

大日本印刷株式会社  
2022年3月期（2021年度）第2四半期 決算説明会 質疑応答要旨  
（2021年11月17日）

【質問者1】

Q：エレクトロニクス部門の下期計画は、上期対比で大幅な減収減益となるが、各製品においてどのようなリスクを想定しているのか教えてほしい。

A：光学フィルムは、ここ1年で想定以上の伸びを示しましたが、足元では落ち着きを見せています。液晶パネルの価格が下がっていることもあり、下期は慎重に見ています。メタルマスクも、例年下期に得意先の開発のペースが落ちる傾向があるため、強気な見込みとはなっていません。一方、フォトマスクは、半導体不足の影響により引き続き堅調に推移すると予想しています。なお、台湾や中国など大きなマーケット向けのフォトマスク事業には他社と組んで参入しているため、その事業利益は営業利益ではなく、経常利益として計上されています。

Q：プレゼンテーション資料の14ページによると、リチウムイオン電池用バッテリーパウチは、2024年度に1,000億円の売上を見込んでいるとのことだが、もう少し伸びるのではないか。

A：ご質問の通り、アメリカを中心にバッテリー製造拠点新設の計画が予想を超えるペースで増えるなど、需要が拡大しています。しかしながら、これらの工場が稼働を開始するのは早くても2025年初旬になると予想しています。2025年以降については、前倒しで生産体制を検討していく必要があると考えています。

Q：プレゼンテーション資料の13ページによると、バッテリーパウチの用途別比率は現状でIT向けと車載向けの割合が4:6となっているが、2024年度にはどのように変化していると想定しているか。

A：2024年から2025年頃には、IT向けと車載向けの割合が2:8になると考えております。

**【質問者 2】**

**Q :** プレゼンテーション資料の 8 ページによると、原材料高の影響は上期実績が 29 億円、下期見通しが 55 億円とのことだが、それぞれ内訳を教えてください。また、来期の価格転嫁の見通しについて教えてください。

**A :** 原材料高影響の詳細については申し上げられませんが、フィルムやレジンなどの合成樹脂、アルミ、溶剤などに使われる酢酸エチルなどが値上がりしています。合成樹脂の価格指標となるナフサの価格は、1Q に 38,800 円/kg だったものが、4Q では 60,000 円/kg まで上昇すると予想しています。価格転嫁については、ナフサ価格に連動した価格改定を目指しておりますが、上期は 2 割程度の転嫁に留まりました。今回は単なる値上げだけでなく、原材料の供給が逼迫しているという事情があるため、下期は価格転嫁が比較的早く進むのではないかと予想しており、4 割程度まで転嫁を進めることができる見込んでおります。従来、価格転嫁率は 6~7 割に到達すると動きが止まる傾向にありますが、今回は供給が逼迫している状況もあり、今後、価格転嫁はこれまでよりも早く進み、かつ高い水準になるのではないかと想定しております。

**Q :** バッテリーパウチについて、売上は上期に前年比でどれくらい伸長したか、通年ではどれくらいの伸長を見込んでいるか教えてください。また、自動車減産の影響がいつ頃からどのくらい出てくるのか、考え方を聞かせてほしい。

**A :** バッテリーパウチの売上推移については詳細にご説明できませんが、上期は大幅な伸びとなり、通年でも順調に推移する見通しです。さらに 2022 年には、鶴瀬工場で 1 ライン増設し、その生産能力を従来の 2 倍とする計画のため、来年度も増収を見込んでいます。また、先ほど述べた通り、今後伸びていくのは車載向けを想定しているため、自動車減産の影響を受けることとなりますが、現状はこれまで極めて旺盛だった需要が落ち着いてきたという程度で、それほど大きな影響は出ておりません。

**Q :** ディスプレイ用光学フィルムについて、売上の上期実績と通期見通しについて教えてください。また、下期にどれほどマイナスを見込んでいるかについて、解説して欲しい。

**A :** 上期の売上は 2 桁近い伸長となりました。足元では若干の減少となっておりますが、年内は大幅なマイナスとはならない見込みです。パネルの価格が下落している影響もあり、下期全体で増収となることは想定しておりませんが、今後もマーケットを注視していきます。

**【質問者 3】**

**Q :** 情報コミュニケーション部門について、上期は前年同期比で減収だったが、通期計画では増収となるとの説明だった。下期にトレンドがどのように変化するのか教えてほしい。

**A :** 情報コミュニケーション部門の上期売上は、会計基準変更の影響を除いた実質ベースでは、前年同期比で横ばいとなりました。このうち、イメージングコミュニケーション事業はアメリカを中心に業績が回復しており、下期にはヨーロッパや日本でも需要が戻る見通しのため、通期でも増収を見込んでいます。さらに、消費回復にともなう需要の戻りや、GoTo キャンペーンの再開にともなう BPO の取り込みも期待され、通期は部門全体で増収に転じる可能性が高いと想定しています。

**Q :** バッテリーパウチについて、新規のプレイヤーが参入しているか？鶴瀬工場の第 2 ラインについて、第 1 ラインの稼働により 100 億円程、売上の押し上げがあったと想定しているが、同様の増収を見込んで良いか？単価の動向も教えてほしい。

**A :** 競合状況の変化については、バッテリーパウチの旺盛な需要に対して当社の増産が間に合わず、納期対応の遅れもあり、IT 向けの分野で中国メーカーの参入がありました。しかしながら、大手のプレイヤーは参入しておらず、当社製品に対する顧客の評価は依然として高いため、引き続き当社がトップシェアを確保しています。

鶴瀬工場については、もう 1 ライン増設することにより生産量が倍になるとお考えいただければと思います。

単価については、当社製品の不具合による事故はこれまで発生しておらず、その高い信頼性により、大きなダウンとはなっていません。また、信頼性が高く高品質な製品を供給できる競合も限られていることから、今後も大きな単価ダウンは見込んでおりません。

以上