

2021 年通期決算説明会における主な質疑応答

(2022 年 2 月 3 日 (木)、電話会議)

- Q 1. 2021 年度の実績は、営業利益は当初の見込みからは大きく上振れた一方、直近の業績予想値には満たない結果となったが、要因を教えてください。
- A 1. 期初からの比較では、ディスプレイ事業の製造プロセスの改良により生産性と品質が向上し、G10.5 サイズの販売にも繋げることができたためです。また、電子部品事業の利益率も高い水準で推移しました。一方、9 月末の見込みに届かなかったのは、薄型パネルディスプレイ用ガラスの出荷が見込みほど伸びなかったことと物流の混乱によるガラス繊維の売上計上の遅れ等によるものです。
- Q 2. 2022 年度、ディスプレイ事業は売上高の増加に比べて利益が伸びないと見えるが理由を教えてください。また、ガラス繊維の新設備立ち上げの影響はどうか。
- A 2. ディ스플레이事業では、下期に新プロセス技術への切り換えや設備の立ち上げ費用の発生を見込んでいます。ガラス繊維事業では、マレーシアの新設備の立ち上げが年末頃ですので、2022 年度は立ち上げ費用だけが入ってくるイメージです。
- Q 3. 自動車の生産がコロナ禍前まで回復していない中、ガラス繊維の需要がこれだけ強い理由を教えてください。
- A 3. 直接のお得意先からの引き合いは強く、自動車の生産、販売とはあまりリンクしていないと思っています。自動車 1 台当たりの樹脂の使用量が増えているようですし、今はサプライチェーンの中で在庫を確保されようとしているのではないかと思います。
- Q 4. 米国ガラス繊維子会社の収益改善が遅れているように思うが状況はどうか。
- A 4. 足元では物流が乱れ生産に影響が出ている部分もあるため、収益は想定を下回る見込みですが、ガラス繊維は需給が非常にタイトであり、価格改定もしていますので、2022 年度は赤字解消レベルぐらいまでは戻せると考えています。
- Q 5. ガラス繊維事業は、2021 年には需要は上向き、価格も上昇してきたが、今後の見通しはどうか。
- A 5. 今後の需給環境を見通すのは難しいですが、ガラス繊維は 5%程度の年間成長率はあると思っています。価格は競争環境にもよります。中国系の競合他社は競争力を高めてきていますので、プロセス改良に加えて、品質や環境対応等で優位なポジションを築いていきたいと考えています。
- Q 6. 全固体電池の想定している用途、量産化へのハードル、事業規模等を教えてください。
- A 6. 用途は性能によりますが据え置き型の蓄電池などが考えられます。自動車にご使用いただけるとよいと考えています。事業規模はビジネスの仕方にもよりますが、この 5 年で 100 億円ぐらいの売上を想定しています。
- Q 7. 中期経営計画について、売上高の年間成長率が 5%程度というのは保守的に見積もったものか。
- A 7. 過去 10 年程度の実績を見るとマイナス成長の時期もあり、これを比べると年率 5%成長というのは低いものではないと考えています。各事業の競争環境や設備投資等を含めて策定したものです。

Q 8. 中期経営計画について、今後、エネルギーコスト増加分 100 億円程度がなくなってきた場合、中期経営計画の営業利益目標 450 億円よりさらに高い水準を狙えるのではないかと。また、全固体電池等の新製品からも 50 億円、100 億円と利益を上乗せできる可能性はあるか。

A 8. 原料の価格が今後どのように推移するか見通すのは非常に難しいが、調達価格が落ち着いてくれば営業利益もさらに上を狙えると考えています。全固体電池は売上には寄与すると思うが損益的にはまだと思っています。

Q 9. 中期経営計画について、5 年後の売上構成が大きく変化しない理由を教えてください。また、11%の営業利益率目標は妥当と考えているのか。

A 9. ディスプレイ市場についてはリサーチ会社等の情報も分析して販売予想を立てています。価格はある程度下落を想定しています。売上構成については、ディスプレイ事業、ガラス繊維事業が 5 年間で約 30%、電子部品事業が 50%、医療・建築・耐熱事業が 20%増やす計画ですので、全体として構成比は大きく変わらない見込みです。営業利益率については、高い方が良いですが、色々な投資や株主還元を考えていくと最低 10%は欲しいと考えています。環境投資を考慮しても利益率に大きな影響は出てきません。反対に環境投資をしておくことで、生産面、品質面を含めて、将来、大きなメリットが取れると考えています。

Q 10. 中期経営計画について、ディスプレイ事業は今後 5 年間で、どのようにして売上高を 30%伸ばすのか教えてください。

A 10. 2022 年度はマーケット成長に加えて、当社では G10.5 サイズの出荷が本格化するため、数量はかなり伸ばせると考えています。2023 年度以降は比較的緩やかな成長基調になると見込んでいます。価格はそれほど変わらないと思っています。中国市場で G10.5 サイズを中心に販売を伸ばしていきたいと考えています。

Q 11. 中期経営計画について、営業利益や営業利益率の目標を達成するのが難しくなってきた場合、設備投資を抑えるようなことは考えているのか。

A 11. 市場ニーズがあり、しっかりリターンが見込めるのであれば、設備投資を調整することなく、しっかり実行していきます。

Q 12. 2021 年度に増配や自己株式取得を実施され、さらに 2022 年度も増配を公表した背景を教えてください。

A 12. 2022 年度は、フリーキャッシュフローはマイナスとなる見込みですが、売上高も営業利益率も伸ばせる見込みであるため、株主の皆様への更なる還元を決めたものです。

Q 13. 自己株式の取得については、より機動的に行うと理解してよいか。

A 13. これまでは 3 年の中期計画の成果として考えていましたが、今後は 5 年間で事業の進捗等を見ながら機動的にやっていきたいと考えています。

※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。