



HOYA 株式会社

2021 年 3 月期第 4 四半期決算説明会

2021 年 4 月 30 日

[登壇者]

3 名

代表取締役 CEO

鈴木 洋 (以下、鈴木)

代表執行役 CFO

廣岡 亮 (以下、廣岡)

執行役 CTO

池田 英一郎 (以下、池田)

司会：それではお時間になりましたので、HOYA 株式会社、2021 年 3 月期第 4 四半期決算説明会を開始いたします。

新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、引き続き、ウェブ会議方式にて開催させていただきます。通信環境等によって会話が聞き取りにくかったり、一時的に遮断される可能性がありますこと、予めご了承ください。

本日の当社側からの説明者は CEO の鈴木洋、CFO の廣岡亮、CTO の池田英一郎です。

本日のアジェンダですが、はじめに廣岡より第 4 四半期の業績について、続きまして池田より、情報・通信事業の概況、最後に鈴木よりライフケア事業の概況、ならびに全体の総括についてご説明申し上げます。残りの時間を質疑応答とし、16 時に終了予定となっております。

本日、PC にて参加されている皆様におかれましては、画面共有されている資料をご覧ください。それでは、はじめに CFO の廣岡よりご説明申し上げます。

業績概況

(億円)	Q4 FY19	Q4 FY20	YoY	YoY(%)
売上収益	1,351	1,514	+163	+12%
税引前四半期利益	277	413	+136	+49%
四半期利益	197	308	+111	+56%
cf. 通常の営業活動からの利益	326	433	+108	+33%

主にEUV blanksやデータセンター向けHDD基板のけん引により、増収増益を達成した。

廣岡：廣岡です。よろしくお願ひします。それでは数字の結果について説明いたします。

まず売上収益ですが、1,514 億円、去年に比べまして 163 億円の増収、12%の増収率になります。税引前利益は 413 億円、去年に比べまして 136 億円の増益、49%の増益率になりました。当期利益は 308 億円、去年に比べまして 111 億円の増益、56%の増益率になりました。

後ほど、事業部別で説明いたしますけれども、主に EUV のブランクス、および 3.5”の HDD のサブストレートのけん引によって、全体として増収増益を達成いたしました。

為替換算の影響

(億円)	前期レート 換算(A)	当期レート 換算(B)	為替換算 影響額	実質 YoY	実質 YoY(%)
売上収益	1,499	1,514	+15	+148	+11%
税引前四半期利益	408	413	+5	+131	+47%
四半期利益	304	308	+4	+107	+54%

主要通貨	(A)Q4 FY19 レート	(B)Q4 FY20 レート	変動率
US\$	¥109.11	¥107.15	+1.8% (円高)
EURO	¥120.06	¥128.48	-7.0% (円安)
BAHT	¥3.44	¥3.51	-1.9% (円安)

© 2021 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

4

続きまして、為替換算の影響です。

「去年とレートが全く変わっていなかったら、どうだったか」というものでございます。為替換算影響額で、売上収益の影響額が 15 億円、為替のレートにより大きくなっているという結果です。従いまして、15 億円差し引いた 148 億円が実質の YoY の伸びになります。税引前利益ですが、為替の影響額が 5 億円除きまして 131 億円が実質の伸びになります。当期利益、影響額が 4 億円、それを除きまして実質で 107 億円の増益になります。

特殊要因等について

包括利益計算書

(億円)	Q4 FY19	Q4 FY20	YoY
収益合計	1,366	1,531	+166
費用合計	1,089	1,118	+29
減損損失	3	51	+48 1
税引前四半期利益	277	413	+136

- 1 過去に買収した会社において、当初想定した収益を達成できなかったことから減損処理を実施

特殊要因について1点説明いたします。

費用合計の中で減損損失が去年と比べまして大きく違っております。去年に比べまして48億円増えているという結果です。こちらにも書いておりますけども、過去の買収ののれんを一部減損いたしました。

もう少し補足をしますと、2年ちょっと前に買収しました眼科治療機器関連の会社でございまして、白内障以外のところの領域に足を踏み入れることを目的に買収した会社です。非常に収益力の高い会社で、買収後1年間、売上も収益力も非常に順調にいらしたのですが、コロナをきっかけに販売先での市場への販売の停滞、および在庫調整という形で、この1年間、他のわれわれの医療機器関係に比べて回復が遅いという2020年になりました。

この回復の遅れは足元まだ続いており、2021年度もまだ不透明な部分がありますから、会計的には早めに手当てをしておく目的で、今年度末にのれんの一部を減損したのになります。

ライフケア事業 業績概況

(億円)	Q4 FY19	Q4 FY20	YoY	YoY(%)
売上収益*	884	953	+69	+8%
税引前四半期利益	90	148	+58	+65%

cf.通常の営業活動からの利益	144	190	+46	+32%
cf.通常の営業活動からの利益率	16.3%	19.9%	+3.6pt	

*外部売上の数値

© 2021 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

6

続きまして、ライフケア事業部です。

売上収益は 953 億円、去年に比べまして 69 億円の増収、8%の増収率になりました。税引前利益は 148 億円、去年に比べまして 58 億円の増益、65%の増益率です。

ライフケア事業 業績概況(為替影響除き)

Q4 FY20業績の前期レート換算との比較

(億円)	前期レート 換算	当期レート 換算	為替換算 影響額	実質 YoY	実質 YoY(%)
売上収益*	936	953	+17	+52	+6%
税引前四半期利益	142	148	+5	+53	+59%
cf.通常の営業活動 からの利益	187	190	+3	+43	+30%

*外部売上の数値

© 2021 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

7

為替の影響を加味したライフケア事業の結果です。

為替の影響額が売上収益で17億円上振れております。従いまして、実質では52億円の増収、6%の増収率でした。税引前利益の為替の影響額が5億円、実質で53億円の増益、59%の増益率でした。

情報・通信事業 業績概況

(億円)	Q4 FY19	Q4 FY20	YoY	YoY(%)
売上収益*	457	547	+91	+20%
税引前四半期利益	199	270	+71	+36%
cf.通常の営業活動からの利益	195	254	+59	+30%
cf.通常の営業活動からの利益率	42.8%	46.4%	+3.6pt	

*外部売上の数値

© 2021 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

8

情報・通信セグメント、売上収益です。

547 億円、昨年に比へまして 91 億円の増収、20%の増収率になりました。税引前利益は 270 億円、昨年に比へまして 71 億円の増益、36%の増益率です。

情報・通信事業 業績概況(為替影響除き)

Q4 FY20業績の前期レート換算との比較

(億円)	前期レート 換算	当期レート 換算	為替換算 影響額	実質 YoY	実質 YoY(%)
売上収益*	549	547	-2	+93	+20%
税引前四半期利益	270	270	-0	+72	+36%
cf.通常の営業活動 からの利益	255	254	-1	+59	+30%

*外部売上の数値

© 2021 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

9

情報・通信の為替の影響です。

売上、税引前利益、ほぼ影響がありませんでした。売上で若干マイナスの影響があったという結果です。

サブセグメント別業績

(億円)	Q4 FY19	Q4 FY20	YoY	YoY(%)
ヘルスケア (メガネ/コンタクトレンズ)	645	705	+60 (+49)	+9% (+8%)
メディカル (眼内レンズ/内視鏡/人工骨)	239	248	+9 (+3)	+4% (+1%)
エレクトロニクス (LSI&FPD/HDD基板)	387	466	+79 (+83)	+20% (+21%)
映像	69	81	+12 (+10)	+17% (+15%)

*括弧内は為替換算影響を除いた実質的な増減額

© 2021 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

10

それではサブセグメント、製品別でもう少し詳しく説明していきます。

まず、ヘルスケア関連製品、メガネとコンタクトレンズになります。結果が705億円、去年に比べてまして60億円の増収、カッコ書きは為替の影響を除いた増収額になりますので、実質ベースで49億円の増収、実質ベースで8%の増収率になります。

メガネにつきましては、去年に比べて実質で8%伸びています。コンタクトレンズは6%の伸びです。ただし、すでに去年の3月では、コロナの影響をメガネもコンタクトレンズも受けておりましたので、実態としてはまだコロナの影響前の水準に戻るか戻らないかという状況です。

特に国別で見えていきますと、メガネにしてもコンタクトにしても日本での緊急事態宣言の影響もありまして、日本の市場が去年よりも停滞して回復が遅れている結果になっております。

メディカル関連製品、眼内レンズや内視鏡になります。売上収益が248億円、去年に比べてまして9億円の増収、実質ベースで3億円の増収になります。内視鏡につきましては、去年に比べてまして6%の増収率になっておりまして、アメリカで去年を上回る売上になっております。

一方で、眼内レンズは全体で3%去年に比べて減っております。特に影響が大きいのは、これも日本市場になります。去年3月は日本でコロナの影響をさほど受けていなかったのですが、今年

度はまだコロナの影響を引きずっている状況です。眼内レンズは日本の市場での比率が他よりも高いので、全体でマイナス成長になっています。

続きまして、エレクトロニクス関連製品、半導体、大型フラットパネル、HDD のサブストレートになります。売上が 466 億円、去年に比べまして 79 億円の増収、20%の増収率になります。引き続き好調なのが LSI、半導体関連。こちら EUV の増収が続いておりまして、半導体関連、ブランク事業で去年に比べまして 20%以上伸びています。

また、HDD の基板、特にこれは 3.5”ですけれども、去年に比べて増加しておりまして、HDD2.5”の下げもカバーして、去年に比べますと 25%増えている状況です。

四半期で極端に増えていますが、年間ベースで見ると HDD サブストレート全体は若干のプラスとなっています。2.5“の落ちを 3.5“でほぼカバーできているのがこの 1 年間の結果です。

映像関連ですけれども、結果は 81 億円、去年に比べまして 12 億円のプラスになります。唯一、この情報・通信でコロナの影響を受けていたのがカメラ関連で、去年の第 4 四半期は上期も非常に落ち込んでいたのですが、若干ですけれどもデジカメと監視カメラのところでの回復があり、売上は伸びている状況です。

貸借対照表

(億円)	Q3 FY20	Q4 FY20	QoQ
非流動資産	2,873	2,987	+114
流動資産	5,262	5,546	+284 ¹
資本	6,516	6,724	+208
非流動負債	454	493	+38
流動負債	1,165	1,316	+151
資本及び負債合計	8,135	8,533	+398

¹ 現金及び現金同等物 +168億円

続きまして、貸借対照表です。

特筆すべきところはないのですが、一番大きく出ているのが現金 168 億円で、これは次のキャッシュフローでも説明します。

キャッシュフロー計算書

(億円)	Q4 FY19	Q4 FY20	YoY
営業活動によるCF	432	525	+93
投資活動によるCF	-137	-78	+59
財務活動によるCF	-124	-435	-312
現金及び現金同等物期末残高	3,180	3,349	+169

1 自社株買いの実施金額が前期より307億円増加したため、財務活動による支出が増加

なお、1/29～4/20実施の自社株買いは上限の400億円の買い付けを終了、全株消却する

キャッシュフローです。

営業活動によるキャッシュフローが去年に比べて増えています。また、投資活動では去年の Q4 は設備支払が非常に多かったこともあって、年間の比較でいくと投資活動によるキャッシュフローが減っているという結果です。

また、財務活動によるキャッシュフローは 435 億円、これは主に自社株買いによるものです。4 月に入りまして、1 月に決議しました自社株買い 400 億円の上限に達しております。

プレスリリースを出しておりますけれども、今日の取締役会におきまして取得しました自社株につきましては、全て消却する決議をしております。数字の説明は以上です。

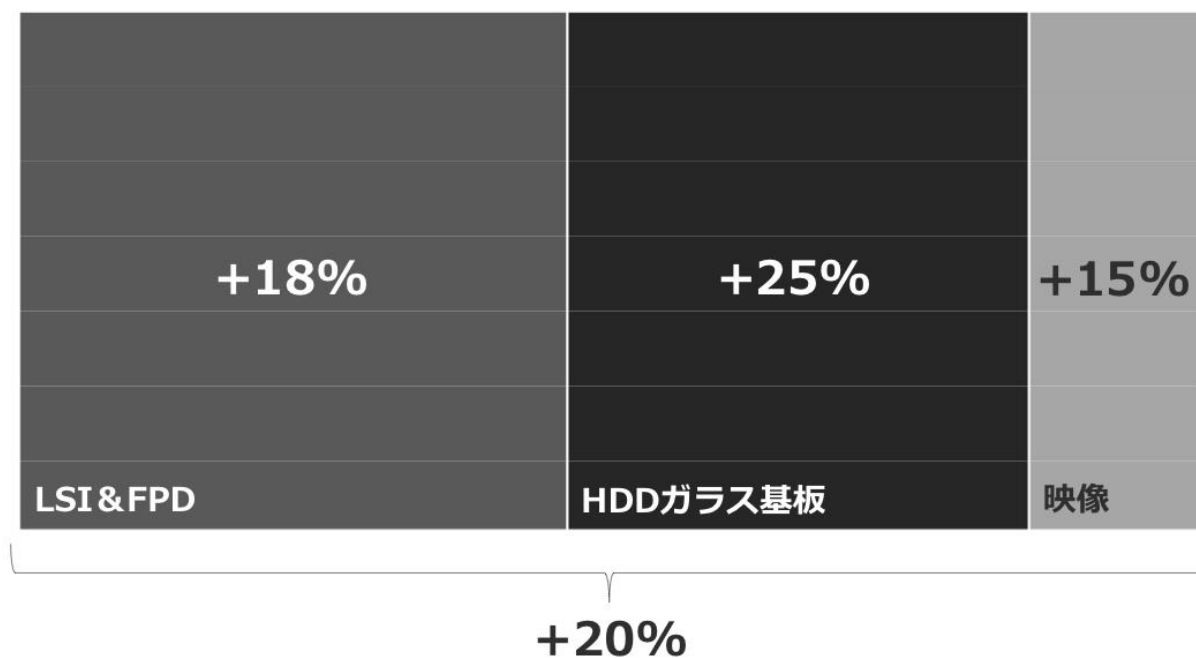
司会：続きまして、CTO の池田より、情報・通信事業の概況についてご説明申し上げます。

池田：池田です。情報・通信事業概況に関してご説明いたします。

まず、情報・通信セグメント全体では、先ほどの繰り返しになりますけれども、売上が547億円、前年同期比でプラス20%、営業活動による利益が254億円、前年同期比対比でプラス30%、同利益率が46.4%、前年同期比プラス3.6%となりました。大きく増収増益を達成しました。

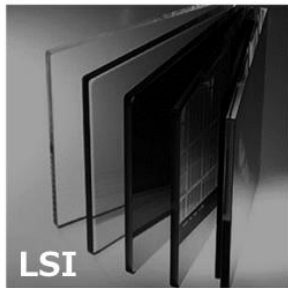
情報・通信事業概況

売上増減率 (Like-for-Like)

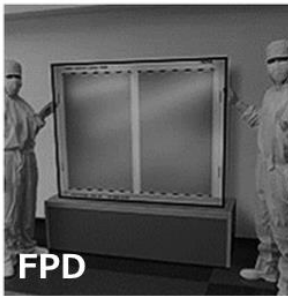


製品別に見てみますと、今、スライドにありますように、LSIとFPDでプラス18%、HDDガラス基板でプラス25%、映像関連でプラス15%と、どのセグメントにおいても二桁パーセント以上の増収を達成することができました。

製品別概況



EUVブランクスが前年同期比80%を超える売上成長。FY21は3nm/2nm世代の開発需要が成長ドライバーに。需要増に応じて新工場の稼働を本格化。また、中期におけるさらなる需要増をにらみ、装置等への追加投資を適宜行っていく。



巣ごもり需要に端を発したパネルメーカーの量産専念による開発用途のマスク需要減少が続いたものの、開発再開の兆しが見えてきている。今後も有機ELを中心とした高機能マスクに注力していく。

続きまして、各事業別に概況をご説明いたします。

はじめに、LSI 向けのブランクスですけれども、今期は EUV が前年同期比約 180%と大きく成長しました。前年同期は、まだ設備が入っただけで稼働していなかったシンガポールの新 EUV ラインがこの増収に大きく寄与しております。

一方のオプティカルは、前年同期比で約マイナス 5%の減収となっています。このオプティカルの減収の要因ですけれども、コロナの影響で、昨年度上期に顧客が調達不安から在庫レベルを上げていたのを、去年の終わりからこのクォーターにかけて在庫調整した影響が大きいです。

この調整の影響が前年同期比で見ますと次のクォーターぐらいまで続く見込みではありますが、顧客が意図的に抱える在庫レベルの上げ下げによるものであって、実需の影響によるものではありません。

それから、ここのスライド上のコメントにもありますように、EUV は 21 年度も引き続き、成長が見込まれます。その成長ドライバーは先端開発であり、足元では 3nm/2nm 世代の開発需要になります。シンガポールの新ラインが本格稼働しつつある状況ですので、今後のさらなる需要増に合わせて追加投資を適宜行っていきたいと考えます。

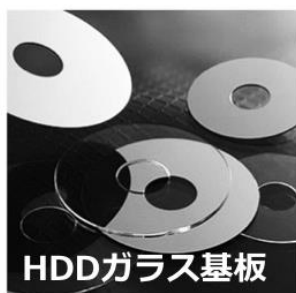
また、EUV 市場環境の目安としていつも触れておりますが、先日の EUV 露光機メーカーの発表によりますと、20 年の出荷実績 31 台に対して、21 年は 40 台、22 年は 55 台の計画となりました。

また、台湾の顧客の発表では 21 年度の設備投資額をさらに引き上げること、その内の約 80%が 3nm/5nm/7nm に代表される先端プロセス目的であることが発表されました。このような環境からも、21 年度以降も EUV 向けブランクス需要増が継続的に見込まれる環境であると言えると思います。

続きまして、FPD は前年同期比でやや一桁前半パーセントのマイナスでした。直前期の 3Q と同様にコロナに起因する巣ごもり需要により、テレビや PC モニターの需要が高まって、パネルメーカーが開発から量産シフトしたことによって、開発目的のマスク需要が減少し、マスク全体需要が減少したことが影響したクォーターでした。

ただ一方、韓国のお客様中心に、フォルダブルなどに代表されるフラッグシップスマートフォン向け OLED のマスク需要は堅調であり、今後も引き続き OLED を中心とした高機能・高付加価値マスクに注力していきたいと考えます。

製品別概況



ニアラインの投資サイクルに伴い、3.5"の売上が大幅増、2.5"の減少を補い、売上全体で二桁成長となった。FY21以降も2.5"の縮小を補って余りある3.5"の売上拡大を見込む。また、カイゼン活動を推進し、製造コストの圧縮を図っていく。



ミラーレスカメラ向け交換レンズを中心に需要が徐々に回復し、プラス成長に転換。デジタルカメラ市場が今後再拡大する見込みがない前提で、引き続き新規市場を開拓していく。

続きまして、HDD ガラス基板。

こちらは HDD 全体でプラス 25%の増収となりました。2.5”と 3.5”の内訳を見ますと、2.5”は前年同期比約 80%となりました（※約 20%の減収）。これはノート PC などでも 2.5”HDD から SSD への置き換えが進んでいるためであり、想定通りではあります。今後も引き続き、2.5”市場は全てのアプリケーションが SSD に置き換わっていき、需要減少が続くものとして見込んでおります。

一方の 3.5”ですけれども、このスライドに書いてありますように、データセンター向けのニアライン HDD の投資サイクルに伴い、今期は前年同期比で約 190%（※YoY +90%）と大きく伸びました。来年度以降も 2.5”の減少を 3.5”の成長で補って、かつ売上成長を継続的に実現していきたいと考えます。

今期で 3.5”の収益の割合が 60%を超え、3.5”はラオスの新工場で生産開始していることから償却も乗ってきますので、収益性のマネージのためには、特に新工場の 3.5”に対する継続的な製造原価低減活動も重要な課題の一つと認識して取り組んでいきたいと考えます。

この先ですが、現在の HDD 量産品のメインは 16TB 品であって、次の 18TB までは 16TB と比較して基板枚数に変更はありませんので、顧客のガラス基板採用状況に変化はありません。その先の 20TB までは各社枚数増をせずに対応していくことを、2 クォーターぐらい前のこの場でお伝えしたのですが、記録密度の向上が芳しくないため、その先の 22TB や 24TB で計画されていたさらなる枚数増のモデルを前倒しで 20TB に採用する可能性が高くなってきました。

そのモデルでは、まだガラス基板採用状況に変化はないのですが、その先の枚数増にはガラスがロードマップ上に乗っていますので、枚数増が前倒しになってくるのは我々にとってはポジティブと捉えていいと考えます。いずれにしましても、どの HDD メーカーにおいても搭載枚数を増やして記録媒体面積を増やす方法、あるいは HAMR 採用により記録密度を向上させる方法のどちらかによって、高容量を実現するロードマップとしています。

その多枚数に対する薄板化、HAMR に対する耐熱性、どちらにおいてもガラスに優位があるという状況であって、全顧客と開発を進めている状況に変わりはありません。

最後、映像関連ですけれども、今期は今年度はじめて前年同期比プラスとなったクォーターでした。その要因としましては、このスライドに書いてありますように、ミラーレスカメラ向け交換レンズの需要が強くなってきたことと、監視カメラが直前期あたりから動いてきたことの 2 点です。

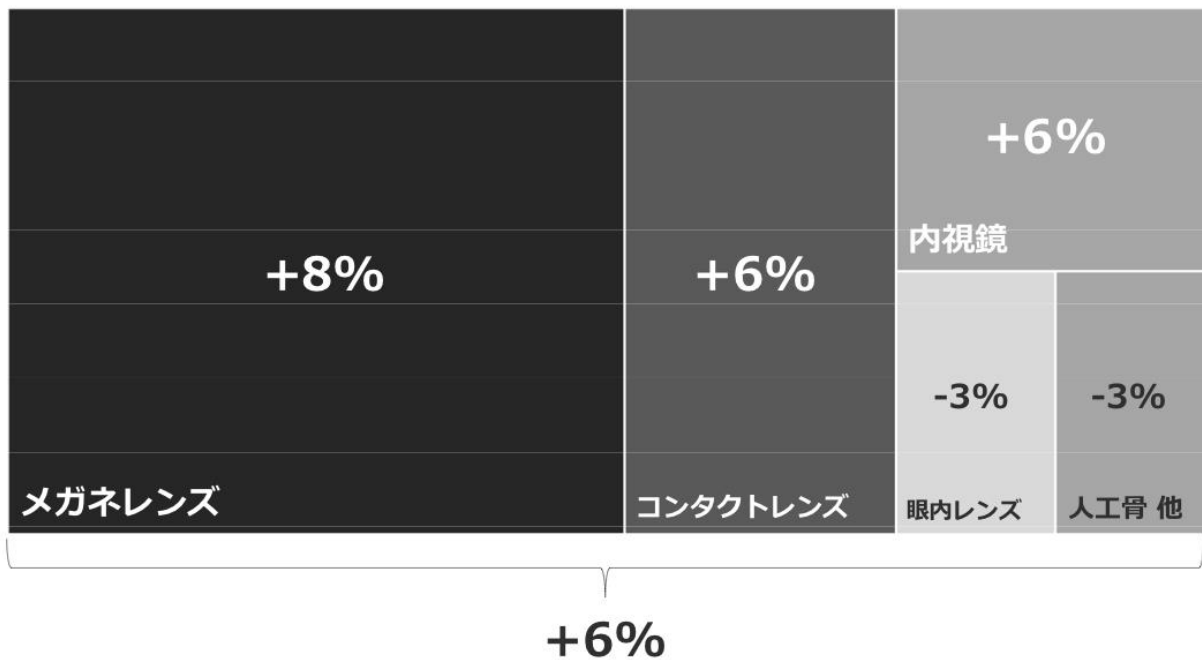
しかしながら、デジタルカメラ市場は縮小を継続するものと考えますし、また、このクォーターで作っていますが、作りすぎて在庫調整というサイクルを繰り返すこともありますので、カメラに変

わる新用途が見込まれるまでは、基本的には継続して減少する前提で、固定費をきちんとコントロールしていくことが必要と考えます。増収を達成したことと、昨年度実施した構造改革の効果もあって、前年同期比での収益性も大きく改善したクォーターでした。以上です。

司会：続きまして、CEO の鈴木より、ライフケア事業の概況説明と全体の総括を申し上げます。

ライフケア事業概況

売上増減率 (Like-for-Like)



© 2021 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

18

鈴木：はじめにメガネレンズ。廣岡も言っていましたけれども、メガネもそうですし、眼内レンズもそうなんですけども、なぜか日本だけ悪い状況でした。足元は（感染者が多い）インドもブラジルも伸びているのに、日本だけ縮んでいるという「どうなっているんだろう？」という状況でした。4Q はアメリカもヨーロッパも中国も、それなりに YoY も QoQ もプラスになっているなか、日本だけはマイナスになりました。

ヨーロッパでは、Grand Vision という大きなチェーンの顧客が EssilorLuxottica に買収されて、この先その売上がなくなる前提で、意識して当該顧客と相談をしながら取引量を減らしているところ。我々がシェアを取っているとも思わないので、それでもきちっとプラスが出ていることから、市場が活況なんだと思います。

一方、日本がだめなのはデパートが悪いのはしょうがないと思うんですけど、日本とヨーロッパ、アメリカと見ていて違うのは、どちらかというところヨーロッパとアメリカは、チェーンのほうが戻りがゆっくりです。個人店（※インデペンデント）の戻りのほうがずっと早い感じなのに対して、日本は全く逆で、個人店が縮んだまま戻ってこないなか、チェーンが少し戻している。チェーンが伸びて一般店が縮み、売上全体は縮んでいる構造です。なぜか日本だけ別の動きをしたクォーターでした。

PENTAX（※内視鏡）は4Qだけ取れば、そこそこだったかなというので、ヨーロッパは大体前年並みでしたが、アメリカもアジアも基本的には前年比でほぼ二桁伸びています。キャピタル・インベストメントというのか、割とひとつのディールが大きくて、一過性でどんと上がったところもあり、これがずっと続くかどうかは不明です。

また、シングルユース（ディスポーザブル）の内視鏡は来月からヨーロッパで売りはじめることができる状態にやっとなりました。コロナの影響からも市場が広がるなか、AMBUという会社が大きいのですが、そこへ2匹目のドジョウとして入っていこうと。

製品別概況



前四半期に続き、中国での成長がけん引したアジアが大きく伸びたものの、売上の4割強を占める日本国内の手術件数が戻らず、全体では微減収となった。今後も短期的にはCOVIDの影響はしばらく残ると見込むものの、継続的な市場シェアUPで成長を図っていく。



各国でロックダウンがあったものの、業界が環境の変化に適応しつつあり、市場の活動や投資も再開してきている。その結果、当社の内視鏡売上も成長に転じた。使い捨ての気管支内視鏡の上市をQ1中に予定。

眼内レンズはこの四半期だけを見ると、前述のとおり日本が悪い。白内障手術の量をこなしているクリニックはそれほど落ち込んでいないのですが、総合病院と言われるところの眼科での白内障の手術がどっと落ちています。必ずしもコロナの患者を受け入れているか、受けて入っていないかは別として、大きな病院を避ける傾向が見られます。インドでもブラジルでも UK でも IOL の販売数は増えているのに、なぜか日本だけは戻らない状況です。

また、今まで我々は単焦点という焦点が1つしかないものが中心で、日本ではそれなりに単価が取れるからいいのですが、日本以外のところで一生懸命商売を広げていく中で、単焦点の単価はこれから先どんどん下がっていく方向にしかならない。単焦点が高く売れるのは日本だとか、中国だとか、一部の国であって、そこでの商売を増やしてきたんですけど、ここから先増やそうとすると、どうしても単焦点の価格の安いところで増やしていきなきゃいけない。収益的にだんだん難しくなりそうなので、マルチフォーカル、多焦点ですね。多焦点のレンズをこれから売っていかないとだめなんだろうと考えています。前から製品としては持っていたし、今ちょうど新しい形のマルチフォーカルがソフトローンチ中です。多焦点レンズの単価は単焦点に比べると4倍とか、そういう単価になりますが、これは日本にはあまり市場がないんです。日本は保険適用になっておらず、多焦点を入れても単焦点を入れても、医者を受け取る金額は同じなのでインセンティブが働かず、単焦点中心の市場となっています。

他方、多焦点の市場が大きいのはヨーロッパの一部の国とアメリカです。そういうところは、多焦点を売っていかねばいけない。これから中国もそうです。中国も多焦点レンズを売っていかないとだめなので、それを課題にしてやっていこうかなというところでは。

中国は今まで割と単焦点のレンズでも高かったんですけども、この半年ぐらい前からボリュームベーステンダー、元々、病院が買うというよりも国が一括で仕入れるというふうに地方政府が動いていて、ボリュームベースで入札をして、ディスカウントしていく仕組みに変わっています。全ての都市ではないんでしょうけども、いろいろ都市がそちらに動いています。医療で病院にお金を使うのはいいが、医療関係で外に出ている金を締めろというのが中国政府の指針のようです。中国メーカーもいるのですが、全体から見ると外国メーカーが多数のため、ここを締めろという話にどうもなっているらしいです。それがきっかけで中国も価格が落ちています。中国の場合は保険ではなく個人が3割、4割払ってますけど、個人がもっとお金を払って入れるようなレンズを売っていかないといけないし、中国も含めてそれをやっていきたい。

製品別概況



再度のロックダウンにより、小売店の閉店などの影響があったものの、3月以降回復が進み、前年比プラスに。短期的に不安定さが残るものの、生活必需品であることから徐々に正常化していく見込み。近視が世界的に取り沙汰されるなか、近視抑制に関連した製品へ注力していく。



2回目の緊急事態宣言の影響などにより、市場は落ち込んだものの、継続的なシェア拡大（当社推定）や高機能製品のミックスが増加。また、関西エリアにて14店舗展開するチェーン小売を買収。足元の緊急事態宣言下では一部店舗が休業も「ほしい時便（アプリでの購入）」などで対応していく。

コンタクトレンズの小売りについては当然、日本は緊急事態宣言で時短などの影響がありました。イオンなどの商業施設や駅ビルに入っているのも、そこが時短になると同様に時短になっています。1月は時短の影響があったのと、そもそもリモートで仕事をしている人たちはコンタクトをしないという人がいるので、市場全体が1割強縮んでいます。1割ぐらいの人たちが外に出ないで家にいるので、減っています。それに追い打ちがかかったのが足元の今回の第3の緊急事態宣言で、1月よりも4月が割と影響が大きそうだと感じています。商業施設の1階は空いているんだけど、当社の店舗がある2階以上は閉まっているような状態です。この事業は100%日本国内ですので、ちょっと苦労するのかなという感じです。

一方、処方箋や記録があるお客さんに対しては宅配もしていますし、処方箋期間も延ばすというのはやっていますが、さすがにそれだけではなかなか売上がつけれないかなと。お店が閉まっているとやっぱり苦しいかなという感じです。

最後に総括します。「なぜ日本だけ悪いんだ」というのが総括。また、監視カメラやデジカメが割と4Qなんか戻ってきているんですが、ここのメーカーたちがまた在庫をつくりはじめてないか心配しています。1Qとか2Qぐらいまでは大丈夫かもしれないけど、また夏頃過ぎると在庫がたまったら生産調整するということにならないかちょっと心配です。

FPDでおやっと思ったのは、折りたたみ式の OLED が、中国メーカーを含め色々と機種が発売されてきていることです。

あと、意外と LSI のミッド/ローというのか、特にミッドのところですかね。ロジックの 28nm とか 14nm とかはそれなりに動いてるんですけども、ディスクリートやマイコン辺りのところでファブ（※ファウンダリ）のキャパシティがパンパンで、今入っているものを一生懸命作るのはいっぱいで、新しいデザインが入らないということなんだと思います。基本的には線幅が大きいものが足元で動いてないなというのが実感です。

一方、EUV の設備投資関連ですけど、一番足が長い（※リードタイムが長い）設備投資のアイテムが検査機であり、検査が入ってこないと他の装置を入れて立ち上げてもしようがない。足元を見ればほぼ今まで設備投資したものがフル償却になっている状態なので、次の検査器が来るまでの間は、若干は増えるでしょうけど、大雑把には今の償却のベースが 1 年ちょっとぐらいは続きそうです。

2022年3月期の展望

- 増収増益を目指す
- ライフケア事業は短期的には不確定要素があるものの、売上の大部分を占める地域（米国＋EU5）でのワクチン接種などを背景に、パンデミック前の水準への回復を目指す
- 情報・通信事業は、継続してEUV blanks と HDD 基板が成長をけん引。両製品の新工場稼働に伴い、償却負担増を見込むものの、増益を目指す
- ESG はマテリアリティを特定し、目標達成に向けた具体策の検討を行う

鈴木：2022 年 3 月期の展望ですが、上期に大きく変なことで転びそうな雰囲気はありません。メガネにしても他の製品にしてもコロナ次第と言えますが、ワクチンがそれなりに効いてきているの

も含めて、少なくとも上期に情報・通信側も含めて大きく崩れるような感じはなさそうです。少し顔を上に出したぐらいのイメージでいけそう。下期は6カ月先を予想しろと言っても無理です。

廣岡：予想するのは非常に難しいですけども、ライフケアの製品は医療機器にしてもメガネにしてもワクチンあるなしに関わらずもともと必要なものです。しかし、ワクチンの効果で人が外に出て行くようになると、今よりも回復するでしょうし、コロナ前の水準越えを目指さなくては行けません。日本は下期になってもワクチンが行き渡らないかもしれないことから、コンタクトレンズの市場が1年間を通して戻るということは考えにくく、ちょっと苦戦をするかなというところだと思います。

情報・通信は、景気に左右されにくいライフケアと比べて、景気動向の影響を受けるリスクがあります。景気を見ていると、お金もどんどん供給されているので、下期に急に不景気な状況になるのも思っていないんですが。下期に一気にガタッとくるようなことも、すごく伸びる要因があるわけでもないというのが情報・通信の想定です。ここにも書いてありますが、償却負担をこなしていくということをやっているかなければいけないと考えています。

鈴木：当社のビジネスって、必需品ですので不況になったからといって需要が落ちるわけでもないし、好況になったからといって大幅に増えるわけでもない性質でして。基本的に所得にまわらるであろう、お金がたまっている状況は変わらないので、仮にワクチンがそれなりの効果があるということでコロナの影響が減っていくとなると、消費は膨らんでいくはずだと思います。

一方で、企業側の設備投資が供給になかなか追いついていけないので、なんとなくいろんなものの価格が上がりそうと見ています。その結果、コストが上がっていく可能性があります。そのような兆しが見えたら早いうちに価格に転嫁する方法を一生懸命考えようと思います。これは2022年3月期というよりは2023年3月期までの見通しでもあります。

司会：私から最後に一点補足させていただきます。ESGに関しては上半期中にマテリアリティを特定して、各事業部門を含めて目標達成に向けた具体的な策を検討していこうと思っています。マテリアリティに関しては8月頃に発行予定の統合報告書の中でも報告させていただきます。

質疑応答

司会： それでは、質疑応答に移らせていただきます。ご質問いただく際に会社名とお名前をお願いいたします。 それでは吉田さん、よろしくお願いします。

吉田： お世話になります。CLSA 証券、吉田です。

EUV ブランク、ガラスサブストレート 3.5”が今回 80%、90%といったような高い水準の伸び率になってるんですけども、今後の伸びをどう見られているのかをお聞かせください。

池田： EUV に関しましては先ほどご説明しましたように、EUV を使ってくれる顧客の設備投資も過去最高額ですし、EUV 露光機も 2021 年度の間は順調に伸びていくものと思います。ただ、我々のキャパシティがいっぱいになることが予想されますので、投資設備の増強をしていかなければいけないと思います。

HDD に関しましては、データセンターの投資サイクルによりクォーターごとに見ると上げ下げがあるので予想が難しいのですが、年間などの長いレンジで見れば今と同じペースでは伸びていくと考えています。

吉田： 了解です。EUV に関しては、今回露光機メーカーがキャパの見通しをされてますけど、それに加えてスペックも、今までのスペックに対して 160 ウェーハー/時まで処理スピードが上がると思います。それも考慮してブランク枚数が増えると考えたほうがいいでしょうか。

池田： 処理能力もあるのですが、ペリクルを使う/使わないの要素も影響します。一部でもしかしたら既に使われてるかもしれませんが、ペリクルが使われると透過率、光量が落ちますので、スループットが落ちます。それでもレイヤーによってペリクルを顧客が採用していくんだと思います。ペリクルが使われるとブランク枚数が減るのではということもある一方で、EUV の技術がより使われやすく、裾野の広がりも早くなると思います。1つ、2つのファクターだけではなく、幾つかの要素が絡み合ってますので、一義的に言いにくいところではあります。スループット、それからペリクル、そういった要素が重なって、今後の需要に影響していくものと考えます。

吉田： ありがとうございます。

あと、もう 1 点、設備投資、償却費のところなんですけれども、もし今期への設備投資、償却費の全体の方向感なんかがコメントいただけましたら、お聞かせいただけますでしょうか。以上です。

廣岡：設備投資については、過去2年結構投資をしてきましたので、今年度（※2022年3月期）は意思決定ベースになりますが、250億前後ぐらいと考えてます。当社は四半期ごとに状況に応じて変えていっていますが、現時点ではそのように見込んでいます。

償却については、第4クォーターの実績が100億円ぐらいになっていますが、ここから先はEUVブランクスやHDDサブストレートの償却も入ってきますので、10億前後ぐらい増えるイメージで捉えていただければと思います（※四半期で110億円ぐらいになる）。

吉田：分かりました。ありがとうございます。以上です。

司会：吉田さん、ありがとうございました。

続きまして、中名生さん、お願いいたします。

中名生：よろしく申し上げます。

先ほど吉田さんがEUVのことを聞かれたので、ちょっとかぶってしまって恐縮なんですけれど。中期的にキャパを増やすというコメントがありましたけれど、これはブランクスの検査装置自体も早い段階でさらに手当てがする必要があるのでしょうか。それとも、今ある検査装置をベースに周りのものを手当てしていくという主旨なのでしょうか。中期的に、どのくらいキャパが上がった段階でまた次のステージの大きな投資が必要になるのかといったあたりをお伺いできますでしょうか。

池田：まず検査機に関しましては、シンガポールに新ラインを設立して、それをフルキャパにするだけの検査キャパは当然持っています。それに加えて、今後増やす必要がある量に対応するために、一番納期が長い検査機を先行して手配しております。

中名生：直近の3カ月で、顧客の投資がもう1段強くなってると思いますけれど、それに対応してさらに手当てをする必要があるぐらいの変化はあるのでしょうか。

池田：そに対応するために、今、新たに1台検査キャパを増やしております。正確には、既に発注をしていますが、納入はまだ先ではあります。ただ、当然検査機だけではもの出ませんから、その検査機の能力に合うだけの成膜装置など、すべてのプロセス装置をこれから入れていきます。先にそれだけ入れても検査機が来ないと意味がありませんので、長納期品から先に手当てをしているということです。

中名生：そういう意味では、今さらに手当てをしてる1台と、その周辺がフルに動いたときっていうのは、今の売上に対して、どのくらいの増加分まで対応が可能になるイメージでしょうか。

池田：新たにシンガポールで新設したラインの倍ぐらいの検査機の容量は手配しております。

鈴木：今に対して140%か145%みたいな感じの増加になります。その先は、High NAの装置になったときに、装置の構成がこのままでいいのかわかっていうのは、まだ分かっていません。検査精度も含めて、何を買っていいのかが、今ひとつ分かっていないのが現状です。

中名生：ありがとうございます。

司会：ありがとうございました。

続きましてケイさん、よろしくお願いいたします。

ケイ：よろしくお願いいたします。今日はありがとうございました。

内視鏡なんですけれども、シングルユースの内視鏡、もうそろそろ出てくることなんですけれども、どれくらい期待していいのかわかりたいと思います。AMBUが既存プレーヤーだと思うんですけれども、もちろんあまり具体的には話せないんでしょうけども、AMBUと何が違うのか、どういう国とかで展開されるかなど、もう少し詳細があれば非常に助かります。よろしくお願いいたします。

鈴木：Cマークですので、基本的にはヨーロッパの国が中心になります。FDAの許可が下りてくわけではないのでアメリカで売れるわけでもないし、日本も同様です。FDAはまだ、1年とか1年半かかるので、ここから1年半ぐらいはヨーロッパの国が中心になります。道具としての使い勝手や価格も含めてAMBUがやっていることと大きく変わりはないですけども、内視鏡メーカーとして画像処理をずっとやってきたので、映像（画質）がいいですというのが1点。また、内視鏡メーカーのノウハウを生かし、見に行くだけではなくて、処置具などを通すチャンネルを作りました。この2つでどの程度売れるのかわからないという感じだと思います。

今までは1社購買になっており、AMBUの売上のほとんどがこの用途ですから、ヨーロッパで2割ぐらいがPENTAX（※当社）に来てくれたらと期待しています。

ケイ：ありがとうございました。

それはタイムスパンとしては数年の間とかわかるという感じなんですよ。

鈴木：病院側もこれ（※シングルユース内視鏡）を消耗品と捉えているので、入れ替わるときは、意外とそんなに時間はかからないと思っています。設備投資ではなく消耗品なので、（主な使用先の）救急ところで承認がされると、意外とすんなりいくのかわからないと思っています。

ケイ：分かりました。ありがとうございました。

もし、2問目よろしければいいんですけども、EUV、マスクブランクス競争状況で開示できる範囲でご説明いただけますか。検査機のボトルネックがあると思うのですが、Sさんの参入に関してどういうことをお聞きになってるかとか、競争状況が変わりそうかどうかとか、ご説明いただけますか。

池田：われわれのお客様どうしても2社購買したいっていうのもありますし、Sさんはわれわれのお客様のところに出すことはあるんですが、今のところお客様の評価で、われわれよりも何かいいところがあるっていうような状況は見えておらず、競争状況のところは前期とそれほど変わってはおりません。

鈴木：将来のノード、デザインのところで入ってくると考えるのが多分、一番自然です。2nmや1nmで入るために何ができるのかが多分議論になるんだと思います。

ケイ：分かりました。御社から見られてSさんの供給能力とか、先ほどのレーザーテックの検査装置の調達能力を含めて、御社から客観的に見られて現実的な話なんでしょうか。

鈴木：以前は大丈夫だろうと高を括っていたら、やられたので、今回はそれなりに脅威を感じながらやっていきます。

ケイ：分かりました。ありがとうございました。

司会：ありがとうございました。それでは、ちょっと時間も過ぎてしまいましたので、本日の説明会を終了いたします。

本日は、お忙しい中ご参加いただき、誠にありがとうございました。

鈴木：失礼いたします。

司会：失礼いたします。

[了]
