

質疑応答要旨  
(2003年3月期第1四半期決算説明会)

内容につきましては、理解し易いように部分的に加筆・修正しております。

**Q: 6月に3.5インチのHDDで大きな生産調整があり、7月には在庫調整が一段落したとの見方もありますが、どのように思いますか。**

A: 当社のスピンドルモーター事業は、3.5インチHDD用の生産がほとんどのため、HDD業界の生産調整を受けて6月半ば以降売上が急落いたしました。7-9月期も需要の低迷や生産調整が一部続いていることもあり、販売数量は15%減の見込みです。当社ユーザーの受注動向から売上の回復は9月、10月以降になると思われます。

**Q: ボールベアリングの4-6月期、7-9月期の生産数量を教えてください。**

A: 4-6月期のボールベアリングの販売数量142百万個/月平均に対し、生産数量は132百万個/月平均でした。7-9月期の月平均は、販売数量132百万個に対し生産数量は135百万から140百万個を計画しています。当社は既に月産150百万個まで生産できる体制を整えていますが、現体制ではすぐに生産能力の限界に達してしまいます。当社では、将来の需要拡大を見込んで、月産生産能力を現在の150百万個から180百万個へ引き上げることを計画しています。これは、工場を建設せずに機械設備の増強のみにより実施します。しかし、具体的なタイミングにつきましては、今後の需要動向を見極めた上で判断する予定です。

**Q: 7-9月期のFDBタイプスピンドルモーターの販売数量には、シーゲート社向けの売上の他に新たなユーザーに対する売上也入っているのですか。**

A: ほとんど入っていません。本格的な生産が開始するのは、10-12月期からになります。

**Q: スピンドルモーターの4-6月期、7-9月期の生産数量(月平均)と、そのタイプ別の内訳を教えてください。**

A: スピンドルモーター全体では、4-6月期の生産・販売は月平均約400万台、7-9月期は約320万台の計画です。その内、FDBタイプスピンドルモーターは、4-6月期で110万台、7-9月期は140万台の予定です。その他がROベアリングタイプを含むボールベアリングタイプスピンドルモーターです。

**Q: HDD用スピンドルモーターが、ボールベアリングタイプからFDBタイプへシフトする時期をいつ頃と考えていますか。**

A: 現状では、生産側の供給体制や、PCメーカーを初めとした市場の準備が整っていませんので、時期を予想することは非常に難しいと思います。当社では、松下モータ社に供給する2.5インチFDBタイプスピンドルモーターを除き、2003年初めにはFDBタイプの生産体制を月産300万個に引き上げる予定です。その時点のスピンドルモーター合計の生産は、月産500万個を予定しております。

**Q: 電子機器セグメントの売上と営業利益のトレンドが異なる理由と、今後の見通しについて説明して下さい。**

A: 昨年度は、電子機器セグメント中の電源とFDD、FDD用磁気ヘッド等の電子デバイス、に加えてファンモーターの業績が落ち込みました。このような中で、昨年度第1四半期に電子機器セグメントが赤字であったのは、この時期キーボードの生産販売が低迷していたのも一つの要因です。第4四半期に赤字となったのは、FDBを含むスピンドルモーターの生産販売は好調に推移して第3、第4四半期と売上は増加しましたが、第4四半期にスピンドルモーター関連の増産設備投資による先行投資負担とFDBモーターの大幅な価格引き下げがあった事によるものです。

今期は、ファンモーターの利益は当第1四半期に大幅に改善し、また電源についても昨年度リストラを敢行したので今後利益が更に改善できると考えています。

FDDは中期的には徐々に数量が減少する見込みですが、すでに計画に含まれております。ライティングデバイスについては、消費電力が多くても映像が鮮明な方が良いものが好まれ、携帯電話・ゲーム機・デ

ジカメ全て、フロントライト方式からバックライト方式へシフト転換が進んでいます。当社は、すでにフロントライト技術を要しており、バックライト方式への転換も容易であることから、市場の動きに合わせてバックライト方式へ一部転換を行っています。現在、客先への評価も高く、既に数社の大手客先からの引き合いもありますので、今後は利益に貢献すると期待しています。

**Q: 中国においてハンシングループと共同でキーボードを生産することについては、新たな経営戦略へ方向転換すると考えて良いのでしょうか。**

A: 垂直統合生産方式で超精密機械加工技術を生かしたベアリングや小型精密モーターを主力とする戦略は今後も変わりません。これら超精密機械加工品と違って、電子機器の一部は、中国での製造コストをより活用することにより競争力の向上を図ることができます。そのような製品については、中国での生産を検討していきます。売上を増やすだけでなく、プロダクトミックスの改善を行い、シェアを拡大して、生産が市場環境に大きく左右されない、強い体質を築きたいと考えています。

以上