

大日本印刷株式会社  
決算説明会 質疑応答要旨  
(2022年11月16日)

【質問者1】

**Q：エレクトロニクス部門は、営業利益が、1Q 162億円から2Q 96億円と大きな減益となった。1Qから2Qにかけての主要製品（光学フィルム、メタルマスク、フォトマスク）の販売数量の動きと、下期の想定について教えてほしい。**

A：具体的な数字については、得意先都合により、差し控えさせていただきます。半導体関連は非常に順調に推移してきています。一方、ディスプレイ関連は、光学フィルムやメタルマスクが1Qまでは前年を上回る伸びを示していましたが、2Qに入ってから急速にマーケットの状況が変わったため減速し、2Qは対前年でマイナスとなりました。下期の見通しについてですが、フォトマスク関連は、年間を通じて、大きな変動は無いのではないかと見ています。ディスプレイ関連は、コロナの巣ごもり需要反動、世界的な景気の後退感が強まっていることによる消費マインドの冷え込み影響がしばらく続き、年末以降、4Qに入ってから、回復基調になるのではないかと考えています。

**Q：メタルマスクは、200億円の投資で、生産能力が現行の2倍となるという理解で良いか。即生産能力2倍となるのか。2倍になるまでのスケジュールについて教えてほしい。また、2024年上期稼働とのことであるが、売上が2倍となる時期について教えてほしい。**

A：即生産能力2倍にするのか、という質問ですが、大型の需要に対応しつつ、小型のものも製造して段階的に数量を増やしていく、そういう意味合いで2倍にしていくと考えています。売上時期については、取引先との関係で守秘義務等があり、回答は控えさせていただきます。

**Q：生活・産業部門は、上期の営業利益が、前年同期の83億円から今年は27億円の56億円減少した。この56億円の減少について、事業別に要因を説明してほしい。包装材料、生活空間系、電池材料系、どれがどのぐらい減益になって、56億円の前年同期比減益になったのか？**

A：具体的な数字での回答は控えますが、一番大きな要因はこの分野に関連する事業全体が、原材料・エネルギー価格の高騰の影響を色濃く受けている一方、円安効果がそれほど出ていないこと、加えて注力事業であり、収益性が高い

バッテリーパウチがこのセグメントに入り、若干減益要因になったということ、そして、包装あるいは建装材の事業においても需要の関係で数量的に伸びが鈍化した影響により減益要因になったこと、以上を減益要因と考えています。

**Q：原材料・エネルギー価格の高騰について、資料3ページで、上期は75億円のマイナス要因になったということだが、おそらく内訳として、生活・産業部門がかなり大きいのではないか。冒頭に上期の転嫁率60%との説明があったが、グロスで原材料・エネルギー価格のコストアップはどのくらいあったのか？それが通期でどのくらいになりそうで、下期の転嫁率はどういうふうに変化してくるのか？**

A：転嫁率は全社の平均であり、セグメントによって上期においてもかなり差異があります。生活・産業分野は、6割を超えて7割近くの転嫁率となったものの、原材料やエネルギーのグロスでの影響が非常に大きい状況です。全社では、上期に180億円程度、年間ではグロスで350億円を超える影響が出るのではないかと見ております。年間での転嫁率、ネットのコストアップについては、生活・産業部門では、上期までは価格転嫁できていない部分がありました。9月までではほぼ価格交渉は終わっており、下期は全体で90%に近い転嫁率、年間平均でも70%を超え、75%程度ぐらいになってくるのではないかと見ております。

#### 【質問者2】

**Q：プレゼンテーション資料8ページのウクライナ情勢による影響で、情報コミュニケーション部門では「欧州におけるフォトの需要減少」、エレクトロニクス部門では「希少ガス等の供給不安によるサプライチェーンの混乱」と記載があるが、既に顕在化しているのか？または今後顕在化する可能性が高いのか？特に、エレクトロニクス部門については影響を想定している事業を教えてください。**

A：情報コミュニケーション部門の「欧州におけるフォトの需要減少」はイメージングコミュニケーション事業が対象になりますが、こちらの記載はあくまでリスクについての記載であり、今後ウクライナ情勢がさらに悪化すれば、欧州の消費者マインドが冷え込むこととなる、という意味で記載しています。エレクトロニクス部門における「希少ガス等の供給不安等」も同様で、半導体のメーカー等で使用するガスは、欧州でシェアが非常に高いということがあり、この点をリスクとして認識しておりますが、今現在半導体関連の生産に支障をきたしているという情報はありません。

**Q : プレゼンテーション資料 13 ページのバッテリーパウチ事業について、中長期の見方は「EV 需要の拡大により好調な推移が継続的に見込まれる」、生産体制は「米国を含めた国内外での生産能力増強も検討」との記載であるが、パウチ用の市場は、2025 年などには、現在の市場規模と比べて何倍くらいの市場規模になっていると見ているか？また、角型や円筒形も含めたトータルで見て、2027 年あたりでパウチが占める割合の見通しを説明してほしい。**

A : 2025 年の車載向けパウチ用の市場は、2019 年の約 10 倍、本年 2022 年と比較しますと 2 倍強の規模になると想定しています。また、車載向け市場におけるパウチの比率は、2027 年には約 30%を占めると見込んでいます。

**Q : リチウムイオン電池のパウチの 7-9 月期の実績は、利益に貢献していると思っていて良いか？売上高は IT を中心に弱かったと認識しているが、利益面ではきちんと貢献しているのか。**

A : 利益面については、IT 向けの売上の減少に伴い、利益の減少は生じています。また、2Qまではアルミニウム価格高騰の影響をかなり受けましたが、利益は黒字を計上しています。

**Q : プレゼンテーション資料の 3 ページにて、注力事業拡大で 3 億円の増益になったとの説明があったが、この内訳について、それぞれ伸びたもの、逆に市場が厳しくて伸びなかったものなどがあれば、説明してほしい。**

A : 具体的な数字は控えますが、注力事業のうち、「データ流通関連」は特にイメージングコミュニケーション事業の寄与が大きく、前年との比較で、利益をかなり押し上げました。それ以外では、決済サービス関連も前年比でプラスでした。一方、「モビリティ関連」「IoT 次世代通信関連」は、エレクトロニクス関連やバッテリーパウチ、高機能材料関連が減少し、前年比で減益となりました。また、「環境関連」についても、前年比で若干のマイナスとなりました。

以上