



HOYA 株式会社

2027 年 3 月期第 1 四半期決算説明会トランスクリプト

2026 年 7 月 31 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 2027 年 3 月期第 1 四半期決算説明会を開始いたします。

まず CFO の廣岡より第 1 四半期の業績ならびに事業概況、第 2 四半期と上期業績予想についてご説明いたします。

廣岡

よろしくお願いします。まず業績の説明に入る前に、前提となる会計基準について簡単にご説明します。

当第 1 四半期から IFRS 第 18 号を早期適用しております。それに伴い開示方法が変わっていますので、事前にポイントをお伝えします。

大きく 2 点あります。1 点目は、IFRS 第 18 号の適用に伴い、IFRS ベースの営業利益を開示したことです。これにより、PL やキャッシュフローの表示区分が従来と変わっています。どう変わったかについては、決算短信 16 ページに調整表を掲載しています。前年度数値を IFRS 第 18 号ベースに組み替えておりますので、前年との比較については決算短信 16 ページをご参照ください。

2 点目は、IFRS 第 18 号そのものの影響ではありませんが、開示内容全体の見直しに伴い、セグメント利益の定義を変更しております。従来はセグメント利益を税前利益としていましたが、投資家の皆様とのコミュニケーションにおいては、通常の営業活動からの利益や利益率を重視してご説明しているため、今回から通常の営業活動からの利益をセグメント利益としております。詳細は決算短信 19 ページおよび 20 ページのセグメント情報をご覧ください。

なお、セグメントごとの開示については従来、税前利益まで開示していましたが、今回より IFRS ベースの営業利益までを開示しており、減損などの重要項目を把握いただけます。一方、利息収益などはセグメント別の事業活動とは直接関係しないため、セグメント開示は営業利益までとしています。

以上の変更に伴い、決算短信および補足資料の内容が一部変更されていますので、ご質問があればお問い合わせください。

それでは業績についてご説明します。

FY26 Q1 連結業績



- ・【売上収益】ライフケア、情報・通信事業ともに順調に推移し、連結売上は二桁の増収となった。
- ・【通常の営業活動からの利益】両事業ともに収益性が拡大し、増収率を上回る強い着地となった。
- ・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。

売上収益 2,557 億円 +16% (CC +7%)	通常の営業活動からの利益 824 億円 +24% (CC +17%)	税引前利益 860 億円 +28% (CC +20%)
---	--	---

【ご参考】ROIC [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)]・・・23.8%

USD	160.72円	-11.8% (円安)
EUR	186.13円	-12.7% (円安)

売上収益は 2,557 億円で、前年同期比 16%増となりました。為替ニュートラルでは 7%増です。
通常の営業活動からの利益は 824 億円で、前年同期比 24%増、為替ニュートラルでは 17%増となりました。税引前利益は 860 億円で前年同期比 28%増、為替ニュートラルでは 20%増です。

売上収益については、ライフケア、情報・通信ともに成長しましたが、特に情報・通信事業の伸びが大きく、全体を牽引しました。

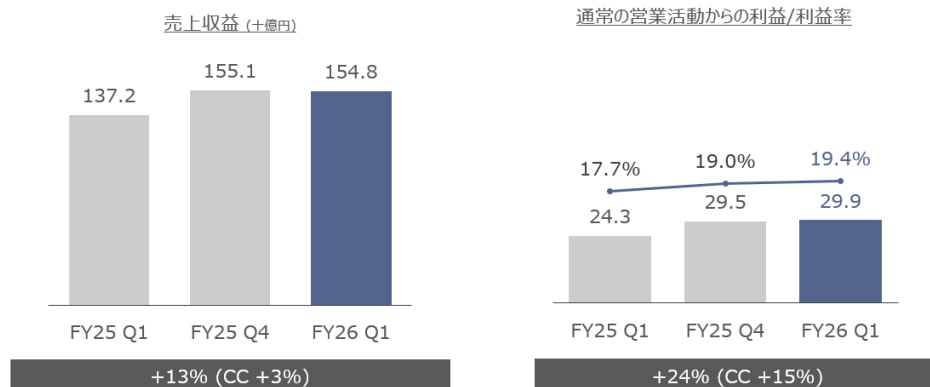
通常の営業活動からの利益についても、各セグメントで収益性が改善しています。加えて、情報・通信事業の成長率がライフケア事業を上回ったこともあり、グループ全体では為替ニュートラルで 17%の増益となりました。

この結果、売上収益および通常の営業活動からの利益はいずれも四半期ベースで過去最高となりました。

ライフケア事業概況



- ・【売上収益】全体的に底堅く推移したことに加え、為替換算のプラス影響もあり二桁の増収。
- ・【通常の営業活動からの利益】費用の継続的な合理化等により、YoYで収益性が大きく改善。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

4

ライフケアの売上収益は 1,548 億円で、前年同期比 13%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 299 億円で、前年同期比 24%増、為替ニュートラルでは 15%増でした。利益率は 19.4%となりました。

売上収益については、製品ごとにばらつきはありましたが、主要製品は総じて堅調に推移しました。

利益については、収益力向上に向けた取り組みを継続しており、費用コントロールや高付加価値製品比率の上昇が寄与しています。従来より、中期的な目安として掲げている 20%近辺の利益率に向けて着実に進捗していると考えています。なお、一時的要因として米国関税の還付金の影響が含まれています。この影響を除くと利益率は 19%を若干下回る水準と考えています。

ライフケア事業 製品別概況：メガネレンズ

売上成長率
+16%
(CC +4%)

- 日本や中国などのアジア地域が成長をけん引。チャネル別では、大型チェーン向け販売が堅調に推移した。
- 第2世代製品MiYOSMART iQの中国での拡販に加え、中国以外の地域での横展開も進展した。
- 引き続き高付加価値製品の拡販と新製品の市場浸透を通じて、持続的な成長を目指す。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

5

売上成長率は16%、為替ニュートラルでは4%でした。

地域別では、中国を中心としたアジアが好調に推移しました。特に中国では、第2世代となるMiYOSMART iQの販売拡大が進んでおり、昨年下半年から導入を進めてきた成果が出ています。

また、中国以外にも販売国を順次拡大しており、今後さらなる成長につなげていきたいと考えています。

ライフケア事業 製品別概況：コンタクトレンズ (eyecity)

売上成長率
+3%
(CC +3%)

- 来店客数の増加ならびにサブスクリプション等の利用拡大による顧客リテンション改善を背景に、売上は堅調に推移。
- 高付加価値商品の継続的な売上ミックス拡大により、顧客単価が上昇。
- 引き続き、顧客利便性の向上や高付加価値商品の拡販を通じて、顧客基盤の拡大に取り組む。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

6

売上成長率は3%となり、引き続き安定した成長を継続しています。

事業環境に大きな変化はありませんが、お客様一人ひとりに適したコンタクトレンズ製品とサービスを提供することで、安定的な成長につなげています。

ライフケア事業 製品別概況：内視鏡

売上成長率
+8%
(CC -4%)

- 欧州で前年並みの売上を確保したものの、中国市場のマイナスが継続。
- 日本の内視鏡事業の分社化（8/1）、工場の統廃合など計画に沿って構造改革が進捗
- 事業ポートフォリオマネジメントの一環として、内視鏡事業の第三者への事業譲渡その他戦略的オプションの検討開始



売上成長率は8%、為替ニュートラルではマイナス4%となりました。

なお、前年中に一部製品の事業譲渡を実施しており、その影響を除くと、実質的には若干の減収という状況です。

地域別では、欧州は堅調に推移しましたが、中国市場は引き続き厳しい状況が続いています。

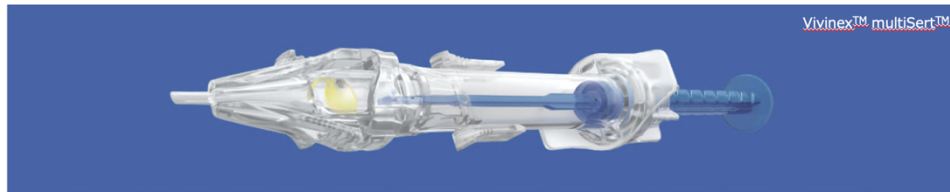
こうした状況を踏まえ、2025年度に決定した構造改革を着実に進めています。日本の内視鏡事業の会社分割は明日完了予定であり、そのほか製造拠点の最適化も実行フェーズに入っています。これらの施策は計画どおり進捗しており、今年度下期以降に効果が現れてくると考えています。

また、本日適時開示したとおり、事業ポートフォリオマネジメントの一環として、内視鏡事業の第三者への事業譲渡を含む戦略的オプションの検討を開始することを決定しました。

ライフケア事業 製品別概況：眼内レンズ

売上成長率
+17%
(CC +9%)

- 中国で減収が続いたものの、日本、欧州を中心にその他地域は堅調に成長した。
- 三焦点レンズの販売拡大により、ATIOLの売上構成比が上昇し、売上成長に貢献。
- 引き続きATIOLの拡販を進めていく。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

8

売上成長率は17%、為替ニュートラルでは9%となりました。

中国市場では引き続き厳しい環境が続いていますが、それ以外の地域では堅調な成長を実現しています。特に高付加価値製品の販売が好調であり、製品ミックスの改善も進んでいます。

ライフケア事業 製品別概況：人工骨ほか

売上成長率
+15%
(CC +6%)

- 内視鏡洗浄機や金属インプラントの販売が堅調に推移し、二桁の成長となった。
- 他方、クロマトグラフィー担体は顧客の在庫調整が継続し、減収。
- 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

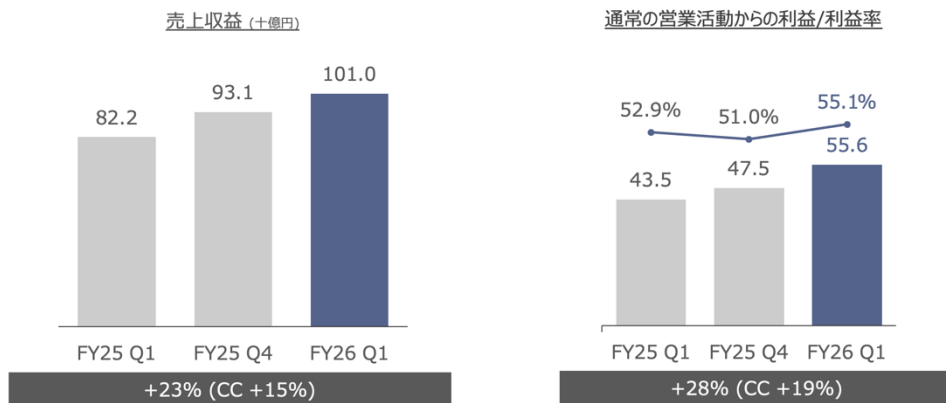
9

製品ごとにばらつきはありますが、特に内視鏡洗浄機および金属インプラントが好調でした。全体としては為替ニュートラルで6%の成長となりました。

情報・通信事業概況



- ・【売上収益】LSIとHDD基板に加えて、光学ソリューション（旧映像）の力強い伸びが全体の増収に貢献した。
- ・【通常の営業活動からの利益】増収効果や高付加価値製品のミックス増により、利益率が上昇。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

10

売上収益は 1,010 億円で、前年同期比 23%増、為替ニュートラルでは 15%増となりました。

通常の営業活動からの利益は 556 億円で、前年同期比 28%増、為替ニュートラルでは 19%増となりました。利益率は 55.1%でした。

売上収益については、LSI、HDD 用ガラス基板、光学ソリューションの 3 事業が引き続き力強く成長しており、全体として二桁成長を実現しています。

利益面では、製品ミックスの改善に加え、高付加価値品比率の上昇も寄与しています。設備投資に伴う減価償却費は増加していますが、それを十分に吸収できています。

なお、ライフケア事業と同様に、米国関税の還付による一時的な利益押し上げ要因が含まれています。

情報・通信事業 製品別概況：LSI

売上成長率
+21%
(CC +18%)

- AI関連需要を背景に、先端半導体向けEUVブランクス需要は堅調に推移。
- 位相シフトマスク（PSM）などの高付加価値EUVブランクスの販売拡大により、売上が伸長した。
- 競争力を確固たるものとすべく、引き続き顧客のパフォーマンス向上に寄与するブランクス、High NA等の次世代ブランクスを開発を推進していく。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

11

売上成長率は 21%、為替ニュートラルでは 18%となりました。

EUV ブランクス需要は非常に旺盛で、高付加価値製品の販売拡大も進んでいます。

DUV ブランクスも堅調に推移しており、一桁の半ばほどの成長率となりました。

情報・通信事業 製品別概況：FPD

売上成長率
+9%
(CC +2%)

- 前年比較で中国・重慶工場の稼働率向上を背景に、中国顧客向け売上が拡大し増収。
- スマートフォン、折り畳みスマホ、IT OLED向けを中心に新製品開発需要が底堅かった。
- 今後も折り畳みスマホやVRなどのウェアラブル機器に加え、OLED搭載のAI PCやゲーミングPC向け需要の拡大を見込む。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

12

売上成長率は 9%、為替ニュートラルでは 2%となりました。

2024 年度は中国工場立ち上げの影響でグループ全体の生産能力が一時的に低下していましたが、2025 年度に入り生産能力は回復しました。現在はその生産能力を十分活用するフェーズに入っており、成長率自体は落ち着いています。今後は生産能力をしっかりと埋めながら、高付加価値製品へのミックス

改善を進めています。

情報・通信事業 製品別概況：HDD基板

売上成長率
+29%
(CC +15%)

- 活発なデータセンター投資を背景にニアラインHDD需要が引き続き拡大、3.5インチ基板は大幅増収となった。
- HAMR技術の採用拡大、プラッタ枚数の増加など、ガラスを必要とする高容量化に引き続き進展が見られた。
- 需要拡大を見据え、ラオス工場の稼働率を上げるとともに、HAMR向け基板や多枚数化に対応した薄型ガラス基板の生産体制整備を進めていく。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

13

売上成長率は 29%、為替ニュートラルでは 15%となりました。

引き続き需要は非常に強く、供給能力の拡大が課題となっています。ラオス工場の稼働率向上にも取り組んでおり、需要に対応できる体制を整えています。

情報・通信事業 製品別概況：光学ソリューション（旧映像）

売上成長率
+22%
(CC +11%)

- 映像（カメラ）以外の用途での需要も拡大しており、事業の実態をより適切に表現するため、今回の決算より光学ソリューションに名称を変更。
- 光トランシーバー向け偏光ガラス（CUPO）の販売が力強く推移し、全体の伸びをけん引した。
- CUPOの生産能力増強を進めるとともに、ウェアラブル向けレンズやAR関連製品の拡販に取り組む。



© 2026 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

14

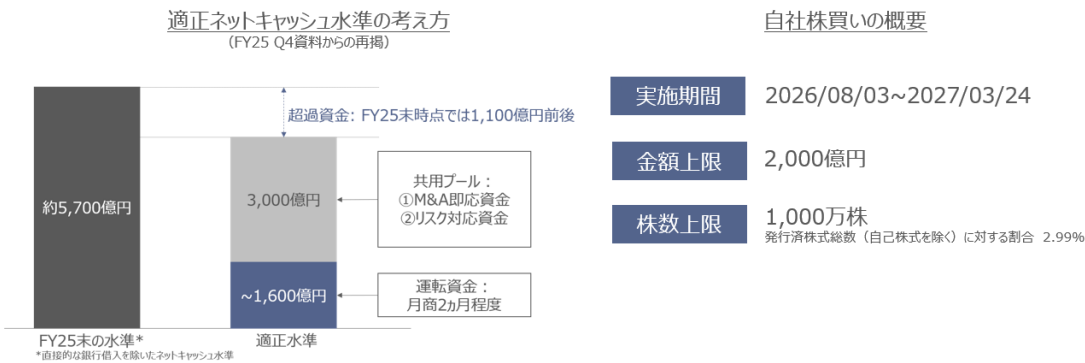
従来の「映像」から「光学ソリューション」へ名称変更しました。カメラ向けだけではなく、CUPO など映像以外の用途も拡大していることを踏まえた変更です。現在も映像関連が大きな割合を占めていますが、今後はより幅広いアプリケーションでの成長を目指しています。

CUPO やウェアラブル関連向け需要が堅調に推移しており、小型ガラス材料も好調です。結果として、事業全体で 11%の成長となりました。

株主還元



- ・ 本年4月、資本効率のさらなる向上を目指し、B/Sのネットキャッシュ水準を1,100億円程度減少させる方針を公表。
- ・ 同方針のもと、創出キャッシュフローや投資資金ニーズなどを総合的に勘案し、2,000億円の自社株買いを決議した。



本日の取締役会において、自己株式取得を決議しました。取得総額は 2,000 億円です。
取得期間は来週から年度末までを予定しており、市場環境等を踏まえながら取得を進めていきます。

ガイダンス

- ・ ライフケア事業、情報・通信事業ともに主要製品の需要は堅調に推移する見通し。特にメガネレンズ、EUV blanks、HDD 用基板および光学ソリューションが成長を牽引し、二桁の増収増益を見込む。

Q2				上期			
(億円)	FY25 Q2	FY26 Q2	YoY	(億円)	FY25 H1	FY26 H1	YoY
売上収益	2,345	2,653	+13%	売上収益	4,590	5,210	+15%
通常の営業活動からの利益	702	826	+18%	通常の営業活動からの利益	1,364	1,650	+21%
税前利益	719	840	+17%	税前利益	1,393	1,700	+22%
四半期利益	550	652	+19%	当期利益	1,064	1,310	+23%

業績見通しの詳細な数値は資料記載のとおりです。事業環境については、各事業とも第 1 四半期に近い状況が継続すると想定しています。一方で、第 1 四半期には米国関税の還付という一時的な利益要因がありましたので、上期見通しにはその反動を織り込んでいます。

質疑応答

吉田（CLSA 証券）

LSI が前年同期比 18% 増と非常に強い成長でした。EUV がどの程度牽引したのか、また Phase Shift Mask（PSM）の寄与も含め、数量要因と価格要因をどのように見ればよいのか教えてください。また、この成長はどの程度持続可能と考えていますか。

池田

EUV については、以前お話ししていた見通しよりも足元は強く推移しており、前年比 20% 程度の成長を見込んでいます。DUV については一桁台前半から半ば程度の成長を見込んでいます。

数量と単価の寄与については、製品ミックスなどもあるため厳密に切り分けるのは難しいのですが、どちらも成長に貢献しています。

吉田

HDD 基板についても、第 1 四半期は 15% 成長と想定以上に強い印象です。顧客側では容量ベースで 20% 台半ばの成長が見込まれており、年間見通しも引き上がる余地があるのではないのでしょうか。

池田

3.5 インチ基板については 15~20% 程度の成長を見ています。一方で、2.5 インチ基板は引き続き二桁の減少を見込んでいます。そのため、HDD 事業全体では 10% 台前半の成長になると考えています。

廣岡

第 1 四半期は、2.5 インチの減少幅が想定ほど大きくありませんでした。そのため、全体として 15% 成長となりました。ただし 2.5 インチの動向は依然として読みづらい部分があり、現時点では池田が申し上げたような見方を維持しています。

芝野（シティグループ証券）

情報・通信事業の利益率について伺います。第 1 四半期は 55% と非常に高い利益率でした。関税還付の影響を除いた実力値はどの程度と見ればよいのでしょうか。また、この利益率はどの程度持続可能と考えていますか。

廣岡

関税還付の影響を除くと、54% 台が実力値と考えていただければと思います。ただし利益率は製品ミックスの影響を大きく受けます。どの製品がどのタイミングで伸びるかによって数ポイント程度変動することは十分あり得ます。

我々としては 52%程度を一つの目安として捉えており、そこを上回ることを目指して運営しています。来年度以降は減価償却費の増加もありますので、それをどのように吸収するかが課題になります。ライフケアが 20%を目標としているのと同様に、情報・通信は 50%を下回らないことが重要な目標だと考えています。

芝野

CEO の視点でもコメントをお願いします。

池田

これまで我々は 50%程度を一つの目安としてお話ししてきました。今回廣岡が 52%と言ったのは、この数か月の実績を見て、従来より良い水準が目指せるという自信が高まってきたためです。ただし、需要や製品ミックスには変動があります。常に 55%を維持するというのは簡単ではありません。そのため、50%台前半をベースに考えていただくのが現実的だと思います。

芝野

今年度中については、第 1 四半期からさらに上がる可能性もあるのでしょうか。

池田

減価償却費は今後も増加します。ただ、本格的に増えるのは来年度以降です。今年度については増加影響も限定的ですので、高い利益率は維持できると考えています。

芝野

売上面についても確認させてください。EUV ブランクと HDD 基板の第 2 四半期以降の伸び率イメージを教えてください。

池田

EUV ブランクは前年比 20%程度の成長、3.5 インチ HDD 基板は 15~20%程度の成長率が第 2 四半期、第 3 四半期も維持できると見えていますので、これをベースに QoQ もイメージいただければと思います。ただ、第 4 四半期は当社側の生産の都合が変動要因になりますが、少なくとも暦年内はそのような水準で推移できる見込みです。

甲谷（みずほ証券）

MiYOSMART iQ について伺います。ARVO で報告された 12 か月試験結果では、4~12 歳の小児において近視進行がほぼ認められなかったという非常に画期的な結果だったと思います。将来的に、この事業はどの程度の市場規模や売上ポテンシャルを持つと考えていますか。

池田

ご指摘の通り、12 か月試験では近視進行抑制効果が確認されています。ただし現時点ではまだ一部海外の臨床試験結果であり、日本や米国でも同様の検証が必要です。現在は各国で承認取得やエビデンス構築を進めている段階です。したがって、現時点では世界全体での売上ポテンシャルを定量的に示せる状況にはありません。まずは 2 年、3 年といった長期データの取得と、各国での承認取得に注力したいと考えています。

甲谷

メガネレンズ事業についてです。米国事業の立て直しが課題だと思います。昨年、北米責任者が交代しましたが、戦略面でどのような変化があるのでしょうか。

池田

ご指摘の通り、現在の課題は米国です。特に独立系眼鏡店向けビジネスの強化に注力しています。新体制のもとで営業組織の再構築を進めており、営業人員の配置も見直しています。現時点ではまだ成果を評価する段階ではありませんが、今後成果が見えてくれば適宜ご説明したいと思います。

中村（ゴールドマン・サックス証券）

1 点目は HDD 基板についてです。

ラオス工場の稼働率は以前、キャパシティの 3 分の 1 程度を使用しているとの説明だったと思います。現在はどのような状況でしょうか。

また、HDD メーカー側でガラス基板の一部内製化を検討しているとの話もありますが、その点についての考え方を教えてください。

池田

ラオス工場は、全部で 12 ラインが入る建屋とクリーンルームを保有しています。これまで 4 ラインで稼働していましたので、ご指摘のとおり使用率は約 3 分の 1 でした。残りの 3 分の 2 については、今年度から来年度にかけて順次設備を導入し、生産に寄与させていく計画です。さらに 2028 年度には、前回決算でご説明した次の増産投資も立ち上がってくる予定です。

HDD メーカーによるガラス基板の内製化についてですが、見方を変えれば、アルミ基板ではなくガラス基板へ移行するという意思決定をしたとも捉えられます。その意味では、当社にとって必ずしもネガティブな話ではありません。実は 2.5 インチ時代にも同様の内製化の動きはありましたが、顧客が内製化を検討すること自体は想定範囲内であり、ガラス基板市場全体が拡大するという観点ではポジティブに見ています。

中村

3.5 インチ基板について、仮に需要がさらに上振れた場合、生産能力的にはどの程度まで対応可能でしょうか。

池田

顧客から引き合いが強いため、設備導入を前倒ししながら対応を進めています。現時点で申し上げられるのは、私が先ほど申し上げた 15～20%成長のうち、20%までは十分対応可能ということです。それ以上については、まだ具体的な検討段階には入っていません。

中村

EUV ブランクスについて、従来は高単価製品を増やすと数量が減る傾向だったと思いますが、今回はこちらの両方が伸びているようにも見えます。生産性改善などが背景にあるのでしょうか。また DUV も想定以上に伸びているようですが、その要因も教えてください。

池田

高付加価値製品の比率が高まれば、一般論として数量効率は落ちます。ただし、単価上昇にはもう一つの要因があります。それがディフェクト（欠陥）の改善です。欠陥数の少ない高品質品の歩留まりを上げる形で生産できれば、生産性を落とすことなく単価を上げることができます。その場合は、ASP 上昇と数量増加が実現できます。

DUV については、生産能力を増やすための設備投資は行っていません。したがって数量ベースでは大きく増えていませんが、DUV の中でも製品ミックスが改善しています。ローエンドからミドル、ミドルからハイエンドへのシフトが進んでおり、その結果として売上が伸びています。

中名生（ジェフリーズ証券）

AI 投資がハイパースケーラーのキャッシュフローを圧迫しており、今後どこかで投資が減速するのではないかとの見方もあります。中長期的に見た場合、HDD 基板需要への影響をどのように考えていますか。

池田

非常に重要なテーマですが、現時点で予測するのは難しい問題です。我々としては主要な HDD メーカーの経営陣と定期的に直接コミュニケーションを取り、常に情報をアップデートしています。ただ、現時点で具体的な見通しを申し上げるのは控えさせていただきます。

中名生

一方で、足元は供給制約がある状態にも見えます。仮にハイパースケーラーの投資が鈍化したとしても、HDD 基板についてはレジリエンスを発揮する可能性はないでしょうか。

池田

我々の HDD 基板側に供給制約はありません。HAMR の導入によって記録密度が向上している局面のため、エクサバイト需要が伸びても、記録密度向上により必要なディスク枚数は必ずしも同じだけも増えません。現在は記録密度向上だけでは需要増を吸収しきれないため、基板枚数も増えています。

また、我々には今後立ち上がる 2 社目、3 社目の顧客があります。仮に市場成長率が低下したとしても、新規顧客向けの増加分はプラス要因になります。したがって、需要予測を大きく見誤らなければ、高い利益率を維持しながら事業運営できると考えています。

中名生

光学ソリューションにおいて、CUPO やウェアラブル向けが大きく伸びているとのことですが、成長率や生産能力について教えてください。

池田

CUPO 単体で見ると、今年度は前年比 30~40% 程度の売上成長になる見込みです。一方で、生産能力については大きなボトルネックはありません。HDD 基板や EUV ブランクスのように、大規模設備投資がなければ増産できない事業ではないため、現時点では十分対応可能です。

ウェアラブル向け光学製品については、新製品立ち上げ時に大きく生産し、その後の販売状況によって変動する傾向があります。四半期ベースで成長率を説明するのは難しいのですが、前年比では引き続き成長軌道にあると考えています。

吉川（モルガン・スタンレー MUFG 証券）

マスクブランクスでは Phase Shift Mask（PSM）など高付加価値製品の販売拡大が言及されています。これは量産世代での需要増加によるものなのか、それとも次世代プロセス向け開発需要によるものなのか教えてください。

池田

PSM については、現在の N2 世代ですでにかなりの数量が使用されています。ファウンダリの顧客が公表しているとおり、N2 プロセスの量産が本格化しており、その量産向け需要が現在の成長を支えています。

吉川

さらに先の A14 や A10 世代ではどうなるのでしょうか。

池田

A14 や A10 世代では、PSM に使用する膜材料も変わってきます。また、マスクセット全体に占める EUV

レイヤー数、その中で PSM が使われるレイヤー数も増えていく見通しです。設計によって差はありますが、N2 世代よりも高付加価値化が進むことは間違いありません。

吉川

光学ソリューションのうち、デジタルカメラ向け需要について教えてください。以前はメモリー価格上昇などの影響で不透明感があるとの説明でした。

池田

足元では、当初懸念していたほど大きな変化は見られていません。大幅な増加も減少もなく、比較的安定した需要が続いています。

現在の光学ソリューションの成長を牽引しているのは、データセンター向け CUPO やウェアラブル向け製品であり、デジタルカメラ向けの影響は相対的に小さくなっています。

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。

本日は多くの企業が決算発表を行う中、ご参加いただき誠に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。