

2014年度決算説明会

積水化学工業株式会社
代表取締役社長
高下 貞二

2015年4月28日

	2013年度実績	2014年度実績	増減	(億円) 2014年度 従来計画*
売上高	11,109	11,127	+19	11,290
営業利益	825	858	+32	890
経常利益	833	880	+47	910
当期純利益	412	530	+118	530
配当(円/株)	23	27	+4	26

*2014年度第3Q決算説明会時公表の計画

- 各利益で連続最高益を更新
- 当期純利益計画は達成
- 計画から1円増配

(億円)

	2013年度		2014年度		増減		2014年度従来計画*	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
高機能P	3,538	361	3,723	460	+185	+99	3,760	460
住宅	4,968	411	4,941	413	-27	+2	5,000	415
環境LL	2,399	65	2,277	13	-123	-52	2,370	55
その他	438	-8	389	-20	-49	-12	400	-30
消去又は全社	-235	-3	-203	-8	+32	-5	-240	-10
合計	11,109	825	11,127	858	+19	+32	11,290	890

*2014年度3Q決算説明会時公表の計画

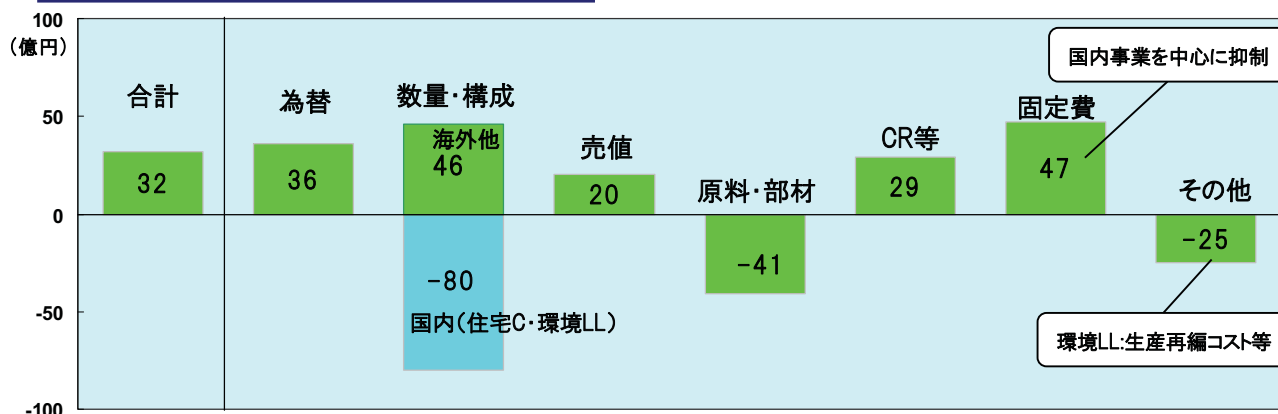
高機能P 4戦略分野中心に順調に数量・構成拡大。円安の追い風もあり、大幅増収増益。

住宅 減収も、コスト抑制等により増益確保。

環境LL 民需：消費増税反動減・原料先安感による買い控え、官需：公共事業入札不調などの市況変化により、利益計画大幅未達。

- グローバル：円安追い風に順調に数量拡大
- 国内：想定以上に消費増税反動減からの回復遅く、数量減
 - 新設住宅着工戸数10%減、公共事業入札不調等の市況変化発生
- 高付加価値製品シフトにより、プロダクトミックス改善
 - "エネルギー自給自足型"スマートハウス、高機能中間膜、モバイル材料
- 事業環境に応じたコスト抑制により、利益を担保

2014年度 営業利益要因分析(前年比)



* 売上数量・構成には住宅カンパニーの売値含む

営業利益未達要因(対従来見通し*)

■ 環境LL 下期の国内数量が大きく計画未達

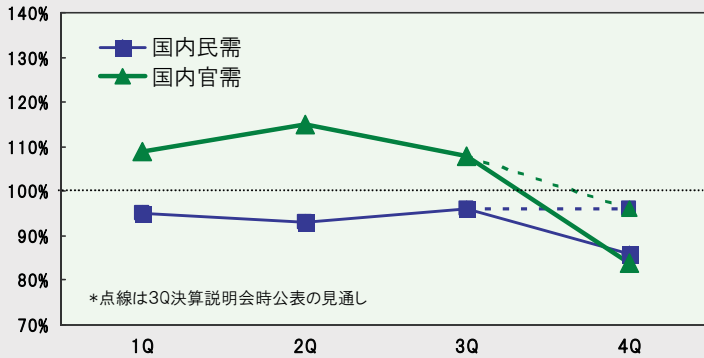
民需: 市況回復遅れ

原料安に伴う先安感による買い控え

官需: 入札不調・遅延などの急激な市況変化

*3Q決算説明会時公表の見通し

2014年度環境LL 国内売上伸長率(前年同期比)



新築住宅受注計画未達

2014年度受注実績* 90% ← 期初計画 98%

・増分を狙った集合、分譲が施策遅れで計画未達

・鉄骨系戸建スマートハイムは計画通り

住環境事業売上高計画未達

2014年度実績* 102% ← 期初計画 108%

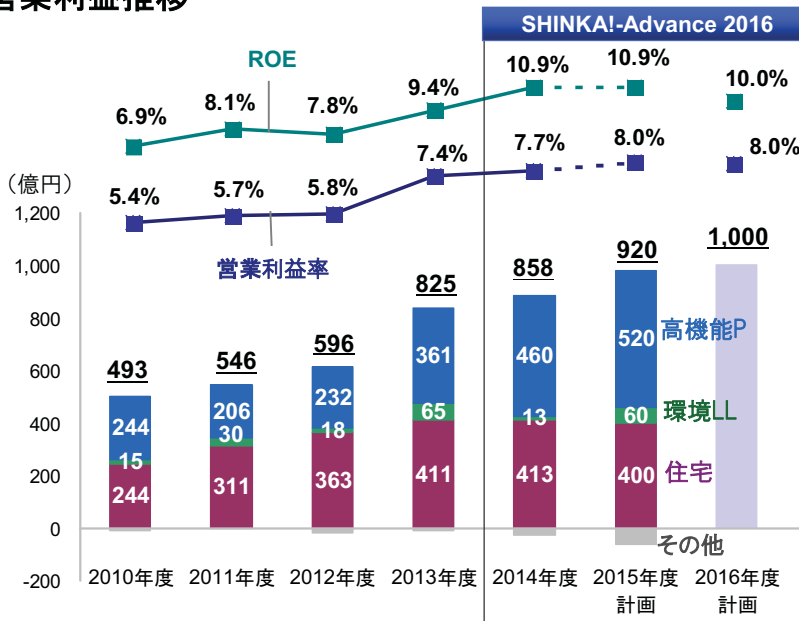
・増築、大型改装未達

・新規営業戦力化未達

* 前年同期比

国内市場の短期的変動への対応遅れ ➡ ポスト消費増税を見据えた大胆な変革を急ぐ

営業利益推移



目標

- ▶ 営業利益率 10%
高機能P: 15%・住宅: 10%・環境LL: 5%
- ▶ 海外売上高 5,000億円超

■ 厳しい事業環境にピクともしない事業体へ変革

キーワード

- ・収益力強化 (事業の選択と集中、効率経営)
- ・イノベーション
- ・フロンティア(グローバル)

外部環境	2011年3月 東日本大震災発生	2011年9月 欧州債務危機深刻化	2012年9月 日中摩擦深刻化	2012年12月 政権交代	2014年4月 消費増税 <5%→8%>	2017年4月 消費増税 <8%→10%>
------	---------------------	----------------------	--------------------	------------------	----------------------------	-----------------------------

為替レート*1	¥87/US\$ ¥115/€	¥80/US\$ ¥111/€	¥83/US\$ ¥107/€	¥100/US\$ ¥134/€	¥110/US\$ ¥139/€	¥119/US\$ ¥134/€
---------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------	---------------------

新設住宅着工戸数*2	81.9万戸	84.1万戸	89.3万戸	98.7万戸	87.7万戸	89.0万戸	60万戸台
------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

進行中の主要施策

2014年度

2015年度

2016年度

2017年度～

*青塗りは実施済(実施中)

中核

差別化・
ストック開拓・
コスト競争力強化

『“エネルギー自給自足型”スマートハウス』No.1戦略

ストック需要の開拓(リフォーム、環境LL・国内)

住宅・工場生産化率極大化への取り組み

東京工場閉鎖・
物流拠点再編等

塩ビ汎用品生産・物流効率化効果発現

低採算事業の見極め

成長

増産投資・
用途展開・
M&A

中国・高機能中間膜
生産ライン新設

高機能中間膜の新興国市場への浸透

メキシコ・高機能中間膜
生産ライン大幅増設

高機能中間膜の新興国市場
への浸透

モバイル端末向け製品
生産能力増強

モバイル端末向け製品の拡販

タイ・CPVC新工場建設

アジア・中東での住インフラ関連需要を獲得

用途展開・M&Aによる事業強化・拡大検討(高機能P・戦略4分野/グローバル)

育成・創造

R&D投資・
アライアンス

試作・評価

『フィルム型リチウムイオン電池』事業化

タイ・住宅事業拡大

新製品開発(「半導体・実装材料」、「創・省エネルギー」、「ヘルスケア」等)

株主還元

- 配当性向30%をメドに安定的に配当
- ROE10%超

(億円)

	2014年度実績		2015年度計画*		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
高機能P	3,723	460	3,960	520	+237	+60
住宅	4,941	413	4,980	400	+39	-13
環境LL	2,277	13	2,380	60	+103	+47
その他	389	-20	400	-50	+11	-30
消去	-203	-8	-280	-10	-77	-2
全社	11,127	858	11,440	920	+313	+62

* 為替レート的前提: ¥119/US\$, ¥134/€

高機能P

良好な事業環境背景に、戦略投資も寄与し、戦略4分野をさらに拡大。連続大幅増益狙う。

住宅

営業利益400億円維持。受注回復+コスト競争力強化により、次年度以降の増益体制を固める。

環境LL

前年度発生の一時的要因消失と、国内外不採算事業の抜本的見直しにより増益。

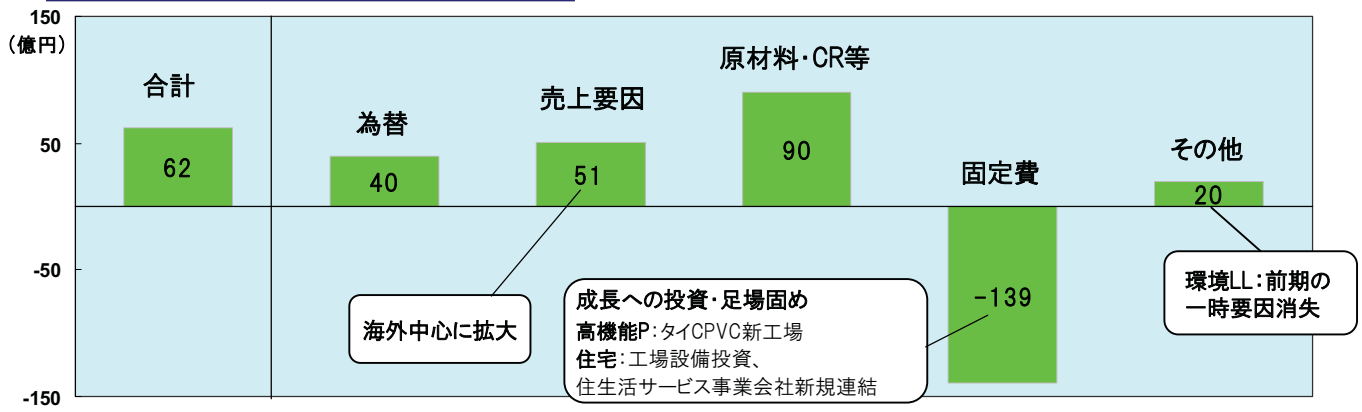
■ ポスト消費増税を見据えた変革に着手

- グローバル：高機能製品中心に数量・構成拡大
- 国内：ストック・新分野開拓とコスト競争力強化
- 新事業・新製品の育成加速
- 環境LL・ポートフォリオ改革を断行

主な収益拡大・改善策

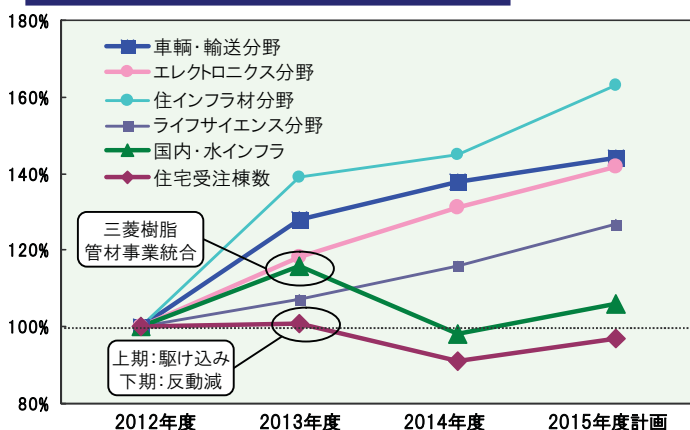
高機能P	モバイル端末向け両面テープ増産 中国・高機能中間膜の新生産設備寄与 タイ・塩素化塩ビ樹脂の新工場稼働
住宅	「スマートハウスNo.1戦略」推進 -“エネルギー自給自足型”商品強化 工場生産化率極大化
環境LL	国内：製品・顧客別利益管理の徹底 ストック分野の高収益製品に経営資源集中 海外：管路更生海外事業の見直し 中国事業のマネジメント強化

2015年度 営業利益要因分析(前年比)



	事業・分野	事業環境見通し	当社の対前年売上伸長率
グローバル	エレクトロニクス	短期的な需要変動リスクはあるが、モバイル材料中心に拡大基調継続	108%
	車輜・輸送	中国市場好調、米国市場は安定的拡大	104%
	住インフラ材	中東・アジア市場で需要拡大	112%
	ライフサイエンス	新興国で新たに検査需要が拡大、先進国は安定的に推移	110%
国内	住宅	上期:前年度下期から大きく基調変わらず 下期:消費マインド徐々に改善、増税意識した動き発現開始	106% *カンパニー受注高
	水インフラ	民需:新設住宅着工やや増、ストック改修需要は拡大 官需:ストック老朽化対策など予算増	107%

主要事業の売上高推移(2012年度BM)



- 車輜・輸送** 高機能品拡販により収益拡大
- エレクトロニクス** モバイル材料拡販により、市場を超える成長狙う
- 住インフラ材** 増産により、中東・アジアの成長需要を獲得
- ライフサイエンス** 先進国:新製品浸透、新興国:拡大する需要獲得
- 国内・水インフラ** 成長・ストック領域にフォーカスし、収益拡大
- 住宅受注** 上期に新商品投入→下期の回復需要獲得

(億円)

	2014年度	2015年度計画*	増減
売上高	11,127	11,440	+313
営業利益	858	920	+62
経常利益	880	910	+30
当期純利益	530	550	+20
配当(円/株)	27	28	+1

* 為替レート前提: ¥119/US\$, ¥134/€

2014年度決算内容

経営管理部長
執行役員 長沼 守俊

連結対象会社数

	2014年3月末	2015年3月末	増減
連結会社	167社	166社	増加 4社 減少 5社
持分法会社	8社	8社	-

* 連結会社増減による業績への影響は軽微

損益概要

(億円)

	2013年度	2014年度	増減
売上高	11,109	11,127	19
売上総利益	3,361	3,376	15
売上総利益率	30.3%	30.3%	0.1%
販売費および一般管理費	2,536	2,519	-17
営業利益	825	858	32
持分法投資損益	21	23	2
その他営業外損益	-13	-0	13
経常利益	833	880	47
特別利益	-	51	51
特別損失	109	88	-21
税引前利益	724	842	118
法人税等	301	299	-1
少数株主利益	12	13	1
当期純利益	412	530	118

為替レート (期中平均)	米ドル	100円	110円	10円
	ユーロ	134円	139円	4円

為替差損益 41

株式売却益

貸借対照表(資産)

(億円)

	2014年3月末	2015年3月末	増減
現金及び預金	1,077	872	-205
売上債権	1,922	1,864	-59
棚卸資産	1,563	1,576	13
その他流動資産	384	350	-34
有形固定資産	2,521	2,639	118
無形固定資産	398	341	-57
投資有価証券	1,517	1,820	303
投資その他の資産	227	218	-9
資産合計	9,610	9,680	70

時価評価 344

為替影響 182

貸借対照表(負債・純資産)

(億円)

	2014年3月末	2015年3月末	増減
無利子負債	3,934	3,696	-238
有利子負債	940	631	-309
負債合計	4,875	4,327	-547
資本金等	2,092	2,092	0
利益剰余金	2,402	2,652	250
自己株式	-203	-218	-14
有価証券評価差額金	190	437	247
少数株主持分	165	186	21
その他純資産	90	203	113
純資産合計	4,736	5,353	617
負債・純資産合計	9,610	9,680	70

 当期純利益 530、
 配当金支払 -127、
 自己株式消却 -126

取得 -150、消却 126

為替換算調整 95

連結キャッシュ・フロー

(億円)

	2013年度	2014年度
営業活動によるキャッシュ・フロー	977	678
投資活動によるキャッシュ・フロー	*1 -609	*2 41
財務活動によるキャッシュ・フロー	-498	-639
現金及び現金同等物の増減額	-99	115
現金及び現金同等物の期末残高	512	628
フリーキャッシュ・フロー = 営業活動CF + 投資活動CF - 配当支払	249	588

*1 定期預金の預入による支出(純額)-239億円を含む

*2 定期預金の払戻による収入(純額) 320億円を含む

減価償却費・資本的支出

(億円)

	減価償却費			資本的支出		
	2013年度	2014年度*	増減	2013年度	2014年度	増減
住宅	77	67	-10	111	98	-14
環境LL	61	62	1	105	154	49
高機能P	184	166	-18	176	179	3
その他	15	11	-4	15	25	10
消去又は全社	6	6	0	11	14	3
合計	344	312	-32	418	470	52

* 2014年度より、当社及び国内子会社の有形固定資産の減価償却方法を定率法から定額法に変更

減価償却費・資本的支出・研究開発費

(億円)

	2014年度	2015年度計画	増減
減価償却費	312	365	53
資本的支出	470	470	0
研究開発費	295	300	5

2015年度利益計画

(億円)

	2014年度	2015年度計画*	増減
売上高	11,127	11,440	313
営業利益	858	920	62
経常利益	880	910	30
当期純利益	530	550	20
配当(円/株)	27	28	1

* 2015年度計画の為替レート的前提は、119円/US\$、134円/ユーロ

高機能プラスチックカンパニー

カンパニープレジデント
加藤 敬太

エレクトロニクス:

需要の変動が大きいも、モバイル向け製品を中心に売上伸長

車輜・輸送:

中国市場拡大、米国市場も安定的に推移し、高機能品の拡販進む

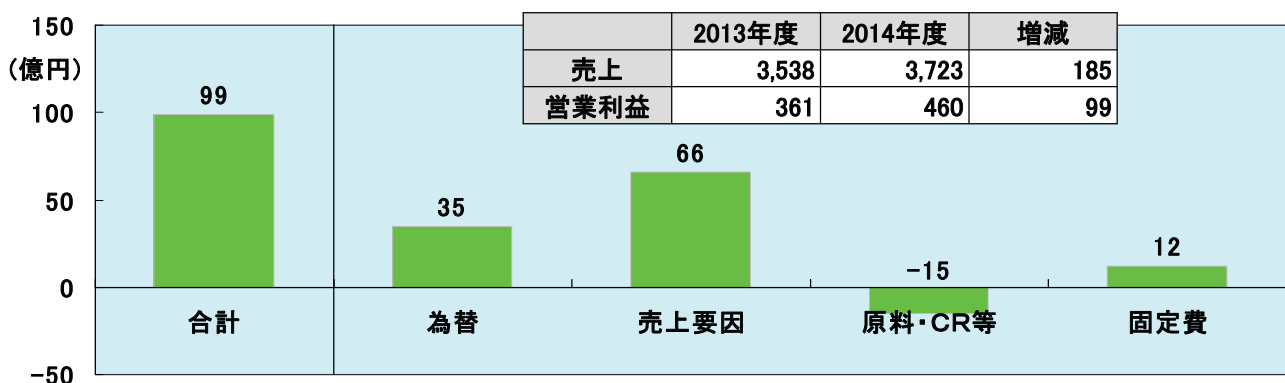
住インフラ材:

CPVC(塩素化塩ビ)の海外展開が進捗

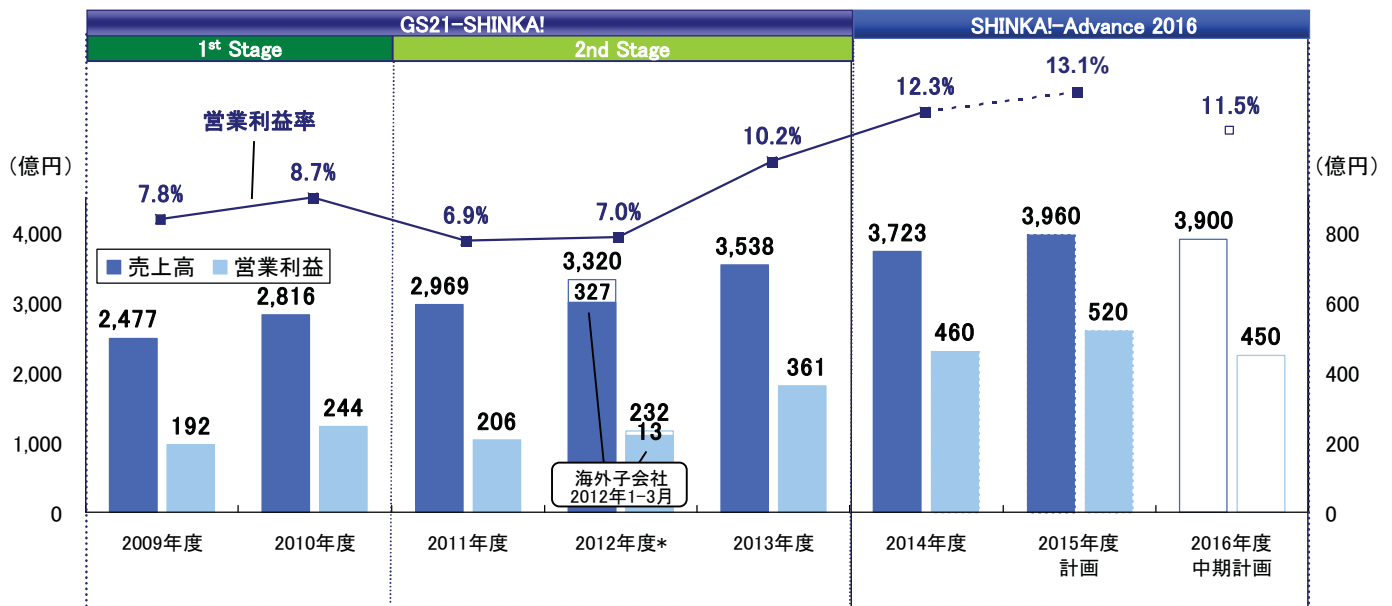
ライフサイエンス:

海外拠点の再編進捗、国内外の機器ビジネスが順調で売上が拡大

2014年度 営業利益要因分析(前年比)



業績推移



中期ビジョン

成長領域と育成・創造領域に集中投資し、尖った新製品で利益を生み出す

2015年度方針

“Chemical Solution” → 高収益カンパニー

■ 成長エンジン

1. 戦略4分野 2. 海外事業 3. 新製品・新事業

■ 経営基盤強化

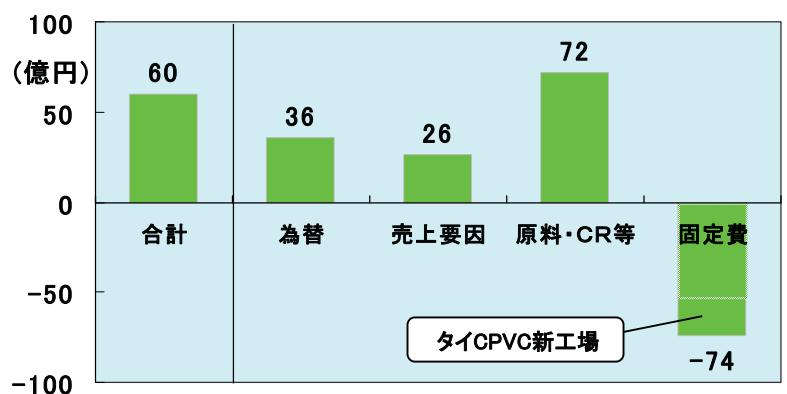
1. 安全・品質・コンプライアンス 2. 事業構造改革 3. (海外)運営基盤

	2014年度	2015年度	増減
売上	3,723	3,960	237
営業利益	460	520	60

市況状況

地域・分野	状況
欧州	緩やかな回復基調も低成長持続
米国	製造業の先行きに不透明感
中国	成長の鈍化は緩やか
日本	円安、原油安を受けて回復基調
エレクトロニクス	短期変動リスクもモバイル中心に拡大基調
車輦・輸送	中国市場好調、米国市場は安定的拡大
住インフラ材	中東・アジア市場で需要拡大
ライフサイエンス	新興国で検査需要拡大、先進国は安定的

2015年度 営業利益要因分析(前年比)



2015年度重点施策

1. 戦略4分野

エレクトロニクス:

- モバイル材料の拡販
- ITOフィルム事業の再建

車輜・輸送:

- 高機能中間膜の生産ラインをメキシコに増設 (2017年度下期～)
- 車輜成型品のインド・インドネシアでの拡販

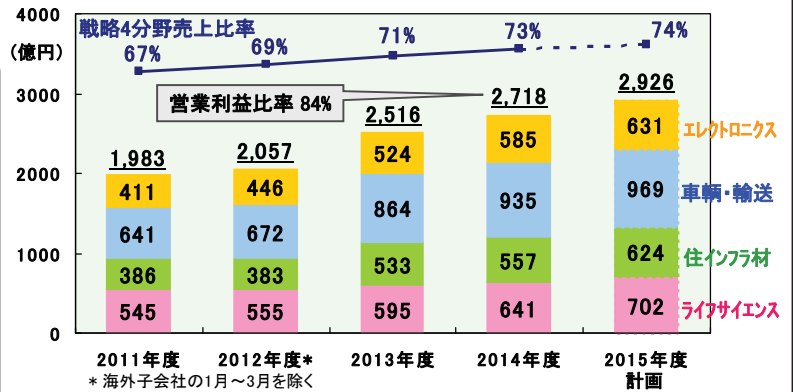
住インフラ材:

- タイでのCPVC新工場の垂直立ち上げ(6月～)

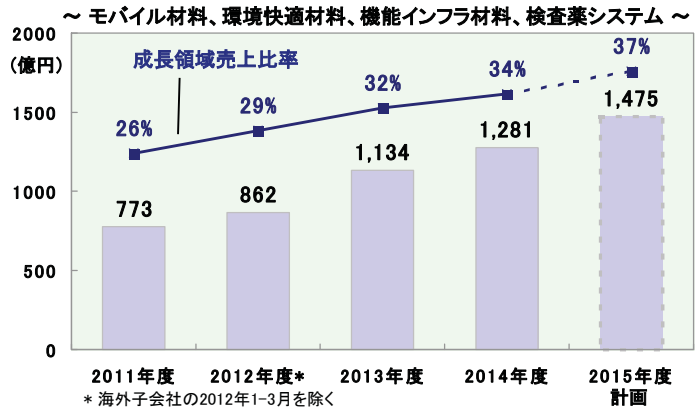
ライフサイエンス:

- 機器ビジネスを基盤とした検査薬事業のグローバル拡大

戦略4分野売上高



成長領域売上高



2. 海外事業

1) 輸出拡大

- ・グローバルスペックイン活動
- ・次期輸出適格品模索

2) 体制強化

- ・グローバル購買の推進
- ・海外事業会社マネジメント

3. 新製品・新事業

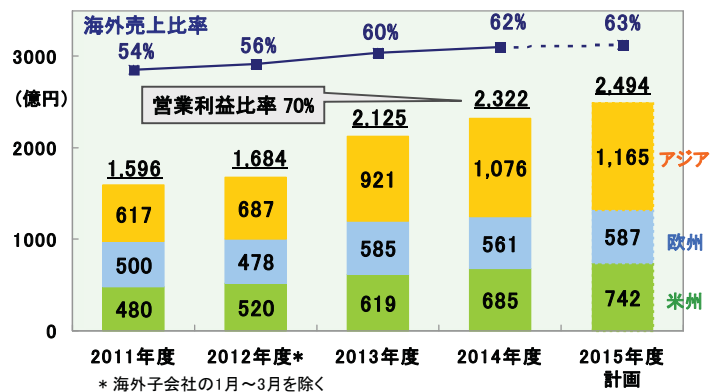
1) 新製品

- ・異方導電性ペースト、不燃性ポリウレタンの上市目指す
- ・半導体、カーエレキ、ヘルスケアに注力
- ・コア技術の強化、再編成

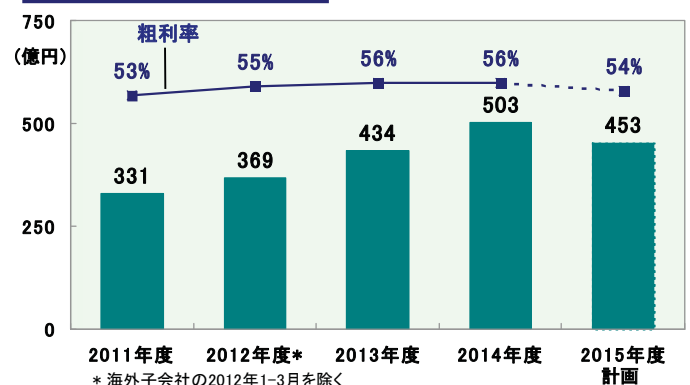
2) 新事業

- ・LED部材、実装材料の開発工数集中投入
- ・新事業創出

海外売上高



新製品売上高



住宅カンパニー

カンパニープレジデント
関口 俊一

■ 減収も、コスト抑制により増益確保

➤住宅事業：消費増税反動減からの回復遅れ受注減も、コスト削減により増益確保

- 下期受注は、戸建・分譲は堅調も、集合住宅で伸び悩む
- 期末にかけてやや市場環境回復、当社受注獲得施策も浸透へ

➤住環境事業：売上拡大も、コスト増カバーし切れず減益

- 受注件数維持も、消費増税反動減影響により、増築・大型改装減
- 営業基本活動の徹底により、カスタマーリレーション強化

2014年度実績

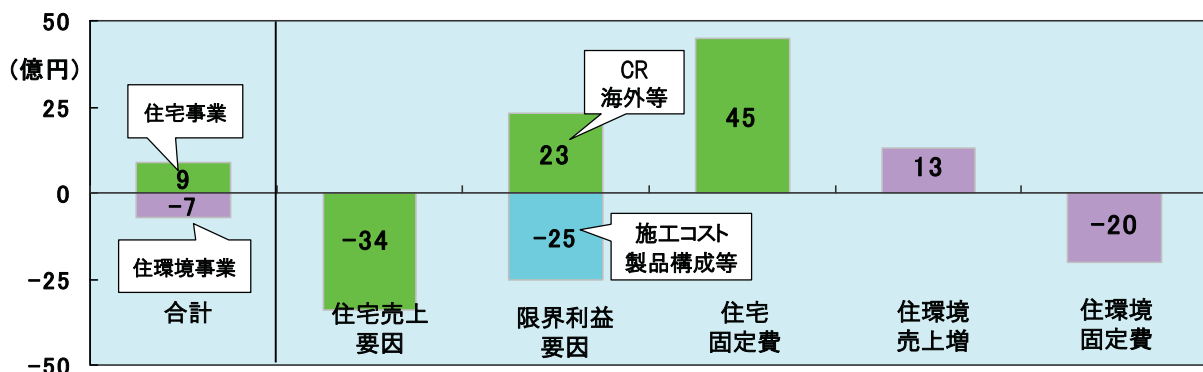
		2013年度	2014年度	増減
売上高	住宅	3,485	3,423	-62
	住環境	1,483	1,518	+35
営業利益	住宅	295	305	+9
	住環境	116	108	-7

住宅受注棟数 90%(上期85%・下期96%)*

住環境事業売上高 102%(上期105%・下期100%)*

* 前年同期比

2014年度 営業利益要因分析(前年比)



■ 2015年度下期からの増益軌道復帰と
ポスト消費増税を見すえた収益体質強化

- ▶ 新築住宅・リフォームの受注回復
 - ”エネルギー自給自足+コストパフォーマンス“商品の積極投入
- ▶ コスト競争力の強化
 - 工場生産化率の極大化(施工工数削減、生産効率向上)
- ▶ 「エリア密着の事業」推進
- ▶ 海外・不動産の成長加速

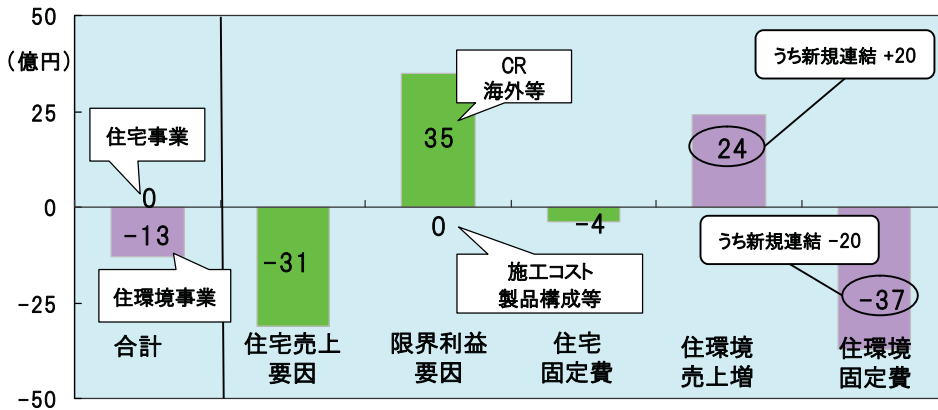
2015年度計画

		2014年度	2015年度	増減
売上高	住宅	3,423	3,430	+7
	住環境	1,518	1,550	+32
営業利益	住宅	305	305	0
	住環境	108	95	-13

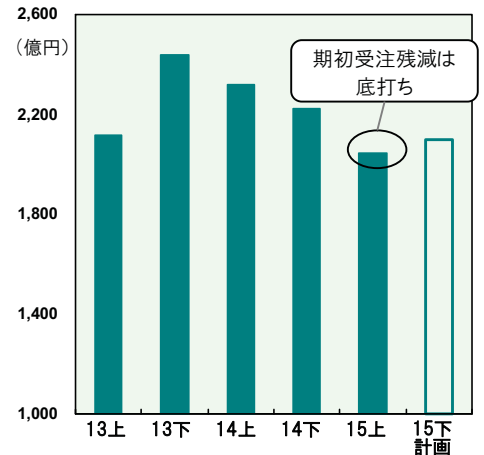
住宅受注棟数 106%(上期103%・下期110%)*
住環境事業売上高 102%(上期98%・下期107%)*

* 前年同期比

2015年度 営業利益要因分析(前年比)



期初受注残額推移

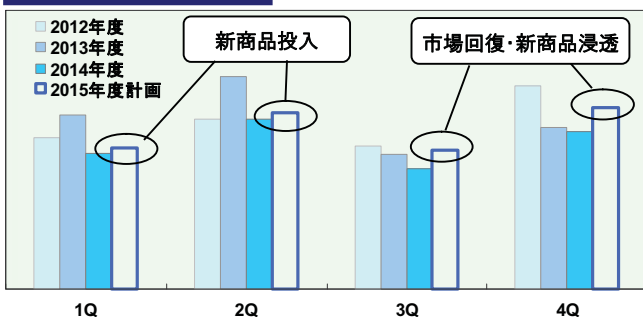


受注計画

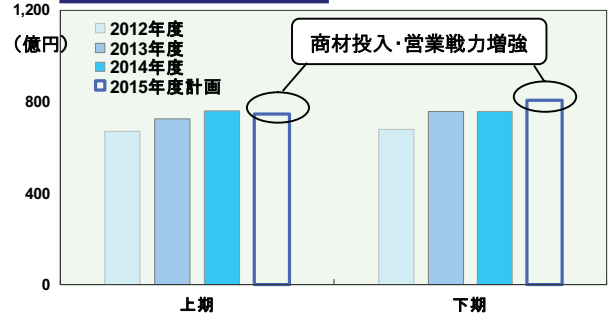
上期 新築住宅棟数 103%(1Q:103% 2Q:103%)
住環境売上高 98% * 前年同期比

下期 新築住宅棟数 110%
住環境売上高 107% * 前年同期比

新築住宅棟数の推移



住環境売上高の推移



市場環境

上期 ・14年度下期から市場基調は大きく変わらず
各種住宅取得支援策が徐々に浸透

下期 ・消費マインド徐々に改善
消費増税を意識した動き始まる

エネルギーリスク(FIT制度見直し、電力コスト上昇)の高まり → エネルギー自給自足化の流れ強まる

受注獲得策

コンセプト - GREEN SHIFT - ”自給自足スタイル“コンセプト発信

戸建
分譲
集合

商品

- ・コストパフォーマンス型商品強化
- 「スマートパワーステーションα」4月発売
- 分譲向け商品投入予定
- ・集合住宅商品強化

人材・販売戦略

- ・『スマートハイマスター』育成
- ・分譲土地仕入をさらに強化
- ・集合住宅専任体制整備

リフォーム

商材・提案

- ・パッケージ商材の強化
- スマートハウス関連・サニタリー関連
- ・支援策活用提案の強化
- 蓄電池補助金、省エネ住宅ポイント

カスタマー・リレーション

- ・営業マン増強+早期戦力化
- ・定期診断等の基本活動再強化
- ・顧客情報システムの活用

環境・ライフラインカンパニー

カンパニープレジデント 久保 肇

国内事業： 需要減に加え一時的要因により減収減益

民需：消費増税の反動減、原料先安感による買い控え / 生産再編費用、流通在庫の適正化

官需：公共事業の入札不調などの市況変化 / 子会社の不適切な会計処理の修正、流通在庫適正化

海外事業： シート好調も管路更生と水インフラ苦戦で減益

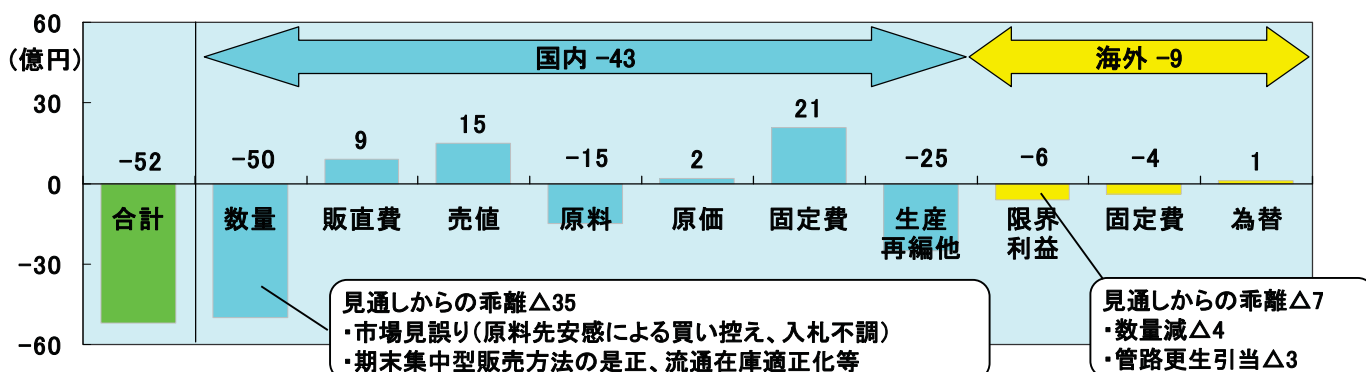
シート：主力である航空機分野での拡販が進み増収増益

管路更生：欧州立て直しが遅れ、赤字状態から脱却出来ず

水インフラ：中国での事業環境悪化が直撃し、減収・赤字転落

	2013年度		2014年度		増減
	実績	見通し	実績		
売上	2,399	2,370	2,277		-123
営業利益	65	55	13		-52

2014年度 営業利益要因分析(前年比)



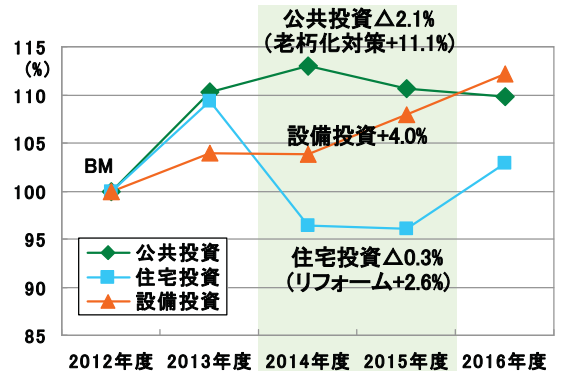
2015年度方針

カンパニーが一丸となって、利益体質を築き上げる
 ~営業利益率5%に向けポートフォリオ改革を断行する~

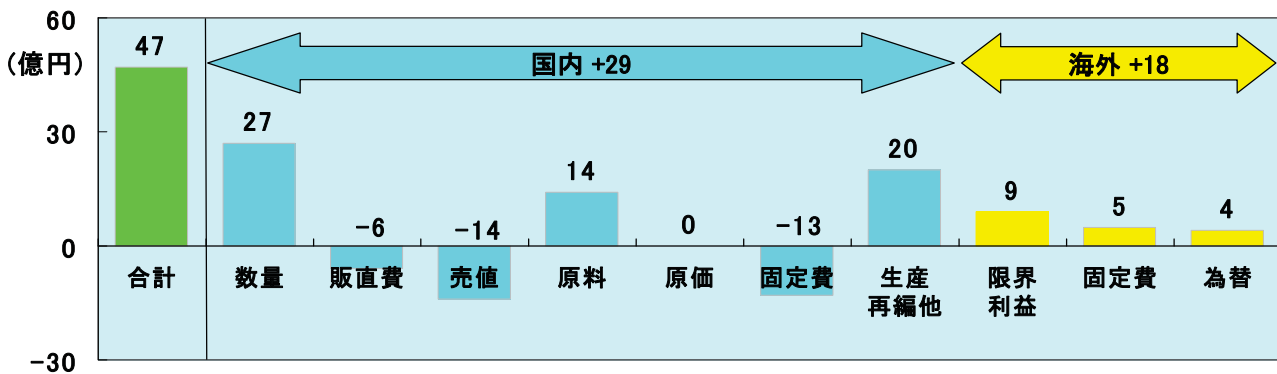
2015年度損益目標

	2014年度	2015年度	増減
売上	2,277	2,380	103
営業利益	13	60	47

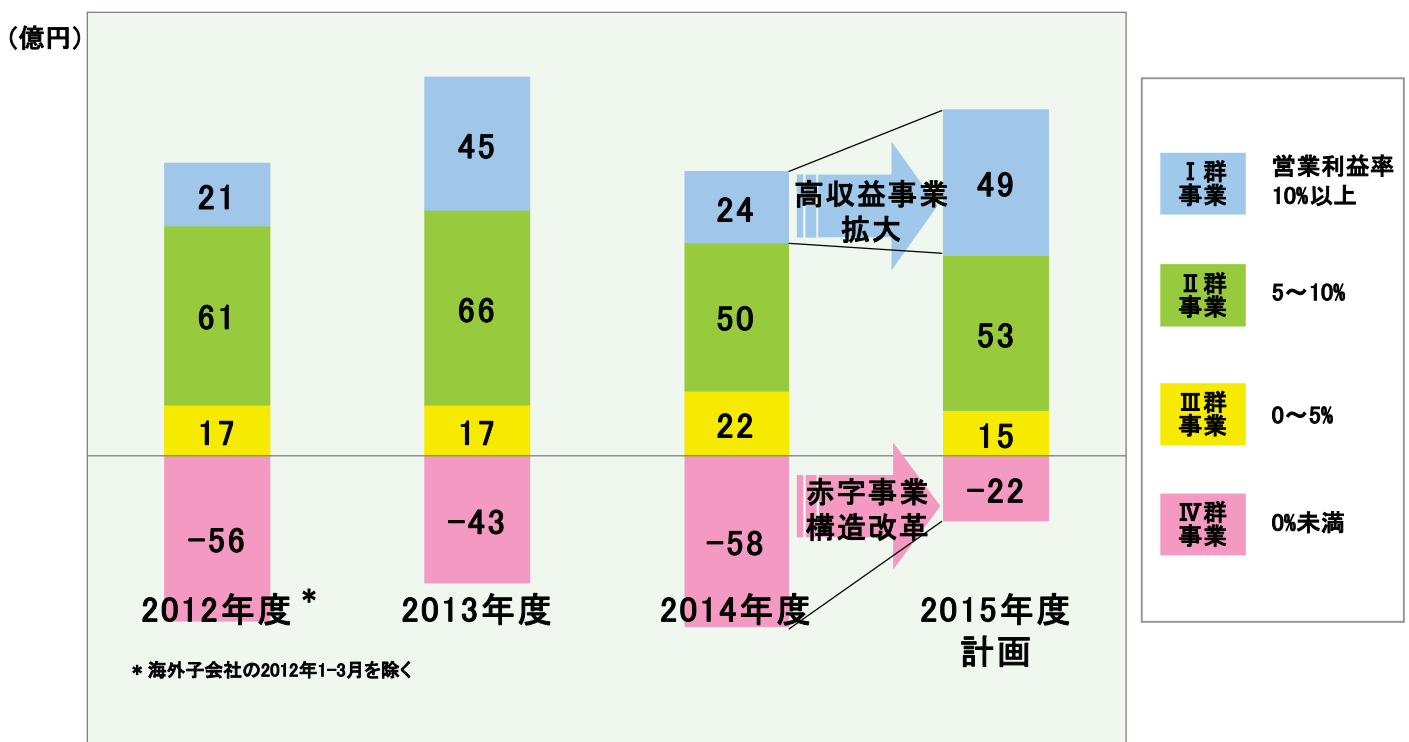
市況動向



2015年度 営業利益要因分析(前年比)



営業利益推移(BU別、営業利益率別)



2015年度重点施策

■ 収益体質の抜本的強化

- (1) 製品・顧客別利益管理の徹底
- (2) 生産物流再編の効果発現と新たな打ち手検討

■ 成長・ストック領域での収益拡大

- (1) 高収益事業への経営資源集中
- (2) 差別化製品の開発強化

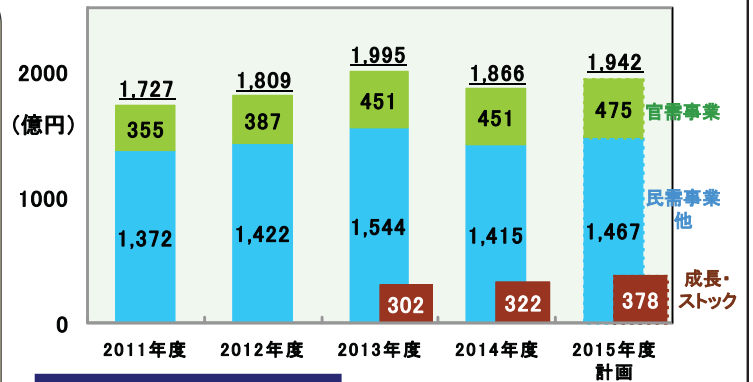
■ 海外事業の抜本的見直し

- (1) 管路更生海外事業の構造改革
- (2) 中国事業のマネジメント強化

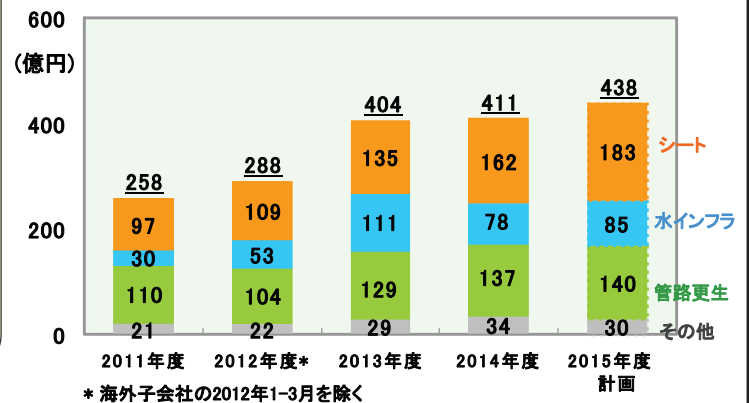
■ CSRの磨き上げ

- (1) コンプライアンスの徹底
- (2) リーダー人材の育成

国内売上高



海外売上高



スライドに記載されている見込、計画、見通しなど歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から得られた当社経営者の判断に基づいて作成されております。従って、実際の業績は、様々な重要な要素の変化により大きく異なる結果になりうることを、ご承知おきください。

住宅カンパニー実績・計画について

1.住宅事業の主要データ

	2014年度			2013年度			2012年度	
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期	
連結	売上高(億円)	2,493	2,448	4,941	2,439	2,529	4,968	4,690
	住宅	1,730	1,693	3,423	1,713	1,772	3,485	3,337
	建物	1,628	1,583	3,211	1,618	1,671	3,288	3,155
	土地	90	98	187	95	101	197	182
	住環境	763	755	1,518	726	756	1,483	1,354
	リフォーム	539	520	1,059	516	541	1,057	958
	インテリア・エクステリア	28	28	57	30	28	58	56
	不動産	188	200	388	181	187	368	340
その他	1.販売戸数(戸)	7,170	7,320	14,490	7,110	7,400	14,510	13,860
	戸建て	5,210	4,910	10,120	5,420	5,400	10,820	10,610
	ハイム	4,110	3,970	8,080	4,150	4,100	8,250	8,230
	ツーユー	1,100	940	2,040	1,270	1,300	2,570	2,380
	アパート	1,960	2,410	4,370	1,690	2,000	3,690	3,250
	2.主なデータ							
	単価<全国販社・戸建>(百万円)	30.2	30.4	30.3	30.7	30.4	30.6	30.0
	坪単価<全国販社・戸建>(万円)	79.2	79.6	79.4	79.1	79.4	79.4	77.2
	床面積(m ²)	125.8	126.0	125.9	128.0	126.4	127.2	128.2
	展示場数(棟)	429	-	425	425	-	423	407
	営業マン数(人)	2,549	-	2,488	2,518	-	2,376	2,259
	建替え比率(%)	29%	29%	29%	34%	30%	32%	34%
	紹介契約比率(%)	37%	38%	38%	38%	39%	39%	41%

*建替え比率と紹介契約比率は受注ベース

2.受注状況

(単位:百万円)

	2015年度計画			2014年度			2013年度		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
期初受注残	204,300	210,000	-	232,000	222,400	-	211,900	244,000	-
伸び率	-12%	-6%	-	+9%	-9%	-	+13%	+24%	-
新規受注	213,800	216,900	430,700	209,943	195,011	404,954	248,426	211,995	460,421
伸び率	+2%	+11%	+6%	-15%	-8%	-12%	+16%	-6%	+4%
建物売上高	208,100	219,900	428,000	219,543	213,111	432,654	216,326	223,995	440,321
伸び率	-5%	+3%	-1%	+1%	-5%	-2%	+5%	+6%	+6%
期末受注残	210,000	207,000	-	222,400	204,300	-	244,000	232,000	-
伸び率	-6%	+1%	-	-9%	-12%	-	+24%	+9%	-

3.住宅着工戸数

(単位:戸)

	2014年度			2013年度			2012年度
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
住宅着工戸数	441,367	435,156	876,523	499,032	488,222	987,254	893,002
上記での持ち家着工=A	143,342	134,095	277,437	182,940	169,901	352,841	316,532
当社販売戸数	7,170	7,320	14,490	7,110	7,400	14,510	13,860
当社戸建販売戸数=B	5,210	4,910	10,120	5,420	5,400	10,820	10,610
持ち家での当社シェア=B/A	3.6%	3.7%	3.6%	3.0%	3.2%	3.1%	3.4%

*2014年度下期以降の“住宅着工戸数”と“上記での持ち家着工”は見直し

4.高性能住宅仕様装着比率

	2014年度			2013年度			2012年度
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
太陽光発電搭載	85%	79%	82%	83%	83%	83%	85%
タイル外壁仕様(ハイムJXタイプ)	65%	64%	64%	70%	64%	67%	70%
オール電化	87%	87%	87%	88%	88%	88%	89%
快適エアリー	66%	70%	68%	66%	68%	67%	68%