



HOYA 株式会社

2023 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会

2022 年 10 月 27 日

[登壇者]

2 名

取締役 兼 代表執行役 CEO

池田 英一郎（以下、池田）

取締役 兼 代表執行役 CFO

廣岡 亮（以下、廣岡）

司会：それではお時間になりましたので【HOYA 株式会社 2023 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会】を開始いたします。

本説明会では、日英での同時通訳がご利用になれます。日本語で視聴される場合は画面下部の通訳ボタンから日本語を選択してください。英語で視聴をご希望される場合は同じボタンより英語を選択してください。プレゼンテーション資料は日本語表記のため、英語表記の資料はお手数ですが当社ウェブサイトをご参照ください。

本決算説明会のトランスクリプトは数営業日以内に当社 IR サイトに掲載いたしますので、宜しければご参照ください。なお、当説明会の音声やトランスクリプトの無断アップロード等はお控えくださいますようお願いいたします。

さて、本日の当社側からの出席者は、取締役 代表執行役 CEO の池田英一郎、取締役 代表執行役 CFO の廣岡亮の 2 名です。本日は、第 2 四半期の業績ならびに主要事業の概況等について、ご説明申し上げたのち、参加の皆様からのご質問にお答えし、15:45 に終了予定です。

PC より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。英語表記の使用は、お手数ですが、当社 Web サイトをご参照ください。

本決算説明会のトランスクリプトは、2 営業日以内に当社 IR サイトに掲載いたしますので、よろしければご参照ください。

本日の当社側からの出席者は、取締役兼代表執行役 CEO の池田英一郎、取締役兼代表執行役 CFO の廣岡亮の 2 名です。

それでは、CFO の廣岡より、第 2 四半期の業績についてご説明申し上げます。廣岡さん、お願いいたします。

決算ハイライト

1. 世界的に厳しい外部環境のなか、過去最高の四半期売上・税前利益を更新
2. ライフケア事業は堅調に推移、全ての主要製品が増収を達成
3. 情報・通信事業は、HDD基板の縮小幅が増加、映像も減収に転じたものの、半導体ブランクスの好調や為替効果により増収を確保

© 2022 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

3

廣岡：第2四半期の結果から説明いたします。

まず1つ目のハイライトです。3カ月前にお話をさせていただいたときと比べて、より一層外部環境が悪化し、今後についても、どこを見ても悪くなっていくことを実感した四半期でした。

そのようななか、ライフケア事業が全般的にはしっかりと成長ができたことが2つ目のハイライトです。このような環境の中、ディフェンシブなビジネスであることから、主な製品がほぼ全て増収となりました。

3つ目のところ、情報・通信については、ポジティブな話からしますと、引き続き半導体ブランク스가好調で、Q2の実績を見ても、足元を見ても、EUVは引き続き需要が旺盛です。

一方、ネガティブな点としては、HDD基板と映像関連が前年比実質ベースでは減収になりました。HDDについては、後ほど詳しく説明いたします。

業績概況

(億円)	Q2 FY21	Q1 FY22	Q2 FY22	YoY	QoQ
売上収益	1,626	1,802	1,841	+13%	+2%
税引前四半期利益	540	615	618	+15%	+0%
四半期利益	430	484	473	+10%	-2%
cf. 通常の営業活動からの利益	492	542	539	+9%	-1%
cf. 通常の営業活動からの利益率	30.3%	30.1%	29.2%	-1.1ppt	-0.9ppt

- ・ 円安により売上収益は167億円、税前利益は54億円のプラス（当期レート USD@139.35円、EUR@139.53円）
- ・ 為替換算影響を除いた実質成長率は売上収益+3% YoY、税前利益+5% YoY
- ・ 税前利益と営業利益の差異は、主に為替益（63億円）と金融収益（受取利息+16億円）による

© 2022 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

4

まず数字の結果からですが、売上が1,841億円、前年に比べて13%のプラス、税引前四半期利益618億円、前年に比べて15%のプラス、四半期利益が473億円で、前年に比べて10%のプラスとなりました。

また、参考指標ですが、通常の営業活動からの利益は539億円で、こちらも前年同期比で9%のプラスでした。

円安が非常に進んでいるため、円ベースに換算すると数字が大きくなっていて、箇条書きの2つ目に書いていますが、為替の影響を除いた実質ベースでは、売上が3%プラス、税前利益については5%のプラスでした。

決算短信補足説明資料に記載していますが、通常の営業活動からの利益についても、為替換算の影響を除いたベースでも、若干プラスの結果となっています。

営業利益と税前利益は、金額に差がありますが、為替益が大きく出ていることと、金利が上がっていますので、そこからの受取利息が前年に比べると増えているためです。

全体として言えることは、情報・通信で実質減収に転じてしまった製品群がありますが、これをライフケアがしっかりと売上を伸ばしてカバーできた四半期でした。ただ、利益に関しては、売上の構成が変わりましたので、通常の営業活動からの利益と利益率は下がる結果となりました。

ライフケア事業

(億円)	Q2 FY21	Q1 FY22	Q2 FY22	YoY	QoQ
売上収益	991	1,108	1,188	+20%	+7%
税引前四半期利益	234	250	274	+17%	+10%
cf. 通常の営業活動からの利益	198	216	232	+17%	+7%
cf. 通常の営業活動からの利益率	19.9%	19.5%	19.5%	-0.4ppt	+0.0ppt

- 為替ニュートラルでは売上収益+10%、税前利益+9%

© 2022 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

5

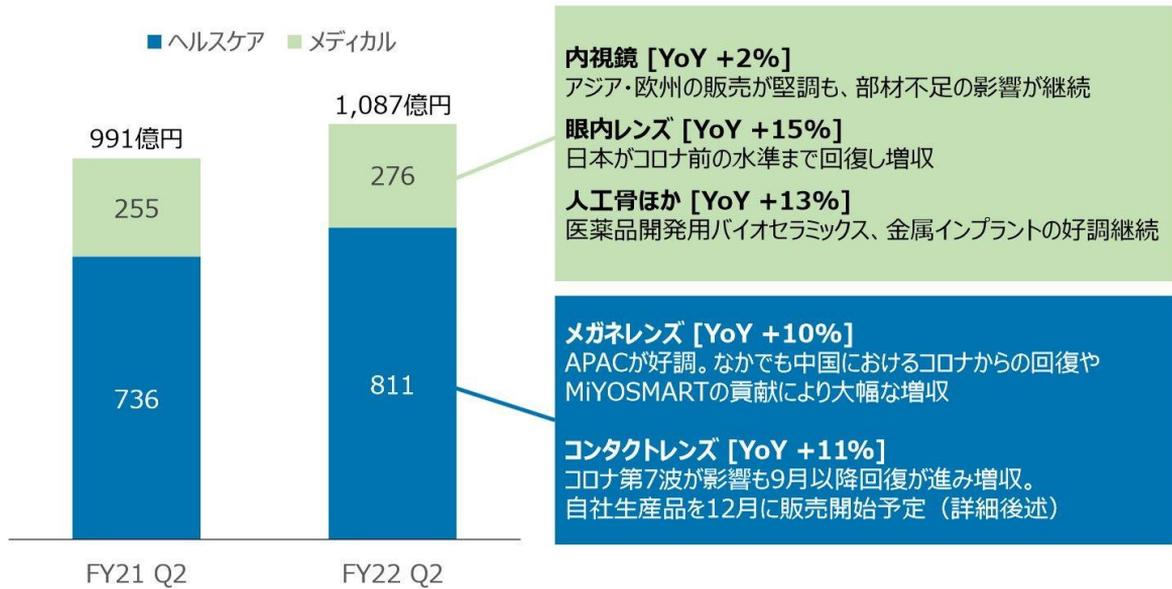
続きまして、ライフケア事業の結果になります。

売上収益が 1,188 億円、前年に比べて 20%のプラス、税前利益が 274 億円で 17%のプラス、通常の営業活動からの利益が 232 億円で 17%のプラスとなりました。為替の影響が大きく出ていますが、これを除いた実質ベースでも 10%売上が伸びており、厳しい環境ながらも二桁成長できたことはポジティブでした。

ライフケア事業についても、景気が悪くなるとチャレンジングにはなってきますが、一方で、そのような環境の中でも、それなりに需要があり、しっかりと成長ができることを再認識できた四半期でした。

通常の営業活動からの利益率は今回 19.5%でした。常に 20%前後をレンジと意識していますが、20%は行きたかったなと思うところもあります。一方で、前年と比べて販促費、R&D 費、クリニカル関連費用など、成長への投資を増やしつつも、このレンジの中にしっかり収められたとも思っています。これらの投資に伴って、売上もしっかり成長しているところは、やろうと思ったことをある程度実現できていると評価しています。

ライフケア事業 各製品の概況 (為替ニュートラル)



© 2022 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

6

それでは、事業別に説明をします。こちらの数字は、全て為替ニュートラルベースで表示しています。

内視鏡については、前年と比べてプラス 2%で、残念ながら半導体不足の状況は、この四半期も続きましたし、まだ見通しとしても解消のめどが立っていません。ただ、3カ月前に比べると、状況は少しずつ良くなっていて、実際にプロセッサの出荷台数は増えてはきています。ただ、いただいたオーダーと出荷台数には依然としてギャップがあり、売上成長にキャップがかかっている状況は変わりません。そのような中、アジア・欧州はしっかりオーダーが取れていて、前年に比べて 2%の成長ができました。

続きまして、眼内レンズです。こちらは前年比 15%と大きく伸びました。前年、コロナの影響を受けていた地域等がありますので、そこからの回復となりますが、一番大きく市場が戻ったのが日本です。眼内レンズ全体の成長率 15%を上回る成長ができました。それまでかなり回復が遅れていたため、単純にこれが戻ってきたとの見方もできますが、市場が戻ってくるタイミングでしっかりと営業をかけて、販売できたことが数字に反映できていると見ています。

また、金額的には小さいですが、人工骨についても二桁成長をできています。

ヘルスケア関連製品のメガネレンズについては、為替ニュートラルで 10%の増収でした。これは M&A も含まれていますが、これを除いた内部成長では一桁の後半、7~8%ぐらいと見ています。M&A も含めてしっかりと成長することができました。

日本を含めたアジアが好調で、中でも Q1 にコロナ（ロックダウン）でやや苦戦していた中国が反動も手伝って、大きく成長することができました。一方で、アメリカは景気も良くなく、特に ECP（Eye Care Professional=独立系小売店）の市場が非常に軟調でした。メガネレンズ全体では二桁伸びていますが、米国が若干の足かせになっている状況で、アジアの高い成長を考えれば、本来はもう少し伸びてほしかったところです。

最後に、コンタクトレンズです。7月、8月と、コロナが日本で再拡大し、影響は少なからずありましたが、9月以降、しっかりと回復をしてきて、前年と比べて二桁成長することができました。

前年の7月～9月は、コロナ真ただ中だったので、そこと比べればプラスになるのは当然ではありますが。依然、コロナ前の水準には戻っていない状況ですので、これからも引き続きしっかりと需要を取り込んでいきたいと考えています。

以上のように、国・地域や部材調達の問題、コロナの再拡大など、いろいろと向かい風はありますが、全体で実質ベースで二桁成長できたのは、やるべき事をそれなりにしっかりとできたからだと思います。

情報・通信事業

(億円)	Q2 FY21	Q1 FY22	Q2 FY22	YoY	QoQ
売上収益	620	683	642	+4%	-6%
税引前四半期利益	310	356	344	+11%	-3%
cf. 通常の営業活動からの利益	301	335	317	+5%	-6%
cf. 通常の営業活動からの利益率	48.6%	49.1%	49.3%	+0.7ppt	+0.2ppt

- 為替ニュートラルでは売上収益-7%、税前利益+0%

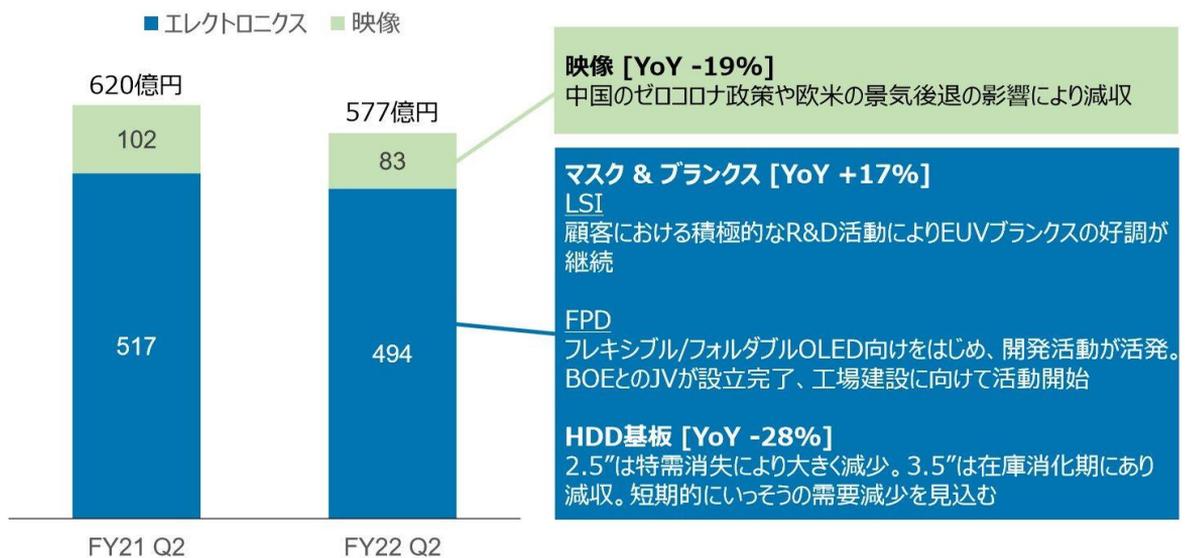
続きまして、情報・通信です。

売上収益が 642 億円、前年に比べて 4%のアップ、税前利益が 344 億円で、前年に比べて 11%のアップ、通常の営業活動からの利益は 317 億円、プラス 5%という結果でした。これは円ベースでし

て、為替ニュートラルでは、実質的には売上収益マイナス7%で減収となりました。また、通常の営業活動の利益も実質ベースではマイナスとなっています。

そのような中、利益率については維持することができました。成長している事業がある反面、マイナスになった事業もありますが、マイナスとなった事業もしっかりとコストコントロールをしながら利益率を維持し、結果的には通常の営業活動からの利益が49.3%と、高い水準の維持につながっています。

情報・通信事業 各製品の概況 (為替ニュートラル)



© 2022 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

8

それでは、事業ごとに説明していきます。こちらと同じように為替ニュートラルの数字になっています。

まず映像ですが、前年同期比で19%のマイナス。中国や景気の影響などで、前年と比べ売上が減っている状況です。ただ、グループ全体において占める割合も大きくありませんし、もともとここに大きな成長を期待しているわけではないので、景気の影響により売上がアップダウンする中でしっかりと収益力を維持していきたいと思います。当四半期についても20%近く落ちましたが、収益力をしっかりと維持できました。

続きまして、マスク&ブランクです。こちらは前年同期比で17%の成長でした。EUVが引き続き好調で、前年比で伸びている状況です。半導体業界全体ではいろいろな波が来ていると思いますが、当社のブランクは、R&Dに使われる用途が多いので、比較的こうした波の影響が少なく、EUVのところは足元も需要が堅調です。

このような環境ですから、一時的にアップダウンがある可能性も当然あるので、そこは慎重に見極めながら活動していますが、中長期的には、引き続き需要が増え続ける見方は変わらないです。

続きまして、大型パネル、FPD です。以前発表しました BOE との合併会社につきまして、会社の設立が完了しました。工場ができて、動くまではまだまだ時間がかかりますが、しっかりと合併会社が成立し、関係がしっかりと築けたことで、売上が取り込めているのが FPD の状況です。

最後に、HDD 基板です。当ビジネスは全て US ドルでやっていますが、Q2 の実績としては、US ドルベースで 28% の減収となりました。2.5 インチについては、前年の特殊な需要があったので、Q1 も良くなかったですが、引き続き大きく落としました。こうした状況は今後も変わらないと見えています。

また、3.5 インチが前年を下回っている点が Q1 の状況と異なります。Q1 の説明会のときも、短期的には調整が入る懸念をお伝えしていましたが、その懸念が現実化しているのが Q2 で、それによって HDD 基板全体で 28% ダウンとなっています。

そのような環境下、コストダウンをしっかりと行い、利益率を維持していくことが Q2 の目標でした。売上は前年に比べて 28% 減っていますが、利益率はしっかりと維持することができ、これにより情報・通信全体の利益率の維持につながっています。

では、今後はどうなるのかお話しします。長期的にデータセンターにおける 3.5 インチの需要が増えていく見方は変わりませんが、足元の状況をしっかりとご説明したいと思います。

Q3 については、はっきり言って、ものすごく悪いです。一気に在庫調整が入ることを見込んでいます。具体的には、HDD 基板全体で US ドルベースで前年比 8 割ダウンを見込んでます。80% になるのではなくて、80% ダウンを見込んでいます。それぐらい一気に在庫調整が行われる状況に短期的にはなっています。

非常に痛い話ではありますが、当社としては中途半端に事業を動かすよりも、一気にコストダウンをしていく、もしくは工場を止めて、一時的にコスト抑制に集中をしていくことになると思います。

Q2 実績はいろいろなコストダウンをしながら収益性を維持することができたのですが、さすがに売上が前年より 8 割も減るとなると、正直なところ、利益率の維持はなかなか難しいです。映像関連と比べ、HDD 基板はグループ全体での売上比率も大きいため、グループ全体で Q3 については前年比で減益になると考えています。

また、回復の時期の見立てですが、いろいろな外部のデータ等を見ていると、これだけの在庫調整があれば、Q4でそれなりに戻ってくるシナリオは描けるとは思っています。ただ、そのように見込んでいても実際に起こるかどうかは短期的には分からないので、明るい前提を勝手につくるようなことはしません。今後の当社の対応としては、足元を見ながら、需要が戻ってこないときは、工場を止めてコストダウンし、需要が戻ってきた際に速やかに対応できるような準備をしておくこと、それを月単位・週単位で確認しながらやっていくことが重要になってくると思っています。

貸借対照表/キャッシュフロー関連

株主還元

- 上限600億円の自社株買いを10/20に完了
- 本日の取締役会で取得した全株式を消却することを決議（発行済の1.15%）

設備投資*

- Q2実績は63億円（YoY -3億円）
- FY22は年間で400億円前後となる見込み**

減価償却費

- Q2実績は123億円（YoY +17億円）

* CFベース。有形固定資産の取得

** キャッシュアウトベース。投資の前倒しや、為替の影響もあり期首想定より増加する見込み

続いて、キャッシュフロー、バランスシート関連です。全体として大きな変化はありません。

自己株式の取得が完了しましたので、本日の取締役会におきまして、取得した株式について全額消却する決議をいたしました。

ご説明は以上です。

コンタクトレンズ プライベートブランド（PB）について

- これまでの当社コンタクトレンズ事業は小売に焦点があり、自社製品売上は極めて小さかった
- 競合小売との差別化や顧客リテンションUPを図るべく、本年3月にPB品（OEM）を2製品投入
- 顧客からの評判は上々であり、再購入率が高い状況



- hoyaONE PREMIUM
- シリコンハイドロゲル製
 - 含水率54%の保水力
 - UVカット機能付き



- hoyaONE comfort
- 安心品質の国産ワンデー
 - 天然うるおい成分「アルギン酸」を配合
 - UVカット機能付き

© 2022 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

10

司会：続きまして、トピックとして、コンタクトレンズのプライベートブランド製品について、簡単にご紹介いたします。

当社のコンタクトレンズ事業は、日本全国で約 360 店舗展開する、コンタクトレンズ専門店、アイシティにおいて、他社製品を中心に販売するビジネスモデルを展開してきました。

競合の小売事業者に対する差別化や顧客のリテンションを向上させるべく、当社は本年 3 月に、hoyaONE PREMIUM、hoyaONE comfort というプライベートブランドの製品、2 種類の発売を開始いたしました。

2 製品ともに、お客様からポジティブなフィードバックをいただいております、リピート購入率が非常に高い状況となっています。

hoyaONE treasuredを発売開始

- 本年12月には、自社工場生産のPB製品「hoyaONE treasured」を発売予定
- 酸素透過性が高く、レンズ表面に水分が集まる構造のため、柔らかで快適な装用感
- レンズの製造から小売りまで行う垂直統合モデルへ



hoyaONE treasured
(販売名:ホヤワン トレジャーD、承認番号 30400BZX00234A01)

© 2022 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

11

先ほどご紹介した2つの製品は、他社が製造するOEMのものでしたが、本年12月には自社工場にて製造するhoyaONE treasuredを販売開始する予定です。

これにより、HOYAブランドのコンタクトレンズとしては、3製品のラインナップとなります。hoyaONE treasuredに関しては、瞳に酸素を届ける透過性が高く、またレンズの表面に水分が集まる構造となっておりまして、その結果、非常に快適な装用感が期待できる製品となっています。

先ほど申し上げましたとおり、当社はコンタクトレンズの授業においては、長く小売のファンクションに焦点を当ててきましたが、今回のOEMを含む自社プライベートブランドの製品が加わることで、コンタクトレンズの事業を垂直統合モデルへと進化させていくことができると考えています。

以上、簡単ではありますが、コンタクトレンズのプライベートブランド展開に関してご説明申し上げます。

最後に、CEOの池田より、第2四半期決算の総括ならびに今後の見込みについてご説明申し上げます。池田さん、お願いいたします。

池田：先ほど廣岡から説明がありましたように、HDDガラス基板事業に関して、前年同期比でマイナスとなっています。これまでは2.5インチの減少分を3.5インチで補うという考え方でした

が、その 3.5 インチにブレーキがかかって、2.5 インチの減少を補い切れない四半期となりました。

しかしながら、情報・通信セグメント内においては EUV の継続的な成長により、またライフケアセグメントは二桁に達する成長により、HDD の減少分を補い、グループ全体としましては、為替による影響を除いても増収増益を達成した四半期となりました。当社のビジネスポートフォリオが機能していると言える四半期だったと思います。

ただ、Q3 については、HDD 基板が前年同期比でマイナス 80%と大きく減少するため、Q2 のように他事業でカバーすることはできなくなると考えられます。

しかし、年度で見れば、ある程度はカバーできると思いますし、また、在庫調整が一巡して、データセンターの投資が回復期に移行する際には、HDD の需要は戻ってくると考えます。さらに長期的にはドライブのデータ容量増が求められていて、容量増に対しては、基板の枚数が増えていくトレンドが継続していくと考えます。

当社ガラス基板の事業構造に何か変化が生じていることはなく、あくまで短期的なものだと思われるので、中期的視点では成長する事業であることは変わりませんので、その点をご心配いただく必要はないと考えています。

以上になります。

質疑応答

司会 [M]：それでは、質疑応答に移ります。それでは、まず吉田さん、お願いいたします。

吉田 [Q]：CLSA 証券の吉田です。ハードディスクのガラスサブストレートで、Q3 の 80%減というのは、2.5 インチも含む数字でしょうか。Q4 を楽観的には現状は見込まないようにしているのですが、保守的に見たスタンスでどれぐらいの伸び率になるのかについて、現状でのシナリオを教えてください。

廣岡 [A]：1 つ目の質問への回答は、2.5 インチ込みで HDD サブストレート事業全体での話です。2 つ目の質問への回答は、Q3 でここまで調整を行うと在庫水準が相当程度下がるため、需要の回復が予想されますが、どの時期からスタートするのかは正直なところ今は読めていません。言い換えると、1 月から戻るのか 2 月から戻るのか具体的なタイミングをお伝えするのは時期尚早です。Q3 は大きく落ち、それ以降に回復を見込んでいますが、どの時点から回復が始まるかについて楽観的なことを言うとミスリードになるため、今は足元の状況を見ながら回復を待っているという説明になります。

吉田 [Q]：Q2 の EUV ブランクスだけの売上伸び率はどのぐらいだったのでしょうか。また、下期の成長率見込みを教えてください。

廣岡 [A]：Q2 の売上伸び率は前年比で 3 割でした。

池田 [A]：今後の EUV の見通しについては、HDD の市場環境が厳しく、半導体もニュースが多いので、顧客とのコミュニケーションを密に行い情報収集を行っています。現状、EUV ブランクスに関する需要は引き続き強いです。3 年先までの物量の話は顧客各社と行い、また当社の設備投資計画を内部で議論していますが、今のところ見込みは一切落ちていません。引き続き EUV は強いです。

吉田 [M]：ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。芝野さんお願いいたします。

芝野 [Q]：シティグループの芝野です。

ハードディスク用ガラス基板は、前年比現地通貨建てで 8 割減ですが、この事業の利益は赤字になるのでしょうか？それとも黒字にはするのでしょうか。

廣岡 [A]：具体的な数字までは言及しませんが、赤字にはならないと見込んでいます。

芝野 [Q]：分かりました。

もう1点、引き続きQ3もライフケアは堅調で情報・通信のダウントレンドを補う見込みとのことですが、通常の営業活動からの利益ベースでライフケアが情報通信の厳しさを補い、さらに会社全体として増益になることは想定できますか？

廣岡 [A]：ライフケアの利益率の考え方は変えず、20%を基準にしています。HDDの減収が予想されるため、例えとして思い切り費用削減をすればライフケアの利益率を上げることはできますが、費用削減を行えば、事業の将来の成長を落とすことになるので、今のところはライフケアでの費用削減は考えていません。軸となる考え方は、利益率20%をベンチマークとして売上成長を実現すること。特に今は新型コロナウイルスからの回復が進んでいるので、これを取り逃がさないようにすることが重要です。

芝野 [M]：ありがとうございます。

池田 [A]：言い換えますと、HDD用ガラス基板の売上減少が短期的だと見ているため、このアクションになると言えます。

芝野 [M]：ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございます。続きまして、中村さん、お願いいたします。

中村 [Q]：ゴールドマンの中村です。2つ質問があります。1つは、冒頭、廣岡さんから足元で外部環境が非常に悪くなっているお話をいただきました。ハードディスク以外に、何か明確に御社の事業のポートフォリオの中で需要に減速感が出てきている事業はありますか。

廣岡 [A]：映像関連で需要の減速感が出ています。映像関連はQ2に売上が2割落ちていて、Q3はHDDのような減収率こそ見込んでいませんが、早期の回復も見込んでいません。Q3は前年比でQ2と同程度の減収率を見込んでいます。映像関連製品の需要は景気にも左右されやすいです。それ以外では、全体で見たときに大きな影響が出てきている事業は現状ありません。ただし、地域、顧客の視点で見ると、米国のECPは苦戦が続いています。これは市場要因で米国の景気が減速しているためです。欧州もチェーンよりもインデペンデント（独立系小売店）のほうが苦戦しています。不景気になるとライフケア事業でも事業環境がチャレンジングになることは変わりませんが、実際に数字で表れているところで、事業全体として大きく影響を受けているのはHDDと映像の2つです。

中村 [Q]：ありがとうございます。2つ目は、Q3の営業利益が前年比で減少する見込みということですが、現時点での営業利益見込みを教えてください。利益のガイダンスは出していないですが、ヒントがあればお願いします。

廣岡 [A]：当社はQ3利益予想を出していません。Q3決算発表時に開示します。ですが皆様の予想ができないといけないのでお伝えしますと、Q2は情報・通信で利益率を維持できましたが、Q3は利益率40%の達成が少し苦しいかなと見えています。

中村 [Q]：分かりました。ライフケアの利益率はこれまでの水準から変わりますか。

廣岡 [A]：ライフケアの利益率水準の見方は変えていません。

中村 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：ありがとうございます。続きまして、ダミアンさん、お願いいたします。

トン [Q]：ありがとうございます。ハードディスク基板で、顧客の開発ロードマップ、特に次世代ハードディスクの開発、ガラス基板の採用の計画は変化ありますか。

池田 [A]：ドライブの開発計画に関して、現状のドライブ1台当たりの基板数を10枚よりもさらに増やし、11枚モデル等の開発を各社とも継続していて、顧客の開発ロードマップに変更なく、当社は基板を引き続き供給しています。また、当社の主要な顧客が発表しているようにHAMRドライブを来年半ばにリリースする計画で、HAMR開発の状況も変化ありません。

トン [Q]：ありがとうございます。Q3は在庫調整により前年比80%ダウンとのことですが、Q4で次世代モデル20TB HDD用に基板需要増加を見込めないですか。

池田 [A]：直近の当社顧客の決算発表で示された10-12月期の売上予想の前年増減率よりも当社の10-12月期の増減率（マイナス80%）の方が大きいので、具体的なレベルは分かりませんが、基本的には在庫が減っていく方向と考えています。

トン [M]：ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。中名生さん、お願いいたします。

中名生 [Q]：ジェフリーズ証券の中名生と申します。EUVブランクスについて、3ナノの最終製品の需要が3ヶ月前、6ヶ月前に比べると落ちているようですが、足元のブランクス需要のトレンドとフォトマスク需要は連動性がありますか。

池田 [A]：現状、EUVブランクス需要は足元も見込みでも落ちておりません。

中名生 [Q]：分かりました。

映像で Q2 に売上が 20%程度落ちていますが、一方でデジカメ・交換レンズの販売数量は足元で強く、この違いの理由を教えてください。

池田 [A]：当社の映像事業では、デジカメの減収を他用途で補うことをして、その 1 つに監視カメラがあります。Q2 ではデジカメ向けは落ちてないですが、監視カメラ向けが中国での公共投資等が止まったことで売上が大きく減少し、映像事業全体の数字が落ちたので世の中のトレンドと大きく異なっていません。

中名生 [Q]：ありがとうございます。

2 点目は、通期の売上予想は 7,300 億円から変えていませんが、ハードディスク基板の売上予想を下げている一方で、当初の売上予想時の為替の前提は米ドルが 125 円でしたので変更されていると思います。為替前提の変更、個別事業の売上予想など、前回予想からの内訳の変化点を教えてください。

廣岡 [A]：通常、当社は Q1 決算発表時に通期の売上予想は出さないですが、見込まれる売上が開示基準を超えましたので通期売上予想の開示をしました（7,300 億円）。当社の開示に対する基本的な方針は変えておらず、3Q 決算発表時に年間の売上見込みを出すという考えです。売上予想を前回の 7300 億円から変更していない背景としては、HDD の環境は変わってはいますが、今の為替水準が前回予想の為替前提 125 円から大きく変わっており、為替前提を今の為替水準に変更すると前回予想を変更しなくてよい売上水準になると見えています。

中名生 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：ありがとうございました。

では、次の方を最後とさせていただきます。トムさん、お願いいたします。

トム [Q]：ありがとうございます。トムです。

マスクブランクスに関して、需要に変化はないとのことでしたが、EUV、DUV とともに変わらないのでしょうか。いくつかの顧客は R&D や設備投資を短期的に削減すると思いますが、どの程度の時間軸で HOYA に波及しますか？

池田 [A]：EUV のブランクスの需要に関しては、他の方からも質問がありましたように、現状、足元でも、その先の見込みでも、特に数字は変わっておりません。ご心配になるのも分かりますが、

最終製品に入っていくものではないですし、世の中の動きからの影響が小さく、今のところは変わっていません。

トム [Q]： EUV と DUV で特に状況は変わらないでしょうか。

廣岡 [A]： 足元の需要、もしくは売上額では、EUV は伸び続けていって、その需要は変わらないです。DUV については、当然同じような成長はしていません、一定の需要でずっと続いていて、変化はありません。

トム [Q]： 顧客が R&D や設備投資を遅らせていないという印象でしょうか。

池田 [A]： EUV に関しては、先端の 2 ナノノードの開発が行われていますが、少なくともそこでの開発活動におけるブランクスに対する需要、要求という観点からは落ちていません。

トム [M]： ありがとうございます。

司会 [M]： ありがとうございます。以上をもちまして、本日の決算説明会を終了いたします。本日は、ご多用のところご参加いただき、ありがとうございました。

廣岡 [M]： ありがとうございます。

池田 [M]： ありがとうございます。

[了]
