

2023年3月期 決算・中期戦略説明会 質疑応答要旨

日時	2023年5月12日（金） 13:00～14:30
説明者・対応者	<p>代表取締役社長 小河 義美          (リサーチセンター担当、無機複合実装研究所担当、ポリプラスチック株式会社 会長)</p> <p>代表取締役専務執行役員 杉本 幸太郎          (事業支援本部長、企業倫理室担当、サステナブル経営推進室担当、デジタル戦略室担当)</p> <p>取締役専務執行役員 榎 康裕          (経営戦略本部長、SCM 本部長、セイフティ SBU 担当、ヘルスケア SBU 担当、マテリアル SBU 担当)</p> <p>取締役常務執行役員 高部 昭久          (アセスメント本部長、安全と品質を確かなものにする本部担当、知的財産センター担当)</p> <p>専務執行役員 塩飽 俊雄          (パフォーマンスマテリアルズ本部長、事業創出本部担当)</p> <p>専務執行役員 川口 尚孝          (生産本部長、バイオマスイノベーションセンター長、エンジニアリングセンター担当、モノづくり革新センター担当)</p> <p>常務執行役員 宮本 仰          (ポリプラスチック(株)代表取締役社長)</p> <p>執行役員 小島 昭男          (スマート SBU 長)</p> <p>執行役員 根本 洋一          (事業支援本部副本部長)</p> <p>執行役員 廣川 正彦          (事業支援本部副本部長、同本部 IR 広報グループリーダー)</p> <p>両保 栄一          (セイフティ SBU 長)</p> <p>ポリプラスチック株式会社 執行役員 中島 誠          (事業支援本部長、リスク管理・コンプライアンス担当)</p>
説明資料	<p>2023年5月11日掲載</p> <p>2023年3月期 決算説明会資料  <a href="https://www.daicel.com/news/assets/pdf/20230511_2.pdf">https://www.daicel.com/news/assets/pdf/20230511_2.pdf</a></p> <p>Accelerate 2025- II 中期戦略アップデート  <a href="https://www.daicel.com/news/assets/pdf/20230511_4.pdf">https://www.daicel.com/news/assets/pdf/20230511_4.pdf</a></p>

## ■メディカル・ヘルスケア事業

Q：中期戦略の2026年3月期業績予想の水準が低いように思う。

新しい製品が今後出てくるのか、27年3月期以降の業績にどうつなげていくのか。

A：2023年3月期実績と2026年3月期予想の売上高に大きな差がないが、その主な要因は2023年3月末のLomapharm GmbH社の売却。売上高で30億～40億円の影響がある。

なお、2026年3月期予想の数字は既存のCPI事業の成長がベースになっており、アクトランザ・ラボなどの新規事業の数字も含まれてはいるが、この4月にライフサイエンスSBUを設置し、社内の医療関連事業の一体運営を強化していくなかで様々な戦略を検討しており、この数字以上の成長を目指していく。

## ■スマート事業

Q：LCDの生産回復のタイミングは？また、半導体関連、レンズ関連製品の販売の見通しは？

A：

### 【市場環境】

LCD：2023年3月期はLCD販売の急激な落ち込みを受け、2022年6月よりパネルメーカーで在庫調整を開始、2023年春には在庫がほぼ一掃され生産が再開されており、回復を見込む。

半導体関連：2023年3月期第2四半期までは順調に稼働していたが、第3四半期から需要に陰りが見え始めた。2024年3月期下期以降の需要回復を見込んでいる。

### 【当社の状況】

市場環境を受け、2023年3月期はTACに加え、電材溶剤（LCD、MLCC向け）や機能フィルムの販売が減少したものの、各製品の市場シェアを着実に伸ばしている。

TAC：他社製品は、使用可能な原料が、価格が高騰しているコットンリントーに限られている中、当社は木材も含め、多様な原料を使用して同品質の製品を製造できるため、引き合いが強く、シェアを伸ばしている。

LCD 需要の回復に伴い、販売数量が伸びる見込み。

電材溶剤：当社製品は、半導体製造工程で必要なレジストの溶媒として使われる。グローバルシェアが高い国内の主要レジストメーカーから採用されているため、当社シェアは高い。加えて、洗浄工程の用途でも拡販を進めている。

機能フィルム：車載ディスプレイ向けフィルムではグローバルシェア 20%を獲得。車載ディスプレイは従来の機械式メーターからデジタルメーター、近年は液晶ディスプレイに移行しており、面積も増加傾向にある。当社製品は中国の大手EVメーカーにも高いシェアで採用されている。

ウェアレブルレンズ：センシング分野として、主にスマートフォンや仮想現実デバイスに使われている。仮想現実デバイス向けではトップメーカー製品への採用が決まっており、デバイスの販売が本格化していくに伴い数量増を見込んでいる。当社製品は生産性の高さが強みで、投資によって生産設備も整備できている。

#### ■ セイフティ事業

Q：2024年3月期の利益改善の見通しは？

A：2023年3月期はコロナ禍や半導体不足による販売数量の回復遅れが業績に影響した。加えて、鋼材・ヘリウム等原材料価格高騰の価格転嫁が遅れた。2024年3月期の下期より、遅れていた価格転嫁の効果や、北米拠点の収益性改善、全拠点でのコストダウン推進、そして前年度以上の販売数量増加により、利益増を見込んでいる。

Q：北米拠点の収益性改善の状況は？

A：2023年3月期は一過性の費用（日本からの生産支援、生産地統合による費用）が発生したが、2024年3月期はこの費用をやや抑制するとともに、部品・物流費のコストダウンも実施していく。

Q：北米拠点の生産性の回復タイミングは？

A：2023年3月期に従業員の定着に目途を付け、それからOAの改善、NGの低減、在庫削減に取り組んでいる。生産地統廃合の効果も顕在化し、2024年3月期にはブレイクイーブンにし、2025年3月期から黒字化を見込んでいる。

Q：2026年3月期グローバルシェア25%の目標達成は可能か？

A：新規プログラムの獲得もあり、達成に向けて順調に進捗している。

Q：2026年3月期の営業利益目標に向けた大幅な利益増の要因は？

A：最大の利益貢献要因は販売数量の増加。特に、インドの新興EVメーカーや欧米系への販売増を行う。加えて、生産地統廃合の効果の顕在化、全拠点のコストダウン推進を行う。また、One Time Energyの展開による電流遮断器の量産化や民生用製品への展開といった新規用途の開拓・拡大の効果を織り込んでいる。

Q：2024年3月期の営業利益の見通しは下期70億円で、2倍すると140億円になる。中期戦略2026年3月期の150億円に近い数字になるが、早期に2026年3月期の利益水準を実現するということか？

A：そうなのではないかと思っている。各拠点でのコストダウンや拠点統廃合、電流遮断器の貢献に加えて、新たなプログラムの獲得により2026年3月期には150億円の営業利益を計画している。

#### ■ マテリアル事業

Q：2022年度3Qから4Qにかけての増益要因は？

A：アセテート・トウについて原燃料価格の高騰を受け、2023年1月より価格改定を実施したため。また、一部市況を反映している。

Q：アセテート・トウの2023年3月期の事業環境、2024年3月期の見通しは？

A：世界のたばこ需要\*は、2022年3月期から2026年3月期まで横這い、その後は微減の見通し。一方でトウの需要は安定的、もしくは増加傾向にあると見ている。

【理由】

- ・加熱式たばこのトウ使用量の増加（加熱式たばこの需要は、世界のたばこ需要の3%を占めている。今後、年率で0.5～1%増の見込み）
- ・健康志向の高まりによるフィルターの高尺化
- ・健康志向の高まりによるインドネシア、バングラディッシュ、インドでのタバコへのフィルター装着需要の増化

\*世界のたばこ需要の推移

2020年3月期 vs 2021年3月期（コロナ初年度） 対前年度5%減

2021年3月期 vs 2022年3月期 対前年度1.5%増

Q：アセテート・トウの価格見通しは？

A：原燃料価格の高騰はピークアウトを迎える傾向にある。一方で、アセテート・トウの需要は供給を上回る状況が継続することが予想される。今後も原燃料価格と市況のバランスで価格交渉を行っていく。

Q：アセテート・トウの投資を伴わない増産の今後の余地は？

A：2023年3月期は、投資を伴わず、生産性の改善を通して対前年度で10%強の生産増を実現した。2024年3月期は、対2023年3月期で5%弱の増産を見込んでいる。2025年3月期は、対2024年3月期で数%の増産を見込んでいる。

現在、顧客ニーズが高いのは繊維の太さの異なる紡糸を組み合わせたグレード。通常、細い紡糸の製造は生産性を下げる要因となるが、当社の場合は試験用に複数のトウを組み合わせる設備を有しており、細い紡糸にも対応できる運転を確立し、特殊なグレードでも生産性を下げない体制を構築出来ている。また、トウ原料である酢酸セルロース設備には余力能力があるため、投資を伴わず、ラインの変更で増産も可能。

Q：酢酸関連事業の2023年度の見通しは？

A：テキスタイル用繊維の在庫増により、2023年3月期の下期から高純度テレフタル酸向けの酢酸需要は軟調傾向にある。また、酢酸誘導体の酢酸エチルについては、食品包装用インキ向けは堅調だが、昨年7月からのLCDの生産調整の影響により粘着剤としての需要は弱含みで推移している。この傾向は、2024年3月期上期中は継続する見込みで、下期に回復を期待する。酢酸市況そのものは2023年3月期の下期から継続して軟化基調。

#### 【酢酸市況】

2022年度 上期：640ドル、下期：500ドル、年平均：570ドル

足元：500ドル

23年度の予算：470ドル

#### ■エンジニアリングプラスチック事業

Q：中期戦略期間の営業利益の伸びは大きく見られないが、減価償却費を除いた EBITDA など実際の成長具合は？

A：2022年3月期の数量販売が好調だった分、2023年3月期は対前年度で数量減となった。2024年3月期以降は、数量回復に加え、生産能力も増強していく。EBITDAは2026年3月期に500億円を超える計画。大型投資に伴う減価償却費の発生により、2024年3月期～2026年3月期で固定費負担が100億円ほど増える。営業利益としては当初の中期戦略並みだが、EBITDAでは100億増。

Q：ポリプラスチックとのシナジー効果について当初の計画から100億円上積みした要因について補足してほしい。

A：最も影響が大きいのは中国における POM の増産。元々の計画では現状の能力6万トンに加え、6万トン増産する予定だった。しかし、当初計画では想定していなかった立地の変更が必要になり、このタイミングで中国生産子会社を現行4社のJVから、新会社では2社の連合に見直した。新立地にまず9万トンの設備を新設することで増産効果が現れる時期を1年前倒しにし、その後タイミングを見ながら6万t増強することにしたのが変化点。

#### ■マイクロ流体デバイス

Q：来年度に立ち上がるマイクロ流体デバイス実装に向けた進捗は？

A：実装に向け、着実に進行。新井工場のレジストポリマーへの導入を実現するために試験製造プラントにて狙った成果を得られている。

今後は、ナンバリングアップをしても均一な物質を製造できるよう技術を作り込んでいく。さらに試験製造によって、精製工程を必要としないプロセスの確立を目指す。それによって新井工場に実装した場合、90%の熱エネルギーを削減できる想定。

大竹工場や播磨工場への実装に向けた実験も行っており、物質の選択率を2倍程度に上げられている。反応性が高く発熱が大きな反応ほど、マイクロ流体デバイスを用いて反応効率を高められることが分かり、導入効果が高い製造ラインに実装していく。

#### ■財務戦略

Q：中期戦略の株主還元が強化されていると思うがその背景は？

A：総還元性向50%以上を今後3年間続けていくような計画になっている。ROEやEPSなど経営指

標を意識してエクイティコントロールをしていく。

成長投資に必要な資金が発生した際には変動も考えられるが、外部資本の活用も踏まえ、フレキシブルに検討していく。

Q：2026年3月期のROICターゲット9.3%をどのように達成していくのか？

A：現在、意思を持って積極的な設備投資を行っており、投下資本は増加傾向にあるが、投資案件の精査・厳選に加え、売上高を伸ばしていく中でも運転資産の増加を抑制することでアセットライト化を進めていく。

ROICのターゲットを達成する大きな要因が利益率の成長。営業利益率12.4%をターゲットにしているが、従来のROIC目標は10%なのでこれでもまだ足りないと思っている。

コストダウンや効率の追求をしていくことで少なくとも2026年3月期ターゲット9.3%を達成し、10%に到達するように様々な手を尽くしていく。

#### ■中期戦略（アップデート）

Q：2031年3月期の売上高1兆円はどのようにして達成できるのか？

A：この売上高1兆円にはほぼ既存事業の成長しか織り込めておらず、新規事業の貢献があまり含まれていない。

2022年4月にリサーチセンターの中に置いていた無機複合実装研究所、ライフサイエンス事業管理室、バイオマスイノベーションセンターの3つを独立させた。様々な技術・材料が出てきており、お客様から多くの反響をいただいている。

現在5校の大学と包括連携協定を締結し共同研究を進めている。産産官官学学の連携のなかでシナジーを創出し新規事業創出を加速させ、早期にリターンを刈り取っていく。

また、1兆円はダイセルだけの話。バイオマスバリューチェーン構想を実現するにはもっと複数の事業体との連携が欠かせない。新規事業創出を加速し、ダイセルがもっと魅力的な企業になることで、ダイセルと組みたいという会社も増えていくと考える。

色んな会社と組んで新しい企業集団をつくることができればもっと大きなトップラインを出せる企業体になることができると考えている。