

2026 年 3 月期第 2 四半期(中間期)決算説明会 質疑応答

日 時 : 2025 年 11 月 26 日(水) 15:30~16:25

登壇者 : 代表取締役 社長執行役員 海老原 健治

常務執行役員 財務統括部担当 海外企画部担当 市川 豊明

上席執行役員 サステナビリティ推進部担当 経営企画部長 酒井 信禎

Q1. 化成品の海外について、下期には工場が福建に立ち上がっており、長期的にはシェア拡大とのことですが、現在の需要環境を踏まえると立ち上げ費用負担の方が多いと推察されます。そのような中で通期もしくは来期を考えた場合に、化成品セグメントの海外事業はどのように想定しておけばいいのか、教えてください。

A1. (海老原) 中国においては、まだ回復に時間がかかると考えています。中国は上期も販売量やシェアは維持できていますが、売価低下などデフレによる影響で売上や利益が下がっています。その上で今回、福建工場を作ることで、生産キャパが広がります(スライド P27 参照)。中国は広く、福建は南の広東工場から供給していた大きい市場です。この地域には竹が豊富に生息しており、中国政府が環境対応の一環で竹材へ投資していることも踏まえて、福建工場は予定通りに操業を開始しました。現在の需要においてもシェア拡大で伸ばせますし、景気が回復すれば、市場拡大に伴った成長も期待できます。また、中国は昆山工場で自動車向けホットメルトの生産も行っており、キャパオーバーの対応で新ラインを増設し、新しい需要獲得に向けて注力しています。ご指摘の通り、立ち上げ当初は減価償却費などの費用が先行しますが、それを早期に打ち返せるように取り組んでまいります。

中国以外のところでは事業再構築を行っています。例えば、シンガポールの工場は高コストであったため、生産をマレーシアやベトナムに移管しました。また、リテール市場も強化しています(スライド P26 参照)。AAP は BtoB 製品が中心でしたが、インドネシアではリテール向けに強みがあり、BtoBtoC で家具店などの最終ユーザーへ販売しており、利益率が高く、成長しています。このインドネシアの戦略をタイでも展開すべく ADBS 社を取得し、販売・物流ネットワークを構築中です。AAP は BtoB 一辺倒の事業からリテール向けを拡大するなど事業変革を進めており、来期はしっかり伸ばせる見通しです。

Q2. 建装建材セグメントの国内について、上期の段階で徐々に既存商品群の値上げを行っていると思いますが、通期の営業利益の見通しの中で価格転嫁・コストダウンで約 19 億円を見込んでおり、想定通りに進むのか、プラスもしくはマイナス要因などがあるか、教えてください。

A2. (海老原) 値上げを 6~7 月に開始したため、1Q に値上げ前の駆け込み需要があり、2Q はその反動がありました。さらに、2Q は建築基準法の改正による冷え込みもありましたが、下期は影響が緩和されています。値上げについても下期から効果が増大していますので、利益拡大については、下期はある程度想定

できている状況です。

Q3-1. スマートサニタリーは急速に拡大していますが、まだニッチな商品であるため、成長率が高い段階だと思います。過去のセラールのように、一般的な商品群にするための今後の施策について教えてください。同業他社も類似した商品を出してきているため、マーケット自体は広がっていると思いますが、より一般化していくための施策はどのように考えていますか。

A3-1. (海老原) スマートサニタリーはインスタグラム等をきっかけに一般消費者からの指定を受けて、拡大が続いています。そのため、全国に4か所あるショールームのスマートサニタリーコーナーの拡充を進めてきました。商品の販売戦略としては、今までのWeb配信に加え、ショールームに来ていただいている方への販売が伸びており、最初にインスタグラムやホームページ等で興味を持ち、最後はショールームで実物を見て、採用いただいています。来場者をしっかりと実績につなげる戦略を実践しています。また、競合他社もスマートサニタリー類似商品を出しています。洗面台市場は年間160万台と言われていますが、そのうち造作風と言われる分野はまだ数%程度しかありません。洗面台市場でも「造作風」というカテゴリーができつつあり、他社が商品を出すことで市場は拡大しつつあります。他社と一緒に市場認知度を高めながら、スマートサニタリーの付加価値をどんどん高めて、新商品の上市を絶え間なく、行おうとしています。最近ではマグネットが使える不燃パネル「マグフィーノ」を上市しました。当社はスマートサニタリーだけでなく、周辺の壁や床なども含めた空間提案をしており、この「マグフィーノ」も周辺の壁にセットで提案しやすい商品となります。さらに間接照明を入れて、おしゃれにした商品も発売しており、来年・再来年もまだまだ伸ばしていけると考えています。

Q3-2. スマートサニタリーの販売チャンネルで、新築ハウスメーカーやマンションデベロッパーのオプションや標準品として入るにはまだ時間がかかりますか。

A3-2. (海老原) ハウスメーカー様のオプションには既に入っています。ただ、スマートサニタリーの強みは様々な材料を施主様が選べるところにあり（柄や素材、幅のオーダー対応を強みとしており）、これをハウスメーカー様の建売住宅の標準品としてしまうと、その良さや特長が無くなってしまうこともあり、今のところは注文住宅のオプションとして採用していただいています。

Q4. 建装建材セグメントの国内グループ会社の利益が好調であった理由について教えてください。

A4. (海老原) 国内グループ会社の好調な業績は、主にアイカインテリア工業とアイカハリマ工業によるものです。アイカインテリア工業では、スマートサニタリーやフィオレストーンの製造が好調です。フィオレストーンは昨年第二工場が稼働し、今年に入りほぼフル稼働しています。スマートサニタリーも受注の増加に伴い、生産能力を拡大しています。これらの要素が利益に貢献しました。さらに、アイカハリマ工業では、セラール セレントが好調で生産が順調に推移しており、工場全体の利益も増加しています。

Q5. 建装建材セグメントの海外において中国が苦戦している中、商品 MIX の改善などでカバーできた部分があったとのことですが、詳細を教えてください。また、その持続性や今後の展開についても教えてください。

A5. **(海老原)** 建装建材海外では、タイが利益を出しており、成長を支えています。インドでは商品 MIX の改善が進んでおり、成長は続いています。価格競争が激しい市場です。そのため、数量よりも高グレード品に特化し、利益の最大化を目指しています。この戦略により、利益の増加が期待されています。また、タイやベトナムでは、ジャパントクノロジーを活用した高付加価値品や空間提案型の商品を強化しており、利益の伸長を見込んでいます。これらの取り組みは、来期も引き続き継続する予定であり、さらなる成長が期待できます。

Q6. M&A は全方位で模索されているとのことですが、現在、どのような点が不足していると考えているのでしょうか。

A6. **(海老原)** 売上拡大よりも、現在の不足をどのように解消するかが重要だと考えています。特に、成長事業である海外事業を伸ばすために、オーガニックな成長に加え、M&A によるプラットフォーム構築や販路拡充が必要と考えています。現在、北米とインド市場を重視しており、東南アジアも部分的にターゲットに含めています。この 3 拠点を中心に、日々調査と検討を進めています。このあたりのプラットフォームが整えば、グローバル展開のスピードを加速させることができると考えています。

Q7. 化成品海外について、中国は厳しいと予想していましたが、タイが堅調でベトナムが好調のようです。ベトナムの今期下期および来期の見通しについて教えてください。

A7. **(海老原)** 化成品のベトナムについて、今期は米国関税の影響で家具市場において間接的な影響がありました。下期に入り、その影響が落ち着いてきており、繊維板用樹脂は回復傾向です。ベトナムの市場は人口とともに成長していくと思われますので、当社ベトナムの繊維板用樹脂も伸びていくと考えています。なお、塗り壁材「ジョリパット」をベトナムで販売し始めており、今期は非常に伸びています。ベトナムの経済成長に伴い、意匠にこだわる店舗が増えてきており、日本風の店舗、ホテルなどでの採用が増えていきます。ベトナムにおいては新たな商品群を展開しつつあり、今後も伸長が期待できます。

Q8. EMC において、スポーツシューズ向けウレタン樹脂が低調とのことですが、スポーツメーカーの話ではシューズは好調と聞いています。御社の納入先が厳しかったのか、シューズの構造が変わってきており、ウレタンが使われなくなっているのでしょうか。EMC の今期下期および来期の見通しを教えてください。

A8. **(海老原)** EMC のウレタン樹脂は、スポーツシューズメーカーに直接納めているのではなく、台湾やベトナム

の OEM/受託メーカーに納めています。その会社とタイアップしているスポーツシューズメーカーが不調だと影響を受けます。ウレタン樹脂は、耐久性など、代替品より優れた特長があるため、市場が無くなっているわけではありません。シューズ業界は様々なルートがあるため、様々なお客様に継続して提案していくことで回復に努めます。EMC は、UV 樹脂や PUR ホットメルトなど付加価値の高い商品も販売しています。EMC の製造技術力と販売チャネルを活かして、来期は伸ばしてまいります。

以 上