

2010 年度決算説明会 サマリー(2011 年 5 月 10 日開催)

(1)2010 年度 決算概要

①売上高 3,579 億円 前年同期比+340 億円 (数量増+217 億円・販売価格差+123 億円)

②営業利益 246 億円 前年同期比+ 30 億円

(要因別内訳) 数量増加 + 98 (電子材料・有機系素材他全セグメントで数量増)

交易条件悪化 ▲ 57 (原燃料高騰▲180>製品価格+123)

負担増 ▲ 69 (需要増対応に伴う償却費・修繕費・人件費等の増加)

在庫要因その他 + 58 (在庫要因: 09 年度▲40 -> 10 年度+30)

※東日本大震災の影響:営業利益▲9 億円(販売数量減▲7 億円他)・税引前利益▲3 億円

※CR・電材・DXフィルム等の数量増及びシンガポール事業の収益安定化が増益に寄与

(2)2011 年度通期 業績予想

①売上高 4,140 億円 前年同期比+561 億円 (数量増+325 億円・販売価格差+236 億円)

②営業利益 320 億円 前年同期比+ 74 億円

(要因別内訳) 数量増加 + 103 (CR・電材・DXフィルム等で過去最高の出荷を見込む)

交易条件改善 9 (CR等改善 > 電材・石化系悪化)

負担増 ▲ 13 (償却費・人件費等増加)

在庫要因その他 ▲ 25 (10/3 末+30 -> 11/3 末+14)

※東日本大震災の影響:営業利益▲6 億円(販売数量減▲4 億円他)、税引前利益▲1 億円

※過去のピークである 2007 年度の営業利益 299 億円更新を目指す。

(3)その他

①収益構造

シンガポールをはじめ樹脂事業及びクロロブレンゴム事業等「素材事業」の収支改善により、営業利益に占める割合が 2009 年度 18%→2010 年度 33%→2011 年度 36%に改善。安定的な収益基盤としてさらに強化する。その一方、成長分野である電材、機能・加工製品事業の拡大を図る。

②DENKA100 とクラスター戦略

- ・ 3 年間の実行計画「CS13」スタート

DENKA100 達成の足がかりとすべく、2013 年度に営業利益 450 億円を目指す。

- ・ 成長製品のクラスター戦略

電子材料、機能・加工製品事業へのより一層の注力

①LED用サイアロン蛍光体

海外ユーザーからの引き合いが急増、2011 年度売上は前年度の倍増を見込む。

②リチウムイオン二次電池用材料開発

スピード重視で有力パートナーと共同開発

(三菱マテリアル社:低コストカーボン・ナノファイバー、エス・イー・アイ社:正極複合材料)

(4)質疑応答

①蛍光体の採用は拡大しているか

- ・昨年度は液晶テレビの在庫調整等で販売数量は予想に届かなかったが、当社のサイアロン蛍光体のシェアは確実に上昇している。また、足元では海外メーカーからの引き合いが増えている。

②クロロプレンゴムの輸出単価と販売数量の11年度見通し

- ・世界的にクロロプレンゴムの需要が旺盛で、輸出単価は前年の同時期と比べると、千ドル/トン程度上がった。足元ではさらに2~3百ドル/トン程度高くなっている。
- ・昨年増強した設備の能力に近い稼動となっており、デボトルでの増強を検討中。

③無機系事業増益予想の背景

- ・セメント事業の採算が取れるよう事業規模の最適化を図ったことが挙げられる。また、特殊混和材の輸出に注力しており、それも収益に寄与する。

④昨年完成した高分子ヒアルロン酸製剤新プラントの今年度の稼動見通し

- ・昨年8月に稼動した新設備ではシリンジの材質を一部変更し、それに備えて旧製品の流通在庫を積み増した。このため2010下はその消化期間となった。消費量自体は年5%程度で伸びており、今年度は能力1,500万本/年に対して1,200万本の販売を目指す。

⑤子会社のデンカ生研のワクチン事業の状況

- ・2010年度は新型インフルエンザ特需分が無くなり、年次ワクチンのみになった。今年度も年次ワクチンの需要にしっかり応えていく。

⑥放熱製品等蛍光体以外のLED照明関連製品の出荷状況

- ・LED照明分野は市場が立ち上がったばかりであり、来年度以降徐々に出荷が増えていくことを見込む一方、コスト競争が厳しくなることを覚悟している。

⑦DXフィルム（太陽電池関連製品）は今期どの程度販売量が増えるか

- ・2010年度販売量から3割程度増える見通し。

⑧2011年度予想利益では、下期にピークを越えるか

- ・熔融シリカや機能フィルム、放熱基板等の電子材料製品の数量が過去のピークの2007年度を超える見通し。それを織込み2011年度は最高益を予想。

⑨予算策定時に重視したこと

- ・今年度スタートした実行計画「CS13」をベースに、各事業部の計画を積み上げ現場の考えを反映。経営側は、前提条件となる為替やナフサ価格を修正するにとどめた。

⑩今期業績予想のセグメント別の強弱感

- ・有機無機等「素材事業」で安定した収益基盤を確立した上で、成長分野である電材や機能・加工等「加工事業」の拡大を図ることが当社の事業構成のあるべき姿であるため、「加工」はバーが高く、特に電材はチャレンジングな予想となっている。

以上