

HOYA 株式会社平成 27 年 3 月期第 3 四半期決算説明会概要

平成 27 年 1 月 30 日 15:30~16:30

於:ベルサール八重洲

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担当の判断で簡潔にまとめさせていただきました。最終頁の注意書きも合わせてご覧ください。

【CFO 廣岡より決算概要の説明】

＜決算概要＞

- ・ 全事業の包括利益計算書(決算短信補足資料 p.13)からご説明します。売上収益は 1,282 億 06 百万円で、前年同期比 185 億 16 百万円(16.9%)の増収。税引前四半期利益は 362 億 40 百万円で、前年同期比 67 億 41 百万円(22.9%)の増益、四半期利益は、291 億 42 百万円で、前年同期比 68 億 68 百万円(30.8%)の増益でした。
- ・ 海外にある連結子会社の業績を円に換算した場合の為替の影響額について、当社の主要通貨のレートとともに、注記(同資料 p.13 下段)に記載しています。3Q は、特に、米ドル、タイバーツに対して、円安に動きました。為替換算の影響が、売上収益で、66 億 88 百万円含まれています。為替の影響を除いた実質ベースでは 118 億円(10.8%)の増収です。同様に、税引前四半期利益においては、為替換算の影響で 21 億 54 百万円上振れていますが、それを除いた実質ベースでは 45 億円(15.6%)の増益でした。
- ・ 税引前四半期利益に含まれる特殊項目ですが、外貨建て資産に係る為替差益 60 億円が費用のマイナスとして計上されています。前年同期は 53 億円の為替差益でしたので、前年同期と比較すると 7 億円弱の増収要因になります。また、「その他収益」に、前年同期にはタイの洪水に関わる保険金収入 7 億円と、情報・通信分野の 100%保有ではなかった海外現地法人を清算した際に生じた利益が含まれており、また、その他金融収益・費用など含め特殊なものを除くと、前年同期の方が 12 億円特殊な利益が多かったということになります。それらを除いた実質ベースでは 58 億円の増益でした。
- ・ セグメントごとに説明します(決算短信補足資料 p.15)。情報・通信の売上収益は 477 億 18 百万円、前年同期比 65 億円(16.0%)の増収でした。セグメント利益(税引前利益)は 172 億 79 百万円、同 45 億円(35.4%)の増益でした。為替の換算の影響を除いた実質ベースの伸び率は、売上収益で 29 億円(7.1%)の増収、セグメント利益で 32 億円(25.4%)の増益でした。さらに先ほどご説明した海外現地法人の清算に係る会計上の利益等の特殊要因を除いたベースでは、46 億円の増益となりました。
- ・ ライフケアセグメントの売上収益は 796 億 71 百万円、前年同期比 118 億円(17.4%)の増収で、セグメント利益は 147 億円、同 8 億円(6.0%)の増益でした。為替の換算の影響を除いた実質ベースでは、売上収益は 87 億円(13.0%)の増収、セグメント利益は 44 百万円(0.3%)の増益、ほぼフラットでした。さらに、先ほどご説明した特殊要因の保険金収入 7 億円を除いた実質ベースでは、10 億円の増益でした。
- ・ 製品別(p.16)に見ますと、エレクトロニクス関連製品の売上収益は 360 億円で、前年同期比 59 億円(19.9%)の増収でしたが、為替の影響を除いた実質ベースでは、30 億円(10.0%)の増収でした。

- ・ 映像関連製品の売上収益は 116 億円、前年同期比 5 億 95 百万円(5.4%)の増収でしたが、実質ベースでは、7 千万円(0.7%)の微減収でした。
- ・ ヘルスケア関連製品の売上収益は 583 億円、前年同期比 101 億円(21.2%)の増収ですが、実質ベースでは、84 億円(17.5%)の増収でした。メガネレンズで、セイコーオプティカルプロダクツ(SOP)が連結子会社化されたこと等により増収となりました。メディカル関連製品の売上収益は 213 億円、16 億円(8.2%)の増収で、実質ベースでは、3 億円(1.8%)の増収でした。
- ・ 財政状態計算書(決算短信補足資料 p.10)ですが、棚卸資産と売上債権及びその他の債権については為替により増えているものがほとんどで、実質的には 1~2%の増加に留まっています。
- ・ キャッシュ・フロー計算書(決算短信補足資料 p.12)については、財務活動によるキャッシュ・フローですが、中間配当金 1 株当たり 30 円を当 3Q 中に支払しましたので、支払配当金 127 億円が入っています。また、一番下に、「現金及び現金同等物に係る為替変動の影響額」を記載していますが、当社は外貨(円以外)で保有している現金が多いため、為替の換算の影響で、203 億円分現金が膨らんでいるように見えています。
- ・ 年間の見込みですが、売上収益 4,825 億円、税引前利益 1,190 億円、当期利益 940 億円となっています。4Q の売上収益は 3Q に比べて落ちる前提です。情報・通信分野は季節要因で下がるということと、海外生産をしている一部の国で長い祝日があり稼働日が落ちるというのも要因です。また、税引前利益については、3Q で為替差益 60 億円を計上していますが、為替は 1 月は円高に動いています。3Q から 4Q にかけては多少円高に動くと思いますが、あまり大きくは動かないという前提で年間見直しには大きな為替差益は見込んでおりません。
- ・ 本日リリースを出しましたが、750 万株、300 億円を上限とする自己株式の買付けを取締役会で決議しました。買付け期間は、2 月 2 日から 5 月 1 日の 3 か月間です。取得した株式については消却を予定しています。現金がバランスシートに溜まっていますので、それらは企業の成長に向けて使っていきたいと考えていますが、為替の状況やキャッシュ・ポジション、今後のキャッシュ・フロー等も考慮して今回の決議をいたしました。

【CEO 鈴木より業績概況の説明】

- ・ 総括すると、情報・通信分野は「出来すぎ」と感じています。4Q は季節要因で落ちますが、これ以上のアップサイドには、構造を変えないといけないと考えています。アップサイドがあるとするれば、光学関連分野になります。
- ・ ライフケアは、3Q は、売上が伸びたほどは収益性が良くなっていませんが、これは、先行投資をしているというのと、為替がマイナスに効いているというのが要因です。この分野は伸ばしたい分野で、資源を集中していることもあり収益性はこれくらいいいのかもしれませんが、為替や M&A の効果を除いても一桁の半ばくらいの成長はしていますが、もう少し売上成長を加速させていきたいと考えています。ライフケア分野の売上成長加速が当社の今の一番の課題です。

<メガネレンズ>

- ・ 現地通貨ベースで、ヨーロッパが 2 ケタの増収、アジアは 1 ケタ半ば、米州も増収でした。
- ・ 悪かったのは日本で、市場全体が縮んでいるようです。物量は落ちていませんが、小売りも卸売りも単価が落ちています。昔 3 万円で売っていたものが、今は普通のメガネでも 5 千円に価格が落ちていて、少し難しいレンズも 1 万 8 千円といったところまで落ちています。市場は 5~

6%のペースで縮んでいるようです。全体の売上の中で日本が占める割合は小さくなってきていますので、影響も小さいですが、それでも、日本が伸びないと全体に多少影響はあります。

- ・ SOP(セイコーオプティカルプロダクツ(株))と、エプソンから買収したメガネレンズの製造部門の統合は計画通り進んでいます。収益性は良くなっていますが、統合作業のなかで、フィリピンやアメリカにある工場の再編なども進めておりコストが先に出ていることと、海外生産部分はドルベースのコストなので、円安が逆に利益率を下げる結果になっています。
- ・ やるべきことは出来ているので、この事業は良いと思います。

<コンタクトレンズ>

- ・ 国内コンタクトレンズ市場は前年割れしているなか、アイシティの売上高は、増税後の1Qに売上を大きく落としましたが、2Qはほぼ前年並みまで戻り、3Qは前年同期比5%の増収でした。既存店はほぼ前年比100%くらいで推移しています。
- ・ 4Qは、前年が増税前の駆け込み需要で伸びたので、減収となるのですが、市場が縮むなかで、当社はシェアを上げることで、売上は伸ばしていける状態になっていると思います。
- ・ ネット販売業者が一時シェアを上げましたが、円安による仕入コスト高でここ最近では成長が止まったようです。既存店で成長をネットに取られていた部分もあったので、ネットの成長が止まってきた今、市場が縮小していても、当社は成長ができるようになっています。
- ・ カラーコンタクトが良く売れているようです。視力矯正機能がついていないカラーコンタクトは雑貨屋等でも販売されていますが、最近では、視力矯正機能が必要な人もカラーコンタクトを雑貨屋で買ったりする動きも見られ、少し気になっています。短期的にはあまり心配していませんが、長期的には何か対応が必要になるかもしれません。

<内視鏡>

- ・ 中近東、カナダで、前年同期比で大きく売上を落としました。昨年までは中近東・ロシアといった欧州の周辺国で売上を伸ばしたのですが、今年からはその反動もあり良くないです。
- ・ 北米ではオバマケアの影響かわかりませんが、病院の統合が急速に進んでおり、10大病院チェーンなどが出来始めており、昔は当社も小さなディールを積み重ねて売上を作っていましたが、最近はディール一つひとつが大きくなり、一つのディールを逃すと業績へ影響を及ぼしたりします。市場が変化しており、その変化に対応しきれないのかもしれないかもしれません。
- ・ 久しぶりに新製品を出しました。耳鼻咽喉科用に CCD の代わりに CMOS を使ってコストを下げたビデオスコープ(VIVIDEO)です。新興市場向けの製品ですが、今後はさらに品揃えを増やしていく予定です。

<眼内レンズ>

- ・ 販売停止、自主回収をしていた主力製品ですが、海外市場は回収前を少し上回るころまで回復してきました。国内はまだ6割くらいの戻りで、お医者さんも様子見しながらなので、完全回復までもう少し時間がかかりそうです。販売再開から4~5か月経過していますが、製品上の問題は起きていませんので、時間をかければ戻ってくると思います。

【COO 池田より業績概況の説明】

- ・ 情報・通信分野については、CEO から「出来すぎ」とのコメントがありましたが、ここ1～2年の間、外部環境にあわせて構造改革を進め、既存の領域で技術競争力を強化してきた結果、安定収益構造を作ることができたと考えています。成熟した市場環境の事業が多いので、厳しめの見通しで事業運営をしています。その中で、足元は需要が比較的堅調だったことで、業績も良かったのだと思っています。今後は、既存の事業については、ノート PC やデジカメ市場が縮小するなかで、それ以外のアプリで伸ばす方向性が見えてきたということもあるので、今後はそちらの開発にリソースを振り向けていきたいと考えています。

<半導体マスクブランクス・フォトマスク>

- ・ 半導体業界は2014年の年初から好調で、ウエハーも300mmのみならず200mmも伸びていて、ブランクスにとっては、ハイエンドからミドル・ローエンドに至るまで製品が出たことで、3Qも堅調に推移しました。
- ・ 最近、EUVL の話題が出ることが多く、当社にもよくご質問をいただきます。そもそも EUVL が実現するかについては、依然として慎重に見ています。半導体露光プロセスのクリティカルなレイヤーについて、ダブル・パターニングでやるのか、クワッドでやるのか、もしくは EUVL で行くのか、半導体メーカーさんは、コストを考えるとどれがいいのか検討を進めています。そのようななか、ダブル・パターニングの対抗馬として EUV が候補にあがっています。すでに当社から開発用の EUV 用ブランクスは出していますし、仮に EUV に行ったとしたら当社にとっては確実にプラスになるのだと思います。ただ、今後、どういう方向に進むのかはまだわかりませんので、ブランクのメーカーとしては、どの方向に進んだとしても対応できる体制を整えていきたいと考えています。

<液晶用大型フォトマスク>

- ・ スマートフォン向けが堅調に推移しました。テレビ向けは一旦落ち着きましたが、その後回復傾向です。一方、タブレット向けは落ちました。
- ・ 足元もそうですし、2015年、パネルは4Kへの切り替え、さらなる大型化、曲面加工、そして、8K化などの開発が活発化していくと考えています。PC用も4K、5K、スマホも4Kと、どの製品についても、高解像度・高精細に向けた開発が進んでいますので、それに対して必要なマスクを開発して供給していこうと考えています。そのなかで、高精細・高解像度のニーズに対して技術的な差別化を築いていくことが最も必要なことだと考えていますし、それが実現できた暁には、追加投資もあり得ると考えています。

<HDD用ガラスメモリーディスク>

- ・ ノート PC 向け 2.5 インチ HDD は落ちています。ただ、外付け HDD、Performance Enterprise HDD、ニアラインが伸びており、サブストレートの販売物量は、直前四半期比でも増えています。為替の影響も大きく、金額ベースでは2ケタの増収となりました。
- ・ 今後の見通しは、ノート PC は2015年度も落ちるでしょう。ただ、外付け HDD やサーバー向けが増えていくと見込んでいます。外付けは2テラバイトの製品が出ていますが、DDレシオが上昇していますし、サーバー向けも1ドライブ当たりに入っているディスクの枚数も多いので、

2.5HDD 全体では PC 向けの落ちをカバーできなくても、サブの枚数的には PC 向けの落ちをカバーして、前期並みの数量で行けるのではないかと見込んでいます。

<映像関連製品>

- ・ 映像関連事業全体では、売上高は前年同期並みに留まりました。光学ガラス材料及びレンズは、デジカメ依存のところから転換を図っており、アフターマーケットの交換レンズや監視カメラ向けで伸ばして、売上は前年同期比増収となりましたが、コンパクトカメラ向けのレンズユニット製品は引き続き厳しい状況が続いており前年同期比減収でした。
- ・ 問題のレンズユニットですが、1月に北米で行われた CES で話題に出ましたが、当社がスマホ用に開発した小型光学3倍ズームレンズユニット「CUBE」が某スマホメーカーさんに4月以降採用が決まりました。当社は3月に量産を開始します。他にも複数社から引き合いをいただいていますので、複数機種に入れてもらって今後につながればと期待しています。
- ・ 光学関連事業は落ちるところまで落ち、現状は前年比フラットのところまで回復してきています。新製品も出していますので、今後はこの分野を伸ばしていきたいと考えています。

【質疑応答】

Q. スマホ用レンズモジュール、液晶パネル用マスク、EUVL 用マスクブランクの成長ポテンシャルをどの程度に見ていますか？

A. (池田 COO) スマホ用レンズモジュールは、現在1社1機種初期ロットは確定していますが、それ以降は発売して市場でどのくらい売れるかによりますので、年間どのくらいの売上になるかは今の時点では申し上げにくいですが、今は複数社・複数機種に採用されるよう活動を進めています。液晶パネル用マスクは、当社だけでなく競合他社もフル稼働の生産が続いていると思います。高解像度、高精細用の高単価なマスクを取れる環境を作っていくように進めています。来期における増収余地は限定的だと思います。EUVL 用ブランクスは、開発用ブランクスはすでに出していますが、来期に急に数が増えるわけではないと思いますので、売上もそれほど大きく増えるとは見込んでいません。ただ、当社は EUVL 用ブランクのメイン・サプライヤーになっていますし、今後もそのポジションを確立していきたいと考えています。技術開発にさらに力を入れていく予定です。

(鈴木 CEO) スマホ用レンズモジュール「CUBE」ですが、スマホ用に光学ズームがどれだけニーズがあるかは疑問ですが、CUBE についている防振機能については、スマホは歩きながら写真を撮ることが多いので、むしろそこが注目されれば売れるのではないかと考えています。EUVL は、某半導体メーカーさんはかなり力を入れているようなのですが、ハードルは高いのでスケジュール通りには進まないかもしれません。EUVL に力を入れる背景は、クワドロなどプロセスの数を増やすことに経済的メリットがないという考えによるものようです。

Q. メガネレンズのマルチブランド戦略を展開されていると思いますが、現在のシェアの状況と、今後の戦略の方向性を教えてください。

A. (鈴木 CEO) シェアは、エシロールが45%くらいで、当社が15%くらいと推定しています。エシロールさんからシェアをとっているというよりは、それ以外のところからシェアを奪っていると認識しています。今は、小売りも統合が進んでおり、大手チェーンが小さいところのみ込む状況が続いています。そういうなかで、トップメーカーの独占に不満や不安を抱くお客さんもいますので、そういう顧客に対し

て、製品という点でも供給能力という点でも、より良いものを提供していくことに取り込んでいきたいと考えています。海外市場では、小さなメガネ店に対する HOYA の認知度はまだ低く、当社は各市場を点でカバーしていても、面でカバーしていないというのが現状です。今後は先行投資して面を増やす作業が必要だと考えています。ブランドが増えたので、製品面でも地域という点でも面を増やしていきたいと考えています。製品の質でもコスト面でも当社の競争力はあると考えています。

Q. 4Q は直前四半期比で 100 億円の減益ですが、その中身を教えてください。

A. (廣岡 CFO) 100 億円の減益のうち 60 億円は、3Q にあった為替換算差益 60 億円がなくなる分です。残り 40 億円は事業ベースでの減益ですが、特に、HDD 用サブストレートでは海外生産をしていますが、4Q は稼働日数が減りますので、その分落ちる見込みです。ライフケアでも、12 月からドルが一人勝ちしているのに、ドルに連動しているパーツ等が円に対して強くなっているなかで、売上は増えても、利益は売上程増えないという前提です。

Q. 液晶用マスクで、競合他社が描画装置を入れたようですが、HOYA が追加投資する予定はありますか？また、HDD 用ディスクの領域で、HAMR になった時、HOYA へのインパクトはどうでしょうか？

A. (池田 COO) HAMR が技術的に実現するかどうかは慎重に見ています。ヘッド、メディアにとっては、ハードルは高いのかもしれませんが、サブストレートに関しては、当社はすでにサンプル供給をしていますし、そこで大きな問題はなさそうです。今後も、顧客の開発用途に応じた製品をきちんと出していくことが一番重要なことだと考えています。HAMR になるとガラス製のディスクが必須になります。キャパについては、供給責任もありますので、きちんと対応していく考えです。液晶用マスクについては、単にキャパを増やすということでしたら、過去あったように供給が需要を上回って価格が下がることもあり得ますので、当社はまずは技術競争力を確立して他社に勝つことが重要だと思っています。技術競争力を高める開発にリソースを回していく予定です。

(鈴木 CEO) 液晶マスクについては、単価の上昇余地がまだあると思っています。現状の売上の伸びも単価の上昇によるものがほとんどです。技術的に難しい方に製品をシフトして、平均単価を上げるようにしていきたいと思っています。

Q. 投資、償却の来期の計画、中身は？

A. (廣岡 CFO) 予算作成中です。メガネレンズの投資のように、4Q から来期へズレたりするケースもあり、お話ししている意思決定ベースと実際の支払いはずしも一致しないのでご注意ください。

(鈴木 CEO) 期ずれを考慮すると、来期は当期より少し大きくなるかもしれません。

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 있습니다。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られますが、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。