

## 2021年3月期第2四半期業績説明会 主な質疑応答

### **【新中期経営計画】**

#### 高機能・高付加価値製品

Q1：高機能・高付加価値製品の売上高の増加額が前中期経営計画と比べ大幅増となっている。これはマーケット環境の影響、経営スタイルの変更いずれによるものか。また、増収額の中身については主にどういった製品が含まれているのか。

A1：市場環境の好転と当社が注力している新製品上市計画の両方を含んでいる。分野としては、主にライフ・ヘルスケア分野の伸長を計画している。

Q2：伸長する製品は、DDSと生体適合性素材がメインということになるのか。

A2：ご理解のとおりライフサイエンスセグメントではDDSの医薬用製剤原料がメインとなる。また、機能化学品セグメントでは界面活性剤の化粧品原料を伸ばしていく計画としている。

Q3：DDS・界面活性剤に関しては、生産能力増強も併せて計画しているということか。

A3：そのとおりである。

Q4：2019年度から2022年度の比較で売上高の増加が71億円である。その一方で、高機能・高付加価値製品の売上高の増加は、120億円である。売上が減少する事業が50億円ほどあるのか、それとも現在販売している製品の定義づけが変わり、高機能、高付加価値製品に区分されることで増える部分があるのか。全体の売上と高機能・高付加価値製品の関係を教えて欲しい。また、営業利益が2019年度269億円から2025年度380億円と100億円以上増える計画だが、それだけ利益率の高い製品へのシフトが進むと理解して良いのか。

A4：高機能・高付加価値製品を個別に拡大させつつ、同じ製品でも中身を新しいタイプに置き替えていくことで2025年度の目標達成を目指していく。  
また、個別製品の減収金額は申し上げられないが、例えば低採算品の見直し過程で値上げを行うことで顧客によっては数量が減ることも想定しており、その売上減少も加味しているということをご理解いただきたい。

#### 低採算事業の収益基盤強化

Q5：低採算事業の見直し等による収益性強化とあるが、具体的にはどういった事業、製品が対象となるのか。

A5：個別の事業、製品を切り出して話をすることは控えさせていただくが、生産性向上に寄与する効率化投資と低採算製品の見直しを進めていくことを計画している。

Q6：赤字の事業を対象とするのか、または、将来的な展望が見込めず営業利益率が低い事業を対象とするのかといった判断基準はあるのか。

A6：基本的には営業利益率が低い事業の見直しを進めていく。

Q7：事業撤退や売却ということも検討するのか。

A7：現時点では生産性向上を行う中で収益性を改善したいと考えているが、改善が進まない場合には、事業撤退や売却も選択肢としてはあり得る。

## 研究開発

Q8：共通（コーポレート）の研究開発費が67%増加しているが、これはMIなどデジタル系への投資がメインになっていくのか。

A8：共通（コーポレート）に関する投資は、デジタルに限らず取り組んでいる。特に、ライフヘルスケア分野を中心に進めている。MIについては、ターゲットを絞り込んだ上で、取り組んでいく計画である。

Q9：iCONMでの設備投資ということもあり得るのか。

A9：研究成果の具現化という段階に至れば投資を行う。

## 設備投資

Q10：2022中期経営計画の設備投資について、積極的な設備投資をする計画が示されている。具体的にどういった分野、製品への投資を計画しているのか。

A10：2022中期経営計画期間累計では257億円の投資を計画している。主に機能化学品セグメントとライフサイエンスセグメントにおける生産能力の増強を計画している。

Q11：セグメント別での注力度合に違いはあるか。

A11：事業規模に違いがあるため、総額では機能化学品セグメントの投資規模が大きい。

## 【2020年度業績見通し】

### 事業環境

Q12：ライフサイエンスセグメントは、2022年まで順調に伸びていく一方、機能化学品セグメントと化薬セグメントは、2020年度厳しい状況にあり、22年度には回復するという説明であった。2021年度については、それぞれどのような見通しとなっているか。

A12：機能化学品セグメント、化薬セグメントの本格的な回復は2022年度以降と考えている。2021年度は、2020年度よりは回復することを見込んだ計画になっている。

Q13：2020年度の機能化学品セグメントは、上期から下期にかけて売上高が増加するわりには利益の増加幅が小さい。自動車関連（機能性ポリマー、特殊防錆処理剤）、界面活性剤、冷凍機用潤滑基材など、それぞれの製品について下期の見方を教えて欲しい。

A13：全体感として下期は新型コロナウイルスの影響が緩やかに収束し、中でも中国市場はいち早く回復に向かうとみている。自動車関連は回復を見込んでおり、機能性ポリマーや特殊防錆処理剤は上期を上回る見込みである。界面活性剤は、トイレタリー関係は比較的堅調であるが、化粧品原料関係がインバウンド需要消失もあり、依然として厳しい状況が続く。冷凍機用潤滑基材は、中国を中心に製品の動きは出始めている。

Q14：化粧品原料について厳しい状況という説明があったが、先行きの見通しや今の状況などをもう少し詳しく説明してもらいたい。

A14：国内は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による対面販売の縮小、インバウンド需要の消失などが影響し、厳しい状況が継続している。海外については、ヨーロッパは依然として厳しい状況が継続しているが、中国を中心にアジア市場は回復傾向にある。そういった中、当社の化粧品原料事業については、2022年度には2019年度実績を上回る。さらに、2022中期経営計画期間中には、機能を付加した素材やオリジナル原料を提供できるといった強みや豊富な製品ラインナップや顧客への提案力を活かして、アジア市場での売上を増やしていきたい。

## 原燃料

Q15：パーム油は森林保護、土地の問題、労働者の問題など様々な問題を抱えている原料だと理解している。こういった状況でパーム油の高値が続いた場合に製品価格に転嫁できるのか、もしくは代替原料の手当てや変更した場合に日油製の特長が出せなくなってしまうのかなど影響を教えてください。また、パーム油調達の際のトレーサビリティを含め、どのような部分に気をつけて取り組んでいるのか。

A15：基本的には原燃料価格の変動に対しては適正価格を維持する方針で臨んでいく。また、現状、調達に問題はないと考えている。なお、パーム油調達に関しては、RSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）に当社も加盟しており、認証を得たパーム油調達を推進している。

Q16：原燃料価格はフォーミュラで転嫁できると理解してよいか。

A16：すべてがフォーミュラというわけではないが、原燃料価格の変動については、顧客の理解を得ながら、適正価格の維持に努めていく。

## 業績予想

Q17：今期の業績予想について、その他・調整額の営業利益が対前年7億円ほど減少しているが、これは何が影響しているのか。

A17：主にセグメントに属さないコーポレート研究の費用増加が含まれている。

## 株主還元

Q18：配当性向30%の目標が示されているが、自己株式の取得を含めた総還元性向についての考え方、目標値があるか聞かせて欲しい。

A18：総還元性向についての目安、具体的な目標値は設定しておらず、配当性向の30%のみ目標値として設定している。ただし、過去実績では自己株式取得も実施することで50%程度の総還元性向で推移している。目標は設定していないが、実績としてそのような動きとなっているとの理解をお願いしたい。

Q19：設備投資が総還元性向に影響を与えるということはあるのか。

A19：基本的な考え方として、株主様に安定的に還元していくという方針を維持しているということをご理解いただきたい。

Q20：現在（2020年11月19日現在）、時価総額は3,700億強だと思うが、この時価総額についてどのように評価しているか。

A20：株価の評価というのは中々難しくコメントできないが、当社のこれまでの取り組みが市場に評価された結果だと理解している。

以上