

太陽誘電株式会社
2022 年3月期決算説明会 質疑応答要旨
(2022 年5月 10 日開催)

※前期…2022 年3月期 今期…2023 年3月期

【実績】

Q1. 前期第4四半期の在庫の増減は、2月時点の想定と比べてどのような結果になったのか。

A1. 2月時点では第4四半期は在庫を増やさない予定だったが、自動車、情報インフラ・産業機器向けといった生産負荷の高い大型・高信頼品の今後の需要拡大に備え、在庫を 40 億円程度積み増した。

Q2. 第4四半期の MLCC の受注推移と、中華圏スマートフォン需要の回復状況は。

A2. MLCC の受注は、前月比で1月は増加、2月は減少、3月は増加。自動車や情報インフラ・産業機器向けが伸びている。

中華圏スマートフォンは、2月時点では4～5月頃に回復すると予想していたが、新型コロナウイルス感染症拡大による一部地域でのロックダウンの影響などにより、回復時期は第2四半期以降になると考えている。

【今後の見通し】

Q3. MLCC の生産能力、稼働率の前提は。

A3. 生産能力は前期に引き続き 10-15%増強する。

第1四半期の稼働率は前期第4四半期と同程度の 90%前後を、第2四半期以降は 90-95%程度の高い稼働率を見込んでいる。

Q4. 在庫増減の前提や販売価格の見通しは。

A4. 第2四半期以降の需要増を見込み、全社の在庫を前期末に対して第1四半期で 100 億円程度、通期では 90 億円程度積み増す計画。

販売価格については、通期で3%程度の下落を見込む慎重な計画とした。

Q5. 一部地域のロックダウンの影響は。また、そのマイナス分の売上は第2四半期以降に取り戻すことができるか。

A5. 第1四半期の売上減少リスクとして 70 億円程度の影響を業績予想に織り込んでいる。第2四半期で一定程度キャッチアップできると見込んでいる。

- Q6. 今期の為替感応度の前提は。
- A6. ミドルの為替レートが1円変動した場合、売上高は 24 億円/年、営業利益は 14 億円/年の影響が発生すると試算している。
- Q7. 今期の営業利益予想の増減要因の中で操業度効果が前期から半減する前提となっているが、その理由は。また、原価低減効果が減益要因になっているが、その理由は。
- A7. 前期は在庫を 200 億円積み増したが、今期は 90 億円程度の増加予定であり、在庫の積み増しが約 110 億円少なくなることが操業度効果の押し下げ要因となる見込み。
また、国際情勢等を考慮し、物流費や原材料費などのコスト増 50-60 億円ほどをリスクとして業績予想に織り込んでいる。原材料費の増加は原価低減効果にマイナスに作用するため、今期の減益要因となっている。
- Q8. コストが上がれば販売価格に転嫁することも可能と考えるが、価格は値下がりする前提となっている。これは販売価格の下落を慎重に織り込んでいるためか。
- A8. 過去の値下りペースと比べると、今期の価格下落もかなり緩やかに推移する見込み。販売価格については原材料費や物流費などのコスト上昇の影響も含めて顧客との交渉で決定するが、慎重な前提を設定した。
- Q9. 今期の設備投資 600 億円の内訳は。自動車や情報インフラ・産業機器向けの高信頼品を増やすのか。
- A9. 今期竣工予定の八幡原工場(材料棟)の建屋で約 50 億円。また、MLCC の能力増強 10-15%に対応するための設備、新規材料棟に導入する設備、前期からの期ズレ分などを合わせて 600 億円の計画。
大型形状・高信頼の自動車、情報インフラ向けの構成比が高くなり、今後の需要も拡大することが見込まれるため、それに対応するための準備をしている。
- Q10. 第1四半期の MLCC の売上高は前四半期比で6-10%減収するが、第2四半期は高水準となる見込み。そのけん引役は何か。
- A10. 第2四半期は、季節性によるスマートフォンの需要増や第1四半期にリスクとして織り込んでいる一部地域のロックダウンからの回復による増収を見込んでいる。
- Q11. 前期は固定費が 171 億円増加、今期も 165 億円増加する計画だが、来期以降も同程度の固定費の増加を見込むべきか。
- A11. 今期は物流費が前期に比べて増加する前提としている。また、能力増強や規模の拡大に伴い人件費などの固定費も増加していくが、生産性改善を進めながら増加幅を抑えていきたい。物流費の上昇分を固定費内で吸収できるよう改善を進めていきたい。

【その他】

- Q12. MLCC は、自動車などに使用される電源系の大型品や高耐圧、温度特性の高い製品の需要が増えていると思うが、太陽誘電はどのように対応しているのか。競合他社と比較して太陽誘電の強みは何か。
- A12. 当社は材料の技術開発に力を入れており、製造方法、評価方法も年々水準を上げている。こうしたものづくりの強化を行い、当社の要素技術を高めて他社との差別化を図っている。他社との比較は一概には言えないが、当社は自動車向けの売上比率を年々高めている。

※当資料に記載されている、当社(太陽誘電株式会社、および当社グループ)に関する計画、業績見通し、戦略、確信等のうち、将来の記述をはじめとする歴史的事実ではないものは、すべて現在、当社が入手している情報に基づいて行った予測、想定、認識等を基礎として記載しているものであり、その性質上、客観的に正確であるという保証、ならびに将来その通りに実現するという保証はありません。実際の業績は、数々の要素により、現状の見通し等とは大きく異なる結果となりえ、かつ、当社が事業活動の中心とするエレクトロニクス市場は変動性が激しいことから、当資料に全面的に依拠することはお控えくださるようお願いいたします。