

FY25 Q3 決算発表後に多かったご質問とご回答

全体

Q 中国によるレアアース輸出規制による影響はありますか？

A レアアースを材料や製造プロセスに使用する主な事業は、HDD基板と映像関連製品です。当社ではサプライチェーンの安定性向上を目的として、材料使用の効率化やリサイクルの活用などを含む取り組みを継続してきました。現時点では、直ちに製品供給体制に影響を及ぼす状況には至っていませんが、外部環境は流動的であるため、引き続き慎重に動向を注視してまいります。

Q 中東情勢による影響はありますか？

A 原油価格の高騰はあらゆる分野に影響を与えており、原材料や物流、エネルギーコストなどに対して留意が必要となっています。現状のところ、当社固有の影響は見られませんが、状況の長期化に伴う影響などを注視してまいります。

Q Q3の一過性収益の中身は何でしょうか？

A 主な要因は3つあります。眼内レンズの中国における合併会社の100%子会社化に伴う収益です。合併会社設立時に合併相手の持分を将来的に買い取ることを前提に買い取り額を長期金融負債として計上していましたが、負債を保守的に見積もっていたため、実際の取得額との差額を収益として計上しました(240億円弱)。また、事業ポートフォリオマネジメントの一環として2つの製品に関する事業を譲渡しました(約70億円)。加えて、為替益のプラス(約40億円)もあり、計350億円の一過性の収益がございました。

情報・通信

Q 半導体装置の受注見通しが引き上がっていることで、ブランクスの需要に加速感は出ているのでしょうか。

A 加速感は特にありませんが、依然として高い水準の需要が続いています。半導体装置との出荷数量がビッドにブランクスの需要に反映されることは少なく、1年ほど前に半導体装置の見通しが悪かった際もブランクスの需要にあまり変化がありませんでした。ブランクスの需要は微細化の研究開発が続く限り、安定的に成長するとみています。

Q EUVブランクスの競争環境に変化はありますか。韓国メーカーの話を耳にしましたが、どのような状況でしょうか。

A 韓国のみならず、各国・各地域において半導体サプライチェーン強化に向けた取り組みが進められていると認識しています。EUVブランクスは現状、日本企業のみが製造していますが、国外の企業が製造を目指しているのは当然の動きと考えます。当社としては、現時点で培ってきた技術力や顧客との関係性を踏まえると、市場における当社の立ち位置に大きな変化は生じていないと見ています。

Q HDD基板の新規顧客を獲得したとのことですが、キャパシティは問題ないでしょうか。

A HDD基板は、ベトナムに二拠点、ラオスに一拠点の工場があり、ラオスは建物に対して3分の2のスペースに製造ラインがあり順次稼働率を上げています。また、残りの空きスペースについても既に装置類の発注をしていますので、向こう2年程度はラオスをフル稼働に向けて徐々に稼働させていくことで需要に対応できる公算です。その後は新工場が必要となってくる見込みで、近日中に意思決定をおこなう予定です。

Q CUPOは今後も成長が期待できるのでしょうか？また、CPOによって技術や需要に対する変化の可能性はあるのでしょうか。

A AIデータセンター需要の恩恵が最も大きい領域で、生成AIのさらなる普及拡大によりデータセンター市場がさらに活況すること

を考えると、中期的には強い追い風と考えています。また、CPO（Co-packaged Optics）については本格導入がまだ先のため状況を見ていく必要がありますが、チップと光エンジン間の配線距離が短くなり、信号処理や消費電力を劇的に削減されたとしても、光の伝送は変わらず必要なため、CUPOに大きな影響はないと推察します。

Q 映像関連製品におけるウェアラブルとはどのような商材でしょうか。

A スマートグラスのフレームに搭載されているカメラや、Vlogカメラ/アクションカメラなどを総称してウェアラブルと呼んでいます。なかでも「SNS需要」を背景にジンバルを搭載したタイプのVlogカメラの販売が好調を牽引している模様です。一方で、当社にとっては比較的新しいトレンドとなっており、今後の需要動向については掴みにくいところもありますので、注意深く今後の動向を見てまいります。

ライフケア

Q ライフケアの利益率が20%に戻るのはいつ頃でしょうか。

A 主にメガネレンズにおいて新製品を多数控えており、これに伴うR&DやQARA対応の費用が以前より高い水準となっています。また、顧客ミックスがチェーン店に寄っていることで製品ミックスにおける付加価値製品比率が低下傾向にあります。そのような状況下において、通常のオペレーション上の費用を地道に削減することで、20%の利益率への回帰に向けて取り組んでいます。現状のペースに鑑みると、達成にはあと数四半期かかる見込みです。

Q MiYOSMARTの販売状況について教えてください。

A 中国でのMiYOSMART販売が低迷してから1年あまりが経過し、YoYのハードルが低くなったことで成長率がプラスに転じています。また、本年は第2世代のMiYOSMARTの発売を通じて、中国におけるビジネスの再活性化を図っていきます。他方、欧州をはじめ他地域ではMiYOSMART売上の高い成長率が持続しています。

※以前の四半期と重複する質問については、掲載は割愛しました。よろしければQ1、Q2のFAQも併せてご参照ください。

- [FY25 Q1 FAQ](#)
- [FY25 Q2 FAQ](#)

以上

将来予測に関する記述

当社は、将来計画および業績見通しに関する情報の言及や情報開示を行う場合があります。

歴史的事実に関するものを除く全ての記述は、将来予測と見做される可能性があり、資料作成時点における経営者の想定や入手しうる情報に基づくものです。これには、為替や金利、国際情勢、市場動向や経済状況、競争環境、生産能力、将来における売上/収益性/設備投資/キャッシュ/その他の財務指標の状況、法的、政治的、または規制上の状況、臨床または研究開発能力、顧客の行動または商慣習、医療費償還制度、現在問題となっている新型コロナウイルスをはじめとする疫病や健康問題などの影響を含みます。当社はこうした情報の正確性または完全性を保証しません。また、新たな情報や将来の出来事などの結果を受けて、将来予測に関する記述を更新する義務を負いません。

お問い合わせ先:h-ir@hoya.com