

大日本印刷株式会社
2021年3月期（2020年度）第1四半期 決算説明会 質疑応答要旨
（2020年8月7日）

【質問者1】

Q：通期計画における新型コロナウイルス感染症の影響について、プラスとマイナスの両面に関してどのように分析しているのか定量的に教えてほしい。説明の中で、下期からの回復を見込むとあったが、回復のイメージを掴みたい。

A：新型コロナウイルス感染症により、プラス、マイナスの両面で影響を受けています。具体的には、まず、情報コミュニケーション部門は、BtoB ビジネスを主体とする当社において、BtoC ビジネスの占める割合が他部門よりも大きいいため、マイナスの影響が比較的早く出ましたが、今後国内の景気が回復すれば、他部門よりも早く戻ってくると考えています。一方、イメージングコミュニケーション事業は、日本よりも深刻な新型コロナウイルスの影響を受けていると見られる北米やヨーロッパを主な市場としているため、回復がやや遅れる可能性があります。また、プラスの影響を受けた事業のうち、電子書籍の販売や書籍のネット通販については、売上高がまだ小さいため、年間での影響は軽微だと考えています。一方、BPO については、企業からの受託に加え、経済対策関連の案件の引き合いが依然として多く、さらなる伸びを期待しています。

次に、生活・産業部門については、住まいや自動車など耐久消費財に関連する分野で影響が出ており、BtoC ビジネスよりも早く回復するとは考えていません。2020年度は、我慢の年度になるのではないかと考えています。一方、産業用高機能材関連で、リチウムイオン電池用バッテリーパウチは、テレワークなどの拡大にともない好調を維持しています。今の状況が一本調子で、今年いっぱい、さらには来年以降も続くとは限りませんが、当面拡大基調で推移する見通しです。

さらに、エレクトロニクス部門では、半導体用フォトマスクが、期の後半から5Gを中心とした用途で伸長していくと考えています。

なお、新型コロナウイルス感染症による定量的な影響については、当社が多岐にわたる事業を行っていることもあり、申し上げにくい状況です。これは、事業毎に特性が異なり、明確に新型コロナウイルス感染症の影響を受けたと判断できる事業もあれば、必ずしもそうとは言い切れないものもあり、当社全体での影響を集約することが困難であるためです。一方、昨年度と今年度

を比較すると、新型コロナウイルス感染症の影響以外に大きな違いは見当たらないため、強いて言えば、今年度と昨年度の第1四半期の実績差が、新型コロナウイルス感染症の影響と言えるかもしれません。

Q：売上高と営業利益の通期予想について、セグメント別の内訳を伺いたい。また、通期予想における増減益要因の見通しについて教えてもらいたい。

A：セグメント別の予想数字は開示を控えさせていただきますが、情報コミュニケーション部門は、年度後半の早い段階で回復を見込むため、前年度に対する減少の度合いは、上期よりも下期のほうが小さくなると考えています。一方、生活・産業部門は、耐久消費財関連の低迷がやや長引く見通しのため、現段階では、前年度に対する変化は上期と下期であまり差が無いと予想しています。エレクトロニクス部門についても、上期と下期の業績は、前年度との比較でいえばあまり変わらないと考えています。なお、飲料部門は12月決算のため、上期より下期の方が少し厳しい見通しとなっています。

【質問者2】

Q：第1四半期の営業利益の増減益分析について、増益に寄与した事業を知りたい。また、既存事業減少、注力事業拡大、コスト削減の各要因の背景について、具体的な製品を挙げて説明してほしい。可能であれば定量的にお願いしたいが、大きな構成要素について、可能な範囲で伺いたい。

A：既存事業は、産業用高機能材を除き、ほとんどが減少しました。注力事業では、BPO関連が大きく伸びたほか、光学フィルムや情報セキュリティの事業が増益となりました。コスト削減の構成要素としては、昨年度、事業構造改革を推し進めるなかで、固定資産の保有を見直した結果、償却費が10億円程度減少したことが挙げられます。

Q：紙媒体の売り上げが減っていると思うが、生産体制の見直しや追加的なコスト削減の余地があるのかどうか伺いたい。

A：ご質問の通り、紙媒体の事業は新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいますが、それ以前も社会のペーパーレス化にともない長く右肩下がりで推移してきました。こうしたなか、関連する事業の再編や集約をこの数年で進めたほか、昨年度には紙媒体の製造設備等の減損処理を行いました。これで終わったということではなく、今後数年にわたり、需給バランスをみながら、さらなる構造改革を実施していきます。

【質問者 3】

Q：情報コミュニケーション部門のマーケティング関連は、前年同期比で5%弱の減収であったと推測しているが、チラシやカタログの落ち込みを考えると、減少幅が小さかったと思っている。これは、BPO、ソフトサービスが伸びたためという認識で正しいか？また、ソフトサービスは、デジタルトランスフォーメーションによるものだと思うが、伸びた分野で目立つものを教えてほしい。

A：ご質問の通り、マーケティング関連のうち、チラシ・カタログは大きく落ち込んだものの、BPOや決済関連のソフトサービス分野が伸び、全体では小幅な減収に留まりました。

Q：前年度の生活・産業分野が増益となった要因の一つに、事業の選択と集中があったと認識している。一方、今年度は外部要因で逆風が吹くため、選択と集中のペースを早める、または遅くしても良いと思うが、今年度はどのようなペースで進んでいくと思えばよいか？

A：生活・産業部門における事業の選択と集中については、これまでは主に、包装や生活空間の分野を中心に進めてきましたが、コロナ禍において、さまざまな選択肢を検討しています。当社は、コロナ禍の今こそ、本当に価値があり、今後強化すべき事業は何かということ問い直すのに良い時期であると考えています。新型コロナウイルス感染症による影響の変化を注視しつつ、既存事業と注力事業のバランスを取りながら、事業ポートフォリオの最適化を進めていきます。

Q：2020年度の設備投資額、減価償却費、研究開発費は、2019年度と比較してどのように変化するか？できれば、設備投資の計画値をいただくとありがたい。

A：現在、新型コロナウイルス感染症による影響を踏まえ、中期経営計画の見直しを進めるなか、設備投資についても再精査しているため、計画値の公表は差し控えさせていただきますが、現時点では、前年度の実績との差はそれほど大きくなりえない見通しです。一方、減価償却費は、前年に実施した減損処理の影響により、前年度比で若干減少する見込みです。

以上