

2014年3月期 決算説明会における主な質疑応答内容

(2014年4月28日(月)、東京)

- Q1. 通期営業利益予想値の上限及び下限の前提要因について
- A1. 当社の見立てはセンター値ですが、想定外の影響があった場合、「110 から 170 億円程度の幅で振れる可能性あり」と見たということです。主な影響としては、数量と価格の動向があります。数量は、4K テレビの市場投入などにより大型テレビの需要が回復しつつありますので、ある程度の伸びが期待できます。価格は、この1~3月、想定以上に下振れしました。ただし、4月以降は、昨年ほどの価格下落はないと見ています。数量的な伸びは見込まれることから、通期の営業利益は、およそ予想幅のセンター値あたりに落ちつくのではないかと考えています。
- Q2. 第2四半期及び第3四半期で営業利益が大きく増加すると見込む背景について
- A2. 1~3月に比べて4~6月は積極的な価格対応をしませんでしたので、大きな数量の伸びを織り込んでいません。そのため、第1四半期の営業利益は幾分手堅い設定になっています。本格的に数量が伸びてくるのは7月以降と見込んでいますので、第2四半期以降でしっかりと市場の成長を取り込んでいきたいと考えています。
- Q3. カバーガラスのシェアアップ戦略について
- A3. カバーガラスについては、主に、韓国や中国のエンドユーザーに売り込んでいます。当社では、ハイエンドモデル向けのアルミノシリケートガラスを提供していますが、昨年は、ソーダガラスがカバーに使われた廉価なスマホが市場に多く出回ったため、若干ハイエンドモデルに出遅れ感がありました。但し、ここに来て、ハイエンドモデルの販売が回復しつつあり、当社製品も様々な機種へ採用が拡大している状況です。製法及びクオリティの点で競合している製品は、コーニング社のゴリラガラスですが、当社は、そこにチャレンジしているという状況です。
- Q4. 液晶ガラスの直近の価格動向について
- A4. 1~3月は、台湾で競合先が積極的な価格対応をしたため想定以上に価格が下がり、台湾でシェアを少し落とししました。4~6月は、それほど大きくマーケットが回復するとは思えないものの、1~3月よりは増える見通しですので、少しタイト感が出てくると思っています。また、大型テレビの需要も少しずつ増えてきていますので、4月以降は、大きな価格下落はないと見ています。
- Q5. 価格対応できなかったにもかかわらず、1~3月に数量が伸びているのは、台湾でシェアを落として、韓国で伸ばしたという見方でよいか
- A5. 台湾では少しシェアを落としたと認識しています。他の地域については、交渉の過程で顧客ごとにシェアの上振れ下振れが起こっていると考えています。

- Q6. 韓国工場立ち上げによる生産性向上と、第2期設備稼働開始時のコストアップについて
- A6. 第1期の立ち上げの実績から、韓国工場のコストパフォーマンスは日本と比べ2~3割は改善できていると見ています。今後、第2期設備立ち上げによる償却コストと仕掛コストが出てきますが、昨年度に比べると、市況の好転もあり、また、第1期の設備が通期でフルに貢献しますので、コストインパクトは軽減されると見ています。
- Q7. 韓国工場のコスト改善はプロセスに関係があるのか、中国においても同様のコスト改善が図られるのか
- A7. 製造プロセスのコンセプトは日本と同じです。ただ、日本の設備と比べ韓国の設備のほうがはるかに高性能になっています。中国に持っていくものは、さらに改善したものになりますので、コスト競争力はさらに向上すると考えています。
- Q8. 今年のカバーガラスのマーケットサイズ、売上規模について
- A8. アルミノシリケートだけに限定すると、2~3割は伸びるのではないかと見ています。売上規模については、9カ月決算ベースで3桁の億円単位（100億円）には届くと見ています。
- Q9. 4~6月期に向けての増益ドライバーは何か
- A9. 4~6月は、減価償却費が減少し、立ち上げコストによる仕掛りがありませんので、その分、損益は好転すると考えています。また、ガラスファイバや太陽光分野の売上増も利益貢献すると見込んでいます。
- Q10. 主な事業における通期の売上と利益の方向性について
- A10. 液晶用基板ガラスの数量は、年間で1桁%の後半ぐらいまでは伸びると見ていますが、一方で1桁%の値下がりには避けられないと考えています。従って、売上高は横ばいか微増という見立てです。但し、その他の分野は全て、増収・増益、あるいは損益改善の方向に進むと見ています。
- Q11. 液晶用基板ガラスの価格の年間の動きについて
- A11. 4~6月は、1桁前半%の値下がりを見ています。その後は、需要がタイトになれば下げ幅は小さくなります。当社は、昨年と比べ、下げ幅はかなり小さくなるという見方をしています。
- Q12. 今後の設備投資の動向について
- A12. 今年は、韓国工場の第2期投資があり、来年、再来年は、中国廈門（アモイ）工場へ、韓国とほぼ同額の投資を行う予定です。その他、今年の後半以降に、ガラスファイバと医薬用管ガラスへの新規投資の判断をしていく予定です。これらを実行計画に落とし込んでいくことになれば、設備投資は増える方向になると考えています。

Q13. 液晶用基板ガラスの価格政策について

A13. 競合先も、積極的に値を下げていくことは難しい状況とと思われますので、今後は価格も落ちついてくると見ています。価格競争だけでは不毛なコンペティションになりますので、当社としては、顧客が求めるより良い品質の材料を提供することでシェアを高めていきたいと考えています。

Q14. 中国メーカー向けのビジネス獲得、関税の影響について

A14. 中国では上海と広州の加工工場に加え、来年、再来年にかけて中国廈門(アモイ)に製造拠点を築く計画です。既に営業許可も取り、昨年、中国の主だった顧客に営業活動を始めています。中国では、今年の後半から、中国ローカルの液晶パネル工場で複数のラインが稼働を開始します。ローカルのガラスメーカーもすでに基板ガラスを作り始めており、中国国内におけるガラス生産体制が徐々に整いつつあります。現状は、ローカルメーカーではガラスの生産ができない前提で関税が低く抑えられていますが、ローカルでガラスの調達ができる体制が整った段階で関税が引き上げられることが予想されます。そうなる前に、中国国内に生産拠点を築いておきたい考えです。それまでは、日本製や韓国製のガラスをお使いいただくということで、顧客と少しずつ話を進めています。

Q15. 原燃料の昨年度のコストアップ影響と今年度の予算について

A15. 昨年度は、電気とガスだけで2割以上のコストアップになりました。全体の製造コストに与えるインパクトは、概算となりますが、その4分の1ぐらいだと思います。今年度については、原発の再稼働が今年中は無い可能性もあり、また、ガスも円安の影響で値上がりしていますので、昨年度と同程度のコストアップになることも想定されます。当然、当社としてはコストダウンの取り組みを続けており、それによりどれぐらいをカバーできるかということにならうかと思っています。一方で、液晶に限らず、ガラスファイバや医薬用についても、生産の海外シフトを計画的に進めていくことで、コスト競争力を向上させていく予定です。

Q16. 昨年度の固定資産売却収入について

A16. 韓国の立ち上げには日本の設備を移設したわけですが、全部の設備を移設したわけではなく、残った設備で使用予定のないものは売却しました。また、韓国への能力移転に伴い国内の設備を止めましたので、その設備の修繕引当を戻した部分が特別利益として出ているところもあります。今後、韓国の第2期、中国の第1期、第2期が進むに従って、同様のトレンドでキャッシュ・フローが動く可能性があると予想しています。

Q17. 決算期変更に伴い、前年との比較数値の提示は可能か

A17. 比較数値を示すとなれば、会計監査を経たオーソライズしたものを提示することが必要です。何分、時間的な制約もあり、そういったことが難しい状況でした。ただ、ビジネストレンドは連続していますので、年間どのような動きをしてきたか、ということは見ただけなのではないかと考えています。

Q18. 国内の1～3月と海外の1～3月を揃えた場合の利益水準について

A18. 特に海外の10～12月は特殊要因もあってほとんど利益が出なかったのですが、国内外の1～3月の連結と4～6月の連結の利益水準は、ほぼ同じレベルであると受けとめていただいで結構かと思えます。

以 上

※このメモは、投資家の皆様へのご参考として掲載するものです。

※このメモは、説明会における質疑応答の一字一句を全て書き起こしたものでなく、弊社の判断で簡潔にまとめさせていただいておりますので、ご了承ください。

※このメモには、将来の弊社の業績や弊社を取り巻く業界の環境に対する予想が掲載されています。これらは弊社グループが開示時点で入手可能な情報に基づく判断によるものであり、リスクや不確実性を含んでいます。また、このメモの内容の完全性・正確性を会社として保証するものではありません。