

質疑応答

2023 年度第 2 四半期決算および経営計画進捗説明会

日時：2023 年 10 月 30 日

(高機能プラスチックカンパニーについて)

Q：エレクトロニクス分野においては、3Q から 4Q にかけて例年であれば季節性で売上が下がるところ、今回はそれほど下がらない見通しになっている。その理由は何か。

A：（清水）2Q で新規の上積みができており、それが 3Q、4Q も継続するということ、ある程度保守的に見ながら計画を組んでいる。中国の旧正月の影響で出荷が鈍るとは見ており、3Q、4Q のバランスとしては 4Q の売上を少し下げた計画としている。

Q：非液晶の新規とは、具体的に何を指しているのか。バイオベーステープとは、どういった製品向けで、今後、何と連動して増えていくものか。

A：（清水）エレクトロニクスの新規の製品として、高接着易剥離テープで半導体の工程に使われる「セルフア」や、植物由来の原料を使ったバイオベーステープをあげることができる。こういった製品が新しいところで、スマートフォンや電子機器に新部材として採用されている。バイオベーステープは、環境対応を重視するお客様が増えてきている中で、需要はさらに広がっていくだろうと考えている。

Q：モビリティ分野について、自動車用の高機能中間膜が 4Q で 108%の伸長となる背景は何か。

A：（清水）自動車の生産台数の回復を見込んでいる。伸長率としては、需要が少し弱かった前年同期との対比によるところもある。

Q：デザイン性にすぐれた高機能中間膜や、遮熱中間膜が伸びるとのご説明があったが、それが 4Q に集中するということもあるのか。

A：（清水）そういった高機能中間膜は主に EV で採用が進んでおり、これは 2Q より 3Q、3Q より 4Q というかたちで徐々に増えてきている。

Q：自動車の地域ごとの状況、トレンドを、特に下期の見通しについてどう見ているか。

A：（清水）高機能中間膜については、下期は中国が少し弱く、一方で欧州、日本、アジアでは増えてくると見ている。注力している HUD 用中間膜は、全地域でほぼ均等に伸長すると見ている。

Q：Aerospace 社は 4Q から単体黒字化とのこと、どういった要因によるものか。来年度についてはどうか。

A：（清水）航空機の月産生産機数が徐々に増えてきている。25 年、26 年にかけてさらに増やされるとのアナウンスもあり、Aerospace 社はこの需要にしっかり対応することとし、まずは今年度 4Q の単体黒字化、24 年からは連結においても年度で黒字化の見通しである。

Q : Aerospace 社では需要増に対応するための投資が必要との説明が前回あった。その費用を吸収した上で赤字になるという理解で良いか。

A : (清水) 現在の状況であれば、それほど大きな設備投資なしに需要に対応することができると考えている。人員の確保が必要としていたが、2Q まで採用は概ね完了した。習熟度が必要な工程についてはトレーニングを実施しており、これから生産性も上がってくるものと考えている。

(住宅カンパニーについて)

Q : 展示場への来店は増えないとされている中で、建替の受注棟数が下期には回復するとの見通しになっている。その理由は何か

A : (神吉) 建替市場は全体的に漸減しており、非常に厳しくなっている中ではあるが、当社は建替の需要に対しては、高性能あるいは環境負荷低減といったことでの訴求力が効いているものと考えている。引き続き、スマート&レジリエンスの訴求、さらに、建替の多い都市部への高額商品の投入などによって、受注を確保していく。

Q : 原料の動向をどう見ているか。鉄鋼などが下がってくるということはないか。円安による影響はどうか。

A : (神吉) 鉄鋼や木材については年度では横ばいという状況と考えている。部材は原料高、ユーティリティ、輸送費、為替等の影響による値上げの要請を受けている。全体として良化するという見通しとはしておらず、また円安についても現状から大幅な変化はないのではないかと考えている。

Q : 収益性強化策は、25 年度まで効果が出る予想になっている。24 年度、25 年度から着手するものは、どういったことがあるのか。

A : (神吉) 資料 P22 の棒グラフの色分けが、23~25 年度の発現を表現している。23 年度は主に新築間接人員の、成長領域へのシフトを上期から実施しており、また下期の計画もできている。これによって今年度は 15 億円の効果発現を計画している。その他には生産体制について、4Q からの木質系商品を手始めに、24 年度以降順次、生産体制最適化を進めていこうと考えている。また工場における DX、自動化を進め生産性向上を図る。商品戦略としては、エリア別の商品戦略を強化し、全国展開のメリットを活かして棟数の維持、集合の強化等による単価アップを図っていく。また購買強化策として代替部材への転換、複数社購買、商流変更等を、25 年に向けて実行していく。

(メディカル事業について)

Q : 国内でのインフルエンザ流行の影響を、昨年と比較してどの様に見ているか。

A : (高橋) 確かに流行しており、昨年よりも少しプラスの見通しとしている。昨年はそれほど流行らなかったことから代理店に在庫があったため、実際の出荷はこれからと見ている。

Q : 米国における COVID-19 向け新製品の承認遅れがあったものの、8 月には販売を開始したとのこと、下期の見通しはどうか。

A : (高橋) 米国においてはドラッグストア等の OTC 向け、E コマース、政府の入札関係といった市場を取り込んでいく。下期の売上は、最も流行した 21 年に比較すると、少なめとなる見通しである。

(株主還元について)

Q : 業績の予想は前回からそう大きく変わらない中で、増配と自己株式の追加取得について発表された。こういった背景によるものか。

A : (加藤) 有価証券の売却益等によって年度の最終利益が 50 億円増えるとの上方修正を、7 月にしていた。それが達成できる確信を持っているということと、配当性向 40%が今中期計画のコミットでもあることから、増配の発表に至った。自己株式については、常にキャッシュポジションを見て機動的に行うということでお約束している。上期実績とキャッシュポジションに鑑み、積極的に実施していこうという考えで、このタイミングで追加での取得を決議した。

以 上