

東洋紡株式会社 2022 年度 決算説明会 質疑応答要旨

日時：2023 年 5 月 12 日（金） 10:00～10:45

場所：ステーションコンファレンス東京、および WEB 形式の併用

説明者：代表取締役 社長 竹内 郁夫

本資料中の将来の業績見通し等に関する記述は、現時点における情報に基づいており、当社として保証するものではありません。実際の業績等は、さまざまな要因により異なる可能性があります。

Q：工業用フィルムの"コスモシャイン SRF"の 2022 年度の動きと、2023 年度の見通しは？シェアは？

A：3Q の段階で、4Q は 1Q に対し 90%以下と見込んでいたが、結果は 100%を超えた。2023 年度は約 15%の増収を計画している。シェアは、2022 年度に、約 55%まで高まっている（当社推定）。

Q：工業用フィルムのセラコン用離型フィルムの 2022 年度の動きと、2023 年度の見通しは？

A：2Q から落ち込んだまま。取引先の情報から見て、回復は 2023 年度 3Q 以降と予想している。セラコンメーカーのスマホなどのハイエンド品が回復してくると、当社の出荷も増える見込み。

Q：2023 年度の営業利益は前期比約 50 億円の回復で、数年前までの 200～250 億円水準まで戻らないとの見通し。上期・下期でどのような配分で回復するか？東洋紡は上期よりも下期が強い傾向にあると思うが、2023 年度下期レベルで、2024 年度に 200～250 億円水準まで回復するか？

A：2023 年度は上期約 50 億円、下期約 100 億円の見通し。赤字の縮小、販売試験費などの費用減を勘案して 2024 年度は 200 億円レベルに戻せると考えている。

Q：交易条件において、これまで原燃料高騰に対し、価格転嫁までのタイムラグがありながらある程度戻してきた。今回、原料価格に加えて、燃料価格の高騰も加わり、燃料転換もあり、カーボンニュートラルへの取組みを推進していくと、不可逆的な変化となる可能性が高い。新しい環境下で利益を確保していくには、このコストをお客様に負担していただかないといけないと思うが、それは可能なのか？価格転嫁ができない場合、どうやって株主の利益を残すのか？

A：原料メーカーからは、ナフサリンクに加えて燃料も含んだ値上げを要求されている。そういう事情をお客様にお伝えして、価格転嫁を進めていく。燃料価格の転嫁が必要なのは競合他社も同様であり、他社も値上げをせざるを得ない。場合によっては数量が落ちるかもしれないが、当社に競争力があれば数量は戻ってくる。売値最優先とし、価格転嫁を現場任せにせず、経営マターとして値上げを徹底していく。

一方で、当社しか提供できないものについてはお客様の理解を得られやすいが、そうでないものについてはなかなか受け入れてもらえない。今回の局面において、これまでのコスト構造で成立していた事業が継続困難になる可能性があり、事業の見直しと同時に、付加価値の高い新製品の投入に注力し、株主様の利益を確保していく。

**Q：モビリティを是非黒字化していただきたい。2024 年度または 2025 年度の黒字化と理解してよい
か？黒字化に向けた道筋は？**

A：エンジニアリングプラスチックについては、一時的な費用が無くなり、ISO の再取得ができれば、元の水準の利益に戻る見込み。エアバッグ用基布事業については、お客様との取引条件を見直しており、2023 年度に赤字幅を半減できる見込み。さらに新設備の稼働により黒字化を目指す。

Q：2023 年度の営業利益の増減分析について、数量+23 億円とのこと。ライフサイエンス事業が▲40 億円となっており、PCR 検査試薬の減少が大半とすると+63 億円は何が数量増になるのか？

A：工業用フィルムが 20 億円強、包装用フィルムで 20 億円弱、さらに、エンジニアリングプラスチック、エアバッグ用基布などの増加を見込んでいる。

Q：機能繊維・商事について、衣料繊維、エアバッグ用基布ともに赤字縮小ということか？それともどちらかに偏っているということか？

A：両事業とも赤字を縮小できる予定。衣料繊維については構造改革の成果が出てきており、2023 年度に黒字化する。エアバッグ用基布についても、お客様との取引条件を見直し赤字を縮小する予定。

以上