

平成 14 年 6 月 7 日開催の「業績予想修正に関する説明会」において
機関投資家・アナリストの皆様からの主な質疑応答

質疑応答

Q) データベースソフト関連は、単価の下落のみでなく、数量でもダウンか。

A) 旧価格でのディスカウントが大きかったため、新価格を導入。例外的な大きなディスカウントが減った。このことから単価での影響は少ないと思う。今回は単価より、総量、特に Unix サーバーで影響が大きかった。

Q) 業種別、規模別で強弱感があるのか。

A) 業種別については 7 月に伝える。下期では、前年好調だった通信セクターの投資抑制が原因。金融は比較的堅調。その他製造業を含め全般的には、総需要が低下。

Q) 昨年末くらいまで 2 倍程度だった IBM の DB 2 との価格差が、今年に入ってほぼ同程度になっている。それでも価格メリットが出ず数量が伸びなかったのか。

A) 総量ではライバルはマイクロソフト。価格への感度が高いのは IA サーバーのエリア。2000 年の IA サーバーの Windows 環境における当社のシェアは半分程度だったが、2001 年は厳しいシェア争い。

総量の低下は Unix サーバーのエリア。IBM が UDB で積極的に展開されたこともあるが、IBM の製品で、IBM 以外のプラットフォームで多くの事例が立ち上がっているという認識はない。全ての案件ではないが、当社が把握している中規模以上の案件では、お客様に IBM との競合案件においてかなり高い割合で当社を選んでいただいていると認識している。

当社のパートナーである大手のハードウェアベンダーからも、エンドユーザーの購買状況に大きな変化はないと聞いている。

Q) ERP (Enterprise Resource Planning) の大きな案件があると聞いている。市場環境、受注環境はよくなっていると思うがどうか。

A) ビジネスアプリケーションのエリアでは、件数は余り変わらないが、新規に対する追加受注の割合が高まったため、案件のサイズが縮小している。

案件サイズの縮小と先送りという投資総額の抑制により売上に影響が出ているが、企業のプロジェクトがストップしているわけではなく、商談も減っていない。

大型商談はいくつか受注している。受注とビジネスへの貢献にはタイムラグが生じているので、今期から来期にかけて成果としてあらわれる予定。

Q) コンサルの数字が思ったより大きいのが、コンサルティングに大型案件が入ったのか。

A) 個別のお客様についての話は出来ないが、大きなプロジェクトに参画しているのは事実。大きなプロジェクトでは1年あまりかかるので、期間に応じ収益として認識。

Q) コンサルティングの際に、ライセンスやツールの売上は、ソフトウェアプロダクトのサポート製品の売上でなく、コンサルティングの売上にたつと理解している。コンサルティングが伸びていくと理解していいか。

A) その理解は間違っている。コンサルティングの売上は、サービスに伴う役務。プロダクトについてはプロダクトとして計上。会計上、プロジェクトとプロダクトがリンクする場合、完了基準でライセンスも計上する場合がある。

Q) オラクル・コーポレーションによると、日本のオフィスを1つか2つに統合するとの話があるようだが事実かどうか。

A) オフィスが東京地区で分散しているので、集約したい。しかし、現在は調達した資金を土地建物に変えるタイミングではないと考えている。

借りることも検討している。インダストリー事業統括で1200名程度いるが、中野とガーデンコートに分散しているので集約したい。現時点では特に決まっていない。

Q) サポートのロイヤルティの変更が利益率に与えた影響はいくらか。

A) 前期への影響は約10億円。前期の営業利益率は、35.8%の予想だが、このロイヤルティ

イの変更がなければ37%強。

Q) 役員の異動のねらい。南野、西岡の両取締役は次回の総会で経営陣を外れるのか。理由は。

A) 第一世代のメンバーである南野、西岡が執行役員を退いて、取締役の立場で監督責任を負うのは、世代交代をしたいとの本人の希望を踏まえて決定した。

組織改定は前期を踏まえて今期何をするか。オラクルはお客様からの距離が離れている。前期は広告宣伝費を削ったことでブランディングが低下していると認識している。

これについて営業とコンサルの一体化を目指し、インダストリー事業統括をつくった。製品のブランディングを高め、製品の優位性を伝えて、パートナーを通じたビジネスを山元を中心に行う。

過去1年で13%程度人員を増強した。増強した人員を新しい組織に入れる。社内的には「日本オラクル第2章」のスタート。「一新」がキャッチフレーズ。

Q) 今期の経営のスタンス。コスト削減で利益確保か、打って出るのか。マーケティングコスト、人も増やすのか。

A) 数字の計画は7月にお話する。前半は厳しい、2003年に設備投資の回復を期待。人件費は成果主義、業績連動になっているので、人員の伸びが経費増に直接結びつかない。今期は広告宣伝、イベント等のマーケティングに力を入れる。

Q) ビジネスアプリケーションの大型案件について、シンボリックな案件については利益率が悪くてもやるのか。大型案件へのスタンスは。

A) 利益を度外視はしない。7月には各サービスラインの利益率の話をするが、コンサルティングは対前年で向上。これは、製品に関係するビジネスをうまく完成できたのと、パートナー様との協業による。

Q) ビジネスアプリケーションの拡販策は。パートナーリングの再構築について、オラクル製品をパートナー様が売ってくれるための策は。

A) データベースとビジネスアプリケーションは違う。ビジネスアプリケーションの製品群はデータベースと比較し、パートナー様に大きな利益をもたらしていなかった。対策は次のとおり。

1. 成功例を示す。
2. ソリューションラボで欠けている機能を作る。ビジネスアプリケーションのコストを低減する対策を打つ。
3. ビジネスシナリオで提案。Procure to Pay (インターネットを使った効率的な購買・調達を実現するソリューション) とかのシナリオで、例えば 60 日間や 45 日で稼働させるといったことで、提案。前期での稼働事例もある。

Q) ビジネスアプリケーションは半分以上がファイナンシャルのモジュールだと思う。特に力を入れるモジュールは。

A) ファイナンシャルの割合はもともと高かったが、マニュファクチャリングのモジュールの構成が上がっている。SCM (サプライチェーンマネジメント) を含んだマニュファクチャリングのモジュールが成功の基盤になる。

来週北京で Oracle World がある。中国の日系企業の工場が日本の本社とつながって有機的に動いている。製造業の SCM には今後も需要が期待できる。

以上