

平成 19 年 3 月期第 3 四半期決算発表

平成 19 年 1 月 22 日 16:00～17:00

於：東京証券取引所東証ホール

お断り：このメモは、決算説明会にご出席になれなかった方々の便宜のためにご参考として掲載するものであり、説明会でお話したことの全てを一字一句書き起こしたものではありません。当社IR・広報グループの判断で、簡潔にまとめさせていただきました。ご了承ください。また、最終頁の注意書きもあわせてご覧ください。

【CFO 江間より決算概要の説明】

< 第 3 四半期 (10～12 月) の連結業績 >

経営成績

売上高：	989 億 29 百万円	(前年同期比、13.3%増)※過去最高
営業利益：	272 億 16 百万円	(同、0.2%減)
経常利益：	251 億 48 百万円	(同、7.4%減)
四半期純利益：	199 億 63 百万円	(同、0.8%減)
1 株当たり四半期純利益	46 円 32 銭	

- ・ 四半期で増収減益になりました。

財政状態

総資産：	4,234 億 78 百万円
純資産：	3,432 億 90 百万円
自己資本比率：	80.6%
1 株当たり純資産	791 円 55 銭

キャッシュフローの状況

営業活動によるキャッシュフロー： 199 億 50 百万円

- ・ 営業活動によるキャッシュフローはプラス 199 億円でした。内訳は、税金等調整前四半期純利益 251 億円と減価償却費 95 億円をあわせて 346 億円が主たる収入です。第 3 四半期は賞与が出る四半期ですので、その分を支払って、おおよそ 200 億円くらいの収入でした。

投資活動によるキャッシュフロー： △37 億 97 百万円

- ・ 設備投資に 130 億円支出しましたが、クリスタルの工場の土地を売却した収入があり、ネットして 37 億円の支出です。

財務活動によるキャッシュフロー： △135 億 66 百万円

- ・ 中間配当の支払いが主なものです。

現金及び現金同等物期末残高： 1,057 億円 48 百万円

連結業績予想

通期及び第4四半期見込み

	平成19年3月期 通期予想 (百万円)	前期比 増減率 (%)	当第4四半期 予想 (百万円)	前年同期比 増減率 (%)
売上高	384,500	11.7%	93,874	4.1%
営業利益	107,000	5.8%	24,418	1.6%
経常利益	101,400	▲2.2%	25,413	15.3%
当期(四半期)純利益	83,000	9.8%	18,637	12.9%
1株当たり当期純利益(円)	192.66円	20.95円	43.22円	5.01円

四半期連結貸借対照表

- 平成18年9月末からの増減比較で、資産合計は61億円の増加。現預金の増加70億円が資産の増加に結びついています。
- 10-12月期は中間配当、法人税納税、社員への賞与もありますので、負債勘定が軒並みマイナスとなり、その分利益が積み上がっていますので、バランスシート上は純資産の増加で、負債の減少となります。

四半期連結損益計算書

- 在外子会社を連結するために円に読み替え、昨年度と今年度の為替の差が出ています。USドルは前年の為替レートとほぼ変わりませんでした。ユーロで9.2%の円安、タイバーツで13.9%の円安になっています。損益計算書を昨年のレートと今年のレートと比較すると、売上高で14億円、営業利益で13億円、経常利益で13億円、当期純利益で12億円、為替の換算の関係で体が膨らんで見えています。為替の影響をみますと、当四半期の売上高の増収額は116億円で、13.3%のプラスでしたが、このうち為替の影響額が14億68百万円です。13.3%伸びたうち、1.7%が為替の影響です。それを除いた11.7%が事業活動による売上の増加分です。事業の内訳は、EO(エレクトロオプティクス)で8.5%、VC(ビジョンケア)で2.7%、HC(ヘルスケア)で1.4%の増加になります。一方、営業利益は4千万円の減益で、増減率は▲0.2%です。為替の影響はプラス5.0%でしたので、事業ベースが▲5.2%影響していることとなります。そのうち一番大きいのはVCで▲4.3%、EOで+1.2%、HCが+0.7%です。その他にマイナスのセクターがあります。
- 持分法の損益は、8億94百万円のプラスで、上期でマイナスだったのが、第3四半期で取り戻して、9ヶ月間の累計で見るとこれが55百万円のプラスです。損益的には上期のマイナスを解消したかなと思いますが、問題点が全て解消したということではありません。
- 営業外費用の為替は、30億85百万円のマイナスでした。このうち、親子間の貸し借りで為替の影響が出ているとして、為替換算損が24億45百万円で、上期に続いて損が出ました。これはユーロが一番高く、次にUSドルが高く、円が一番安いという関係からこの分が為替換算として出ています。
- 第3四半期の純利益は199億63百万で、前年同期比で1億57百万円減りました。

税効果会計

- 当第3四半期の実効税率は20.3%でした。前年同期は22.4%でしたので、2%程度軽くなっています。

セグメント情報

- 第3四半期の連結営業利益は前年同期比 116 億 43 百万円のプラスでした。営業利益はマイナス 41 百万円。営業利益率は 3.7%ポイントのマイナスでした。当四半期は全ての部門で、営業利益率が前年同期に比べて減っています。EO の営業利益率は 36.6%で前年同期比 3.2%ポイント減でした。VC では、前年同期比で 5.1%ポイント落ち、16.8%になりました。HC は 0.6%ポイント減って、20.5%になりました。

製品別伸び率(実績)

製品群	当第3四半期 前年同期(3Q)比 伸率(%)	当第4四半期 前年同期(4Q)比 伸率(%) 見込み	当第3四半期 直前四半期(2Q)比 伸率(%)	当第4四半期 直前四半期(3Q)比 伸率(%) 見込み
ブランク	11.2	10.0	4.0	▲6.8
LSI マスク	11.9	▲1.6	2.0	▲7.3
LCD マスク	▲17.0	▲18.7	▲7.7	▲1.7
MD	41.1	11.2	0.4	▲11.2
光学	4.9	4.3	▲4.7	▲2.9
メガネレンズ	13.3	6.8	2.1	0.8
日本	▲1.7	▲0.8	▲8.4	▲0.2
北米	13.1	0.2	▲2.3	9.3
欧州	25.7	15.5	12.4	▲3.2
アジア	12.1	8.4	1.2	6.9

- 営業利益率の減少については、ブランクは引き続きハイエンドの製品が全体の売上を引っ張り、利益にもプラス貢献しています。LCD 用マスクは単価的に見ると先端品ではなく普及品の値段が下がって来ていますが、コストは最先端品にかかっているため、前年同期比で見ると一番マイナスの大きいセグメントになります。HDD 用メモリーディスクは新しい技術が出てきている時期で、水平方向に磁性膜を作るものから、垂直方向に磁性するものになってきています。新しい技術が出てきますと作るのに手間がかかり、1枚当たりコストが上がります。売上は伸びていますが、コスト的にこの四半期は利益にはマイナスの影響が出ています。
- VC は、アメリカとヨーロッパで売上が伸びています。HOYA の世界シェアは約 12%です。日本では約 45%ですが売上はあまり伸びません。伸びているのはアメリカとヨーロッパで、両地域での売上を伸ばすのを優先的に進めていますが、マーケティングと販促費、(広告宣伝費ではなく)販促活動、優秀な人を貼り付けていくとか、先行投資の部分としてコストがかかっています。それらも含め全体で見ると利益が下がったように見えています。
- 9ヶ月間累計で見ると売上、営業利益、税引利益は過去最高でした。経常利益は為替の影響がありますので、過去最高ではありません。

【CEO 鈴木より業績概況の説明】

- ・ 決算としては、予想外の決算という感じでした。HOYA という会社には色々な事業があって、一つが悪い方に行っても片方が良い方に行って、それでポートフォリオのバランスを取ってきましたが、たまたまこの第3 四半期に関しては、一様に悪い方に行ってしまったと言えます。ただ、必ずしもマーケットが悪いわけではなく、むしろ自分で足がからまって転んだという感じが強いです。
- ・ いつもどおり、事業毎に3Qと4Q(足元)の話をさせていただきます。

<半導体(LSI)製造用ブランク/マスク>

- ・ 半導体全般については、当社に限っては好調な3Q でした。ブランクもマスクも以前からお話してましたが、大きな設備投資をしなくても65nmに移れるというので、皆さんかなり積極的にノードシフトをしていて、新しいデザインや新しいチップとか、シュリンク版(色々な機能が入ったりします)などを結構入れておられるようです。全般的に、流れは4Q も変わらないと思います。ノードはまだまだシフトしていくでしょうし、ステッパーの設置台数を見ても、しばらくは続きそうです。
- ・ 市場は、DRAM系が元気で、マスクでは新しいデザインという点で韓国が元気です。ロジック系のファウンドリ系、台湾系がやや重い感じです。ファウンドリの足元、1 月に入ってからもう一段スローダウンしているのではと懸念しています。ウェハの枚数の話ではなく、デザインの話です。ウェハの枚数とデザインの数は必ずしも一緒ではないでしょうが、デザインはなんとなく先行指数的なところがあるので、そう見るとなんとなくファウンドリが3Qより4Qの方が少しスローかなと思います。
- ・ マスク業界では、最近、新聞報道で、NECさんのマスク部門をDNPさんが買収するという記事がありました。今日の記事で、DNPさんが台湾に工場を作るという記事もありました。両方とも当社にどのような影響があるかについては未知数です。
- ・ 65nm へのシフトが加速しているということもあり、ハイエンドのキャパが足りません。マスク業界の先端の能力がタイトになってきています。このような状態はしばらく続くでしょう。設備投資も半端な額でなく、機械も1 台 50 億円とか 60 億円の世界ですから、設備投資はマスク業界では結構大変になりそうです。

<液晶(LCD)用大型マスク>

- ・ 3ヶ月前に、「そろそろ単価の下げも止まっていくだろう」と申し上げましたが、3Qもまだ止まらず、今もまだ単価は下落しており、ボリューム(物量)はあまり変わっていないと思いますが、マスクメーカーの間で価格競争があつたりして、市場が小さくなっているというのが3Qの特徴ではないでしょうか。
- ・ テレビはラスベガスでショーが3Qにあり、展示会用の大きなマスクが出るということで、100何インチを作っている会社がありますが、展示会用のマスクを出す、ということが今年初めての現象で、おやっと思いました。
- ・ 小さいサイズのマスクが出なくなってきた、大型テレビ用マスクがドンドン出るのがマーケットの動きになっています。マスクメーカーからすると、一つオーダーを取り損なうと結構痛いし、単価も厳しいです。

- さすがにそろそろ単価の低下も止まると思います。産業が成り立たなくなりますので、たぶん止まるでしょう。テレビは新年度モデルとして2月くらいに今年モデルのマスクのテープアウトが出てきますので、4Qは3Qより少し良くなるでしょう。
- おやっと思ったのは、小さいとはいえ、中国のメーカー数社は昨年結構忙しかったようですが、台湾メーカーや韓国メーカーのOEMオーダーだったのでしょね。それが最近稼動が落ちてきて、韓国は韓国へ、台湾は台湾へ生産を戻してしまったので、中国メーカーは悲惨な状態のようです。
- マスクの価格は底に来たと思います。これ以上フリーフォールで落ちることはないでしょう。かと言ってボリュームが急に増える訳でもなく、今のようなマーケットの状態はしばらく続くでしょう。

<HDD用ガラスディスク(MD)>

- これまでノートPCの伸びがありましたが、さすがに伸びが落ちてきました。3Qは2Q比で鈍化しています。前年同期比ではまだかなり高い伸び率ですが、3Qと2Qを比べてみると、ヴィスタ効果もあると思いますが、想像以上に鈍化しました。
- 収益面では、足を引っ張っている要因の一つが、HDDで垂直化が進んでいて、もうノートでは3割くらいが垂直化されているのですが、それに対して上手く適応できてないという状態です。物は作って出していますが、コストの足を引っ張るような状態で生産しています。1年も2年も前から垂直に上手く対応しようと言っておきながら、自分で転んでいるので、情けなく思っています。想像以上に製造が上手く対応できていません。4Qも足を引っ張りそうです。4Qになると、垂直が全体の半分を占めるようになるでしょう。ノート用で円盤1枚あたり80GBと言われていますが、次は120GBに思った以上に早くシフトするでしょうから、我々にとって、2、3ヶ月の間に、製造で遅れている分をキャッチアップしながら、次の世代に乗っていくという作業を同時にしていけないといけません。ちょっと情けない、勘違いをしてしまっている分が尾をひいていて、これが業績の足を引っ張っている要因の一つです。
- ドライブは在庫が少したまっている気がします。4Qには、市場全体で調整期になるのではと思っています。とんでもない在庫ということにはならないでしょうが、それもPCの売上によるし、ヴィスタ効果もまだ読めないというのもあり、それ次第ということもあります。

<光学レンズ>

- オプティクスの市場は良いです。一眼も含め、デジカメ、小型も全般的に良いです。クリスマスに向けてこの業界は作り込めますが、クリスマスにきれいに掃けた感じで新年を迎えました。足元も在庫を抱えた感じはなく、4Qはスローにはなりますが、例年に比べ、マイルドな調整になりそうです。VTRやリアプロは3Qからかなり調整が入っているようです。フラットテレビも液晶がこれだけ安くなってくると、さすがにアメリカでもリアプロは売れなくなるようです。
- VTRも少し調整期に入りそうな感じです。
- 携帯カメラは、2メガにずっと移行してきて、当社の生産能力のせいかもしれませんが、「2メガになったらガラスは必然だ」という方向性から、「2メガは基本的にプラスチック」ということに業界がまとまりました。海外の分も含めて2メガはプラスチックでやります、という感じがします。でも「3メガにな

ったらガラスだ」という話がまた出ています。モデルの移行期(2メガから3メガへ)に、当社のレンズも変わっていく移行期に入っています。

- 4Qは、事業としては少しもたつく感じですが。海外大手メーカーも3メガに移ると言っていますので、当社がちゃんと価格に見合ったものが作れば市場はある、ということです。
- オプティクスは収益の足を引っ張った要因の一つでもあり、前回「携帯の収益率はいつ上がりますか？」と皆さんに聞かれ、「もうすぐです」とお話していて、一応そう言ったのですが、そうしたらデジカメの方が転んでしまいました。デジカメの画素数が上がり、レンズが難しくなってくる中で、レンズ設計の志向がガラッと変わって要求される形状も大きく変わりました。出っ張っていたものが、凹んだりとか。形状が変わったとたんに、生産がもたついてしまったということです。携帯がデジカメの収益性に追い付こうと思っていたら、先を走っていた方が転んでしまったという感じですが。これまで作ってきた収益構造を乱してしまいました。
- ペンタックスさんの影響は、「ペンタックスさんと統合するから、HOYAとはもう付き合わない」という話はありませんし、「日本メーカーでよかった」という声が多い。HOYAの事業上でとてもポジティブということではないとしても、少なくともネガティブなコメントは出ていません。

<ビジョンケア(メガネレンズ)>

- 国内市場は、チェーン店さんの売上を見ている、縮小傾向は変わらない。
- 欧州・北米・東南アジアは順調です。これまでと変わらない増収傾向で来ています。事業全体としては形が出来ていますが、国内のマーケットの縮小の影響をずっと引きずりながらやっている感じです。

【質疑応答】

Q:ペンタックスさんとの合併に関して、社長やCFOが満足するマージンに会社をもっていくためにはどのくらいの時間が必要でしょうか？一番懸念しているのは何ですか？

A:(鈴木 CEO) 今回の合併の主旨の一つとして、研究開発のパイプラインの中に入っているものに対する期待が大きいと理解していただければと思います。この事業をこうしたら売上がいくらで利益がいくらで、という煮詰まった話が出来ている訳ではありません。もともと今の時期から中味が見える訳ではありません。しかし、同じ業界だから全く見えない訳でもないですし、遠目から見た感覚に過ぎないかもしれませんが、メディカルも光学も真面目に広範囲にやっている会社というイメージで、そこに入っているものは面白いと思うのが正直なところです。現業のところの収益率を上げようというのがありますが、そちらの部分(パイプライン)で収益構造を作るような形で、全体収益を作るということです。2つの会社が1つになるので、2、3四半期でなんとかするということではなく、足元でやる部分と、中長期でやる分、両方合わせて、満足するレベルに近づける、という合併であると理解していただきたい。

Q:HOYAを取り巻くハイテク市場をどう見えていますか？

A:(鈴木 CEO) 市場環境は良くないです。短期的な見通しも良くありません。牽引するものがないです。全般的に、部品も含めてキャパが多いようです。当社もその一つで設備投資のやり過ぎです。各

社のお話を聞いていると、設備投資はまだ止まらないので、どう見ても今年の前半に関してはキャパが余ったまま行ってしまうのかもしれませんが。濃淡はあっても、色々な意味でキャパが余った状態で、(半導体も含め)皆さん収益構造が作れないということになるのではと思っています。

Q:HOYAのCAPEXが、4月に「500億円」、7月に「500億より少し増やす」、10月には「もう少し550億円までいければいいな」と言っていて、今回見ると570億円になっており、毎Qじわじわと上がってきていますが、今回増えた分は何ですか？予定と実際の金額のミスマッチについて解説してください。

A:(江間CFO)一言で言うと、チャンスがあるところでやりたいということです。意思決定したのは、メガ部門でアジアに大きなラボをもう一つ作ろうということになり、それにより、収益的にはかなり競争力がつくようになると思います。それから、マレーシアにも少しブランクス関係で追加しました。ベトナムは計画通りです。携帯用レンズは前回追加すると言ったそのままです。

(鈴木CEO)今のところは、携帯電話用のレンズのさらなる追加増産は計画しておりません。お客さんから言われる数字はとてつもなく大きいもので、その設備投資をすると大変なことになる。でもやらないと市場から不満が出るしというジレンマの中で後退している気もします。今のところはこれ以上踏み込まないつもりです。来年の設備投資はかなり締めたかたちになります。

Q:ガラスディスクの垂直の立上げでコスト的に足を引張ったということでしたが、それはサブストレートですか、メディアですか？どれくらいの時間でこの問題は解消するのでしょうか？

A:(鈴木 CEO)両方です。サブは生産技術の方について行ってないということです。メディアは技術的に開発が上手く行ってない部分があります。4Q中にはなんとかしたいと思っています。ジェネレーションが変わってきますので、4Qに対応しないと、1ジェネレーション飛ばすことになるので、向こう2ヶ月で対応する予定です。

Q:NH テクノが急に利益が出てきたように思いますが、まだ問題は残っていると思いますが、このくらいの利益はこれからも期待しているのでしょうか？

A:(鈴木 CEO)落ち着いてきています。技術問題もマネジメントの問題もあったと思いますが、マネジメントが変わって6ヶ月くらい経ち、フットワーク(稼動)もよくなって来ましたので、今くらいの収益は確保できるのではと思っています。小さいサイズの単価は急速に落ちてくると思います。これまでは市場で予想以上にガラスが供給されなかったというもあり、価格が崩れなかった。それがこれから供給が増えれば、5G以下の小さいサイズのガラスの単価が落ちてきて、業界全体で見ても収益の足を引張るでしょう。NHだけを見ると、5Gのサイズをしっかりとやっていて、やっと7G、8Gの収益構造を作って、今収益が出ているということがあるので、大きく崩れるということにはならないと思います。ですので、今程度の収益は見込んで大丈夫だと思います。

Q:ペンタックスさんとの合併後のイメージを教えてください。M&Aはこれで終わりなのか、HOYAにとってノンコア事業は切り離す予定なのかなど、全体像を教えてください。

A:(鈴木 CEO)HOYAは、ポートフォリオ的な見方をしていますので、ペンタックスさんと合併するというよ

りも、ペンタックスさんの中に入っている、カメラ事業、メディカル事業、光学機器事業、これら 3 本と一緒にになるという概念です。それらの事業体がそれぞれポートフォリオとして一緒にになるということです。光学の部分では部分的に当社の光学と一緒に、メディカルもシナジーがあるところは一緒になるでしょう。ポートフォリオの数が増えるということです。その中で、従来通り「収益のレベルに達しないと、いつまでグループの中にいるかわかりません」ということです。それはこれまでずっとやってきたし、今でもそうなので、ペンタックスさんの事業が加わっても同じ発想をするのではないのでしょうか。

Q: ブランクスをやっていて、ブランクスのお客様と競合するLSIフォトマスクもやっているが、(これからは、レンズを売って、レンズのお客様と競合するカメラ事業をやることになるが)LSIフォトマスクのように、カメラ事業も捉えるということですか？

A: (鈴木 CEO) そうですね。ある意味メガネ店と競合するコンタクトレンズの小売もやっていますし、色々な事業をポートフォリオの中でやっています。カメラ事業が入ったからと言って、全体として違和感があると言えないし、シナジーは活用したい。どんな事業だろうと、事業に対して投下したものにリターンがあるのであれば、ポートフォリオの中にあるべきだと考えますし、当社の既存の事業と同じで、長期にリターンが出てこなければ、あるいは外に出した方が価値が付くと言うのであればそうするし、ということになると思います。

Q: ペンタックスさんと一緒にになるということは、鈴木CEOの一つの大きな決断だったと思いますが、2015年というレンジで見たときに、HOYAペンタックスグループをどういうイメージにしたいですか？今、現金で1000億円程度ありますが、そのお金はどこに投下していくのか？これで大きな池が出来たということでしょうか、これを入れて3つの池でやっていくのかどうか等の方向性は？

A: (鈴木 CEO) 部品製造の限界を感じています。コンポーネントを製造する仕事の限界を日々感じています。中国メーカーの脅威はあり、現実の世界で本当に競争に勝てるかどうかはやってみないとわかりません。昨年、一昨年に比べたら中国は明らかに脅威になってきています。コンポーネントを作る技術も移転可能なものになりつつある。ノウハウはあっても、マクロで考えると、HOYAのポートフォリオは、7年や8年も先の話になると、今の製造業の部品を作るというものとは異なった付加価値を生む構造にならないといけないでしょう。メディカルも一つの領域です。それ以外でも、ものの価値というよりも、目に見えない(intangible)ところに価値を見出していかないと、将来に向かって企業価値は永続的に取れないのではと思います。そういう意味では長期的にはポートフォリオも変わっていかなければいけないと考えています。

Q: 4Qのガイダンスを作った背景は？織り込めるものは全て織り込んだ上での数字なのかでしょうか？外れるとしたらどの辺りが外れそうでしょうか？各製品毎に、さじ加減、リスクを教えてください。

A: (鈴木 CEO) どこにどんな問題があるかというのは、ある程度認識されて来ています。それらへの対応にもすでに手を付けていますが、その結果が4Qに出し切れるか、来年度1Qにならないと数字として出てこないのかどうかは、やってみないとわかりません。3Qでも売上は2桁伸びていますので、市場環境が悪くなっているということではなく、内部の問題の方がはるかに大きい。3Qで足を引っ張ったものの

ほとんどが内部問題で、それにはすでに手を付けています。正直に言うと、ボールから目が離れていたのではないかということです。

以上

本資料中には将来の当社の業績・当社を取り巻く業界の環境に対する予想の部分があります。これは当社および当社グループが現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいておりませんが、リスクや不確実性を含んでおり、その内容の完全性・正確性を会社として保証するものではありません。従いまして、これらの予想の部分に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えくださるようお願いいたします。実際の業績・業界環境は、様々な要素により、これら予想とは大きく異なる結果となりうることをご承知おき下さい。投資等の最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。投資の結果に対する責任は負いかねますのでご了承ください。