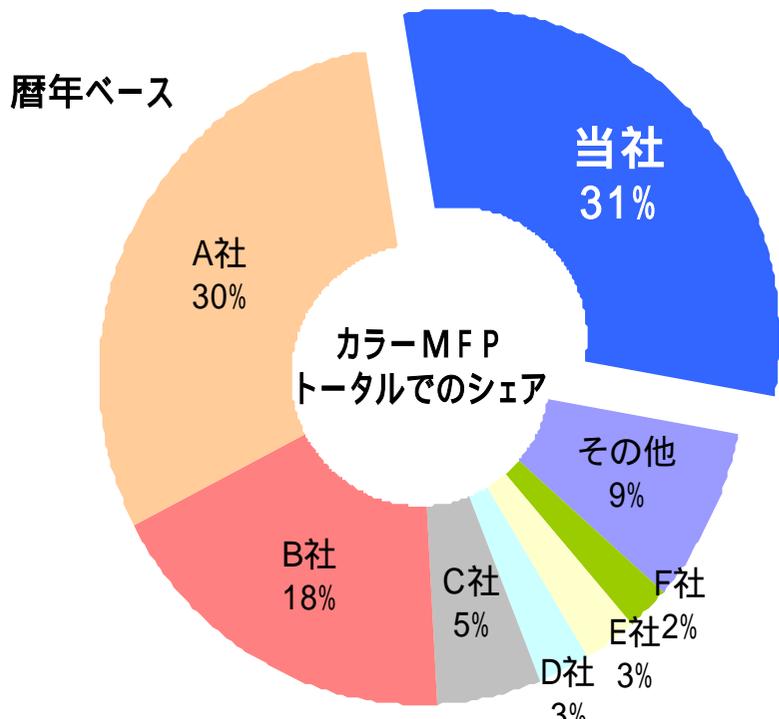
FAX機能なしで苦戦、bizhub C450 に期待。

< 参考 > 欧州における2004年カラー-MFP市場シェア

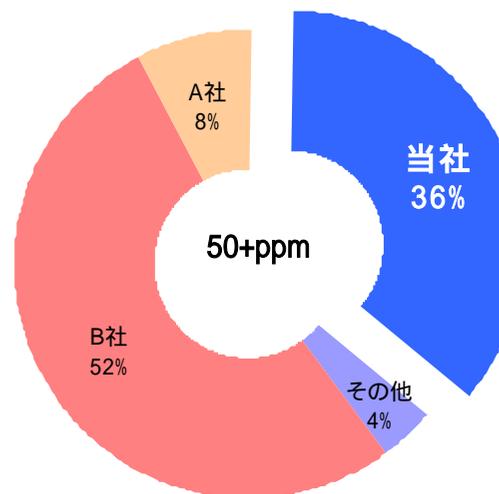


KONICA MINOLTA

カラー-MFPの本流となる本格カラータンデム機市場で着実な成果



C350の投入により
左記スピード領域
では圧倒的シェア



高速領域ではC500
が貢献し、ジャンル
2位のポジション

<資料の補足説明>

上記のデータは、「インフォソース」を引用した。
同データは、欧州市場のみ調査対象としてシェア情報を
提供しており、カラー出力の遅い4サイクル機等は、カラー-MFP
ではなくColorCapableとしてモノクロ機にカテゴリーしている。

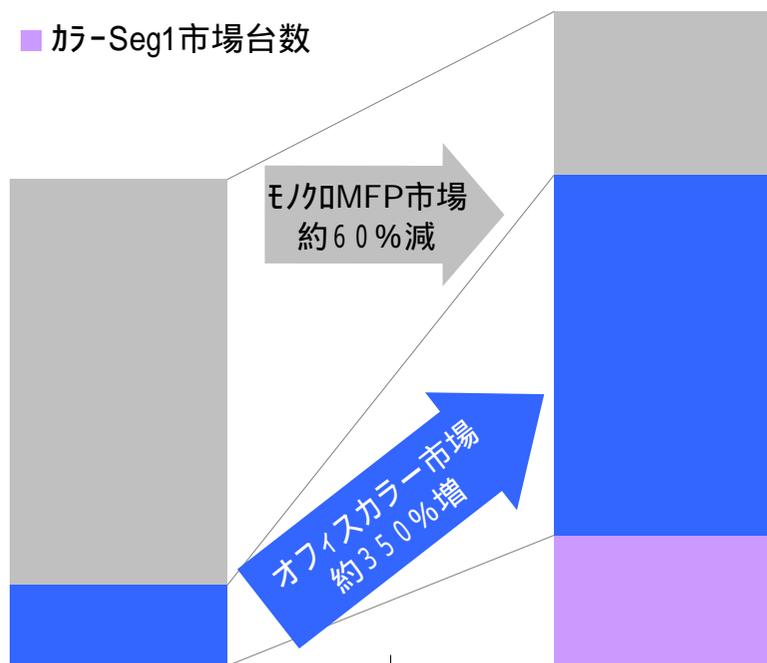
MFP市場予測と当社シェア見通し(モノクロ/カラー)

08年度のシェア目標： カラーMFP全体市場では約17%のシェアの獲得

ただし、Seg2以上のオフィスカラー市場ではシェア20%超を目指す **ジャンルトップの実現**

MFP市場の成長イメージ

- モノクロ市場台数
- カラー-Seg2以上市場台数
- カラー-Seg1市場台数



05.3

THE ESSENTIALS OF IMAGING

09.3

当社シェア目標

モノクロ：中高速へシフト
05.3 12% 09.3 約10%
(06.3 12%)

オフィスカラー：ジャンルトップ領域
05.3 9% 09.3 20%超
(06.3 14%)

全MFPでのシェアは微増
05.3 12% 09.3 約15%
(06.3 12%)

大企業CRD・PP市場での販売強化

- bizhub Pro1050 (モノクロ105枚機) の投入
- 専任販売組織構築で販売力強化
- HPなどOEM展開による販路拡大



bizhub Pro 1050

グループ内チャネルの活用

- 印刷チャネル: Pagemaster proの投入

bizhub C500 (カラー51枚機) をベースに、
独自開発の印刷業界用色管理ソフトを搭載。

- フォトチャネル: bizhub C500のデジタル
フォトショップへの展開

CRD: 大企業の社内集中印刷部門

PP: プロダクションプリント

コスト競争力の更なる強化

- 自社開発のコントローラ
- 徹底したコンパクト設計
- A4低速セグメントでの市場2位のポジション維持

重合法トナーによる高画質化と低コスト化

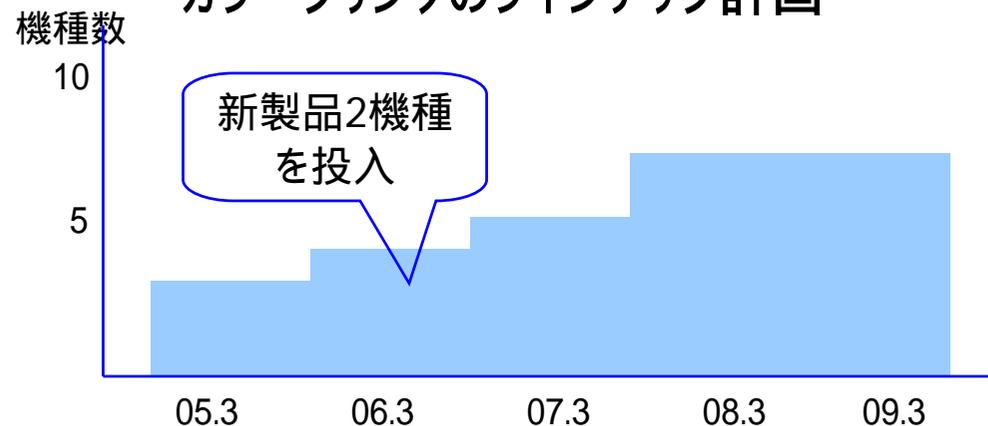
自社ブランド事業の拡大

magicolorシリーズ



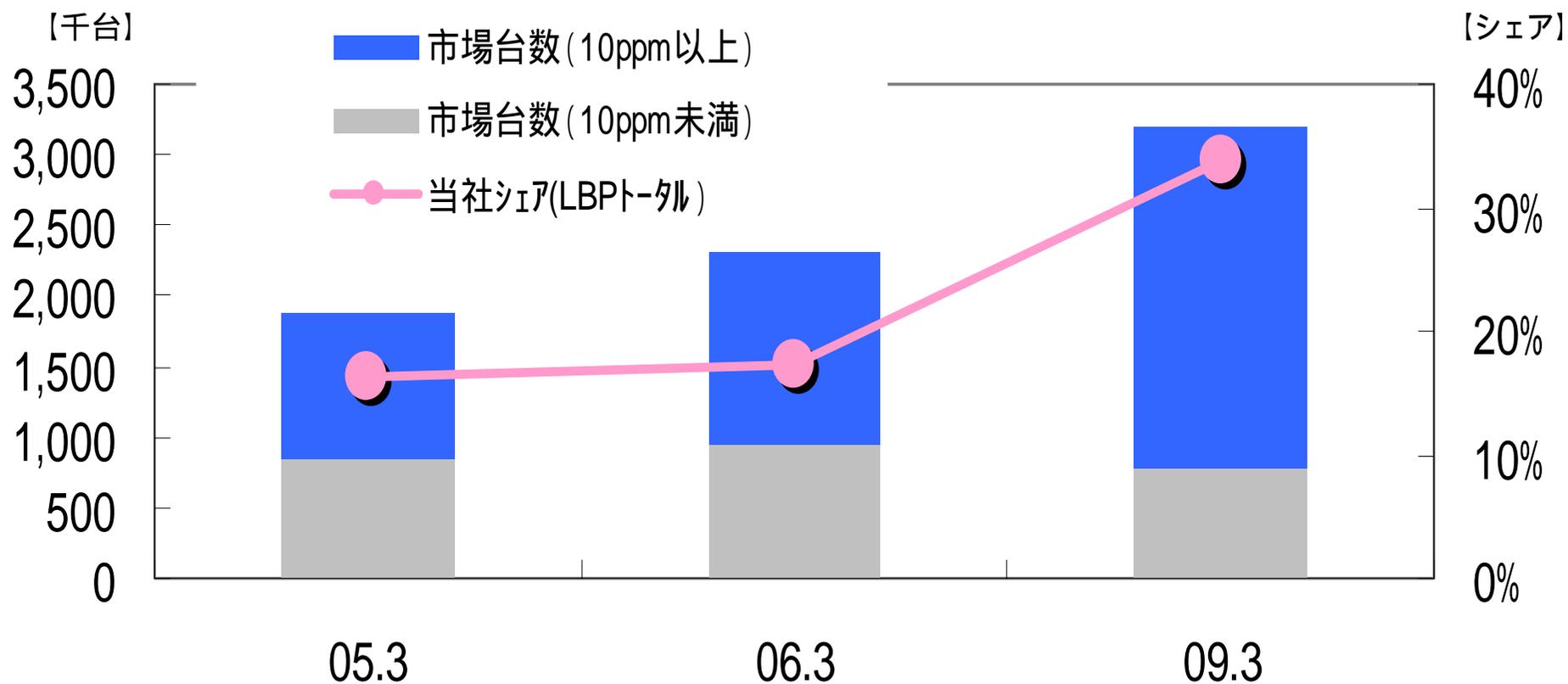
The essentials of imaging

カラープリンタのラインアップ計画



当社カラープリンタ販売台数予測とシェア見通し

高速セグメントへラインアップを拡大し
カラープリンタ市場でのシェア向上を目指す



MFP・プリンタ両事業を展開する当社の強み

ハード

- A3タンデムエンジンの共通化
- 操作系の共通化

ネットワーク

- コントローラの共通化
(高速処理・高画質のEmperonコントローラ)
- ユーザPC用ドライバソフトの一本化

販売チャネル

- 全世界で自社ブランド販売網
- チャネルの相互活用

消耗品

- 重合法トナーの全機種採用
- 重合法トナー消費量の拡大



出力系のONE STOP SHOPへ

消耗品拡大による収益性向上