



HOYA 株式会社

2026年3月期第4四半期決算説明会トランスクリプト

2026年4月30日

登壇者：

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、HOYA 株式会社 2026 年 3 月期第 4 四半期決算説明会を開始いたします。本日は、取締役兼代表執行役 CEO の池田、取締役兼代表執行役 CFO の廣岡の 2 名が出席しております。本日はまず、CFO の廣岡より第 4 四半期の業績ならびに主要事業の概況、資本政策についてご説明し、その後、CEO の池田より研究開発に関する取り組みについてご説明いたします。その後、質疑応答を行い、16 時に終了予定です。

FY25 Q4 連結業績



- ・【売上収益】主に情報・通信事業の需要が好調に推移したことにより、連結売上は大幅な増収となった。
- ・【通常の営業活動からの利益】増収効果により大幅な増益となった。
- ・売上/通常の営業活動からの利益ともに、四半期ベースで過去最高を更新。



*CC: Constant Currency - 以下同様

廣岡：

廣岡です。よろしくお願ひします。それではまず、第 4 四半期の 3 カ月間の実績についてご説明します。

グループ全体では、売上収益が 2,481 億円となり、前年同期比で 15%増、為替ニュートラルでは 9%増となりました。通常の営業活動からの利益は 747 億円で、前年同期比 14%増、為替ニュートラルで 10%増となっています。税前利益は 776 億円で 15%増、ROIC は 19.5%でした。

売上収益については、これまでの 9 カ月間と同様に情報・通信事業の需要が非常に好調で、その伸びが全体を牽引しています。通常の営業活動からの利益も同様に情報・通信の業績が寄与しており、売上・利益ともに四半期ベースで過去最高を更新しました。

FY25通期 連結業績

HOYA

- 情報・通信事業において、マスクブランクやHDD基板が全体をけん引したほか、再び成長軌道に乗った映像事業が増収に貢献した。
- ライフケア事業においては、メガネレンズやコンタクトレンズをはじめとする眼科領域の製品が成長を支えた。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

5

続いて、通期の結果です。売上収益は 9,477 億円で前年同期比 9%増、為替ニュートラルで 8%増となりました。通常の営業活動からの利益は 2,852 億円で、前年から二桁増となっています。税前利益は 3,277 億円で前年同期比 26%増と、売上や営業利益以上の伸びとなっていますが、これは第 3 四半期に計上した大きな一過性の利益を通年で含んでいるためです。ROIC は 21.1%となりました。

1 年を通して見ると、情報・通信事業が非常に好調だったことが、売上・利益の成長に直結しています。一方で、ライフケアについても、為替ニュートラルベースでしっかりと成長できた 1 年でした。

ライフケア事業概況

HOYA

- 【売上収益】製品別で実質成長率に濃淡があったものの、為替換算の影響により二桁の増収で着地した。
- 【通常の営業活動からの利益】増収効果や費用の継続的な合理化などにより、QoQでの収益性改善が続いた。
- 【税前利益】前年同期の為替益に対し、当四半期は為替損を計上したことなどにより、減益となった。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

6

続いてセグメント別に見ていきます。まずライフケア事業です。売上収益は 1,551 億円で前年同期比 11%増、為替ニュートラルでは 3%増となりました。通常の営業活動からの利益は 295 億円、利益率は 19%で前年同期比 5%増です。税前利益は 271 億円となりました。

売上については、製品や地域によってばらつきがあり、全体としてはやや低めの水準にとどまりました。一方で、利益については、今年一年を通じて収益力の回復を主眼に取り組んできており、その意識が事業側にも浸透してきています。QoQ で見ると、利益率は着実に改善してきており、この流れを 26 年度も継続していきたいと考えています。なお、税前利益が第 3 四半期から大きく減少しているのは、Q3 にこのセグメントで大きな一過性利益が計上されていたためです。

ライフケア事業 製品別概況：メガネレンズ

売上成長率
+11%
(CC +2%)

- 欧州や北米での販売が伸び悩んだなか、アジアおよび南米が全体を下支えた。
- とりわけ中国市場は、MiYOSMART iQ（第2世代）の立ち上がりや累進レンズの販売拡大により、再び成長軌道に乗せることができた。
- FY26はMiYOSMART iQの横展開や累進レンズの新製品など、高付加価値製品の拡販を通じて安定成長を図っていく。



メガネレンズについては、売上成長率が 11%となりましたが、為替ニュートラルでは 2%にとどまっています。為替影響で見かけ上は二桁成長ですが、実態としてはやや低成長です。特に欧米では販売が伸び悩みました。前年の欧州は比較的好調だったこともあり、その反動もあります。一方で、アジアや南米は堅調に成長しており、中国では MiYOSMART 第 2 世代の立ち上げを契機に、再び成長軌道に乗ってきています。日本も安定した成長を続けています。今後も MiYOSMART を軸に高付加価値製品をしっかりと展開し、一桁半ばの成長を目指していきます。

ライフケア事業 製品別概況：コンタクトレンズ（eyecity）

売上成長率
+4%
(CC +4%)

- PB品や定期便により顧客リテンションの改善が継続した。
- 高性能ワンデーや多焦点レンズといった高付加価値製品の製品ミックスが引き続き上昇した。
- FY26は、年齢別獲得施策と、店舗・定期便一体での購買体験向上を通じて、販売機会の創出を図る。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

8

コンタクトレンズ小売については、売上成長率 4%と安定しています。大きなトピックはありませんが、着実に成長できており、収益力も維持できています。引き続き、顧客ニーズに合った製品とサービスを提供し、安定的な成長を図っていきます。

ライフケア事業 製品別概況：内視鏡

売上成長率
+14%
(CC +4%)

- 主要市場である欧州では、入札案件の受注獲得などにより底堅く推移した。
- 中国市場では、現地調達要件の厳格化やローカルプレーヤーの競争力向上といった要因から、回復には時間を要する状況が続いている。
- 構造改革による製品構成や拠点のスリム化が進む中で、FY26は売上水準を維持しつつ、事業の収益構造の改善に注力していく。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

9

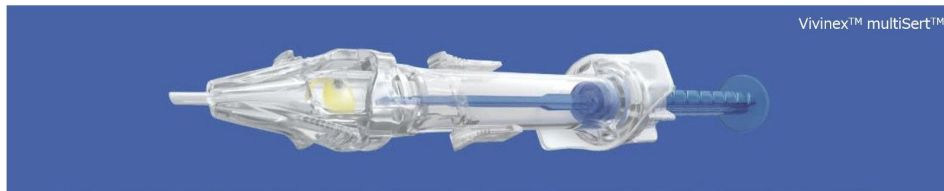
内視鏡については、売上成長率 14%、為替ニュートラルで+4%となりました。前年の第4四半期が低調だったこともあり、その反動もありますが、欧州では底堅く推移しています。一方で、中国市場では価格競争が激しく、構造的な課題となっています。今年度中に複数の構造改革の意思決定を行い、現在はエグゼキューションの段階に入っています。医療機器という特性上、効果が出るまでに時間はかかりますが、

26 年度後半には徐々に成果が現れてくると考えています。

ライフケア事業 製品別概況：眼内レンズ

売上成長率
+8%
(CC +1%)

- 主要市場である日本において、病院向けを中心に単焦点レンズの販売が堅調に推移した。
- 一方、中東でイランを巡る情勢悪化の影響により売上が減少、加えて中国における市場構造変化によるマイナスが続いた。
- FY26は、ATIOL（三焦点／エンハスト単焦点）の拡販、供給基盤の安定化を通じた回復により、市場を上回る成長を目指す。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

10

眼内レンズは売上成長率 8%、為替ニュートラルでは 1%とほぼフラットでした。国によってばらつきがあり、日本は一桁半ば以上で安定して成長した一方で、中東情勢の影響により一部地域で出荷を止めていること、中国では集中購買制度の導入により市場環境が大きく変化し、当社が許認可を取得している製品群の市場が縮小していることで、全体ではフラットとなりました。短期的には現在の売上規模に見合ったコスト構造への対応を行い、中長期的には高付加価値製品の投入を進めていきます。

ライフケア事業 製品別概況：人工骨ほか

売上成長率
+14%
(CC +7%)

- 内視鏡洗浄機は、製品力をテコに置き換え需要を取り込み、売上が順調に拡大。
- 金属インプラントの販売が堅調に推移。またクロマトグラフィー担体は顧客の在庫調整活動が四半期ごとに濃淡を伴うなか、当四半期においては増収を確保した。
- 主要市場・主要顧客に依存しない拡販領域の開拓と、オペレーション・収益基盤の強化を通じて、安定的かつ持続的な成長を図っていく。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

11

その他の医療機器については、製品ごとに増減はありますが、全体としては前年に比べてしっかりと成長した四半期となりました。

情報・通信事業概況

HOYA

- ・【売上収益】全ての製品が二桁の実質成長を達成。ブランクスおよびHDD基板では、顧客からの旺盛な需要を背景に、例年見られる季節性による下押しが見られなかった。
- ・【通常の営業活動からの利益】キャパシティの稼働率上昇に伴う償却負担増などにより利益率はやや低下したものの、大幅増益を実現した。



続いて情報・通信事業です。売上収益は 931 億円で、前年同期比 23%増、為替ニュートラルで 20%増となりました。通常の営業活動からの利益は 475 億円、利益率は 51%で、前年同期比 19%増、為替ニュートラルで 17%増です。税前利益は 504 億円となりました。

売上は、ブランクス、HDD 基板、映像すべての製品群で需要が旺盛でした。利益率については、Q3 および前年からはやや低下しています。要因は、LSI を中心とした償却費の増加に加え、年度末ということで在庫評価を一段厳しく行ったこと、また Q3 に積み上げた在庫を Q4 に落とすなど、一過性の要素が重なったためです。これらは構造的な問題ではなく、26 年度には解消される見込みです。なお、償却費については 26 年度は 5~6%程度増加する見通しで、成長によってこれを吸収していく必要があります。

情報・通信事業 製品別概況：LSI

売上成長率
+18%
(CC +17%)

- EUVブランクスは、AI/HPC向け先端ロジックへの投資継続を受け、先端ノード開発用途向けの高精度品比率が上昇し、売上拡大が継続した。
- DUVブランクスは需要が底堅く推移したものの、前年比較のハードル上昇と既に高稼働にあるキャパシティの影響により、成長率はやや落ち着いた。
- EUVブランクスの能力増強を決定。FY26よりシンガポール工場敷地内に新棟増設（総投資額約420億円*）に着手、FY28に量産開始予定。
*現在の為替レートベースによる。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

13

製品別にご説明します。LSI は売上成長率が 18%、為替ニュートラルで 17%と需要が非常に旺盛な状況が続きました。足元の状況を見ても、先を見据えても、LSI 事業は当社が想定している成長軌道に沿って順調に推移しています。この前提のもと、引き続き重点的に投資を進めていく考えです。DUV ブランクスは前年度の Q4 より急激に売上水準が上がったのですが、急成長は落ち着いてきており、今後は底堅く推移するモードに入っていくと見込みです。需要の強さを踏まえ、シンガポール工場に新たな建屋を建設する投資を決定しており、量産開始は 28 年度を想定しています。総投資額 400 億円以上、装置が入ってくる 27 年度以降からキャッシュアウトが始まっていくイメージとなります。

情報・通信事業 製品別概況：FPD

売上成長率
+37%
(CC +32%)

- 前年の売上が低水準であったことや、スマートフォンやIT機器の新製品開発案件が拡大したことで、大幅増収となった。
- とりわけ中国・韓国の主要顧客における折りたたみスマートフォン向けの需要が旺盛な状況であった。
- FY26は、位相シフトやハーフトーンなどの高付加価値マスクの製品ミックス拡大により売上拡大を図る。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

14

FPD は前年の Q4 は業績が非常に弱かったため、その反動もあり売上成長率 37%、為替ニュートラルで 32%という大きな伸びになっています。24 年度は装置の入れ替えや中国工場の立ち上げを進めていた影響で、グループ全体のキャパシティが一時的に低下していました。その後、四半期を経るごとに中国の稼働率を引き上げてきており、この Q4 でほぼ元の水準に戻っています。そうした背景から、前年の第 4 四半期との比較では、前年差の低さとキャパ回復の両面が重なり、32%という高い成長率になっています。この四半期は需要も非常に旺盛で、稼働率も高い水準にあります。今後も同じ成長率が続くわけではありません。26 年度に向けては、現在確保できているキャパシティを着実に埋めていくこと、高付加価値製品へのミックス転換が課題となります。

情報・通信事業 製品別概況：HDD基板

売上成長率
+25%
(CC +20%)

- 活発なデータセンター投資を背景としたニアラインHDD需要の強さにより、季節性による下押しを吸収し、高い成長率を記録した。
- 2社目の顧客が、2026年後半に11枚ガラス基板搭載モデルの発売を発表し、さらに2027年には12枚モデルの投入も予告されるなど、ロードマップの進展が確認された。
- ガラス基板採用拡大を背景に、ベトナムの既存工場近接地において新工場投資を決定。段階的な拡張を前提に、Phase 1は500億円規模*の投資を計画。
*現在の為替レートベースによる。



HDD 基板は売上成長率が 25%、為替ニュートラルでも 20%と、引き続き需要は非常に強く、高い成長率となっています。2 社目の顧客から 11 枚ガラスのモデルが発表されるなど、顧客基盤は着実に広がってきています。こうした動きを踏まえ、27 年度、28 年度以降も引き続き成長していける事業にしていきたいと考えています。

その一環として、ベトナムにおいて新たに工場を建屋から建設する投資についても、すでに意思決定しています。投資規模は約 500 億円で、売上への本格的な寄与や稼働の立ち上がりは 28 年度前後を想定しています。キャッシュアウトについては、今年度というよりは来年度以降にかけて順次発生していく見通しです。

情報・通信事業 製品別概況：映像

売上成長率
+30%
(CC +25%)

- AIデータセンター投資の活況を背景に、光トランシーバー向け偏光ガラス（CUPO）のモメンタムが継続した。
- また、VLOG/アクションカメラを含むウェアラブル向けレンズや、車載センシングカメラ向けレンズの需要も引き続き好調だった。
- FY26は、カメラ向けDRAM不足や顧客在庫の状況を注視しつつ、CUPOやウェアラブル向けレンズなど非デジカメ領域の着実な拡大を進めていく。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

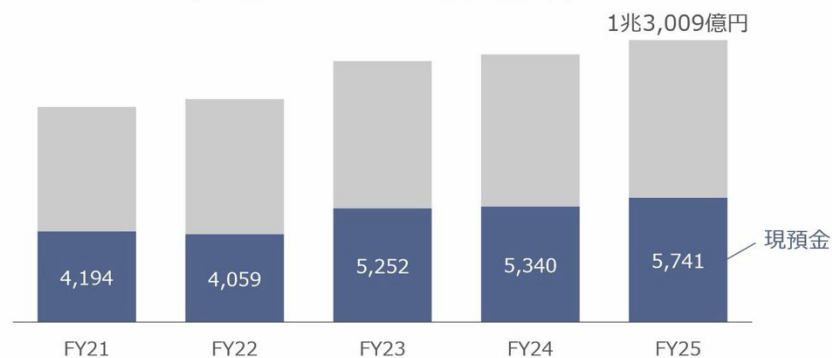
16

映像は売上成長率 30%となりました。前四半期から大きな変化はなく、CUPO やアクションカメラ向けが寄与していますが、26 年度は高成長から安定成長フェーズへ移行していくと見えています。

検討の背景

- 新配当方針に基づく大幅な増配と2回に及ぶ自己株式取得をおこなったものの、円安によるドル建て現金の継続的な拡大、ネットキャッシュ比率が4割を超えるなど、資本効率に課題感が残る状況となっていた。
- キャッシュの扱いに関し、従前のC/F中心の説明では当社の資本政策の全体像を資本市場が把握するのが難しい状況であった。

当社総資産と現預金水準の推移（億円）



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

18

続きまして、資本政策のアップデートについてご説明します。

まず最初にお伝えしたいのは、当社の資本政策の大原則自体を大きく変えるものではない、という点です。これまで一貫してお話してきたとおり、成長投資を優先するために、ある程度厚めの現預金を持つ一方で、それをむやみに積み上げるつもりはなく、株主の皆さまにもしっかり還元していく。この基本的な考え方

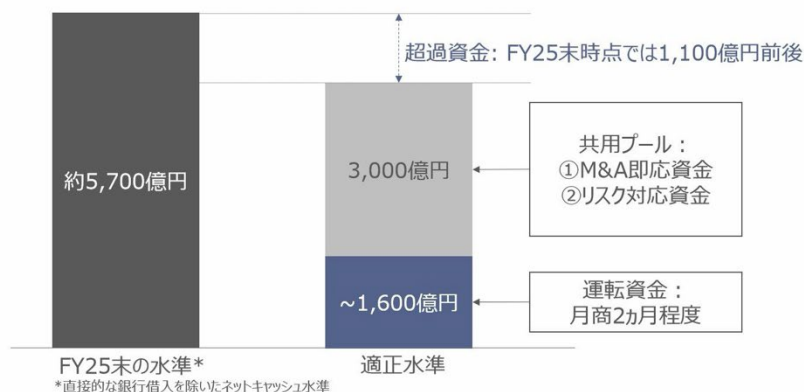
は、今回も変わっていません。

今回あらためて資本政策をアップデートとしてお示したのは、その原則のもとで、現状をどう捉え、何を課題と認識しているのかを、より明確に言語化してお伝えしたいと考えたためです。

今年度のフリーキャッシュフローはおおよそ 2,700 億円となり、配当と自己株式取得を合わせた株主還元も、年度内で 2,600 億円超を実施しました。4 月に残りの自己株取得を行えば、フリーキャッシュフローを上回る水準での還元になります。一方で、為替の円安が進行したこともあり、外貨建て預金を多く保有している当社では、円ベースでの現預金残高が結果として増加し、期末時点で約 5,700 億円となっています。この点については、マネジメントとしてもしっかり課題認識を持っています。

適正なネットキャッシュ水準

- 当社は適正なネットキャッシュの水準を検討するにあたり、①オペレーションに必要な資金＝月商2か月分（現況だと1,600億円前後）、②M&A即応資金と事業環境の変化による事業ダメージに備える共通の資金プール3,000億円の2層で定義した。
- 以上に鑑みれば、現在は適正水準を1,100億円前後超過している想定となる。
- なお、必要な運転資金の目線は当然のことながら売上規模等によって変化していく見込み。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

19

次に、当社が考える適正なネットキャッシュ水準についてご説明します。まず、事業を安定的に回していくために、運転資金として月商の2ヶ月程度の資金は持っておきたいと考えています。加えて、成長投資やM&Aなど、機動的に意思決定を行うための共用プールとして、やや厚めの資金を確保しておきたいと考えています。また、コロナや今回の中東情勢のような想定外の事態に備えるという意味合いもあります。これらを総合的に考え、当社では適正なネットキャッシュ水準を約4,600億円と定義しています。この定義に照らすと、25年度末時点の現預金残高は、円ベースでおおよそ1,100億円程度、超過している水準にあると見ています。この超過分については、無理に一気に解消するのではなく、市場環境や実務面も考慮しながら、一定の期間をかけて適正水準に近づけていく方針です。

超過現金のリリース方針

- 前述の基準を超過する現預金については、自己株式の取得を軸に段階的にリリースし、概ね3年の期間でネットキャッシュ水準の適正化を図る。
- 中期的に大型の設備投資を複数案件見込むが、営業CFでまかなえる想定であり、成長投資との両立可能。また、投資コース等に鑑み、超過現金のリリースは年度ごとにキャリブレーションをおこなっていく。

1.投資

- 内部投資が最優先。中期的にEUV blanksやHDD基板的な大型能力増強を計画。
- M&Aはメガネレンズやコンタクトレンズの小型案件（ボルトオン）を軸とする。
- 大型M&Aについては引き続き機会を探索するものの、厳格なバリュエーションでの判断をおこなう。

2.配当

- 配当性向40%の累進配当の方針にて実施

3.自己株式取得

- C/F 配当総額との合計がFCFの100%となるよう自己株式の取得をおこなう
- B/S 上記に加え、適正水準を超過する現金分の自己株式取得を概ね3年の期間で段階的におこなう

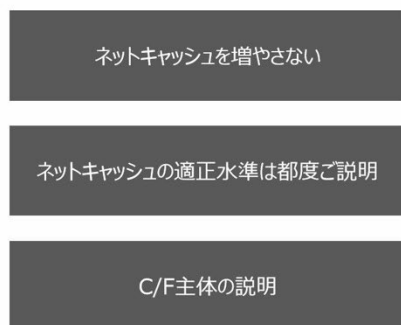
以上の考え方を踏まえた「超過現金のリリース方針」をこちらに示しています。実務上、常にぴったりと金額を合わせるの難しいものの、この方針に合わせていきたいと考えています。

一方で、資本配分の優先順位はこれまでと変わりません。まず、第一に成長投資です。EUV blanksやHDD基板など、今後需要の拡大が見込まれる分野では、投資の機会が増えてきています。また、M&Aについても、実績ベースでは多くありませんが、規律を持った上で、成長につながる機会があれば柔軟に対応できる体制を維持していきたいと考えています。

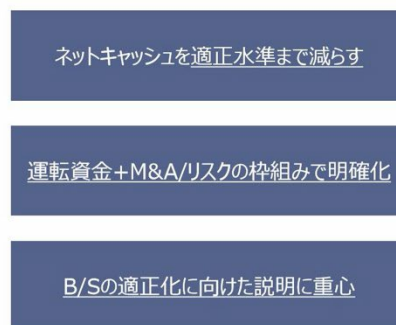
そのうえで、配当および自己株式取得による株主還元を継続していく、という優先順位です。

新しい資本政策のまとめ

これまで



これから



客観的なルールに基づき、ネットキャッシュ適正化まで規律をもって超過資金を解放するメカニズムの構築が今回の新資本政策のねらいとなっている。

最後にまとめです。これまで一貫してきた「成長投資と株主還元の両立」という基本姿勢を維持しながら、現預金水準についての考え方を明確にし、より透明性を高めた形で資本政策を運営していきたいと考えています。

司会：

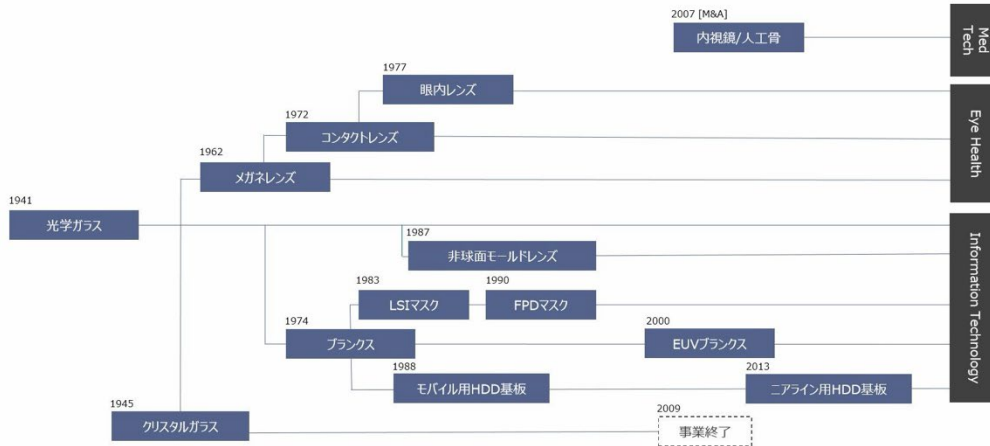
続きまして、CEOの池田より、研究開発の取り組みについてご説明申し上げます。

池田：

池田です。持続的な成長を支える研究開発基盤の構築という観点でお話しします。成長投資の中で、これまであまり触れてこなかった部分について、今回はご説明します。

業容拡大の歩み

当社は85年前にガラスの溶解を成功させて以降、材料の組成や光学設計、加工方法を徐々に発展させるなど、常に技術を起点に業容を拡大させてきた。

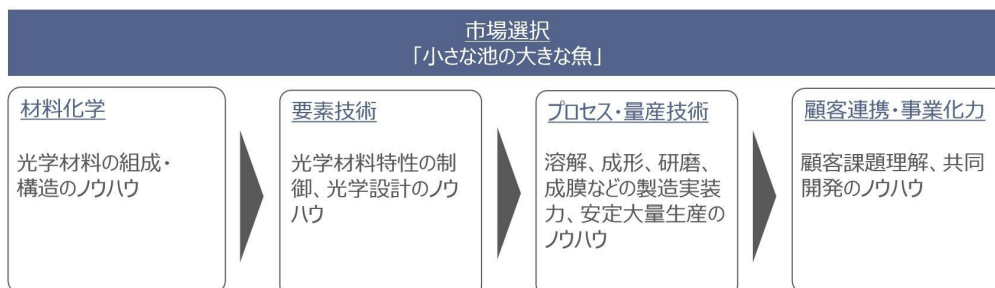


23

まず、HOYAのこれまでを振り返りますと、1941年の光学ガラス事業を起点に、その技術を基盤として事業を拡大してきた会社です。内視鏡はやや非連続な事業ではありますが、多くの事業は共通の技術基盤の上に成り立っています。

HOYAのコアコンピテンシー

- ただ、当社は技術力一辺倒で事業を拡大してきたわけではなく、Product Realizationにも重点を置いてきた。
- 「小さな池の大きな魚」になり得る市場を選択したうえで、以下の4要素が有機的に連なるバリューチェーンを継続的に強化することで市場で強固なポジションを確立している。



24

あらためて、HOYAのコアコンピテンシーとは何かを考えてみると、先ほど申し上げたように光学ガラスが事業の起点ではありますが、単にその技術力だけで事業を拡大してきたわけではありません。むしろ、製品をいかに形にするか、いわゆる Product Realizationの部分に重きを置いて、事業を成長させてきた会社だと考えています。

この Product Realization とは、材料設計、加工技術、品質管理、信頼性といった複数の要素を組み合わせることでバリューチェーンを強化し、「小さな池の大きな魚」という当社のフィロソフィーに沿った形で、市場の中で強固なポジションを築いていくことです。その積み重ねによって、現在の HOYA の事業が構成されていると捉えています。

成長戦略の変遷

- 当社はかつてグループ全体での技術シーズの研究開発をおこなっていたが、2000年代後半より成長戦略の舵を「ライフケア×M&A」に切るとともに、事業部/製品軸での開発へと移行した。
- しかしながら、財務規律の観点から2017年以降は大型M&Aの実行が限定的となっていた。そのような状況のもと、内部開発の役割を改めて検討すべきとの認識が社内で高まり、社内カンパニー制度のもと事業部間R&Dコラボレーションを推進していた。



25

少し目線を変えまして、HOYA グループとしての成長戦略の変遷を振り返ります。

1990年代から2000年代の初めにかけては、本社の下にR&Dセンターのような組織を置き、グループ全体として新たな技術シーズを研究する取り組みを行っていました。当時の研究成果の中には、その後10年、20年という時間を経て、現在の事業に貢献しているものもいくつかあります。一方で、2010年ごろ、リーマンショックなどを経た環境変化の中で、当社はITセグメントはキャッシュカウ、ライフケアで成長を図るという方針を打ち出しました。その結果、ITセグメントでは新規事業探索を行わず、当時保有していた事業に集中して安定的に利益を生み出す役割を担い、その利益をライフケア分野への成長投資やM&Aに振り向ける、というのが2010年代の成長戦略でした。しかし、2010年代後半になると、ITセグメントの中にもまだ成長の余地があるのではないか、という認識が強まりました。HDD用ガラス基板やEUVマスクブランクスといった事業が立ち上がってきたことをきっかけに、再びITにも投資を行っていくという流れが、2010年代後半から明確になってきました。こうした背景のもと、ライフケアやM&Aだけでなく、IT分野においても事業部間でのR&Dコラボレーションを進めるため、社内カンパニー制を導入してきた、というのがこれまでの変遷です。

HOYA Incubation Laboratoriesの発足

- カンパニー間での取り組みを、グループ横断の研究開発/事業開発に発展させ、今後10~20年における成長因子の探索と事業化を図るべく、HOYA Incubation Laboratories (HILS)を発足。
- 事業部がこれまでどおり製品軸で研究開発をおこなう一方で、HILSはより長期視点/グループ視点で開発活動をおこなっていく。

HILS基本方針

- ☑ 研究そのものを目的化せず、将来の事業化を見据えテーマを設計する
- ☑ 自社と無関係な技術トレンドは追わず、自社のコアコンピテンシーを起点に研究を進める
- ☑ 技術だけでなく、量産・品質・市場まで一体で考える



26

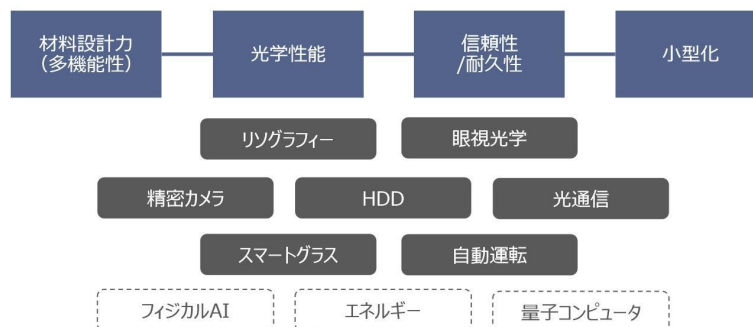
そうした経緯を踏まえ、今回新たに、HOYA Incubation Laboratories、社内では HILS と呼んでいますが、グループ横断で新しい研究開発・事業創出を担う組織を立ち上げます。各事業部の開発をまとめるものではなく、既存事業はこれまでどおり各事業部で行います。その上で、10 年後を見据えた、新たな成長につながる研究を行うのがこの組織の役割です。

研究そのものを目的化せず、事業化を見据えたテーマ設計を行うこと、HOYA のコアコンピテンシーに立脚すること、技術と Product Realization を一体で考えることを基本方針とします。

HILSが標榜する事業領域

- HILSでは最初から特定の産業をターゲットとせず、「電子から光」「極限環境での使用」「小型化」などの条件に優位性を持つ光学ガラス技術を起点に、さまざまな分野での潜在的な事業機会を探索していく。

当社技術の優位性と活用分野



*点線で示したものは今後、当社の技術を潜在的に活用可能な分野を探索していく分野の一例

27

次に、ターゲットとする事業領域についてです。当社のコンピテンシーをあらためて考えると、材料設計力や光学性能、信頼性・耐久性、小型化といった点が強みになります。こうした強みを活かせる分野であれば、特定の領域にあらかじめ絞り込むのではなく、やや広めの視野を持って捉え、潜在的な事業機会を探していきたいと考えています。

HILSロードマップ

- 成長戦略をM&A軸に転換した際に絞り込んだ技術シーズを再び充実させるべく、FY26より複数のテーマの研究を開始。
- FY33頃にはこれらのシーズを製品パイプライン化し、Product Realizationに向けた活動をおこなう。
- Product Realizationができた製品は事業部が主体となり、HOYAの中核事業とすべく規模拡大を目指していく。



28

2026年度から、このHILSを発足し、過去に一度中断していた技術シーズの研究をあらためて進めていきます。その上で、長期的な視点からProduct Realization、つまり事業として成立させられるかどうかを検討し、見極めたうえで、事業部へとつなげ、事業化していくことで、将来のHOYAグループの成長に貢献するものを生み出していきたいと考えています。

HOYAの持続的な成長に向けて、一時期、特にIT分野で止めていた社内開発を再び動かすために、今回、きちんと組織として立ち上げ、腰を据えて取り組んでいくというのが、このHILSの狙いです。

司会：

それでは、質疑応答に移ります。

吉田（CLSA証券）：

今期を考える上で、情報・通信、ライフケアそれぞれの主要製品の成長率の見通しをどのように見ているか教えてください。

池田：

正確な数字は難しいのですが、HDDは引き続き一桁後半、マスク blanks は2桁から10%プラスアルファ、最大で15%程度、映像は25年度のような30%成長は見ず、一桁後半から10%程度を想定

しています。ライフケアは一桁半ばの成長と見ています。

吉田：

今後の資本政策を踏まえたうえで、設備投資や研究開発費についても教えてください。

廣岡：

26年度の設備投資はキャッシュアウトベースでは25年度と概ね同水準を見ています。R&Dは若干増えますが、数%程度です。中長期では、LSIやHDDの需要に応じて投資が前後する可能性があります。26年度に意思決定する案件としては、1,200～1,300億円規模を想定しています。量産は28年度を見据えています。一気にすべて立ち上げるわけではありませんので、キャッシュアウトのイメージとしては、26年度、27年度、28年度にかけて段階的に発生すると考えていただいたほうが正確です。また、減価償却費のピークは28年度から29年度あたりになるというイメージを持っています。

芝野（シティグループ証券）：

HDD基板のベトナム新工場について、フェーズ1以降も含めた全体像と、顧客拡大の状況を教えてください。

池田：

HDDについては、2社目のお客様への出荷は今年度下期から徐々に始まり、3社目については27年度からの立ち上がりを見込んでおり、この見方自体はこれまでから変わっていません。ベトナムでの新しい投資は、そうした2社目、3社目の立ち上がりを前提に、それに対応するための新工場です。新工場の稼働開始は28年度を想定しており、26年度、27年度については、既存のラオス工場に対応します。ラオス工場については、建屋はすでにあり、装置をまだ入れていないスペースがありますので、そこに順次装置を導入することで、特に2社目向けの物量をまかなっていく考えです。3社目については、今回ご説明したベトナムの新工場に対応していきます。新しく建設する工場の規模感としては、現在ベトナムにある1つの工場よりも大きい規模を全体像として想定しています。ただし、今回はそのすべてを一気に立ち上げるわけではなく、フェーズ1としては半分以下の規模からスタートします。当社としては、先に大きな工場だけを作って稼働を待つのではなく、需要に合わせて段階的にラインを立ち上げていく方針です。そのため、現時点で何ラインまで入れるかといった細かいところまでを決めているわけではなく、今後のお客様との具体的な話の中で決めていきます。全体としては、現在ベトナムで保有している1つの工場の約1.5倍程度の規模を目指すイメージです。こうした形で、新工場への投資を意思決定していますので、HDD用ガラスについては、顧客の採用や需要の見通しは相当程度固まってきたと理解していただいて問題ありません。

芝野：

もう1点、廣岡さんに伺います。今回、M&Aの対象について、以前は「半導体」といった比較的広い表

現だったものから、より具体化・絞り込みが進んだ印象があります。この背景を教えてください。

廣岡：

当社としては常にポートフォリオの入れ替えは意識しており、特定の分野しか見ない、というスタイルを取っているわけではありません。良い機会があれば、フィナンシャルディシプリンを守りながら検討するという基本的な姿勢は、これまでと変わっていません。一方で、闇雲に幅広く見続けることが必ずしも効率的ではないという点もあり、ここ数年、さまざまな分野を見てきた中で、投資できそうな領域、そうでない領域についての見極めが進んできたことも事実です。加えて、足元では HDD 基板や LSI の EUV といった分野で、内部投資を積極的に行う必要性が高まってきており、そうした優先順位の変化も背景にあります。

ですので、「ここしか見ません」という意味で絞り込んだわけではありませんが、現実的にまず優先して見るべき領域については、ある程度整理したほうがよいと考え、そのような表現になっています。

芝野：

ありがとうございます。3,000 億円のプール枠については、取締役会の中でもさまざまな意見があったのではないかと思います。その点についてはいかがでしょうか。

廣岡：

資本政策については、当然ボードには説明をしており、考え方をしっかり共有した上で、ご意見をいただいたうえで進めています。金額が多いのか少ないのかという点については、社外の方も含めさまざまな見方があると思いますし、社内でも当然いろいろな意見はあります。ただ、グループにとってインパクトのある M&A を行う可能性を考えると、一定規模の資金をあらかじめ確保しておかないと、機動的に動けないという面があります。また、バランスシートに一定の現預金を持っていること自体が、交渉力という意味での一つのカードにもなります。そうした観点から、今回の水準を設定しています。一方で、この 3,000 億円が上限で、この範囲でしか M&A をしないという意味でもありません。デットの活用についても当然選択肢として考えた上で、最終的には投資の中身や費用対効果を見ながら判断していくこととなります。

中村（ゴールドマン・サックス証券）：

足元の中東情勢を受けた原材料高騰の影響、特にデジカメのメモリーですとか、メガネレンズの樹脂辺りへの影響を教えてください。

池田：

各事業においてサプライヤーから値上げの相談をされるなどの動きはありますが、Q4 および直近では大きな影響は出ていません。ただ、先を見れば一部材料で注意は必要です。

中村：

2 点目は、ハードディスクの今後の見通しについてお聞きます。1-3 月の伸び率が前年比で 20%増と

ということで、伸び率が加速しているイメージもありますが、先ほどのお話ですと、新年度は一桁後半の成長を見込むとのことで、これまでの見方を変えられていない印象です。足元の事業環境を踏まえて、今後もう少し伸びしろはありそうでしょうか。

池田：

足元では需要は非常に強く、工場もフルに近い形で稼働している状況ですが、少し長い目線で見ると、やはり需要には上下の波があると見ています。もう少し高い成長率を期待されていることは十分理解していますが、現時点での見方としては、一桁後半の成長が妥当だと考えています。とは言え、需要があれば当社としてはしっかり供給していきますし、その意味で機会を取りこぼすつもりはありません。

廣岡：

1点補足しますと、今回のQ4については、HDDの中でも相対的に2.5インチのウエイトが思ったほど下がらなかった、という要因もあります。中長期的には、2.5インチは縮小していく前提で見えていますが、今回のQ4は前年比で2.5インチがあまり落ちなかったため、その分、3.5インチの成長がそのまま事業全体の伸びとして出てきています。今回の四半期はこうした要因が相応に影響しました。

中名生（ジェフリーズ証券）：

この4QはEUV blanksと3.5インチ基板はそれぞれ、どのくらい伸びましたでしょうか。

廣岡：

Q4ではEUV blanks、3.5インチ基板ともに前年比25%程度の伸びです。

中名生

EUV blanksは、足元で伸び率がやや高まっているように見えます。26年度については10%から15%程度というお話でしたが、中期的な成長率について、これまでの見通しよりも上向いてきていると考えてよいのでしょうか。

池田：

EUV blanksについては、足元の状況は非常に強いと感じていますが、クォーターごとの振れもあり、今の強さが年間を通じて、すべての四半期で続くかどうかという点については、現時点ではわかりません。そのため、中期的な見方としては大きく変えるつもりはなく、これまでお話ししてきた水準を前提にしています。もちろん、顧客の需要があれば、当社としては出せる分はしっかり供給していきますので、顧客側の需要動向を予想していただければと思います。

司会：

以上をもちまして、本日の決算説明会を終了いたします。本日はご参加ありがとうございました。

【注記】

本トランスクリプトは、決算説明会における発言内容を基に、可読性を考慮して編集したものであり、一言一句を正確に書き起こした逐語記録ではありません。