

## 2020 年度第 3 四半期 決算説明会 Q&A

登壇者：代表取締役社長 中島 規巨

取締役上席執行役員 企画管理本部 経理・財務・企画グループ 統括部長 南出 雅範

### 【第 3 四半期の実績及び今後の見通し】

Q. 御社が当初想定していたより需要の反動減が生じるタイミングが遅れている理由を教えてください。また、3 月以降に需要が落ち着いてくるとの見通しをされていますが、現時点でそのような兆候が見られるのかも教えてください。

A. 米中デカップリングによって中華圏のスマートフォンメーカー最大手が生産できなくなったことを受けて、米国や韓国のスマホメーカー、中華圏スマホメーカーの大手 3 社の受注が大きく増加しました。これを一過性のものと認識し、第 3 四半期は非常に過熱気味に受注が入ったと過去の説明会で申し上げました。ただ、1 月に入ってから受注状況を見てみると、少しずつ落ち着いては来ていますが、依然として強い受注をいただいております。しかし、第 3 四半期と比較すると第 4 四半期の売上は弱含みになると見ており、3 月頃から少し需要が落ち着いてくと想定しています。特に中国については 5G スマホが相当量生産されているので、今の感じで言うと 3～5 月で反動減という現象が起こるのではないかと考えております。いくぶん慎重に見ている部分はありますが、現状から察するところで回答申し上げます。

Q. 反動減はスマートフォンが売れる売れないにかかわらず、そのような現象が起こることでしょうか？また、この動きはスマートフォンに限定したものでしょうか？

A. 特に目立った動きをしているのはスマホです。実体経済と比較すると受注が過熱気味に入りすぎている部分はあると分析しております。

Q. 季節性及び半導体不足の影響で 1～3 月の生産が 10～12 月と比べて減少すると世の中では言われていますが、御社の自動車向け売上は 1～3 月、4～6 月とどのように変化すると想定されていますか？

A. 半導体の生産キャパシティの問題は、長納期化は進んでいるものの基本的には生産に大きな支障をきたすという話にはなっておりません。そのため、当社の MLCC やその他の自動車向け部品は計画通りの推移をすると想定しております。

Q. 自動車向け MLCC 等の部品は在庫が積み上げられている状況で、少なくとも今年前半は自動車向け売上が減少せず、勢いは継続すると見て問題ないですか？

A. 在庫が積み上がっているという印象はありません。第 3 四半期から第 4 四半期にかけて順調に推移すると考えております。

Q. 足元の部品取り込みの状況と顧客のセットの生産状況とのギャップについて、スマホや自動車を取り込みの方が多いいという説明でしたが、どのくらい多いのか教えてください。

A. ニュアンスで言うと、中国のスマートフォンメーカー3社の生産計画は米国の制裁を受けている最大手メーカーが予定していた生産数量を相当超える水準です。それがもともと読んでいた数量とのギャップが大きい点です。自動車については、完成車の在庫が薄い状態あるいは半導体がなかなか入らないという環境下での取り込みということで実需より少し高いレベルでの注文が入ってきています。これらはある程度在庫の補充が進めば需要は落ち着いてくると思います。

Q. 第3四半期のコンデンサの受注金額は2,000億円に迫る水準で、2018年のピーク時より2割高い水準ですが、この伸びを生んでいるのはどの用途でしょうか？

A. 背景はスマートフォンの取り込みのピーク期、スマホメーカー各社からの過熱気味の受注、並びに自動車生産の急回復、それらがすべて重なった影響です。

Q. 受注が落ち着いてきているという話でしたが、第3四半期と比較すると1月は減ってきていますか？

A. 前回お話したような12月までの過熱感が収まって1月以降に大きく減少するという話にはなっていないが、少し落ち着いてきている印象はあります。そのため、3月頃からの反動減は予期するべきと考えております。

#### 【積層セラミックコンデンサ(MLCC)】

Q. 能力増強と平均単価の考え方を教えてください。また、2018年と比べると足元の需要の強さをどのように見ればよいでしょうか？

A. MLCCの能力増強は、今期は能力負荷ベースで+5~10%を計画しています。来期は現在予算策定中ですが、今期と同じく+5~10%程度をイメージしています。市場動向によって上下する可能性はあります。価格については、今期は例年よりは緩やかな値下がりでした。1~3月期は自動車メーカーとの年間の価格交渉の時期ではありますが、こちらも例年と比較すると落ち着いた値下げになると思います。2018年のような、いわゆる需給ギャップが大きく発生して、MLCCが不足することがないかという質問に対しては、例えば代理店から過剰な発注があるといった過熱感は見られないので、あのようなパニック感はありません。平均単価については、自動車向けの構成割合が増えるとミックスは良化します。21年度は自動車市場が回復してくるので平均単価としては上昇方向になると思います。

Q. 足元の需要の強さを踏まえて、値上げの可能性はありますか？

A. 値上げに関しては現時点では考えておりません。

Q. 売値下げの進行が当初想定より緩やかとのご説明がありましたが、このトレンドは引き続き継続すると考えてよいでしょうか？

A. 現時点では値下げが緩やかに進行しておりますが、在庫調整があると状況は変わってきます。セット台数、特にスマホの売れ行き次第で値下げ率の幅が変動する可能性はあります。

Q. MLCC について、2017 年から 2018 年にあったような納期問題は起きていないし、直ちにそれが起こることはないと想定してよいでしょうか？

A. 2018 年のような需給ギャップが生じているわけではありません。足元ではスマホメーカーの過熱感と自動車メーカーの急激な生産の立ち上がりで、少し供給にタイト感が生じていますが、これは第 4 四半期には解消すると思います。

Q. 来年度は前工程と後工程どちらにどの程度増産投資を行う計画ですか？

A. 自動車の電装化が進展すると、電圧の高いコンデンサが増加します。そうすると前工程への能力増強を強化する必要があると思いますが、現時点で前工程と後工程に分けた投資計画の数字は開示しておりません。いずれにしても、来期以降スマホは 5G で搭載数量が増えますし、自動車は COVID-19 や環境意識の高まりもあって EV と自動運転化がさらに進展していくものと思います。

Q. 毎年+5～10%ずつ能力増強を実行した場合、既存の工場に空きがなくなり、次の大型投資が必要になるタイミングのイメージがあれば教えてください。

A. この 1～2 年は既存の建物に設備を設置していくことになる。それ以降は既存の工場を含めて現在絵を描いている段階です。

Q. 汎用品の扱いについて、自動車の電動化が進む流れの中で汎用品も含めてすべての MLCC を御社が供給するというスタンスで投資計画を立案するのか、それともある程度取捨選択する局面に入っているのかを教えてください。

A. 当面はこれまで通りカバレッジを最大化して、何とか競合他社が追い付けない状況を確認したいと考えております。今後の投資計画の方向性については次の中期計画を策定していく過程で検討していきます。

Q. 需要が伸びるのはハイエンドの製品ばかりなので、ハイエンド製品にのみ取り組んでいけばシェアを守れるようにも思いますが、今後も御社が汎用品を継続される背景を教えてください。

A. 汎用品から手を引くことは他社のキャッチアップに対するスピードを早めることにもつながります。その点を考慮して事業運営を進めていきます。

Q. 基地局向けの MLCC ビジネスに関して、今期は在庫調整やアンテナの減少により低調に推移しておりますが、第 4 四半期や来期の見通しを教えてください。

A. 第 4 四半期も弱含むと想定しています。基地局の台数自体が変動しているわけではなく、64T×64R より低いアンテナ構成になっているのが主な要因です。予算策定中のため明確な回答はできませんが、来期の MLCC の基地局向け売上は増加方向をイメージしています。ただし、アンテナ構成の傾向はそれほど変化が無いと思います。

【モジュールセグメント】

Q. 第 3 四半期に高周波モジュールとメトロサークが増加したとご説明がありましたが、高周波モジュールは地域別にどのような変化がありましたか？また、メトロサークではミリ波対応のスマートフォンで大幅に増えたのか、それとも sub6GHz のスマートフォンでも増えているのか教えてください。

A. モジュールの売上に関しては、第 3 四半期に発売されたスマートフォンの新モデル向けの売上が増加しました。第 2 四半期までは中華圏向けの構成割合が大きかったですが、第 3 四半期はそれが減少し、代わりにアメリカや弱含みである韓国向けが主に流動しました。また、中国の一部の 5G 端末向けも流動しました。メトロサークについては、ミリ波モジュールの基板やアンテナの部分、伝送線路といったところで採用が期待されます。現在はアンテナ部品と伝送線路といったところで採用いただいています。

Q. 第 3 四半期にモジュールの利益率が大幅に改善した背景を教えてください。また、以前に 21 年度に高周波モジュールを 2 ケタ成長させたいという話があったが、その見通しに変化はありますか？

A. 特定顧客向けの Wi-Fi モジュールについて、当社は今年度からフロントエンド部分のみ対応することになったため、売上構成が大きく変化し、品種構成が良化しております。それに加えて、高周波モジュールが想定通り高いシェアをいただけたこともあり、第 3 四半期は利益率を高くキープできています。来年度は、5G の搭載比率が上がるので、需要自体は増えますが、正直なところ、対応している顧客ごとに上手くいっている部分もあれば苦労している部分もあり、一部顧客とはこれまで通りの擦り合わせや技術的な調整が十分にできていない状況です。まだ決まっていないところもありますが、現在苦労しています。我々は現地サポートに頼らざるを得ないところもあり、人の移動に制約がある中で、苦労したサポートをしている状況です。そのため、20 年度と同等あるいはそれ以上のシェアをいただけるかという苦しいと感じています。

Q. 高周波モジュールのシェア割りで苦戦を強いられている背景を教えてください。また、中華圏最大手以外の中華圏スマートフォンメーカーへの参入の手ごたえも教えてください。

A. 例年ほとんどの部品で上位 2 社くらいには残りますが、セットの合わせ込みで特性を確認して設計を固めるプロセスで、これまでは日本から担当エンジニアが現地に行って合わせ込みを行っていましたが、今年はその部分をローカルスタッフに委ねざるを得ない部分が多く、例年通りの動きを取れませんでした。シェア割りの結果がわからないので対策はこれから検討していくこととなりますが、次年度以降はその点はしっかり対応していきます。また、中国に関しては、モジュールは汎用的に使われていくと思いますし、当社は中国のチップセットメーカーのプラットフォームでのリファレンスは確保できておりますので、その部分のモジュール展開は今期あるいは来期広がっていくと想定しております。

Q. ミリ波のトレンドが弱くなっているように思います。ミリ波に対して御社はどのような見通しを持たれていますか？また、モジュールビジネスの来期の見通しについて、どのような変化が生じるか教えてください。

A. ご存知の通り、米国の顧客は米国向けのスマートフォンのモデルにのみミリ波を搭載しており、当初想定していた搭載比率よりも相当低い状態で流動しています。5G 本来の機能を実現しようと思うとミリ波の基地局は必要になります。ミリ波はいずれ普及していくと思いますが、想定していたより時間を要しています。普及には

大規模なイベントがトリガーになりますが、現在そういったイベントが開催されないので導入が遅れています。ただ、時期的には21年、22年にかけて広がっていくものと思われるので、しっかり準備は進めていきます。Sub6GHzについても搭載比率が順調に上がってくると考えています。20年度の5G端末台数は3.3億台を想定していますが、21年度には5億台まで増加するとみています。それを見越して準備を進めていきます。

Q. ミリ波におけるメトロサークの優位性と今後の見通しを教えてください。

A. ミリ波ではメトロサークの特徴面での優位性を発揮できます。ただし、ミリ波に対応したスマートフォン自体が想定より少ない台数になっています。

#### 【リチウムイオン二次電池】

Q. 事業環境や収益性の状況、御社の今後の取り組みを教えてください。

A. 第2四半期までは受注は弱含みでしたが、第3四半期以降に電動工具や園芸工具、掃除機向けの受注が急増し、逼迫した状況になっています。この状況はしばらく継続すると思います。特に当社の場合、スマートフォン向けは事業を縮小し、パワーツール向けにリソースを振り分けていますので、市場のトレンドには乗っています。収益性に関しては、改善は相当進んでいます。21年度に目標としている黒字化に向けて着実に前に進んでおります。

当Q & Aに記載されている、当社又は当社グループに関する見通し、計画、方針、戦略、予定、判断などのうち既に確定した事実でない記載は、将来の業績に関する見通しです。将来の業績の見通しは、現時点で入手可能な情報と合理的と判断する一定の前提に基づき当社グループが予測したものです。実際の業績は、さまざまなリスク要因や不確実な要素により業績見通しと大きく異なる可能性があります。これらの業績見通しに過度に依存しないようお願いいたします。また、新たな情報、将来の現象、その他の結果に関わらず、当社が業績見通しを常に見直すとは限りません。実際の業績に影響を与えるリスク要因や不確実な要素には、以下のものが含まれます。

(1)当社の事業を取り巻く経済情勢、電子機器及び電子部品の市場動向、需給環境、価格変動、(2)原材料等の価格変動及び供給不足、(3)為替レートの変動、(4)変化の激しい電子部品市場の技術革新に対応できる新製品を安定的に提供し、顧客が満足できる製品やサービスを当社グループが設計、開発し続けていく能力、(5)当社グループが保有する金融資産の時価の変動、(6)各国における法規制、諸制度及び社会情勢などの当社グループの事業運営に係る環境の急激な変化、(7)偶発事象の発生、などです。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。