

2021 年度通期決算 アナリスト向けオンライン説明会 主な質疑応答

AGC 広報・IR部

【全体】

Q：21 年 12 月期の営業利益は、上方修正後の業績予想 2,000 億円を上回った。主に化学品が上振れたと思うが、どの分野が上振れたか？

A：想定していたよりもクロール・アルカリの市況が強かった。中国の電力規制でクロール・アルカリ市況がピークを迎えたことが大きく寄与した。

Q：2030 年までのコア事業・戦略事業の営業利益イメージについて示されたが、コア事業を横ばいで見ている背景は？戦略事業は 2021 年 538 億円から 2025 年 1,000 億円となっているが、CDMO とそれ以外の内訳イメージはあるか？

A：2021 年のクロール・アルカリ事業はできすぎている面があり、市況軟化により 2021 年から 2022 年、2022 年から 2023 年で営業利益がそれぞれ 150 億円、計 300 億円落ちると見ている。それを自動車用ガラス事業やフッ素化学品事業で取り返すためコア事業は横ばいにしていく。2023 年以降は、もう少し強気で評価してもよいとは考えている。背景として、タイのクロール・アルカリ事業増強に伴う投資効果の発現がある。また、フッ素化学品事業も大きな増強後にコロナ影響を受けて減速したが、そこからの回復途上であり、まだ伸びる。ガラス事業についても、コモディティ部分を伸ばしていくのは難しいが、省エネタイプのガラスや自動車用ガラスの高機能化で営業利益は維持できる。最低限の目標として 2025 年以降も 1,500 億円程度は出せるとイメージしている。方向性は正しいと思っており、取り組みの効果がきちんと出れば、さらに上に行ってもおかしくないと考えている。2025 年の戦略事業の営業利益 1,000 億円の内訳は、ざっくりと半分が電子部材、残り半分がライフサイエンスから出ると考えていただければよいと考える。

Q：2023 年の営業利益目標を 2,300 億円に引き上げたが、化学品市況前提と、戦略事業の成長のスピードは？

A：化学品市況は緩やかに軟化するとみており、2022 年、2023 年で 150 億円ずつの減益を見込んでいる。一方で戦略事業は 100 億円以上の増益が各年で見込めると考えている。特に戦略事業はかなり確度高く成長していくと見込んでいる。

Q：戦略事業への投資を前年の中期計画発表時の 2,000 億円から 2,800 億円に増加させているが、どのあたりの投資が増えそうなのか。また、コア事業・共通投資に 4,800 億円としているが、今後環境対策としてどのような分野にどれくらいの投資が必要となるのか？

A：戦略事業で一番投資を伸ばしていくのは、ライフサイエンスのバイオ医薬品 CDMO 事業だ。微生物・動物細胞分野に加えて、遺伝子・細胞治療分野も発展期に入っている。エレクトロニクスも EUV マスクブランクス、オプトエレクトロニクスもまだ伸びるが、投資が大きいのはバイオ医薬品 CDMO。

コア事業の環境対策投資について、どこかでお示しはしたいが、環境対策だけ取り出した集計が難しい。例えば、クロール・アルカリ事業では電解設備を更新するときに省電力化の投資を織り込んでいる。ガラス窯でも冷修のたびに燃焼効率を上げているが、その内どの部分が環境対策なのか切り分けるのが難しい。また、CEO の説明のなかでアンモニア燃焼についての説明があったが、実用化には技術革新も必要であり、今後の話であるため 23 年までの投資額には含まれていない。

Q：株式価値向上のためには、利益額の成長だけではなく、資本効率の向上が必要だと思うが、ROE を 12%や 15%といった水準への向上を目指さないのか？

A：素材事業は、研究開発から製品化まで時間がかかり、それを長期安定的に提供し続けることが重要と考える。したがって、高い ROE の継続的な達成と同時に、財務的な安定性も重要と考えている。そのため、他の財務的な施策と組み合わせて

更に高い ROE を目指そうとは考えていない。ROE を安定的に 10%、D/E を 0.5 以下ということセットで考えている。

Q：本日発表された減損損失の 2022 年の固定費削減効果はそれぞれの程度か？

A：欧州の自動車用ガラス事業の減損では、減損損失がほぼ固定資産で生じているため約 15 億円程度/年の影響がある。一方、プリント基板材料の事業では、減損損失のうち一定程度がのれんから生じているため、固定費減の影響は前者に比べ小さく、1 桁億円のイメージだ。

Q：為替の感応度が 1%円高の影響として 2 億円から 7 億円と影響が大きくなっているが、なぜか？

A：日本で製造し、輸出する製品が増えていること、海外で製造・販売している製品の利益が増えていることが影響している。

Q：独自の素材ソリューションによる差別化という説明があったが、他社が追随できない AGC 独自の強みとは？

A：もともとガラスの会社として創業したが、すぐに戦争で原料輸入が出来なくなり、自製のために化学品事業を始めた。また耐火煉瓦を手に入れるためにセラミックスの事業を始めた。このように、事業の多角化が技術の多角化につながっていったという歴史がある。AGC の化学品事業はクロール・アルカリを中心とした非常に特徴的な事業であるし、無機材料についてもガラス自体がニッチで特徴的な素材である。特徴的な素材を無機と有機の両方で持っていることが強みであり、この組合せで製品価値を向上してきた。例えばオプトエレクトロニクス製品も、無機であるガラスと有機素材の表面コーティングという組合せで特徴的な素材となっている。車載用カバーガラスも、無機材料である化学強化ガラスに、指紋除去の効果を持つフッ素化学製品のコーティングを施している。そうしたユニークな材料技術を共通基盤技術で支えて、他社にマネできない製品を提供していきたい。

Q：無機と有機の両方の技術があると、どのような有用な製品が生まれるのか？他にも無機・有機の技術を持つ会社はあるのか？

A：無機の中でもガラスやセラミックスはニッチな素材で、それらと有機を組み合わせ持っている会社はかなり限られると認識している。その中でガラスを母材として使って、有機材料を表面処理に使うことが、付加価値の源泉の一つとなっている。先にご説明したオプトエレクトロニクス製品や車載用カバーガラスがその事例である。無機材料と有機材料のプロセス面での融合も今後進んでいくと考えており、製品の差別化だけではなくモノづくりの面での差別化も、これまでもこれからも進めていく。

Q：昨年発表した中期計画の戦略の 3 本柱として DX を掲げていたが、現状はどうなっているか？

A：説明している取組みの多くの活動の中に DX はすでに組み込まれているとご理解いただきたい。これまではビジネスプロセスごとのデジタル化と、その中でのトランスフォーメーションを目指してきたが、今は複合的なプロセスの中での DX を進めている。例えば、自動車用ガラスの生産面での構造改革や、ディスプレイの高生産性化などに DX が組み込まれている。戦略事業においても、モノづくりだけではなく、開発、シミュレーションの分野でもデジタル技術を使って改革を進めている。

【ガラスセグメント】

Q：2023 年のガラスセグメント営業利益目標 500 億円は 2007 年以降達成したことがない水準だが、どのように達成するのか？

A：ガラス事業は 2007 年に一つのピークがあったが、その後景気低迷の影響等あり構造改革が続いた。今では建築用ガラス事業は業界構造もかなり変わり、落ち着いてきた。自動車用ガラスは、以前は建築用ガラスよりも利益が出る事業であったが、足もとで利益が出ていない。

建築用ガラス事業は、欧米で需給タイトな状況が続くなか高機能化が徐々に進展し、不安要素は少ない。一方で日本・アジアはそれに比べて苦戦していたが、回復がみられる。エネルギーコストの問題もあるが、今のところ価格上昇で取り戻している状況。

自動車用ガラスは、足もとでリストラクチャリングを実施しているため、ここから販売数量が戻るとほとんど利益が出ていない状況から通常の利益水準に回復してくる。そうすれば、ガラスセグメント全体で 500 億円という利益水準は問題なく達成できると考えている。2023 年に自動車生産が元の水準に戻れば、目標の達成についてハードルが高いとは思っていない。

Q：ガラス事業の構造改革の 21 年実績と今後の見通しは？自動車用ガラスの値上げはどのように考えているか？

A：2020～2021 年で 2019 年比 120 億円/年ほどの改善が出来たと考えている。これに加えて 2022～2023 年に 30 億円以上の追加削減を見込む。自動車用ガラスは、原燃コストの上昇や半導体不足の影響でほとんど利益が出ない状況であり、個別には申し上げにくいですがそうした状況を加味して価格政策についても検討している状況だ。

Q：欧州での天然ガスの価格によるコスト上昇はどの程度だと見ているか？2021 年実績と 2022 年計画への織り込みは？

A：天然ガス価格は 2021 年の第 1 四半期で 20EUR/MWh 弱という水準から、年末には 90EUR/MWh を超える水準まで上昇した。ただし、これがそのまま業績に影響するわけではない。一定のヘッジをしていることや、価格上昇により、マイナス影響を取り返している状況だ。このままの異常な高騰が続くと厳しくなるかもしれないが、冬を超えれば欧州のガス需要のピークが過ぎ、異常な高騰も徐々に落ち着いてくるかと思う。

Q：2050 年のカーボンネットゼロに向けて、アンモニア燃焼は石化エネルギーの代替手段となりうるか？

A：ガラスのカーボンネットゼロの取組みの一つは、燃料を電気に変えていくことだが、大型窯のエネルギー源すべてを電気に変えるのは現時点では難しいと考えている。天然ガスをクリーンエネルギーに変えていくためには、天然ガスを水素かアンモニアに変えていくことが考えられる。現時点ではコスト的に全く成立しないので実用化できるという確証があるわけではないが、将来アンモニアや水素がクリーンエネルギーとして大量生産されてコストが下がった際には、これを量産製造に利用できるよう基礎的な技術開発を進めているという状況だ。

【電子セグメント】

Q：ディスプレイ用ガラス事業は、2021 年初頭の韓国生産設備トラブルでシェアが減っているのではないか？

A：2021 年に韓国生産設備のトラブルがあり、機会損失が出たが、この窯はすでに再稼働している。お客様の需要増もあり、2022 年は前年比で数量が伸びる見込み。したがって、シェアが落ちたということにはなっていない。

Q：EUV マスクブランクス市場環境、需要見通し、競合環境などの変化は？

A：EUV 露光プロセスがメモリー向けにも展開されてきており、露光機の出荷も順調だ。不安要素はなく期待できる要素の方が大きい。参入を狙っている会社があるのは認識しているが、技術的な難しさもどんどん上がっており参入障壁は高く、競合環境に変化はない。

【化学品セグメント】

Q：塩化ビニル樹脂と苛性ソーダの市況について、2022 年計画への織り込みは？

A：いくらだと直接お答えするのは難しいが、双方合わせた影響として、営業利益ベースで 2021 年対比 150 億円の減益影響になるとみている。塩ビ市況は昨年末の 1,600\$ という水準からは落ちてきているが、苛性ソーダは高止まりしている。それらが年末にかけてなだらかに落ちていくという想定で、150 億円程度の影響を見ている。

以上