

5月9日開催 2011年度決算説明会 サマリー

(1)2011年度 決算概要

①売上高 3,647 億円	前年同期比	+ 68 億円 → 数量減▲54 億円・販売価格差+122 億円
②営業利益 207 億円	前年同期比	▲ 39 億円
<要因別内訳>	数量影響	▲ 12 → 高付加価値製品の出荷減 他
	交易条件悪化	▲ 16 → 原燃料高騰▲138 > 製品価格+122
	コスト差等	▲ 11 → 固定費負担増・在庫影響等

※期後半に溶融シリカ、電子包材、CR 等高収益製品の出荷が大きく落ち込み増収だが減益。

(2)2012年度 業績予想

①売上高 3,760 億円	前年同期比	+ 113 億円 → 数量増+47 億円・販売価格差+66 億円
②営業利益 250 億円	前年同期比	+ 43 億円
<要因別内訳>	数量増加	+ 74 → 電材・CR・ヒアルロン酸製剤等の出荷増
	交易条件改善	+ 13 → 原燃料高騰に対応した製品価格への転嫁
	コスト差等	▲ 44 → 固定費増▲14、在庫影響等▲30

※SM 事業再構築に伴う売上高減▲200 億円を電材・CR 等が補い増収増益。

(3)今後の成長戦略

- ・世界経済の先行きに不透明感が残り、家電製品の低価格志向が進むなど、需要構造や経営環境の変化に対して、当社は機敏に軌道修正しながら、「素材型事業の収益を基礎として、電子材料や機能・加工製品などの高収益製品を“成長分野”と“成長地域”で伸ばす」という基本方針を押し進める。
- ・クロロプレンゴムは品質優位性を生かし中国、アジアで拡販するとともに、米国市場の開拓を進める。またスチレンは、事業再構築でより競争力のある体制を実現し、カーバイド・スチレンチェーンという素材事業を磐石なものとする。
- ・エネルギー・インフラ分野や携帯情報端末等の新たな成長分野で、当社固有の技術を活かすとともに、他社提携も積極的に活用する。
- ・成長地域である中国・アジアを中心に、積極的な海外展開を加速する。シンガポールでは IP プラント稼働、トヨカロン新工場建設に続き、溶融シリカの増強の検討の最終段階。そして中国では、蘇州製造拠点の充実とともに、特殊混和材、接着剤などの現地配給・販売体制を強化する。

(4)資本政策

	(2012年3月末)	(2011年3月末)
総資産	4,026 億円	4,020 億円
有利子負債	1,180	1,146
純資産	1,727	1,682
株主資本比率	42. ³ %	41. ² %
D/E レシオ	0.683	0.681

※2011年度は自己株式取得を実施(取得株式:900万株、取得価額総額:27億円)

(5)質疑応答

- 1 クロロプレンゴムの値上げを打ち出しているが、海外における浸透度合いはどうか。
 - ・需要家や国によって異なるが、着実に値上げを進めている。海外の顧客は契約毎に値段が決まるため、一件毎にできる限り値段をとっていく。
- 2 アンチダンピングが解除されたクロロプレンゴムの米国市場への足元はどうか。
 - ・アメリカ市場は5万トとみており、そのうち当社は1割程度の5千トのシェアを取ろうとしている。今年はこのすべてを取れるわけではないが、2~3割を取ろうと考えている。値段ではなく世界のトップメーカーとして品質で勝負し、着実かつスピーディーに販売していく。他社との競合などは考えていない。実績もでてきている。
- 3 電子材料の今期売上高は前年同期比で2割弱ほどの増加を予想しているが、これはどのような考え方に基づいているか。
 - ・昨年度は在庫調整等の影響もあり、特に下期、主力である溶融シリカと電子包材の落ち込みが大きかった。国、需要家ごとに回復の兆しが見えており、下期には間違いなく落ち込み前の水準に戻ると考えている。さらに窒化ケイ素やカバーガラス向けの接着剤の増加も期待しており、下期の伸長により増収増益になる。
- 4 医薬製品の高分子ヒアルロン酸製剤の数量増加と薬価改定の見方は。
 - ・一昨年に1500万本の生産体制をとったが、昨年度は稼働率が上がらなかった。先行する他社品と比較すると高分子である当社製品のよさを伝えて拡販につなげたいと思っている。薬価は9%強のダウンであるが、販売への影響は不透明。だが、販売している中外製薬は戦略製品として積極的な拡販を計画しており、当社もそれに協力する。
- 5 昨期は出荷増であったインフルエンザワクチンの今期の見通しは。
 - ・インフルエンザワクチンに関しては他社のトラブルもあり昨年度は出荷増となったが、今年度は通常に戻ると考えている。検査薬で新しいアイテムが出ているので、確実な伸びが期待できる。検査薬の増加がインフルエンザワクチンの分を補うと考えている。また今年度はテーマ終了や臨床試験の端境期にあり、費用面で大きな割合を占める研究費が前年度より少なくなることから、その面でも利益増が期待できる。
- 6 今後の蛍光体におけるテレビ用と照明用の割合は。
 - ・11年、12年度はテレビ用であるが、13年度以降は照明用分野での伸びを見込んでおり、その割合が大きくなる。
- 7 テンプロックの足元の拡販の状況は。
 - ・テンプロックはトータルソリューションとして、接着剤と積層加工技術をパッケージにして売り込んでいく。国内外で加工技術を展開した認定工場を用意しているが、引き合いが活発であるため、これらの工場のカパシティアップを予定している。また顧客の内製化にも協力していく。売上目標は他の接着剤も含めた接着剤事業として2015年には200億円規模を目指す。
- 8 復興需要関連の収益寄与は。
 - ・復興需要関連需要は具体的には織り込んでいないが、大きな数字として上乗せになる可能性はある。塩害を受けた土壌の改良に効果があると思われる肥料や、特殊混和材など材料はあるので、いつ頃から需要が増えるのかが問題であり、CSRの観点からも対応していきたい。当社の中で組織を作っている。具体的な話は下期からでと思う。
- 9 「DENKA100」達成の見通しは。
 - ・「DENKA100」は当社のあるべき姿を掲げた大きな目標であり、それに向けたそのマイルストーンとしてCS13がある。この目標を変えることはしないが、昨年のような状況は起きるので、達成年度は多少前後する可能性はある。また蛍光体の例があるように、需要構造の変化などもあるので、機敏な軌道修正で対応しながら、目標達成を目指す。
- 10 配当の政策方針は。
 - ・「DENKA100」では配当性向3割を目標としている。経済情勢も考慮しながら、自己株式の買い入れもあわせて行っていく。

以上