

2014年9月 機関投資家・アナリスト向け
健康・農業関連事業部門 事業戦略説明会
質疑応答要旨

日時 2014年9月19日(金) 13:30~14:45
説明者 代表取締役常務執行役員 西本 麗

<業績動向>

Q. 健康・農業関連事業部門の業績が、直近1~2年で大きく改善した背景を伺いたい。

A. 大豆用除草剤フルミオキサジンの販売拡大が非常に大きなドライバーとなっている。これはニューファームやモンサントとの提携など他社とのアライアンスが大きく貢献している。フルミオキサジンに限らず、当社の農薬ビジネスは海外需要の増加に支えられており、最近数年は各製品とも売上が増加している。2013年以降、為替が円安に転じたことも、業績にはプラスの効果がある。

Q. 人口増加や穀物市況の上昇を背景に世界の農薬市場は成長してきたが、昨年頃から穀物市況が下がり始めている。本年度第1四半期の業績が低調であったのは、昨年来の穀物市況悪化が影響しているのではないか。

A. 穀物市況の影響はあまり受けていないが、天候不順の影響を大きく受けている。穀物市況が悪化すると農家の防除意欲が低くなる傾向はあるが、足元では穀物市況の直接的な影響は見られない。第1四半期の業績が低調であったのは、北米やブラジルの天候不順という一過性の要因の影響とみている。

Q. 農薬ビジネスに限った海外売上高比率はどれくらいか。また、為替感応度は。

A. 農薬事業はアグロ事業部と国際アグロ事業部の二つの事業部で行っているが、両事業部門合計での海外売上高比率は3分の2程度である。アグロ事業部では、肥料も含め海外からの調達が多いため、円安の進展は減益要因となる。一方、国際アグロ事業部では、輸出を行うため円安の進展は増益要因となる。健康・農業関連事業部門全体では、円/ドルレートが1円変動すると年間の営業利益が5億円程度変動する。

Q. フルミオキサジン以外の製品の状況を伺いたい。

A. フルミオキサジンに次ぐ売上規模の製品は殺虫剤クロチアニジンである。クロチアニジンは、環境への影響を見極めるためにヨーロッパで販売を一部で制限されているが、米国では種子処理用途に加え、通常の散布用途でも販売が急増している。また、殺菌剤スミレックスは、ブラジルで大豆の菌核病が大発生したため、出荷がここ数年増加している。この3製品が主な収益ドライバーであるが、古くからの製品である殺虫剤スミチオンも堅調に販売が増加するなど、農薬全般にわたって出荷が伸びている。

Q. クロチアニジンはヨーロッパでの販売停止の影響を受けていないのか？

A. グローバルな農薬販売に占めるクロチアニジンのヨーロッパでの販売の割合は小さいため、業績への影響は限定的と考えている。

Q. 今後3～5年で、農業関連事業で何が収益ドライバーとなるか。

A. 海外での事業拡大が今後の収益ドライバーとなる。種子処理やポストハーベスト分野等の新しいプラットフォームの拡大にも期待しているが、フルミオキサジンの販売増加が最大のドライバーである。

Q. 今後3～5年で、規制強化、特許切れ、天候などのリスクをどのように見ているか。

A. 天候は常にリスクであるが、規制の動向が最大のリスクと考えている。競合剤の発売時期などは他社のパイプラインから予測が可能であるが、規制の動向は予測が困難な場合もある。ブラジルでの規制がヨーロッパ並みの規制となれば、当社だけではなく全ての農薬メーカーに大きな影響が予想される。

<フルミオキサジン>

Q. フルミオキサジンの特許期間について伺いたい。

A. フルミオキサジンの特許は既に失効している。アメリカでは特許が切れても登録データの独占使用期間が最大3年間認められるが、その期間も終了している。当社ではモンサントと可能な限り長い事業提携契約を結ぶことで、ジェネリックメーカーの参入を防ぐことを目指している。米国での契約期間は2017年までであったが、2020年まで期間を延長した。ブラジルとアルゼンチンでの契約も2020年までである。

Q. フルミオキサジンの売上は、2013年度で300億円とのことであるが、400～500億円の売上となる時期はいつか。

A. 2015年に能力を增強し、2016～17年には400～500億円の売上になると考えている。

Q. フルミオキサジンの契約期間が2017年から2020年に延長された理由について伺いたい。

A. 現時点でフルミオキサジンのジェネリック品が発売されていないことに加え、これまでの提携が成果を生んでいることが契約延長に貢献している。モンサントとの技術協力などが成果を生み、ラウンドアップシステムの効果維持に当社も貢献しており、相互の信頼関係が深まっている。このため、提携地域を拡大する際に、アメリカでの契約期間もブラジルとアルゼンチンと同じ2020年にまで延長した。

Q. 契約期間の延長により、フルミオキサジンの売上目標400～500億円は変わらないのか。

A. 従来から400～500億円の売上を期待していたが、契約の延長によりリスクが減ったと言える。

Q. フルミオキサジンの地域別の売上構成は。

A. 現在の売上構成は、アメリカが6割、ブラジルが3割弱である。昨年販売を開始したアルゼンチンでの売上は今後伸ばしていきたい。

<ニューファーム>

Q. ジェネリックの市場が拡大するなかで、ニューファームとの現在の資本関係は最適とお考えか。ジェネリックに対してどのように対処していくのか。

A. ニューファームとは、事業が補完的であり、シナジー効果が期待できることから出資を行った。当社の化合物は、大豆用のフルミオキサジンを除けば、基本的にはスペシャリティクropp用途が中心となっている。一方、ニューファームは汎用の除草剤中心の会社である。販売網も北米・西欧など一部で重複はあるが、ブラジル・東欧など当社の弱い部分を補完していただくなど、提携はこれまで上手くいっており、今後も更なる成果が期待できる。世界のマーケットで農家にソリューションを提供するためには、パテント品だけでなく、汎用品も品揃えする必要があると考えている。ニューファームは上場会社であるため、今後について明言はできないが、23%の出資で最終形かと言われると、もう少し大きな仕掛けをしたいという気持ちもある。ただ、当面は現在の資本関係を維持しつつ、シナジーを拡大していくことを目標としている。

Q. シナジーはどの程度の期間で生み出すことを想定しているか。

A. スライド 25 において、短期とは事業提携後 2~3 年以内で、中期は 4~5 年、長期はそれ以上かけて成果を生み出すことを想定している。

<バイオリショナル・種子処理・ポストハーベスト>

Q. 今回、多額の投資を行い微生物農薬の新工場をアイオワ州に建設したが、将来性が期待できるのか。植物生長調整剤を含め、バイオリショナルについてももう少し伺いたい。

A. 微生物農薬には様々な分野があるが、当社は BT (バチルス・チューリンゲンシス：真正細菌の一種) 農薬を扱っている。中国メーカーも市場に参入しているが、我々の BT 農薬事業はアボット社から買収したものであり、品質も高く、市場シェアも世界トップである。植物生長調整剤では、ジベレリン (植物ホルモンの一種) が当社の主要製品であり、果樹や野菜に加え、最近ではトウモロコシなどの穀物にも使われており、世界各国で売上が拡大している。

Q. バイオリショナル事業のグローバル売上は。

A. 現在は、年間 200 億円程度であり、今後数年で倍増したいと考えている。

Q. 種子処理分野とポストハーベスト分野の将来性について伺いたい。種子処理分野は大きな市場であるが、どのように事業を拡大するのか。

A. 種子処理分野は市場が年率 10%で拡大している。我々は後発で、この分野での売上がまだ少ないこともあり、クロチアニジン、殺菌剤エタボキサム、今後発売する殺菌剤マンデストロビンなどを投入することで、事業を比較的容易に拡大できると見ている。

ポストハーベスト分野での売上は 60 億円程度であり、顧客は包装会社や貯蔵会社である。ポストハーベスト用の薬剤に加え、作物にポストハーベスト処理を施すためのシステム(例えば、りんごを殺菌・洗浄し、薬剤を施用するシステム)を提案・販売している。アメリカを中心に事業展開してきたが、ニーズが強いため、今後はブラジルやほかの国にも事業を拡大していく。

<新規化合物の開発>

Q. 次世代ブロックバスターについて詳しく伺いたい。

A. 次世代ブロックバスターと位置付ける化合物は、殺菌剤が3剤、殺虫剤が1剤、植物生長調節剤が1剤ある。殺虫剤は1つの化合物から複数製品の開発が可能であると見ている。また、主要な穀物からスペシャリティ分野の作物まで幅広い適応が期待される化合物もあり、大きな収益ポテンシャルがある。これらのうち、殺虫剤1剤と殺菌剤1剤は新規の作用機序を持つ画期的な化合物である。

Q. 次世代ブロックバスターはどのような作物に使用されるのか。

A. 一つの作物ではなく、大豆などの穀物から、果樹などスペシャリティまで、幅広い作物をターゲットとする化合物である。

Q. 次世代ブロックバスターはフルミオキサジンと競合しないのか。

A. 殺虫剤、殺菌剤など、それぞれ分野が違うので競合することはない。

Q. 2016～2019年の間は、新規化合物の上市はないのか。

A. スライド34では、新規化合物を最初の市場で上市する年を示している。殺菌剤のエタボキサムやマンデストロビンは2014～15年に上市予定の化合物である。当社の事業規模では、世界各地で同時に上市することができないため、各国で順次上市する。2015年に最初の市場で上市した化合物は、翌年以降に他国で上市し、販売を拡大していく。従来から、新規化合物の上市がない時期は、事業提携やプロダクトライフサイクルマネジメントのための応用開発を行うことで既存の化合物の売上を伸ばしつつ、次の新規化合物の上市を待つことにしている。

Q. 2013年11月の経営戦略説明会の資料において、2016年以降とされていた新規化合物の上市時期が、今回の資料では2020年以降へと変更されている。新規化合物の開発が遅れているのか。

A. ご指摘の新規化合物は、従来から2020年以降の上市を予定していたが、上市時期を明確にするために資料を改定した。新規化合物の開発は遅れておらず、むしろ加速させている。

Q. 住友化学は国内最大の農薬会社であり、新薬の開発を行う農薬会社としては世界でも7～8位のシェアを有している。海外の大手企業が新規化合物の開発に苦勞する中で、住友化学を初めとした日本の農薬メーカーのパイプラインが充実しているのは何故か。新規化合物の開発力と事業規模に関連性はないのか。

A. 正直、明確な理由はわからないが、日本のメーカーは規模に比して新剤の上市が多いと欧米の大手農薬会社の間でも話題となっている。ただ、例えR&Dで良い化合物を開発しても、グローバルな販売網を有していないと海外販売は欧米の大手メーカーに委託することになる。欧米の大手メーカーは幅広い農薬の品揃えがあり、委託した農薬は数多い製品の一つにすぎない。当社は自社開発の農薬を自社のグローバルな販売網を使って販売しており、この自社での開発・販売体制が収益拡大のドライバーとなっている。当社は、ベラントを25年前に設立し、海外展開を苦勞しながら行ってきた結果、現在の体制を築き上げた。

<その他>

Q. GMO（遺伝子組み換え作物）の普及に今後どのように対処していくのか。

A. スライド14に示した通り、1996年にアメリカでラウンドアップレディの大豆種子が発売され、それまで販売が拡大していた除草剤の使用が一時的に減少した。その後も、BT コットン（殺虫効果のあるバチルス・チューリンゲンシスを生成するよう遺伝子組み換えを行った綿の種子）などの他の遺伝子組み換え種子が上市され販売を拡大しているが、2000年代以降は化学農薬の販売も同時に拡大している。GMOに対する雑草や害虫の抵抗性の問題に加え、ブラジルを中心に収量を上げるために農家の生産性改善意欲が強いことから、GMOを補完するために化学農薬の販売が拡大していると見られる。この二つのトレンドは今後も変わらないと見ている。

Q. GMOと化学農薬は共生し、お互い成長していくということか。

A. そのように見ている。

Q. 今後、地球温暖化による作付作物の変化や、TPPによる農薬メーカー同士の競争激化が予想されるが、国内事業への影響や住友化学の対応について伺いたい。

A. 農業構造の変化に関する説明で申し上げた通り、現行の系統と商系の農薬流通経路の今後の変化や、作物栽培の変化は、当社を初めとした農業関連資材メーカーの事業に影響する。当社は、こうした変化を先取りした技術や製品の開発を進めており、逆にビジネスチャンスにつなげていく。

Q. コメ事業を出発点とし、種子販売事業への参入を狙っているのか。

A. 種もみを販売し、農業法人などに当社の肥料や資材を使い水稻を栽培していただき、収穫したコメを買い取り集荷・販売する、というトータルパッケージでの事業展開を考えている。

Q. 日本で開発したコメ事業を海外展開する考えはあるのか。

A. 現時点では、国内生産を1万ヘクタールに拡大することを最重点課題としているが、今回買収した資産の中には、海外展開のポテンシャルを有するものもある。10年先を考えると海外にコメ事業を拡大する可能性もあり、チャレンジしていきたい。

Q. 日本で急性参照用量による農薬の規制が導入されるが、事業への影響は。

A. 当社への影響はそれほど大きくはないと考えている。

以上

注意事項

本資料に掲載されている住友化学の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち歴史的事実でないものは将来の業績などに関する見通しです。これらの情報は、現在入手可能な情報から得られた情報にもとづき算出したものであり、リスクや不確定な要因を含んでおります。実際の業績などに重大な影響を与えうる重要な要因としては、住友化学の事業領域をとりまく経済情勢、市場における住友化学の製品に対する需要動向、競争激化による価格下落圧力、激しい競争にさらされた市場において住友化学が引き続き顧客に受け入れられる製品を提供できる能力、為替レートの変動などがあります。但し、業績に影響を与えうる要素はこれらに限定されるものではありません。