



HOYA 株式会社

FY25 Q1 決算説明会トランスクリプト

2025 年 8 月 1 日

出席者

取締役 兼 代表執行役 CEO

池田 英一郎

取締役 兼 代表執行役 CFO

廣岡 亮

司会： 2026 年 3 月期第 1 四半期決算説明会を開始いたします。本日は取締役代表執行役 CEO 池田英一郎、取締役代表執行役 CFO 廣岡亮の 2 名が出席しております。CFO の 廣岡より第 1 四半期の業績ならびに主要事業の状況、上期の業績見通しをご説明し、その後 CEO の池田より最近投資家の皆様と頻繁にディスカッションしているポイントについてご説明申し上げます。プレゼンテーションの後、ご参加の皆様からのご質問にお答えし、16 時に終了予定です。それでは、CFO 廣岡より説明を開始します。

FY25 Q1 連結業績



- ・【売上収益】円高が逆風となったものの増収を確保。為替影響を除いた実力ベースでは8%の増収となった。
 - ・【通常の営業活動からの利益】ライフケア事業の利益が前年同期のITインシデントの影響から反動増となり、CCベース*で18%の増益、過去最高を更新した。
- *CC: Constant Currency - 以下同様

売上収益 2,204 億円 +3% (CC +8%)	通常の営業活動からの利益 662 億円 +13% (CC +18%)	税引前利益 674 億円 +5% (CC +10%)	ROIC 19.9% 税引後営業利益/投下資本 (有利子負債+純資産のうち 親会社の所有者に帰属する持分)
USD	143.75円	+9.2% (円高)	
EUR	165.13円	+2.9% (円高)	

廣岡（CFO）： それでは第 1 四半期の決算概要をご説明いたします。

連結全体の売上収益は 2,204 億円で、前年同期比 3%増、為替ニュートラルでは 8%増加しました。通常の営業活動からの利益は 662 億円で 13%増、為替ニュートラルで 18%増です。税引前利益は 674 億円で 5%増、為替ニュートラルで 10%増となりました。

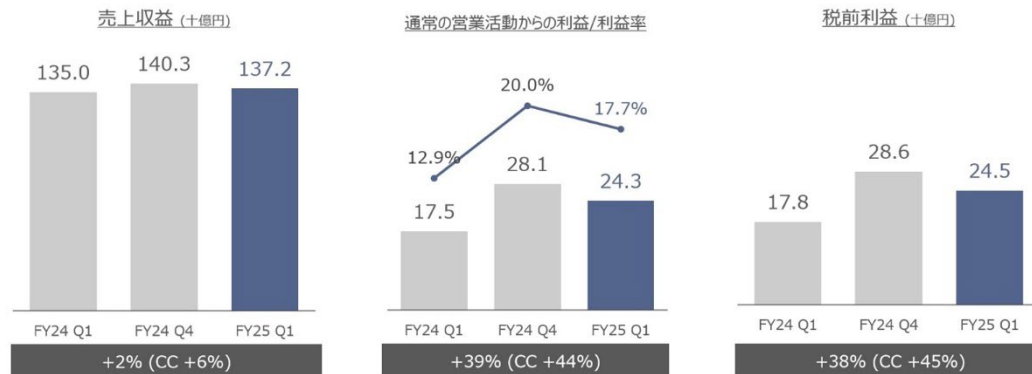
去年に比べてかなり円高に振れていますが、その中で増益を確保できました。利益増加が売上伸長を上回ったのは、ライフケア事業において前年 Q1 に IT インシデントが発生し利益が大きく落ち込んだため、その反動が影響しています。

また、参考指標として ROIC を 19.9%で開示しています。ROIC の算出方法は企業により異なり、他社と直接比較できるかは明確ではありませんので、当社では、投資家の皆様が財務諸表から直接ストレートに計算できる方法で開示しています。なお、3 ヶ月間の数値のため実効税率の変動等で上下することもあります。一定期間の傾向として参考にさせていただければと存じます。

ライフケア事業概況



- ・【売上収益】メディカル製品が低調だったものの、メガネレンズの売上が力強く伸長し、CCベースで6%の増収となった。
- ・【通常の営業活動からの利益】ITインシデントからのシステム復旧などの一時費用が発生した前年同期から大幅な反動増となった。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

5

セグメント別業績：ライフケア事業

売上収益は 1,372 億円（前年同期比 2%増、為替ニュートラル 6%増）となりました。通常の営業活動からの利益は 243 億円（39%増、為替ニュートラル 44%増）、税引前利益は 245 億円（38%増、為替ニュートラル 45%増）です。

当セグメントはヨーロッパ・アメリカでの売上が多く、円高が進んだことで、円ベースでの売上は 2%増にとどまりましたが、為替ニュートラルの実力ベースでは 6%増です。全体像として、メディカル製品はやや低調でしたが、メガネレンズは思っていた以上に伸ばすことができた四半期でした。前年同期に IT インシデントを受け、復旧費用も含めてメガネレンズが 1 番ダメージを受けていましたので、そこからの反動で今期は増益という状況です。

ライフケア事業 製品別概況：メガネレンズ

売上成長率
+5%
(CC +11%)

- 前年同期はITインシデントの影響を受けたため、CCベースで二桁の大幅増収となった。軟調が続いた中国を除き、ほとんどの地域が堅調に推移した。特に大型チェーンでの販売が好調だった。
- 近視抑制レンズMiYOSMARTがフランスで保険償還対象に認定。
- 米国関税：Q1は価格転嫁により影響をほぼ打ち消した。最終的な関税率は一部まだ不透明だが、価格転嫁と拠点ごとの生産比率のリバランスなどで対応していく。



【メガネレンズ】

売上は5%増、為替ニュートラルで11%増です。ITインシデントの影響を除いても市場と同等に伸ばすことができます。ただ、中国市場は軟調が続いていて、その中でしっかりと事業の立て直しをして、市場の回復を待っていきたいと思っています。この四半期のトピックスとしては、MiYOSMARTがフランスで保険償還対象となりました。また、関税影響については、Q1は価格転嫁ができていますが、Q2以降は関税率が高くなっていくと思いますので、引き続き価格転嫁やサプライチェーンのリバランスを行い、影響がないところまで持っていこうと考えています。

ライフケア事業 製品別概況：コンタクトレンズ（アイシティ）

売上成長率
+4%
(CC +4%)

- 過去数年での新規出店や買収店舗が顧客数増に貢献。また、小中高生のコンタクトデビュー層への拡販も順調に進捗。
- PB品（エクスクルーシブ性）とほしい時便/おトク定期便（利便性）により顧客リテンションが継続的に向上。
- Q1は4店舗を出店。今後も新規出店とM&Aを通じた店舗数拡大を図っていく。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

7

【コンタクトレンズ小売（アイシティ）】

当四半期においても変わらず安定しました。収益力もしっかりしていますので、今後も継続して同じことをおこなっていく方針です。店舗数が増え、市場シェアも上がってきていますので、ハードルは上がっていくこととなりますが、そのなかで収益力を保ちながら、ホワイトスペース・エリアなどを狙って新規出店と M&A を通じて安定的に成長していきたいと思います。

ライフケア事業 製品別概況：内視鏡

売上成長率
-3%
(CC +2%)

- 主要市場である欧州での販売活動が堅調に推移し、CCベースでプラス成長を確保した。
- 中国市場は前Q4以降、反腐敗運動の影響が一巡したことで、回復が継続（ただし、以前の水準への回帰には依然遠い）。
- 年初よりグローバルでの構造改革を開始。製品/地域/顧客セグメントの選択と集中を進めていく方針。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

8

【内視鏡】

売上は 3%減、為替ニュートラルでは 2%増です。海外売上が大部分のため、円高の影響で円ベースでの売上は減少しました。欧州は堅調でしたが、米州は四半期でアップダウンが発生しています。中国は底をついて回復傾向にありますが、過去の水準までは戻っていないので、早期に戻していきたいと考えています。

ライフケア事業 製品別概況：眼内レンズ

売上成長率
-6%
(CC -2%)

- 日本の病院チャネル向け売上が成長軌道に戻ったものの、欧州は新基幹システム導入時のトラブルにより製品供給が停滞。足元で同トラブルは解消済み。
- 中国は引き続きNVBPが価格などに影響。今後は民間市場向けの販売強化で影響低減を図る。
- 短期的な課題を解決するとともに、三焦点レンズをはじめとするATIOLの拡販を通じ、Q2以降の業績向上を目指す。



【眼内レンズ】

売上は 6%減、為替ニュートラルで 2%減です。こちらも円高の影響を受けました。日本はしっかり伸ばせました。グループ全体から見ると、ごく一部のシステムではありますが、欧州でシステム入れ替え時のトラブルが出荷に影響しました。導入時に受注と出荷がうまくいかないことがありましたが、足元では解決済みです。欧州は通常はしっかりと成長していましたが、この四半期は一時的要因が足を引っ張りました。また、中国では引き続きNVBP政策の影響が継続し、マイナスという状況です。中国はマーケットの状況を見ながら成長戦略を再度練り直す必要がありますが、全体から見れば一過性の話と捉えています。全体感としては、高付加価値製品を幅広い地域で販売できるようにし、成長を目指していきます。

ライフケア事業 製品別概況：人工骨ほか

売上成長率
-11%
(CC -7%)

- 手術器具や内視鏡洗浄機の販売が安定的に推移したものの、バイオ医薬品業界の需要低迷ならびに在庫調整によりクロマトグラフィー担体の減収が続き、全体ではCCベースで7%の減収となった。
- それぞれの製品セグメントにおいて、新製品投入や新規市場でのプレゼンス拡大によりプラス成長を目指す。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

10

【人工骨その他】

売上は 11%減、為替ニュートラルで 7%減です。この数年はバイオ医薬品業界の需要が増え、クロマトグラフィー担体がけん引し、成長トレンドが続いていたのですが、現在は需要が低迷し、在庫調整が続いています。そろそろ底はつき、年度内に安定成長に転じる見込みです。

情報・通信事業概況

HOYA

- 【売上収益】LSIやHDD基板の需要が高位安定したことや、映像が力強い売上成長を達成したことでCCベースで12%増収。
- 【通常の営業活動からの利益】能力増強に伴う償却費が増加も、映像の売上増や製品MIXの影響でベンチマークを超える水準の利益率となった。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

11

セグメント別業績：情報・通信事業

売上は 822 億円（6%増、為替ニュートラル 12%増）、営業利益は 435 億円（2%増、為替ニュートラル 6%増）、税引前利益は 428 億円（3%減、為替ニュートラル 1%増）でした。足を引っ張った製品がなく、総じて堅調でした。利益率は 52.9%と想定よりも上振れています。Q2 以降償却負担が増えていくなかで利益率 50%をベンチマークに収益力を維持し、売上成長と投資のバランスを取っていきたいと考えています。

情報・通信事業 製品別概況：LSI

売上成長率
+8%
(CC +10%)

- AIやHPC向けの半導体市場の活況を背景に、3nmをはじめとする先端ノードを軸にEUVブランクスの需要が高位安定。
- DUVブランクスの幅広い顧客層から高水準の需要が継続。
- オングストローム世代に向けたEUVブランクスの開発、顧客での評価活動を推進。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

12

【LSI】

売上は 8%増（為替ニュートラル 10%増）と、前年からしっかりと売上成長ができています。EUV はもちろん、DUV の方も前年から成長しています。足元も Q1 に引き続き安定している状況です。

情報・通信事業 製品別概況：FPD

売上成長率
+11%
(CC +17%)

- 顧客において主にG8.6世代のフレキシブルOLEDパネルの研究開発需要が増加。
- 前年同期に台湾地震の影響があったこともあり、高い成長率となった。
- 需要の高まりを受け、中国工場の製造体制の立ち上げを着実に実行していく。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

13

【FPD】

売上は 11%増（為替ニュートラル 17%増）です。前年は中国工場の立ち上げに向けて、装置の入れ替えをおこなうなかで、キャパシティが減少していました。また、前年 Q1 は台湾地震の影響で工場が止まった時期もありました。そうした状況もあって前年比で大きく伸ばすことができています。中国工場については、描画装置の稼働を少しずつ増やし、顧客からの認定を順次獲得しながら、生産能力を拡大している状況です。

情報・通信事業 製品別概況：HDD基板

売上成長率
-4%
(CC +6%)

- 円高により減収も、為替影響を除いた実質ベースでは増収。
- コンシューマー向け2.5"は前年の需要がやや高かった反動もあり大幅な減収も、3.5"基板の需要は高水準が継続。最終実需が強く、ニアラインHDDは良好な市場環境が続く見通し。
- HAMRやPMR多枚数モデルなど、HDDのさらなる高容量化に向けた基板の量産体制整備を進める。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

14

【HDD 基板】

売上は 4%減、為替ニュートラルで 6%増です。全て USD で販売しているため、円高の局面においては円ベースでマイナス影響を受けます。2.5 インチは長期的に減少していく認識ですが、去年は思ったよりも上振れていましたので、そことの比較では大きな減少となりました。2.5 インチの落ち幅が大きいいため、全体の成長率は 6%にとどまっていますが、3.5 インチは 2 桁以上の成長となりました。

情報・通信事業 製品別概況：映像

売上成長率
+17%
(CC +24%)

- 中国経済の減速等によりミラーレスカメラ向け交換レンズの成長が鈍化も、AIデータセンターへの投資拡大を背景に、光アイソレータに使われる偏光ガラス（CUPO）の需要が急増。
- 自動運転センシングカメラ向け光学製品の需要も順調に拡大。
- CUPOや車載向けといった新規用途向けに高性能ガラスの新製品投入と量産体制の構築を図る。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

15

【映像】

売上は 17%増、為替ニュートラルで 24%増です。過去 5～7 年の長いスパンで見ると、カメラ市場は縮小傾向にあり、当社でも映像事業の中でカメラ関連は縮小する事業として位置づけています。そのため、この間は事業規模が小さくなっても収益力を落とさないよう、収益構造の強化に取り組んできました。

一方で、カメラ以外の分野では売上拡大の機会を積極的に追求し、それが少しずつ実を結んで売上の成長に繋がり、プラス転換しています。

昨年一年間も成長が続きましたが、このように 2 桁の成長率になるかどうかは別として、映像の様々な新たな用途が増える中で、しっかり成長できる機会が十分にあると見ております。

ガイダンス

外部環境や顧客動向に大きな変化はなく、売上・利益ともに概ねQ1と同様のトレンドが継続し、増収増益を達成する見通し。なお、為替差損益や特殊要因は織り込んでいない。

為替は2025年8月現在の実勢レートを前提としています。

FY25 Q2					
(億円)	FY24 Q2	FY25 Q1	FY25 Q2	YoY	QoQ
売上収益	2,147	2,204	2,236	+4%	+1%
税前利益	628	674	676	+8%	+0%
四半期利益	529	514	526	-1%	+2%

FY25 H1			
(億円)	FY24 H1	FY25 H1	YoY
売上収益	4,284	4,440	+4%
税前利益	1,270	1,350	+6%
当期利益	1,000	1,040	+4%

16

ガイダンス

最後にガイダンスについてご説明いたします。細かい数値ではなく、基本的な考え方をお伝えしますと、需要や売上について各事業部とも、現時点では大きな変化は見られません。先ほど申し上げた通り、情報通信事業はQ1に当初の想定より良い結果となり、7月の状況も引き続き好調です。ただし、当社の予測はやや慎重めに見る傾向があるため、今後も状況を注視しつつ、きめ細かく対応していきます。こうした点を踏まえてガイダンスを設定しておりますが、概ねQ1と同様の流れで、Q2も推移すると予想しています。

司会：続いて、CEO 池田より、最近投資家の皆様と頻繁に議論している重要テーマについてご説明いたします。

池田：最近よくいただくご質問をいくつかピックアップし、改めてご説明したいと思います。

ディスカッションポイント①

ニアラインHDD市場において、HAMRにより記録密度が上昇するので、今後HDD基板の需要は減少するのでは？

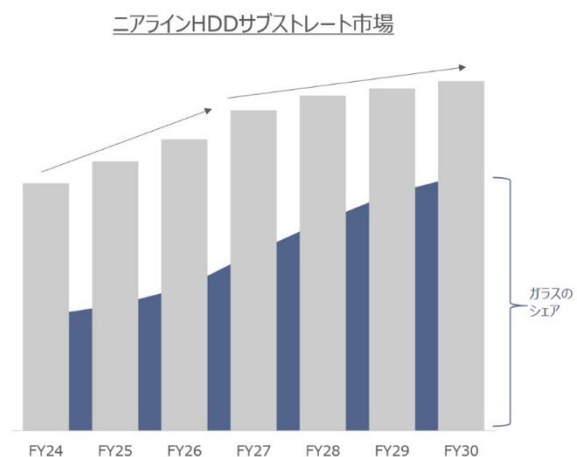
池田：まず1つ目ですが、われわれの主要事業の一つのHDD用基板事業のニアラインHDD市場において、HAMRにより記録密度が上昇するので、今後HDD基板の需要は減少するのではないかとのご質問をよくいただきます。

「HDD基板需要は減るか？」に対する答え

HAMR製品の売上拡大により、HDD用サブストレート全体の出荷枚数は中長期的に徐々にスローダウンする見込みだが、ガラス基板の市場シェア拡大によって当社のニアライン用HDD基板の販売数はCAGR 10%+αで増加する見通し。

なお、HAMRの30TB以上の製品は、PMRの最新製品と同じ1台当たり10枚の基板を搭載予定で、HDD1台当たりの基板数が減少する可能性は低い。また、今後PMR/HAMR問わず、11枚や12枚の製品も登場する可能性もある。

HAMR、多枚数化ともに物理的優位性からガラスの市場シェア拡大のドライバーとなる。



池田：現在、データ容量の増加に伴い、ドライブの出荷台数が増えると同時に、1台あたりに搭載されるディスクの枚数も増加しています。しかし、今後はHAMR技術の導入により、1ドライブあたりの枚数増加は止まっていくと考えられます。一方で、世の中で使用

されるデータ量は今後も増加を続けるため、必要なドライブ台数そのものが増えるという成長のドライバーは変わりません。

さらに HAMR を搭載したドライブでは、これまで当社のガラスサブストレートを使用していなかった他の HDD サプライヤーに採用いただく機会となります。このため、現状当社の取引がない顧客への展開が進み、需要増加につながると見えています。つまり、成長のドライバーには変化がありますが、ガラスサブストレートの需要は今後も順調に拡大すると考えています。

また、HAMR が搭載されている容量 30 テラバイト以上のドライブでは、1 台あたり 10 枚のガラス基板が用いられています。記録密度の向上により枚数が減るのではないかという質問も多くいただきますが、HDD においては 1 台あたりの記録容量を増やすことが極めて重要であり、それが減少する方向には向かわないと考えています。したがって、枚数は基本的に減らず、これまでと同様の枚数が搭載される見込みです。HAMR 技術と PMR 多枚数化の両面から、当社のガラス基板は物理的な優位性を持ち、市場シェアの拡大を促す重要な要素になると考えています。

ディスカッションポイント②

HOYA

全面SSD使用のデータセンター設立のニュースを見た。
何年かしたらニアラインHDD市場はSSDに取って代わられるのでは？

池田：次に、HDD に代わるストレージとして SSD の存在がありますが、一部のハイパースケALERが SSD への切り替えを進めているとの報道もあります。そのためにニアライン HDD 市場が SSD に取って代わられるのではないかという懸念もよく耳にします。

「ニアラインHDDもSSDに取って代わられる？」に対する答え

一部ハイパースケーラーにおいてフルSSDのデータセンター設立の報道が見られるが、全体からすればごく限定的なケース。

ニアラインにおいては、TB単価の低さから依然HDDが選好されている。また、HAMRやディスク多枚数化により、今後もHDDのTB単価の優位性は長期にわたって発揮される見込み。

さらに、エクサバイト当たりの投資金額がSSDは約10倍必要となる。世の中のデータの圧倒的大多數がHDDに格納されている現在において、これをSSDに置き換えることは現実的ではない。

ニアラインにおけるHDDとSSDの経済性比較

1TBあたり単価 (HDDに対するSSD価格)	6倍～8倍
1EBあたり設備投資額 (HDDに対するSSD投資額)	約10倍の差

出典：HDDメーカー各社、SNIA発表資料等を基に作成



池田：一部のハイパースケーラーがSSDを用いたデータセンターを設立している事例はありますが、これはあくまで限定的なケースです。基本的にデータセンターでは大量のデータを取り扱うため、高速なデータ通信が必要な部分と、そうではない部分があります。ニアラインストレージの領域では、単位記録容量あたりのコストはHDDの方がSSDよりも圧倒的に低いのが現状です。

また、SSDに完全に切り替えるためには、新たに記憶装置やメモリー製造のための大規模な設備投資が必要であり、その投資額は非常に大きいものです。

これらを踏まえると、社会全体でデータが急速に増えている現状と、現在も大量のデータがHDDに保管されている事実を鑑みた場合、短期的に大規模な設備投資を伴うSSDへの全面移行が実現する可能性は極めて低いと考えています。したがって、データセンターで利用されるニアラインストレージにおいては、まだ当分の間HDDが主流であり続けるだろうと見込んでいます。

ディスカッションポイント③

半導体パッケージングによって微細化の必要性がなくなってきており、
したがってEUVブランクス の需要も頭打ちになってくるのでは？

池田：次に、半導体のパッケージング技術の新しい動向についてご説明します。ご質問として、これらの新技術により微細化の必要性が減り、結果として EUV ブランクス の需要が頭打ちになるのではないかというご懸念をいただいております。

「パッケージングでEUVは不要になる？」に対する答え

ファウンドリやIDMなどの顧客がパッケージング技術の採用を進めているものの、経済性・物理法則・市場競争の観点から長期にわたっての微細化を標榜しており、これに伴い、今後もEUVブランクス の需要は安定推移する見込み。

両者は対立するものではなく、両輪となって半導体の発展に寄与していくものと考えられる。

半導体微細化ロードマップ



池田：確かに新たなパッケージング技術の採用は進んでいますが、経済性や物理法則、市場競争の観点から、長期的には半導体の微細化を進めていくロードマップが維持されております。これに伴い、今後も EUV ブランクス の需要は拡大が見込まれています。パッケ

ーシング技術と微細化技術は対立するものではなく、それぞれが両輪となって半導体産業の発展に寄与していくものと考えています。

ディスカッションポイント④

HOYA

競合がスマートグラスに注力しているなか、HOYAは同分野にプレゼンスがなく、事業機会を逸しているのでは？

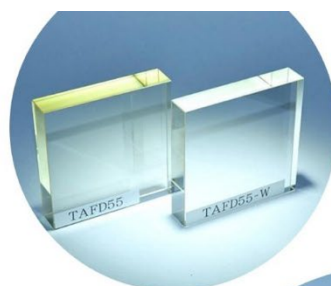
池田：最後に、メガネレンズの競合がスマートグラス分野に注力し、積極的に情報発信しているなかで、当社のプレゼンスが見られず、事業機会を逸しているのではないかという指摘がございます。

「スマートグラスの事業機会を逸している？」に対する答え

スマートグラスを新たな事業機会と捉えている。

当社がスマートグラス本体を製造することはないが、搭載されるカメラのレンズや、ARグラス用光学部品のメーカーとして関わっていく。

数多くのテック企業が今後3-4年でARグラスを発売する見込みであり、これらの企業と光学材料/基板の開発を進行中。広い視野角（FOV）や高い輝度などを強みに業界のリーダーを目指す。



HOYA

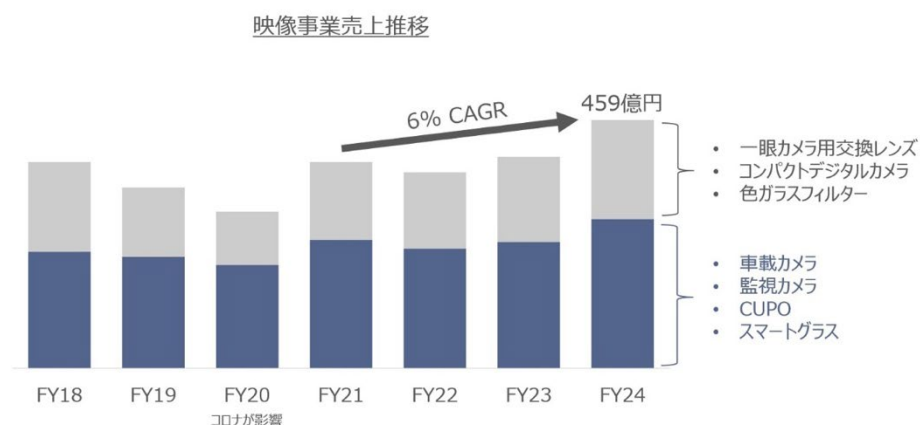


池田：結論として、スマートグラス分野は新たな事業機会と捉えています。当社はスマートグラスの最終製品を製造していませんが、その製品に搭載される多様な光学部品の供給を行っています。また、スマートグラスの先に広がる AR や XR グラスにも、多様な光学製品が必要とされており、当社はこうした光学材料メーカーとして積極的に関わっていく方針です。

実際に、現在市場に出ているスマートグラスには当社の光学部品が多数採用されています。これは映像事業の業績改善にも寄与しています。今後、多くのテクノロジー企業が AR グラスなどの開発計画を持っており、当社は顧客とともに光学材料や基板の開発を進めています。AR 関連では高屈折率かつ高透過率の材料が必要とされており、ガラス、プラスチック関わらず当社は世界に製品を提供していきたいと考えています。

映像事業の成長機会が拡大

- スマートグラス向けの製品に加え、車載カメラやCUPOといった光学材料/光学製品の売上が順調に拡大。
- コロナ以降、デジカメ関連の売上も安定的に推移、映像全体で年率6%程度の成長となっている。
- 今後も自動運転技術のさらなる進展やAIデータセンターの規模拡大などを背景にカメラ向け以外の売上拡大を見込む。



26

池田：2013 年頃からデジタルカメラ市場は縮小が続き、2020 年まで右肩下がりでした。しかし、その後は反転し、成長に転じています。カメラ市場全体の台数は減少していますが、高付加価値な材料を使った高機能カメラが増え、当社の光学材料の売上と収益性改善に寄与しています。

また、グラフの濃い青の部分になりますが、監視カメラや車載カメラなどの分野に加え、データセンターで用いられる光アイソレーター用の偏光ガラス（CUPO）、そして先ほど述べたスマートグラス用の GMO レンズなども一定量採用されており、これらが近年の売上成長を支えています。今後もこれらの分野において継続的な成長が期待できる状況です。

質疑応答（※敬称略）

Q 甲谷（みずほ証券）：まず、近視進行抑制メガネレンズがフランスで今年6月に保険償還が認可された件、おめでとうございます。競合は先日の決算説明会で2026年初頭に近視進行抑制メガネレンズの米国承認を取得する見込みだと語っており、おそらく彼らがアメリカ市場で先行すると思われます。2026年初頭に向けて、アジア・欧州・南米・中近東・米国で順次発売される状況であるのに対し、日本だけ発売が遅れていることは、20年ほど医療機器を見ているのですが前例がないと思います。日本市場では近視進行抑制メガネの認知が低く、投資家の間にも認知差があります。そこで、世界に先駆けてMiYOSMARTを発売した日本企業である御社から、日本での発売時期についてご説明いただけますでしょうか。

A 池田：日本での販売に向け、現在認証取得のための作業を進めています。ただし、発売時期については申し訳ございませんが、今の段階で具体的にお答えすることはできません。ただ、当社は日本企業として、日本の市場においても適切なタイミングでしっかりと販売を行いたいと考えております。時期については現状明言できませんが、ご期待に添えるよう努力いたします。

Q 甲谷（みずほ証券）：次にスマートグラスについて伺います。Googleはメガネ店の新興勢力Warby ParkerやKering Eyewearと提携を発表していますが、御社としてはARとAI搭載スマートグラスのどちらにより大きなポテンシャルを感じていますか？映像事業のAR分野なのか、メガネ事業としてのARなのか、お教えください。

A 池田：ターゲットは主にXR、ARグラスです。ARグラスには、ウェーブガイドやレンズ、プロジェクターなど、多様な光学部品が搭載されます。当社が保有する高屈折率かつ高透過率の材料は競争力が高く、米国の主要企業にも評価していただいているところで、視力矯正が必要なユーザーも多いため、視力補正レンズをARグラスに組み合わせて使う市場も想定されます。当社は光学材料と視力矯正用レンズの両方を有するユニークな企業であり、この分野での参入を進めたいと考えています。

Q 吉田（CLSA証券）：1点目ですが、マスクブランク스와 HDD 基板のQ2以降の四半期推移はどのように見えていますか。3カ月前から市場環境は変わったのでしょうか？

A 池田：ブランク스もHDDの需要は足元も非常に強く、Q2以降もこの状況が続くと考えています。ただし、HDDの2.5インチ製品は、昨年は一定の水準がありましたが、今年は前年比で約25%減少しており、HDD基板全体の成長率はやや抑えられています。

Q 吉田（CLSA 証券）：2 点目は映像事業に関してお聞きします。AI データセンター向けの CUPO の現状の売上構成比、映像事業の今後の売上見通しおよび収益性の目標値を教えてください。

A 廣岡：個別製品の売上構成や収益性は、申し訳ございませんが競争上の理由により詳細は申し上げられません。情報・通信事業全体の収益性としては、50%をベンチマークの水準を維持しつつ、利益の絶対額の増加を目指しています。映像部門は縮小傾向にありましたが、現在は売上を押し上げる複数の製品群が寄与しています。CUPO をはじめ、多様なアプリケーションの製品群が売上を支えており、特定製品が構成比の大部分を占めているわけではありません。あくまで製品群の集合体としてポートフォリオを拡充している状況です。

Q 吉田（CLSA 証券）：映像事業は今後も CAGR 6%程度の成長が続くと見てよろしいですか？

A 廣岡：はい、その認識で問題ありません。

Q 中村（ゴールドマン・サックス証券）：1 点目、ライフケアの収益性についてです。第 1 四半期は 17.7%でしたが、四半期ごとに変動はあるものの、ベンチマークとされる 20%に近い水準には戻りそうでしょうか？年間通じての見通しも含めてお答えください。Q1 に含まれた一過性費用の規模感も教えてください。

A 廣岡：当然ながら 20%のベンチマークに対し、四半期では上下があります。去年の Q1 に IT インシデントが発生し、シェア回復のため収益性を一時的に犠牲にする局面もありましたが、そうした活動も去年の Q3 で一段落させ、去年の Q4 で方向転換をおこないました。その際、組織変更に伴う社内での強いメッセージ発信から揺り戻しのようなものがあり、また一過性のプラス影響もあり、利益率が 20%となりました。今回の Q1 は逆に一過性で利益率が低下する要因がありました。ただ、全体像としてはステップを踏んで利益率を戻していつている過程にあり、下期に向けてベンチマークの水準に持っていくことを目指しています。本 Q1 における一過性費用の金額は、プラス・マイナスの個別要因が複数あるため、具体的に言及しづらいところです。

Q 中村（ゴールドマン）：ブランクと HDD 基板の年間増収率見通しは 3 か月前の説明から変化ありましたか？

A 池田：Q2 の状況は Q1 から大きな変化がありませんし、年間の見通しも同様です。

Q 中名生（ジェフリーズ証券）：1 点目、自社株買いについてです。Q1 は配当の支払いなど色々と支出があったにも関わらず現預金は 3 月末と同じ水準で、自社株買いをおこなえるくらいの現預金の水準はあると思います。自社株買いの考え方を改めて教えてください。現預金水準の目処としてバッファーを含めて月商の 6 ヶ月という考え方も変わっていないでしょうか。2 点目、ライフケアの成長見通しは、メガネレンズとコンタクトレンズを含めて期初の見通しから変化はありますか？

A 廣岡：基本的な方針は変わっておらず、しっかりと株主の皆様に還元していきます。四半期ごとでの判断というよりは、一定期間で意思決定をおこなっています。また、正攻法としては決算発表時に実施を発表することかと思いますが、さまざまな要素に鑑みると必ずしも決算発表のタイミングになるとは限りませんので、機動的に実施することも検討しています。現預金の目安についても大枠に変更はありません。現在はやや余剰と考えています。ライフケアの成長見通しは大きな変更はありません。メガネレンズについては Q1 において IT インシデントからの反動で通常より高い成長率となっていますが、両製品ともに 1 桁半ばの成長の目線に変化はございません。

Q 桂（SMBC 日興証券）：1 点目、ライフケアの収益性について、補足資料に記載されている減損 19 億円は通常の営業活動からの利益に影響していますか？また、為替も逆風ですが、Q2 の見通しは前年比で改善方向と見てよろしいですか？2 点目、HDD 基板の関税リスクについて教えてください。ラオスの関税率が非常に高いですが、ラオス工場がありますので、関税影響をどのように考えていますか？

A 廣岡（CFO）：減損 19 億円は通常の営業活動からの利益には含まれておらず、税前利益に影響をしています。ライフケア事業の生産キャパシティを見たときに、効率性の面で統廃合をおこなった結果で、将来的にはキャッシュフローと収益力改善に寄与するかと思っています。為替については実はパーツがドルやユーロに対して動く影響が大きく、その点においてユーロ高はプラスに作用します。とは言え、今後の為替の動きを読むようなことはしておらず、そうした前提で上期計画は作っています。関税は HDD 基板ではサプライチェーン的に直接的な影響はございません。HDD 基板に限らず関税全般の話をしますと、Q1 はほとんどの国がいったん 10%に設定されましたが、本日タイが 20%となったことが発表されるなど、なかなか読みにくい状況が続いています。とは言え、Q2 以降は Q1 よりは関税率が確実に高くなるでしょう。価格転嫁や効率化などで、全体の PL に影響がないようにしていくことが我々の仕事だと思っています。言い方を変えると、売上や収益性がどのような落ち方をするかを皆様に説明しなければいけない、という水準ではなく、自己完結できるレベル感だと思っています。

司会：以上で質疑応答を終了いたします。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。本日の決算説明会を終了いたします。

[了]
