

## 2023年3月期決算説明会および 中期経営計画「Value Creation 3000 & 300」説明会 質疑応答

日 時：2023年5月25日(木) 15:00~16:10

登壇者：代表取締役 社長執行役員 海老原 健治

執行役員 財務統括部担当 サステナビリティ推進部担当 経営企画部長 酒井 信禎

財務統括部長 森 要輔

経営企画部 広報・IRグループ長 川口 修司

**Q1. 建装建材の大きな減益要因であったアイカテック建材およびアイカチャイナの要因は何でしょうか。2024年3月期はアイカチャイナで増益を見込まれていますが、前期の減益分をすべては取り戻せておらず、状況を教えてください。また、これまでは建装建材海外で製造と販売を一体化していく中で拡大させていく方策との説明があったが、従来とは違う施策などがあれば具体的に教えてください。**

A1. **(海老原)**アイカテック建材については、前期は原料調達影響による一時受注停止、および原材料高に対して十分な価格転嫁ができなかったことが大きな減益要因です（補足：アイカ工業とビジネスモデルが違い、受注から出荷までのリードタイムが非常に長い注文を受けるため受注済みの売価見直しが難しいことも一因）。今期も引き続き適正な価格転嫁に努めることで前期よりは改善しますが、減益分を取り戻すにはしばらく時間を要します。

アイカチャイナは、昨年4-6月の約2.5か月に及んだ上海ロックダウンが大きなビハインドとなり、下期にかけて回復を試みましたが挽回には至りませんでした（補足：前年同期比で第2~3四半期に大きな影響を受けましたが、第4四半期にはほぼ前年並みまで回復）が、今期は回復に向かうと見込んでおります（補足：不動産市況の回復遅れや医療・研究施設向け政府予算の縮減で、アイカチャイナの主力市場はまだ低迷）。中国の（製造と販売の）2社の経営統合につきましては、統合によるシナジーが始めることも見込んでおります。

**Q2. 今回、収益性の改善を最優先に挙げられています。従来の中計などにおいては、国内と比べ利益率の低い海外事業が拡大するとMIXで利益率は低下すると説明していましたが、今後は海外事業を伸ばしても収益性は改善していくのでしょうか。環境の変化があったのか、目処が付いたのか、背景があれば教えてください。**

A2. **(海老原)**新中計は収益性の改善を優先した方針となっています。事業を拡大して増販益を獲得してきましたが、サプライチェーンの混乱や原材料・エネルギーコストの高騰で、売上に比例して伸びていく状況ではありませんでした。引き続き、成長路線を追求しますが、収益性の改善も重点方策として立て直します。海外事業はオーガニックな成長が十分に望めるため、増販益をしっかり獲得していきます。

**Q3. 原材料高のインフレ傾向は落ち着いてきている印象ですが、今期の営業利益計画で、化成品・建築建材セグメントともに、まだコストアップを見ている背景を教えてください。また、原材料上昇と同額程度の価格転嫁しか見込んでいないようですが、今決定している分だけ織り込んでおり、期中に追加の上振れが期待できるのでしょうか。**

A3. **(海老原)** 原材料影響については前期と同様、上昇を見込んでいます。海外ナフサ価格は若干落ち着いており、一部の原料については落ち着きを見せています。一方で、国内については基礎化学品メーカーにおける原料の廃番や事業整理・再構築が行われており、国内市況は値下げというより、まだまだ値上げが続いているのが現状です。

価格転嫁については、これらを見越した計画となっています。ただ、この計画は前期末における見通しを反映したものであり、今期に入ってから、一部原料やエネルギーがコストアップとなっているため、それを追いかけるための価格転嫁も必要と考えています。

**Q4. 中計期間の原材料コストアップや価格転嫁はどのように見込まれていますか。また、収益性 UP 分は、国内・海外をどう織り込んでいるのか、教えてください。**

A4. **(海老原)** 原料メーカーにおいて、気候変動問題や事業再編の影響による原材料コスト高もありますし、過去のようにナフサが 3~4 万円にまで下がってくることも考えにくく、中計期間においては、現在の原材料レベルが続いていくと見込んでいます。

収益性 UP については国内外ともに折り込んでいます。国内は、従来の用途以外の開拓、用途開発により、ポートフォリオの入れ替え・商品 MIX の改善を行い、付加価値の高い商品比率を高めていきます。海外は、東南アジアを中心に市場自体が伸びていきますし、そこに日本品質の商品を展開することで、利益を伸ばしていく方針です。

**Q5-1. 長期業績動向をみている。何年もかけて上昇させてきた粗利率が、2017 年 3 月期の 30%をピークに、2018 年 3 月期から下落しているのはなぜでしょうか。きっかけとなった事象があれば、教えてください。**

A5-1. **(海老原)** 2017 年 3 月期はナフサ価格が低い年でした。途中でコロナの影響もありましたが、2018 年 3 月期以降はナフサ価格の上昇に伴い、特に原料・エネルギーの原価比率が高い化成品事業において利益率が低下しました。中計説明資料 P.19 にある通り、国内化成品の成長性・収益性が乏しい状況にあり、これを改善していく必要があると考えています。海外化成品については、売上は大きく伸びているのですが、製品特性上、建築建材に比べると低い利益率の商品です。この化成品セグメントの売上比率が高まったことで、全体の総利益率の低下につながったと思われます。国内の建築建材については、2018 年以降も、きちんと利益率を確保しております。

**Q5-2. 化成品の利益率を上げるために選択と集中を行うなど、具体的な施策があれば、教えてください。**

A5-2. **(海老原)** 中計説明資料 P.19 にある通り、国内化成品においては、低採算製品に対し、採算性をふまえて選択と集中をしっかりと行っていくことで、利益率を高めてまいります。海外化成品は、地産地消で十分に伸ばし得る事業ですので、製品力を高め利益率の高い商品を投入することで収益性の改善につなげる計画です。

**Q5-3. 低採算製品について、顧客は供給取り止めを受け入れてくれる見通しは立っているのでしょうか。**

A5-3. **(海老原)** 国内に関しては供給責任を要望される傾向にあります。しかし、収益性の低い製品に関しては、既にお願いを徐々に始めております。場合によっては、失注することも考えられますが、そこは判断に注意を払いながらも、進めてまいります。反対に、海外では比較的、受け入れていただける状況にあります。海外でもメリハリをつけて取り組んでまいります。

以 上