

東洋紡株式会社 2021 年度決算説明会 質疑応答要旨

日時：2022 年 5 月 13 日（金） 10:30～11:30

場所：WEB 形式

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：「コスモシャイン SRF」とセラコン用離型フィルムにおいて、22 年度の売上高の伸びは？

A：「コスモシャイン SRF」は前年度比 10%増収計画、セラコン用離型フィルムは前年度比 30%増収計画。

Q：大型パネルメーカーの稼働は回復してきている。「コスモシャイン SRF」の販売量を、さらに増やす方策はあるか？

A：今後、液晶パネルの需要がどうなるか見定めながら、次の局面の対応策について何パターンか考えている。

Q：22 年度の価格転嫁率は 7 割弱の見通しとのことだが、21 年度と合わせた転嫁率は低い。状況を解説して欲しい。

A：22 年度で 7 割以上の価格転嫁率にしていきたいが、製品によって、①原料価格が変動しても販売価格が変わらない事業、②ナフサリンクで販売価格を変動させる事業、③原料価格が上昇しても販売価格を同レベルまで値上げすることが難しい事業、の 3 つのパターンがある。22 年度は、これまで値上げをあまり打ち出さなかった製品も含めて値上げをする。また、ナフサリンクの製品については、物流費・燃料費も含めて値上げをしていく。

Q：モビリティのエンジニアリングプラスチック、エアバッグ用基布の価格転嫁の見通しは？

A：エンジニアリングプラスチックについては、特化した製品が多く、比較的フォーミュラーが通る業界。供給責任を果たす前提で、一部は価格転嫁も進んでおり、最終的にはコストアップ分をほぼ転嫁できる見通し。エアバッグ用基布については、厳しい売値条件の見直し交渉を進めている。

Q：エアバッグ用基布は、利益が出ない事業になっている。短期・中期的に、どのようなテコ入れをしていくのか？タイの合併会社の立ち上げ、および業績寄与はいつか？

A：短期的には、お客さまとの契約を見直す。事業運営体制も改めている。中期的には、インドラマとの紡糸合併会社を立ち上げて、戦力化すること。ポリエステル化を進めること。
タイのインドラマとの合併会社は 22 年春に稼働予定、その後認証取得を進め 23 年に商業生産予定。
業績寄与は 23 年以降。

Q：エアバッグ用基布のポリエステル化は、御社にとってプラスか？ポリエステルのエアバッグ用基布は、自動車のどの部位に使われるのか？

A：ポリエステル化ができるメーカーは、まだ限定的であり、特許も含め、高いポリエステル技術を持つ当社は比較的優位だと考えている。ポリエステルの基布は、耐熱性が低くても使える部位に用いられる。

Q：エアバッグ用基布事業は、インドラマとの合併会社のスキームで、当初考えていた収益を出せるか？

A：インドラマ社傘下の PHP も含めて、シェアは確保できている。

Q：22年度の業績予想は、21年度のPCR関連製品による増益要因が無くなり、それを除けば概ね横ばい、という見たてか？原燃料・物流コストが高止まり、需要面であまり変動が起きなければ、手堅い業績予想ということか？

A：フィルム増産などのプラス要因はあるものの、PCR 関連製品の販売減、価格転嫁率が 7 割に留まるということで減益予想。PCR 関連製品は前年度比 5 割減と見ているが、状況次第。価格転嫁率 7 割の予想は余裕があるわけではない。堅めの業績予想というわけではない。

Q：神経再生誘導チューブ“ナーブリッジ”、骨再生誘導材“ボナーク”の、販売計画、中長期の期待値は？

A：“ナーブリッジ”は、神経再生誘導材の大きな市場である米国への本格展開に向け、米国の有力代理店との協業体制を強化している。さらにグローバル展開を加速させていく。
“ボナーク”については、2030 年までは、数億円の売上高に留まるとみている。臨床データの蓄積・実績を踏まえ、グローバル展開も検討する。

Q：ウイルス除去膜の出荷の伸びは？

A：21 年度は、10 億円未満の売上高。今後、需要増が予想されるため、増産投資を計画している。

Q：PCR 検査試薬の足元の状況は？既に半分まで減っているのか？

A：足元は、5 割までは減少していない。

Q：三菱商事との合併のスキームの狙いは？将来的にイグジットしていく事業なのか、それとも純粋に三菱商事の営業力を借りたいという狙いなのか？三菱商事をパートナーに選んだ理由は？

A：三菱商事との合併会社の目的は、事業そのものをどう大きくするかということ。イグジットではなくて、それぞれの事業の成長機会を探索していく。

三菱商事に期待している役割は、営業力ではなく、成長をめざした共同での事業運営、および成長戦略の実行。

以上