

ミネベアミツミ株式会社
2022年3月期第2四半期 決算説明会
質疑応答要旨

日 時： 2021年11月5日（金）17：30～

説明者： 代表取締役 会長兼社長執行役員（CEO&COO） 貝沼 由久
取締役 専務執行役員 吉田 勝彦

※この資料は、質疑応答の内容を要約したものです。

Q：機械加工品事業セグメントの3Q4Qの利益予想について、2Qからあまり変わらない数字になっていますが、2Qにはタイ工場でCOVID-19影響があったこと、ボールベアリングの生産数量が上がっていくことを考えると、もう少し良くなるのではないかと思いますがいかがですか。

A：ご指摘の通り、3Q4Qには生産数量のベースを大きく引き上げていく予定ですが、一方で、足元での自動車生産動向が非常に不透明でもありますので、営業利益としては少し保守的に考えており、3Qで120億円、4Qで122億円としています。

Q：ユーシンの下半期の利益はどう見えていますか。

A：当社が納入している自動車メーカーの生産状況によるところがありますので、個別の説明は難しいですが、自動車メーカーからは3Q4Qにかけて、特に4Qにかけて挽回生産を進める方針との説明を受けており、その前提で見えています。

Q：スライド23、24にある、来期以降のイメージについて教えてください。まず、モーターが成長のドライバーになることは間違いのないと思いますが、その営業利益率10%の目標に向けて、来年以降どのように収益性を上げようと考えていますか。また光デバイスの売上高が来期1.3倍になるという説明の背景について教えてください。

A：モーターの利益率は10%に届けたいと考えていますが、今期は銅線や電磁鋼板などの資材価格の高騰や、物流問題による出荷制限、半導体不足など、様々な問題が同時に発生していました。そうした一種の構造的な問題が解消すればもっと利益を上げることができると考えていますが、まずはより多くのモーターを市場に供給することによって、それなりの地位を築くことが必要と考えています。光デバイスについては、詳しくは申し上げられませんが、来期も増えていくと見込んでいます。また様々なお客様へのご提案も行っており、その手応えもあります。

Q：来期の光デバイスは単純に今期の下半期の倍になるだけではない、何らかのプラス要因があるという理解で正しいですか。

A：来期については、ある程度は数字が見えているとご理解ください。中長期については、既存顧客の数量が上がっていくことに加え、他のお客様の数量も入ってくると見えています。

Q：CO₂ 排出量削減の取り組みについて、明確な数字を示してコミットされていますが、これによって販売現場での競争力やビジネスが変わる、といった影響はありますか。

A：これはまだこれからだと思いますが、いずれ世の中すべてがカーボンニュートラル、ビヨンドゼロといったものに真剣に向き合わないといけない時代になると考えています。国自体もコミットしていますし、投資家の皆様もそういう会社に投資していくという姿勢が非常に顕著になっています。

また、これからはお客様からも環境性能というスペックが要求されると考えています。そうしないとカーボンゼロを目指すことは困難ですし、値段が安いから買うということでは無くなってくると思います。今のうちから先陣を切ってやっていくことと当社の供給力が相まって、お客様に「もうミネベアミツミのベアリングしか使えない」とご理解いただけるようにしたい、というのが当社の戦略です。

5月に最初に QCDESS を皆様にご紹介したとき、「これが当社の戦略の中心である」と申し上げたと思います。当社は部品メーカーとしてまさにこれから QCDESS に真摯に取り組み、お客様に認めていただく。そしてより多く販売してより多くの利益をあげることによって、より電力消費を削減できる設備に変えていくこともできるようになる。このような好循環を生みたいと考えています。

当社のベアリングでお客様の製品の省エネ効率を向上できる、ということはまだお客様に十分ご理解されていないと思います。当社はこの精度向上ベアリング、いわばスーパーベアリングの量産性を確認でき次第、それをアピールできるセールストークや資料を準備して行きたいと考えています。

Q：ボールベアリングの生産販売数量の実績と見込みについて教えてください。

また、8月時点の想定と比べて、自動車用途以外での変化についても教えてください。

A：100万個単位で、生産数量は7月から312、296、295、10月以降は298、330、324、来年1月以降は324、295、336。外販数量は7月から順に、245、237、240、232、241、248、251、234、250、内販数量は7月から69、64、65、67、71、68、66、61、68。

用途別については定性的な説明になりますが、8月時点の想定より外販数量が少し下振れており、これはほぼ自動車向けのスローダウンの影響になります。3Q以降は、自動車以外も含む半導体不足の影響を鑑みて、若干保守的に想定しています。

Q：ミツミの実績と見通しについて、8月時点と比べてどのような変化があったのか、製品別の内訳を教えてください。あわせて、有償支給部品売上の金額も教えてください。

A：有償支給部品は、2Qが224億円、3Qが149億円、4Qが91億円と想定しています。

売上高の実績は1Qの767億円に対して2Qが1,110億と伸びていますが、いちばん伸び率が高いのが光デバイスで、2Qには400億円を超えています。半導体、機構部品も堅調に伸びています。スマホ関連製品では、一部のお客様のサプライチェーンでの混乱による期ズレが起きていましたが、3Q4Qには解消されていくことを想定しています。半導体は非常に強い状況が続いており、一部中華スマホ等のお客様ではスローダウンが見られるものの、それ以外の領域でしっかり受注が確保できています。

利益については、半導体が非常に堅調で、光デバイスも堅調に推移していくと考えています。

Q：カメラアクチュエーターについて、2Q と比べて 3Q と 4Q をどう見えていますか。

A：2Q から 3Q にかけてはさらに売上が伸びると想定しています。4Q については一定の季節的な減速があると思いますが、例年よりはその幅は少ないと見えています。

Q：リスクについて、市場全体の循環的なピークアウトというものが生じた場合、業績への影響をどう考えればよいですか。ベアリングの在庫が少ないことなどを考えるとインパクトは大きくないのではないかと考えますがいかがですか。

A：基本的に、当社は色々な分野に成長を求めてきています。リーマンショックのようにすべてが悪くなるような場合は別ですが、過去のトラックレコードを見ても、何かが悪くなると何か良くなっているということが一般論として言えると思います。ピークアウトの背景を考えた場合、例えばそれが COVID-19 であれば、落ち着いたら航空機業界とその関連の業界がアクティブになります。そのように、何か一つが押されると必ず何か上がるとこういうことで今までずっときていますので、大きな心配はしていません。

一方で、自動車では EV 化や電動化によってモーターなどのいろいろな電子部品の台当たり使用個数が増えていくトレンドがあります。また、先ほど申し上げた環境対応がこれからの一丁目一番地になっていくと、当社のような精密部品メーカーは必ず重宝されると思います。

当社は小さいところから出発して、少しずつ大きなところへ行って、そのプレジジョンを当社の競争力の中心に据える、そういうポートフォリオを作ってきています。そのため、どちらかという大きいものから小さいのに行くのではなく、小さいものから大きいものへ行くという流れの中で、当社の競争力はどんなに何がピークアウトしていこうとも環境性能という意味でも当社は必ずその先頭を走ることができると言っても過言ではないと思います。

Q：オムロンから取得した滋賀工場について、来期から貢献してくるという説明がありましたが、どのように動いてどう業績に貢献してくるのか教えてください。

A：あらゆる施策を積極的に進めてまいります。最初の工程から前工程の終わりまで一つ一つ微調整をしていくことにアナログ半導体の大変さがありますが、逆に言うとそこが競争力であって簡単に他社に置き換わらない点になります。

滋賀工場で何をやるかについては取得前から全て机上で演習ができています。取得が決まってから何を出そうかではなく、こういうものを出したいからオムロンの工場が欲しい、ということでやっています。一度に全てとはいきませんが、徐々に上がっていきます。

また、オムロンは以前 MEMS 事業をもっとアグレッシブにやっていました。当社では、これを復活させるのが時間的に早いのではないかと考えていて、いまそれに力を入れています。

こうした今の活動を前提にすると、来期の後半以降に滋賀工場から一定の収益貢献が始まるのではないかと考えています。

Q：ユーシン事業について、自動車減産の影響で売上が大きく落ちている中で、2Qの利益は踏みとどまり、下半期には黒字転換を見込まれていますが、これは主要なお客様の挽回生産だけで説明できるのか、それとも構造改革によるコスト面での効果が出ているのですか。

A：両方になります。もちろんいろいろなコスト削減施策を打っていますが、オーダーが20%、30%と落ちているなかでは仕方がない部分もあるかと思います。これから半導体が戻って必要な数が供給されるようになれば自動車生産が上がり、当社の生産も当然上がると思いますので、そこでしっかり利益を上げることができるとかどうかがポイントであると思います。

Q：先ほど半導体の分野でM&Aを考えているというご説明がありましたが、具体的にどのようなM&Aを考えているのかご教示ください。オムロンのような工場を買うことを考えているのか、それとも新しい半導体分野への進出などを考えているのですか。

A：詳細は申し上げられませんが、今のアナログ半導体事業をさらに強靱化するためのM&Aを考えています。工場だけを買う必要はありません。継続事業をきちんと買っていきます。今回は工場とそれに関連する製造技術者、一部のMEMS開発技術者を譲受しましたが、営業機能はありませんでした。将来の成長を担うような技術力と、できればその生産能力があれば、当社のM&A対象になります。申し上げたいことは、半導体を強くすることがミツミ事業の足腰を強くすることである、ということです。旧ミネベアの足腰はボールベアリングでした。ボールベアリングがあったからこそ色々なチャレンジができた、色々な買収もできた。いろいろなことが結局はボールベアリングがあったからできていた、と言えます。

それと同じことで、ミツミの一丁目一番地は、やはり簡単になくならない、ボラタイルでない、しかも先ほどから申し上げているように、社会的課題に真正面から向き合えるプロダクトでなければならない、ということになると、アナログ半導体しかありません。これを真剣にやりますということをお話申し上げたと、ご理解いただければと思います。

Q：ミツミ事業の光デバイス、機構部品、アナログ半導体について、今期は前期に比べてどの程度の増収を見込んでいますか。

A：前期と比較して、光デバイスは2倍近い増収を見込んでいます。機構部品はお客様の販売予想に合わせていますが当社は若干保守的な見込みとしています。アナログ半導体は2桁以上の増収率を見込んでいます。

Q：光デバイスは今期1,300億円台の後半から1,400億円とすると、来期はかなり大きな売上成長となります。これは主要顧客向けがそれなりの高い確度で織り込まれているのですか。それとも新規顧客が増えていくのですか。

A：お客様との守秘義務の関係で詳細は控えさせていただきますが、ある程度裏付けのある見立てとご理解ください。

Q：中国のアナログ半導体メーカーとの競争環境について、どのように分析していますか。中国では国策としてアナログ半導体も強化しており、自動車やコンシューマ向けで急速に存在感が高まっていると思います。

A：今は中国メーカーとのバッティングは皆無と言ってよいほどほとんどありません。これは、当社の品質が一段高い位置にあるからだと思います。ベアリングも中国メーカーが山のように生産していますが、当社とは品質がまるで違います。だからこそ当社はオーダーを頂き増産ができています。アナログ半導体も同様で、今のところは中国からの脅威は全く感じていません。

以上