

2023年3月期業績説明会 主な質疑応答

【2023年3月期（2022年度）決算】

Q1：「2023年3月期（2022年度）決算」P.8で固定費が計画に対して11億円少なかった理由は？

A1：昨年11月に業績予想を上方修正したが、その時点の推定から年度末にかけて機能化学品セグメントの製品群の出荷が減少した。それに伴い、労務費・運搬保管費等の費用が減少し、11億円の増益となった。

【新中期経営計画NOF VISION 2030】

2022 中期経営計画

Q2：2022 中期経営計画の売上高、営業利益目標を大幅に上回って達成しているが、当初想定と比較して、どのような施策の成功が大きく寄与したのか？

A2：DDS事業における新型コロナワクチン向け需要が一定程度寄与したことは確かである。ただ一方、基盤強化ステージと位置付けた中で、低採算事業の収益基盤強化施策を各部門で実施し、営業利益の前倒し達成に寄与したと評価している。具体的には各事業においてコモディティ化した製品を中心に採算是正のための価格改定を実施するとともに個別製品を統廃合することで新陳代謝が進んだ。また、一つの製品群としては採算の厳しかった機能フィルム事業から撤退したことも大きい。

Q3：2023年3月期（2022年度）における化粧品原料に占めるODM製品の割合はどれくらいか？

A3：具体的な割合は開示できないが、化粧品原料におけるODM製品の比率は高まってきている。

全般

Q4：宮道社長が6月に会長に就任し、沢村氏が次期社長就任されるが、新社長に解決を託す課題などがあれば教えて欲しい。

A4：社長（宮道）を5年間やったが、この間、新中期経営計画策定等、一定の方向性を示すことができたと思っている。今後は、これまでもお伝えしているように2030年までの業績の牽引役は、ライフ・ヘルスケア分野、その中でも特にライフサイエンス（DDS）事業が牽引していくものと考えている。次期社長の沢村はこの間、DDS事業の責任者として成長を牽引してきたので、その拡大施策をさらに強力に進めてもらうことを期待して、次期社長としてお願いした。

Q5：「新中期経営計画NOF VISION 2030」P.10にある営業利益の成長ペースについて、およそ年率4～5%成長を見込んでいるが、2023年度が減益計画であることを考慮すると、2024年度と2025年度の増益幅が大きいように感じる。これは2023年度、一時的な減益影響があるDDS事業において、来期はその一時影響が剥落するからなのか。それとも戦略投資の中にあるM&Aによる増益を見込んでいるのか？2024、25年度の増益要因について教えて欲しい。

A 5 : 2023 年度は戦略投資を含め、積極的な投資を計画しており、2022 年度に比べると営業利益は一時的に減少するものの、そこから 2024、25 年度で伸ばしていく計画にしている。戦略投資については、費用が先行する部分があり、それを踏まえた上で利益を確保できるのが 2024 年度以降となる。一方、2025 中期経営計画期間中、成長を牽引するライフサイエンス事業は安定的に伸びてくる。更に機能化学品、化薬両セグメントの収益伸長が見込まれることから、このような営業利益計画を組んでいる。

戦略投資

Q 6 : 「NOF VISION 2030」 P. 16 にある生産投資 479 億円の内訳として、P. 17 で主な設備投資を 5 つあげているが、それぞれの大体の投資額と完成予定時期を教えてください。

A 6 : 個別の投資金額についてはご容赦頂きたい。戦略投資としての設備投資は生産として 2025 中計期間中 3 ヶ年累計で 410 億円、2023 年度は、通常の設備投資を含め 256 億円を計画している。全ての案件が現時点で決まっているわけではなく検討中の案件もあるが、P. 17 に示した 5 案件については 2025 年度までに完成予定である。すでに発表した愛知事業所における DDS 関連の 100 億超の投資は、2024 年度中の完成を目指して着工している。また、化粧品原料関係についても 2024 年度の完成を目指して進めている。

Q 7 : 研究開発投資増額の使途について伺いたい。設備や人材にも投資すると思うが、オープンイノベーションに向けて、ベンチャー投資する計画があれば予定額含め教えてください。

A 7 : 基本的には人的投資が多い。将来的なベンチャーへの投資ということだが、現段階で具体的に提示できる案件はない。ただ、事業展開の中で今後必要となれば、引き続き検討を進め、投資を考えたい。

Q 8 : M&A についてはどうか？ 2025 中期経営計画期間中、あるいは 2030 年度に向けて、M&A による収益拡大効果は具体的に織り込まれていないと理解すれば良いか？

A 8 : 費用については戦略投資枠の中に見込んでいる。収益については、当社ビジネスとの親和性があるところを常に視野に入れながら検討し、具体的な案件が出た時点で見込んでいく。

事業環境

Q 9 : 2025 中期経営計画の目標数値は、現在の収益拡大を着実に実行できれば達成できる水準と見ているのか？ 新たに新規事業など事業領域拡大が寄与することで達成可能となる目標なのか？ 目標のレベル感について教えてください。

A 9 : 2025 中期経営計画の目標値は、2022 中期経営計画で実施した基盤強化施策が実ってくる部分と新しいビジネスが育ってくる部分を見込んだ計画としている。

Q 10 : 医薬・医療・健康セグメント（旧ライフサイエンスセグメント）の営業利益がここ数年非常に高くなっている。このような高い利益率をどのように維持する予定か？ 当該セグメントの営業利益率に関する社内目標はあるのか？

A 10 : 当該セグメントは DDS 事業の伸長により営業利益率が年々高まってきている状況にある。今後もこのビジネスを伸ばすことで営業利益率維持を目指す。

Q11 : DDS事業は、2025 中期経営計画期間中どういった見通しを持っているのか？元々年率10%で伸びていくという見方だったと思うが、それは今も変わりはないのか？また、新型コロナワクチン向けは減少するものの、それ以外が伸びて2023年度の売上高の規模は2022年度並みという見方で良いか？

A11 : 当社が製品投入を想定しているバイオ医薬品市場は、従前から申し上げている通り、年率10%伸長の見通しは変えていない。2022年度は2021年度からの新型コロナワクチン向けを含む年度ずれの影響もあり好調に推移した。2023年度は年度ずれの影響や新型コロナワクチン向けの需要は落ち着くものの、その他の医薬品向けの出荷が伸長することにより、2022年度比横ばいで見込んでいる。2024年度以降は市場の伸長に伴って、2023年度をさらに超える計画としており、2025中期経営計画もそういう形で見込んでいる。

Q12 : 船尾管軸受油は数年前に環境対応製品の新製品として紹介があったが、今回「NOF VISION 2030」P.30を見ると伸長するとなっている。現状、どういった状況になっているのか？当初計画ではかなり高い伸びを見込んでいたと思うが、計画通り伸びてきているのか？

A12 : 2022年上期は、世界的な船便の混乱継続による影響があり、メンテナンス需要が減少した。ただ下期からは徐々にこのメンテナンス需要も回復しており、この傾向は今年度も継続すると予想している。また、2023年度は上期に新製品の上市を予定しており、2022年度実績を上回る計画としている。引き続き各種拡販施策の実施と新企画への採用に注力し、2025中期経営計画期間中にさらなる売上拡大を目指す。

Q13 : 防曇剤の製造設備増強の理由を教えてください。車載ランプでLEDが普及し、ニーズが高まっていることはわかるが、販売エリアが拡大したといった理由があつての投資なのか？

A13 : 防曇剤の主な用途は、自動車のヘッドランプ向けとなっている。自動車については、コロナ影響があつたものの、世界的には生産台数が回復基調にある。この需要の伸びに応じて、シェア維持、もしくは拡大することによる増販やリアランプへの採用拡大により塗布面積が広がっている。また、主力は現時点では自動車だが、ゴーグル等それ以外の用途への拡販も実施しており、そういった需要増を見込んだ設備投資を計画している。

Q14 : 防衛産業から撤退する企業も出てきている。不透明な状況が続いているが、2025中期経営計画期間中の化薬事業における設備効率化や宇宙関連事業の具体的なテコ入れ策について教えてください。

A14 : 化薬事業に関しては、安定的な収益が見込める事業として今後も継続していく予定である。2023年度は防衛関連の増販を見込んでいる。宇宙関連と産業用爆薬類の事業に関しては、原材料高の影響もあり厳しい状況もあるが、価格改定も含め、収益改善に取り組んでいく。2025中期経営計画期間を通しては、防衛関連の弾火薬予算増加などで売上高、利益ともに増加していく見通しにしている。

Q15 : 医薬・医療・健康セグメント中の加工油脂（食品事業）は、2025中期経営計画の中で注力ポイントに入れているが、事業撤退の選択肢はないのか？

A15 : 加工油脂については、既に2022中期経営計画期間中から採算性改善ということで、価格改定も含め、様々な施策を実施してきた。その中で製品の統廃合を強力に進めていくという具体

策を挙げて、2025 中期経営計画期間中これを実施していく。製品統廃合に関連して、生産性向上施策も強力に進め、採算性を高めていく計画にしている。

Q16：昨年 11 月の説明会で「化粧品原料事業の展開」についての説明があり、2025 年まで化粧品原料として年率約 6%成長、ODM製品として年率約 7%で見込んでいたと思うが、この見方に変更はないのか？

A16：2023 年上期、国内化粧品市場はコロナ禍が収束し、海外旅行者が増加することによるインバウンド需要の回復が見込まれる。また、外出機会が増え、美白意識が高まるといったことも含め、機能性を有するスキンケア市場は今後、拡大していくと見込んでいる。このような状況下、化粧品メーカー各社は、化粧品のさらなる機能の訴求、ブランド力向上を見込んで、機能性を重視した素材開発やODMビジネスにシフトする傾向が強まってきている。当社としては、従前より脂肪酸、界面活性剤、ポリマー等、幅広い化粧品原料を有しており、機能に優れた特徴あるオリジナル原料の開発、提供可能などが強みと考えている。これら強みを活かした化粧品原料の拡販に加え、昨年も発表したように、ODMビジネスを強化していく方針には変わりはない。2023 年度についても新製品の上市を計画しており、2022 年度を上回り、年々伸ばしていく計画にしている。ODM製品に関しても売上高は順調に伸びてきており、その構成比は年々高まっていくものと考えている。

Q17：機構改正について今回油化事業部と化成事業部を統合したが、以前から感じていた課題があれば教えて欲しい。

A17：旧油化事業部、旧化成事業部それぞれ良いところがあったが、同じ会社の中でありながら、なかなかシナジーが発揮できていない部分もあった。旧油化事業部が持っていた良い点は、多数の製品ラインナップがあり、幅広い顧客との取引があることによるコネクションが多い所。旧化成事業部は、独自技術により高い専門性を有しているところがあった。両者の強みを融合させて、営業統合による提案力強化と既存製品の市場拡大、新製品開発による市場開拓に繋げていく。

Q18：旧化成事業部の技術力を活かすということは、ある程度川下展開もしたいということか？

A18：元々旧油化事業部は素材としてのモノマー類の製品ラインナップを多数取り揃えているところが強みだった。旧化成事業部は、重合開始剤も含めてポリマー化の技術を持っている。素材とポリマー化技術を融合させ、川下化も含めて展開していきたいと考えている。

Q19：尼崎工場にポリイミド原料用のパイロットプラントを建てたと思うが、この稼働状況やその後の動向はいかがか？

A19：計画通り稼働し始めている。開発は以前から進めており、設備を強化して積極的に展開している。旧油化事業部管轄の尼崎工場での設備増設だが、旧化成事業部の技術も踏まえて、総合的な展開を考えている。

Q20：付加価値市場として、エレクトロニクス、EV（電気自動車）、ディスプレイ等があると思うが、機能フィルム事業を譲渡したことで、ディスプレイについての取り組み方が変わるのか？機能材料事業部の中でどう取り組んでいくのか？

A20：ディスプレイ関連については、機能フィルム事業を譲渡したが、素材の持つ強みを活かして、旧油化事業部のコネクションを活用し、川下化、用途拡大につなげていけると考えている。

Q21：「NOF VISION 2030」P.30の左下注記だが、医薬・医療・健康セグメントへの移管影響がマイナス100億円とあるが、これは今まで内部売上として計上されていたDDS事業の製品が主であるという理解でよいか？また、2023年度の機能化学品セグメントについては、この100億円の移管影響を考慮すると、約6%の増収かと思うが、主力製品の化粧品原料、冷凍機用潤滑基材、防錆処理剤について、それぞれ2023年度の売上高と販売数量の伸びをどのように見ているのか？

A21：セグメント間の調整は海外販売子会社（NOF EUROPE GmbH）の管轄を機能材料事業部（旧油化事業部）からライフサイエンス事業部（旧DDS事業部）移管したことなどによるものである。当該子会社はDDS製品だけでなく機能化学品の製品も取り扱っているが、主力がDDS製品に移ってきたこともあり、今回、医薬・医療・健康セグメントに移管した。その影響を除いた形で言うと、機能化学品セグメントの売上高は2022年度比で2023年度は約100億円増収となるが、化粧品原料・脂肪酸誘導体・特殊防錆処理剤を中心に売上を伸ばす計画としている。

Q22：100億円の増収のうち、化粧品原料、冷凍機用潤滑基材、防錆処理剤で言うと、どの伸びがより大きく寄与するのか？順序などはあるのか？

A22：それぞれの事業で伸ばすということで、どの分野が特にということはない。

固定費

Q23：「NOF VISION 2030」P.29にある固定費89億円増加の見方だが、機能化学品23億円、医薬・医療・健康31億円、化薬15億円それぞれのセグメントごとに要因を教えてください。

A23：今年度見込んでいる固定費には、戦略投資を見込んでいることが一つ。あと営業活動が活発化してくることや生産活動を行っていくためのユーティリティ費用上昇といったものを見込んでいる。固定費増加額89億円の内、約60%~70%が戦略投資にかかわる部分である。セグメント別に関しても、特に戦略投資については、主に機能化学品セグメント、医薬・医療・健康セグメントを中心に積極的に実施していくことにしており、それぞれP.30、31、32に示した通りである。

Q24：戦略投資が89億円増加の60%~70%ということは、約60億円程度を見込んでいると思うが、その内訳を教えてください。償却費5億円、研究開発費15億円、その他40億円ほど増えているが、この戦略投資による負担増の詳細をお願いしたい。

A24：60億円の内、大きな部分は設備投資、労務費を含めた人的投資、研究開発費になっているが、内訳についてはご容赦いただきたい。

財務戦略

Q25：「NOF VISION 2030」P.35、株主還元方針で総還元性向50%は今回初めて明示されたと思うが、元々50%程度実施していて今回改めて明示した背景は？また、配当性向30%目標と決算短信等に記載があるがこれと両立するのか？

A25：総還元性向については、これまでも実績としては40%強で実施してきたが、改めて今回、目標値として50%程度ということで明示した。配当性向との関係については、これまでも配当は安定的に利益還元に努めるという方針を申し述べてきており、この考え方については今後も継続する。

Q26：政策保有株の売却方針も発表されているが、一過性の特別利益で利益が上振れた場合、それが考慮されるのか？逆に特別損失が大きい場合、総還元性向に考慮されるという理解でよいのか？

A26：特損益も含めた最終的な純利益で総還元性向50%程度という考えである。

Q27：総還元性向50%程度というのは、2025中期経営計画期間中の初年度から50%程度なのか、それとも最終年度に50%まで引き上げるのか、どちらか？

A27：最終年度に50%程度と思っているが、極力初年度から達成できるよう努力をしていきたい。

Q28：「NOF VISION 2030」P.34にある財務戦略のキャッシュ・アロケーションについて聞きたい。左側の営業キャッシュ・フローに加えて、手元資金と政策保有株式の売却で創出したキャッシュを配分することだが、政策保有株式の純資産比率15%以下というのは、これは2025中期経営計画期間中、15%以下で推移するという意味で、初年度から削減に取り組んでいくのか、それとも3年後の水準を指しているのか、どちらか？もし3年後ということだと、現状の18%強の水準から純資産の積み上がりを考慮すると、あまり削減されない印象も受けるのだが、この15%の数値の意図とその根拠について教えて欲しい。

A28：2022年度政策保有株式の売却を進めた結果、2023年3月末時点での純資産比率は17.5%となった。政策保有株式については、保有の意義を毎年取締役会にて検証をしている。その中で、保有の意義が薄れてきたものから順に売却しており、今年度に15%以下と申し上げることができない。ただ、2025中期経営計画期間中、15%以下を意識して毎年の取締役会の中で検討していきたい。

以上