

2019年10月 機関投資家・アナリスト向け
情報電子化学部門 事業戦略説明会
質疑応答要旨

日時 2019年10月4日(金) 10:00~11:15
説明者 代表取締役常務執行役員 松井 正樹

<ディスプレイ関連材料>

Q. 米中問題や日韓問題の発生などが、御社の事業にどのように影響しているか伺いたい。また、化学メーカーがもつ材料開発力を活かした製品が収益に貢献しているとのことであったが、直近1年程度で御社の収益力が改善している背景についても伺いたい。

A. 1点目の米中問題や日韓問題に関しては、中台問題も含めて、ここ半年~1年程度の間、様々な問題が起こり非常に苦労しているものの、現在のところ、広い意味ではあまり影響は出ていない。米中問題は主に関税の問題となるが、顧客との交渉において直接影響を受けたことはない。日韓問題についても、通商において様々な問題があり多少は出荷時期が前後することはあったが、総じて大きな影響は無い。

2点目の収益力改善の背景については、昨年後半から今年前半にかけて、比較的上位グレードや大型サイズのディスプレイに当社品が採用されたことが要因と感じている。TV向けでは、当社の製品が顧客の大型サイズやハイエンドのディスプレイに比較的早く採用されたことが収益の改善につながっていると思う。また、モバイル向けは、フルスクリーンやOLED向けの偏光フィルムが想定よりも好調である。

Q. ハイエンドのTVやフルスクリーン向けの偏光フィルムについて、当面の間は御社が優位性を保てると見込んでいるのか。

A. TV向けに関しては、当社の優位性を保つことができると考えるが、現在は市場自体がやや厳しい状況にあるため、売価や数量に若干影響するかもしれない。モバイル向けに関しては、当社の優位性を維持することで、総じて順調な状況が続くことを見込んでいる。

- Q. 偏光フィルムについて大型TV向けとモバイル向けに分けて伺いたい。まず、大型TV向けに関しては、パネルのキャッシュコスト割れがほぼ全てのサイズで起こっている。御社の顧客であるパネル業界の激変が予想されるほか、中国の補助金がカットされるという話も出ている中で、どのようにして販売数量や価格を維持・拡大していくのか伺いたい。
- A. スライド23「偏光フィルムの事業構造転換」に、2016年度と2021年度の偏光フィルムの用途別売上構成を示している。資料に記載していないが、2018年度までにTV向け偏光フィルムの売上がある程度大きな割合にまで増加しているため、2021年度に、2018年度や2019年度比でさらに割合が大きく増加することはないと思っている。今年生産能力を増強した自製部材であるアクリル保護膜を活用することで、競争力の維持・向上を図りたい。
- Q. 御社が強みを持つモバイル向けOLEDの偏光フィルムで、来年以降も非常に高いシェアを維持できるのか。また、フォルダブルディスプレイ向けでは競合メーカーが先行しているという認識だが、液晶塗布型位相差フィルムをモバイル向けでも展開し差別化を図る余地はないのか。
- A. 当社は、モバイル向けOLED偏光フィルムに関して、昨年・今年と高いシェアを獲得している。当社としては来年も比較的高いシェアを維持できると見込んでいる。フォルダブルディスプレイは、現在1社が先行して販売しているが、これから他のメーカーも販売を開始する中で、当社はウィンドウフィルム、タッチセンサー、偏光フィルムなど全ての製品でもって市場にアプローチしていくことで、高い存在感を示せる感触を持っている。
- Q. コア営業利益を350億円から500億円へ拡大する上で、次世代事業の貢献が大きいという話があった。スライド30～33で次世代事業を4つ挙げているが、特にどの分野が伸びると考えているのか。その分野における御社の競争優位性についてもう少し説明いただきたい。
- A. コア営業利益が350億円から500億円に拡大する要因の1つは、フォルダブルディスプレイ関連材料である。もう1つは、サンリッツが当社グループの傘下に入り、車載向け偏光フィルムの利益が追加されることである。その他には、化合物半導体も貢献すると思っている。フォルダブルディスプレイ向けの製品は、市場の拡大状況にもよるが、製品の性能については顧客から高い評価を得ているため、上市すれば利益拡大に貢献するのではないかと考えている。車載向け偏光フィルムについては、これからは高性能なパネルが要求されるため、サンリッツと協力しフィルムの開発を進めていく。

Q. 今後はウィンドウフィルム、フルスクリーン向けの製品、大型TV向けの製品に注力していくとのことであったが、これまでの取り組みの延長で、現中期経営計画を実現できると理解してよいか。2021年度の目標達成にあたり、不足している部分があれば伺いたい。

さらに、フォルダブルディスプレイも含めた次世代事業の開発に向けて必要な中期経営計画の期間中の投資についても伺いたい。

A. 当社の偏光フィルム事業は2014～2015年度頃に非常に厳しい状況であった。当社は複数の偏光フィルム生産拠点をもち、そのメリットを享受していたものの、非効率な部分もあった。生産品目のある程度集約することで、非効率な部分を相当削減した。また、新製品の立ち上げ時から高い歩留まりを達成できるような細かな工夫も積み重ねてきた。TV向けもモバイル向けもそうであるが、このような地道な取り組みの結果、損益が改善したと考える。

それに加えて、比較的早い段階に大型TVやハイエンドなど当社が優位性を持てる市場を決め、その分野に注力してきたことが功を奏して、2017年度の後半から現在に至るまで収益が非常に改善したと思っている。今後は、TV向けで爆発的に収益を稼ぐのは難しいため、モバイル向けを伸ばしていきたい。

偏光フィルムやタッチセンサーパネル、ウィンドウフィルムなどの生産体制はほぼ整っており、当面は大型の新規投資の必要は無い。フォルダブルディスプレイ市場が想定以上に拡大した場合には、ウィンドウフィルムや液晶塗布型位相差フィルムの生産体制を整えるための投資が必要となるかもしれない。

Q. 足元の中国でのスマートフォン需要動向について伺いたい。

A. 今春、通商問題などが発生した際にはスマートフォン全般の需要や当社製品の需要もやや落ち込んだが、比較的早く回復できたと思っている。先行きが不透明な部分もあるものの、現時点では相当厳しくなるという兆候は確認されていない。

Q. サンリッツが車載向けに強いという点は理解したが、技術的などところで優れているところがあれば伺いたい。また、同社は偏光フィルムの生産ラインを2ライン有しているが、今後新たな設備投資をすることなども考えているのか。

A. 技術面では、サンリッツと当社は少し製法が異なり、サンリッツの方が高耐久性を付与できるラインを持っている。車載向けの偏光フィルムや粘着剤などの技術を持っていることが事業提携した理由として大きかった。現在有している2ラインのうち、1つのラインは車載向けなどの小型が中心であり、もう1つのラインはモニターやノート、TV向けが中心である。追加での設備投資については、新規ラインの増設ではなく、既存ラインの生産性改善投資の可能性はあるが、市場動向を見極めて決断したい。

<半導体材料>

Q. 半導体材料事業を積極的に展開していくとのことだが、ディスプレイ関連材料以上にR&D投資が必要となり、競合も激しく、先行する大手がいる中で御社はどのように競争力を強化していくのか。最終的には部門全体のコア営業利益500億円の達成を目指すとのことだが、そのうち半導体事業がどの程度を占めるのか伺いたい。

A. 半導体材料で当社が強みを有する製品の一つは液浸A r F用フォトレジストである。同製品では積極的に経営資源を投入し、高いシェアを取ることができた。EUV用フォトレジストについては、当社が1番乗りだったわけではないが、顧客からは高い評価を得ている。液浸A r Fで高いシェアを取れたことが契機となり、顧客と非常に深い関係を築くことができ、グローバルに顧客と万遍なく取引ができています。中国でも積極的に営業活動を強化しており、これから伸長する中国市場で当社品の開発や販売状況は決して悪くなく、中国市場の拡大に期待している。

半導体事業が生み出す利益については、現在の中期経営計画の最終年度(2021年度)の目標値であるコア営業利益350億円のうち、およそ半分弱を期待している。

Q. コア営業利益500億円を達成される時には、半導体材料の利益の割合がディスプレイ関連材料の割合を超えているのではないか。

A. コア営業利益500億円を達成する時には、フォルダブルディスプレイなどの新しいディスプレイ向け製品の利益が相当含まれていることを想定しており、その他のディスプレイ関連材料や化合物半導体の損益が、少しずつそれを押し上げるイメージである。半導体材料については、来年か再来年には中国や日本でプラントが立ち上がるため、その頃に損益への寄与が拡大し、その後は一定の水準で推移すると見込んでいる。

Q. EUVのレジストは、A r Fの世代とは違い、ユーザーの数が最大3社で、サプライヤーの数も既に3社ある。また、装置も非常に高い事業である。そのような状況にもかかわらず、御社はどのような判断で参入したのか。

A. A r Fの時も同じような問題があったが、市場の大きさも鑑み参入を決断し、結果的には成功した。EUVについては、市場がどの程度の規模になるかはまだ分からないが、当社は様々な取り組みを実施している。当面の間は、巨額の投資をせずに供給することになる。これは顧客とも相談の上で進めていて、品質には非常に高い評価を得ている。

＜その他＞

Q. 高分子塗布型有機EL発光材料について、先ほどJOLEDの話があったが、TV向けの開発進捗を伺いたい。

A. TV市場そのものにやや停滞感が確認されているため、非常に難しい局面にきている認識であるものの、JOLED以外のパネルメーカーからはある程度良い感触を得ている。最終的に採用されるかは顧客の判断であるが、当社は技術的に十分に対応できる段階まで来ていると考えている。

Q. 御社のM&A戦略の考え方について伺いたい。御社は、日立金属の化合物半導体やサンリツなど、いずれも日系の企業と協業しているが、パートナー選定にはどのような基準をお持ちなのか。

A. どちらの会社も当社が以前から足りないと思っていた要素を有していた。当社が必要な技術を持つ企業があれば国内外問わず協業していきたい。ただし、一緒になった時お互いに理解し、尊敬できないと難しい。そのような意味では、もっとスピーディーにやらなくてはならない反面、協業する企業との信頼関係の構築には一定の時間をかけていきたいと考えている。

Q. CMOSイメージセンサー向け材料もそれほど市場規模は大きくないが、既にサプライヤーがいる市場である。御社はどのような判断で参入したのか。

A. CMOSイメージセンサー向け材料は、非常に強いサプライヤーが1社ある。当社は、彼らの強みをよく理解しているが、当社もLCDのカラーレジスト事業で、色に関する研究を続けてきた。彼らとは少し異なる技術を顧客に提案して、非常に高い評価を得ており、徐々にシェアを伸ばしていけると考えている。

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、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。