

2025年3月期 第2四半期（中間期）決算説明会 質疑応答要旨

日時	2024年11月8日（金） 13:00～14:30
説明者・対応者	代表取締役社長執行役員 小河 義美 （社業全般、愛せる未来研究所担当、ポリプラスチックス株式会社会長） 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、デジタル戦略推進センター担当） 取締役専務執行役員 榑 康裕 （経営戦略本部長、S C M本部長、セイフティS B U担当、ヘルスケアS B U担当、マテリアルS B U担当、スマートS B U担当、ライフサイエンスS B U担当） 専務執行役員 宮本 仰 （ポリプラスチックス株式会社 代表取締役社長、パフォーマンスマテリアルズ本部長） 常務執行役員 根本 洋一 （事業支援本部副本部長、同本部 FP&C グループリーダー） 執行役員 黒澤 和哉 （マテリアル SBU 長） 執行役員 両保 栄一 （セイフティ SBU 長、Daicel Safety Systems (Jiangsu) Co., Ltd. 董事長、Daicel Safety Technologies (Jiangsu) Co., Ltd. 董事長、Daicel Safety Systems Americas, Inc. Chairperson） 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、サステナブル経営推進室長） ポリプラスチックス(株) 執行役員 後藤 啓介 （経営戦略本部長、TAP および Advanced Monomers Private Limited (AMPL) 、ポリプラ・エボニック株式会社担当）

説明資料	2024年11月7日掲載 2025年3月期 第2四半期（中間期）決算説明資料 https://www.daicel.com/news/assets/pdf/20241107_2.pdf
------	--

【セイフティ】

- Q：北米拠点集約後、人材定着などが課題で生産性が上がらないと伺った。今期末までに可動率を80%まで上げていく計画とのことだが、この数値は人材の定着を前提としているのか。
- A：上期は北米拠点での離職率が高かったが、下期から作業者の賃金を上げ、定着を促進するとともに、スキルアップのための施策を複数実施している。可動率80%達成に向けては、こういった人の定着、スキルアップに加え、日本からの応援も含めて進めていく。
- Q：上期から下期にかけて増益の計画となっているが、拠点ごとの見通しを伺いたい。また、中期戦略では、2026年3月期に営業利益150億円となる計画を掲げているが、それに対して手ごたえはどうか。
- A：下期にかけて、中国市場などにおける販売数量の増加、米国拠点の収益性改善が寄与すると想定している。北米拠点は第4四半期に黒字化を目指す。上期から下期にかけての改善幅としては北米拠点の黒字化が一番大きい。絶対額としては中国、タイ拠点を筆頭にグローバルな販売数量の増加が利益増に寄与する見込み。また2026年3月期については、中期戦略の目標値と同等の売上を計画。2025年3月期については中期戦略目標には若干届かないものの、インドでのインフレータの拡販と中国での新規ビジネスの獲得、インフレータ以外の新製品の販売等により、売上向上を目指す。

【マテリアル】

- Q：通期営業利益について、酢酸原料プラントにおけるトラブル影響と為替を加味すると、上期に対して下期は実質増益という理解だが、背景を知りたい。
- A：一つ目に、アセテート・トウの販売単価が、当初想定よりも下がる見込みであること。その理由として、為替影響もあるものの、原燃料価格の変動が比較的少なかったことが挙げられる。また、当社の安定供給力や長期契約という姿勢も顧客から評価いただいている。二つ目に、酢酸セルロースの繊維、プラスチック関連用途の需要が予定に比べ好調であること。
- Q：アセテート・トウの価格について、期初計画発表時には新規参入の影響を受けて2025年1月～12月の価格が下がるのではないか、という意見もあったが、ダイセルは安定供給が評価されており、新規参入を受けてもアセテート・トウの価格に影響はない、という理解で良いか。
- A：現時点で新規参入による当社事業への影響はない。

Q：アセテート・トウについて、販売時期のズレ等により、上期は販売数量が減少したとのことだが、マーケット要因ではなく、一部顧客の在庫調整による影響であり、年間の見通しには大きな変化はないとの理解で良いか。

A：販売数量については、認識の通り。下期にかけて出荷注文は増えつつあるため、年間の販売数量の見通しに変化はない。

【エンジニアリングプラスチック】

Q：ポリプラスチックスの新設備稼働について、自動車生産台数の回復が弱い中で増強分を販売しきれんのかという懸念があるが、いかがか。

A：自動車の生産台数のデータは以下のとおり。今期は当社の自動車向け売上の約 8 割を占める日系自動車メーカーの生産台数がボトムであり、来期のグローバル生産台数は大きくはないものの回復傾向にある。

【自動車生産台数の展望】

2025 年 3 月期 VS 2024 年 3 月期 グローバル△1%（日系グローバル△6%）

2025 年 3 月期 VS 2026 年 3 月期 グローバル+3%（日系グローバル+1%）

Q：ポリプラスチックスを含むエンジニアリングプラスチックの通期業績について、修正予想の売上は上期と下期でほぼフラットなのに対し、減益になる要因はなにか。

A：最大の要因は定期修繕と減価償却。マレーシア工場は 15 か月周期で定期修繕があり、今期は下期にマレーシア、富士、台湾の定期修繕が集中している。加えて、3 つ立ち上がる新設備の減価償却費の負担によって、減益の見通しとなる。

Q：ポリプラスチックスの中国における新設備が今年 11 月後半から稼働し、他拠点の余力分を欧州で販売していくと思う。欧州市場を開拓していく上で、ポリプラスチックスが狙う分野はどこか。

A：当社の地域別売上の約 7%が欧州向け。販売機会としては、一つ目に自動車向けを狙う。今後の地域別の自動車生産台数予測を見ても、アメリカは減産傾向であるのに比べて、中国ほどではないものの、欧州は右肩上がりの見通し。ポリプラスチックスは日系自動車メーカーへの依存度が高く、今後自動車向けの拡販を狙うにあたって欧州は攻めねばならない市場。当社は欧州の大手自動車向けパーツメーカーへのマーケティングを数年かけて強化しており、ようやく各社の扉を開けることができ、ここから POM をはじめ、PBT や PPS、LCP といった樹脂の拡販に注力していく。二つ目に、COC の売上のうち、約 50%が包装材向け、約 30%は医療材料向け。医療分野では錠剤フィルムやガラス瓶の代替として薬液のボトルなどのアプリケーションが中心。メディカル向けに関してはアメリカが主流だが、包装材においては欧州が主要なマーケットであり、生産地。COC も増産建設を行っており、これを武器に積極的に欧州マーケットへ入り込んでいく。

Q：中国 POM の次期 6 万トンの新設備建設の判断は、中国国内の需要に応じて検討するのか、それとも欧州での拡販の進捗次第か。

A：中国内需の状況も重要だが、欧米での拡販も同様に重要なポイント。コストや従来のテクニカルサービスだけでは欧米での拡販は進まない。どういった市場があるのか、共創相手となる企業がないのかなど、多チャンネルに知見を広げてローカルに対する売り込み方を考えていきたい。

Q：中国 POM の次期 6 万トンの新設備を建設する場合、マレーシアや富士工場に余力が生まれるとはどういうことか。

A：今後の当社材としての中国需要 13～14 万トンに対して、次期 6 万トンの POM プラントを稼働させた場合、国内需要の大部分を国内生産で賄えるため、現在マレーシアや富士工場から中国に輸出している数量が他の地域への拡販余力となる。中国国内生産で国内需要が賄えない分については他拠点から輸出することになるが、日本品の製造原価は高いため、通常であればマレーシアか台湾拠点から輸出する。しかし、今年 4 月に中国政府からアンチダンピング税について発表があり、早ければ法令適用が 2024 年 12 月から来年 4 月頃までには始まると言われている。アンチダンピングの税率によって、どの拠点からどこへ輸出するかといったアレンジメントは変わってくるため、課税の詳細が見えた段階で検討していく。

【酢酸プラントについて】

Q：酢酸原料（一酸化炭素）プラントについて、トラブルの原因は既に判明済、炭種拡大に向けた改善効果もトラブル件数の減少という形で顕在化していることから、恒久対策についても足元で目途が立っているのか？

A：炭種拡大によるトラブル原因はほぼ解明できており、11 月の臨時計画停止と来期の定期計画停止時に恒久対策を実施する予定。その後は、いろいろな炭種の使用可否のプレ評価の技術をライセンサーから引き継ぐための検討を実施していく。

以上