

## **2021年3月期 決算説明会 質疑応答**

日時：2021年5月19日（水）15:00～16:00

登壇者：代表取締役 社長執行役員 小野 勇治

執行役員 安全環境部担当 経営企画部長 酒井 信禎

執行役員 財務統括部担当 海外企画部長 市川 豊明

財務統括部長 森 要輔

経営企画部 広報・IRグループ長 川口 修司

**Q1. AAPで中国への大型投資を予定しており、稼働開始が2022年11月とのことですが、3か所がフル稼働した場合の売上等への寄与を教えてください。**

A1. **(川口)**稼働開始が2022年7月・11月です。2023年を稼働初年度とし、3年後となる2025年の売上を増加分のみで100億円超と見込んでおります。

**(小野)**ダイネア広東は環境対応BCPでの移転ですが、他の2案件についてはキャパシティがオーバーしつづつあります。中国AAPの売上は150億円ほどありAAPの中でも大きいものです。中国は重要な市場であると考え、計画的に投資していく方針です。

**Q2. 建装建材の買収した企業のPMI状況についてお聞きます。ウィルソナートは、後半が尻上がりに良かった印象。過去にはインドの化粧板メーカー（2011年/アイカ・ラミネーツ・インドア）のM&Aがあり、そこでは明らかな回復基調が見られなかったが、タイ・ベトナム・中国が好調なのはどのような背景によるものでしょうか。**

A2. **(酒井)**ウィルソナートについては、特に中国でコロナ影響を受けており、ウィルソナート上海は昨年の上半期で大きく数字を落としていました。M&Aを機に経営トップも入れ替えており、上半期は全般的にPMIにかかる負担が大きかった印象です。下半期に入り中国GDPは右肩上がりとなり、ウィルソナートの主力事業である非住宅、医療施設、研究所といったところに政府の投資が潤沢につき込まれております。ウィルソナートが非常に強い市場ですので、下半期は売上を前年以上に回復することができました。

インドの成長は、ここ数年、目覚ましいものではないかもしれませんが。現在は、コロナで非常に苦しんでいる状況です。但し、昨年度下半期の業績はかなり回復しており、昨年度下半期の海外建装ビジネスにおいて利益に貢献しているグループ会社の1社となっています。

建装建材・海外ビジネスに関しては、昨年のウィルソナートのM&AおよびベトナムのAHT社のM&Aによ

り、プラットフォームが揃った印象です。今中計では、中国・タイ・ベトナム・インドネシアの4か国が中心になって、建装建材・海外ビジネスを大きく拡大していく計画です。

**(小野)**建装建材・海外ビジネスは、45年ほど前の海外進出から10年ほど前までの間は売上高40億円ほどで伸び悩んでいましたが、近年、てこ入れを進めており、売上が約140億円の規模まで拡大してきました。早急に、化成品と同じようなスケールにもっていけるよう、既存の販売強化はもちろんのこと、周辺事業（建材事業）の展開なども検討しています。

### **Q3. 今期 2022 年 3 月期のエバモア社の見通しについてもう少し詳しくお聞かせください。**

A3. **(市川)**エバモアは昨年、中国でコロナ影響を受けて落ち込みました。また、主力のシューズ関係、医療関係のウレタン販売がコロナ影響で販売・売上が減少しました。今期については、コロナの収束、中国経済の回復があり、ベトナム・タイへの投資効果および、DSM コーティング・レジン社・大園工場の譲り受けもありますので、一昨年の業績への回復を目指しています。

### **Q4. 新中期経営計画で非建設分野を伸ばしていくとのことですが、幅広い分野に注力していくのか、自動車など特定分野にターゲットを絞るのか、方針をお聞かせください。**

A4. **(酒井)**スライド 28 ページの新中期経営計画・財務目標にある「海外 + 機能材料売上高」を伸びしろのある成長事業と考えており、非建設分野です。昨年実績が 812 億円、おおよそ海外（化成品・建装建材）が 8 割、機能材料が 2 割の配分です。最終年度 2024 年 3 月期で売上 1,150 億円を目指し、M&A がどのように寄与するかで配分が変わる可能性はありますが、非建設分野では、自動車、電子材料が最注力分野と考えております。

**(小野)**紫外線で硬化する UV 樹脂と、アドテックのホットメルト、エバモアが得意とするウレタン樹脂、この3つの技術を使用して、自動車部材、電子材料、衛生材用途、パッケージ用途、それから電池部材への拡大を狙っています。

### **Q5. AS 商品について、前年実績 155 億円から毎年約 20 億円伸ばす計画ですが、ウイルテクトも含め、どのように伸ばしていくのか教えてください。保守的ではないでしょうか。**

A5. **(川口)**様々な社会課題がある中、ウイルテクトをはじめ、簡易施工・省力化・軽量化・外断熱といった商品を主軸に、1年後に175億円、3年後に210億円を目指します。

**(酒井)**年平均成長率に換算すれば110%以上の伸びであり、日本国内のある程度成熟した市場においては決して楽な数字ではないと考えています。部分的には非常に伸びている商品もあり、ウイルテクトは昨年の売上実績が5億円弱、伸び率で言えば約400%でした。大型商品に注力することで、確実に

210 億円を達成していきたいと考えています。

**Q6. IT 機器の活用などはしていると思いますが、コロナ禍において対面でのコミュニケーション機会が減ってしまったと思います。グローバルマネジメントをする上での課題があれば教えてください。**

A6. **(酒井)**この 1 年で Zoom や Teams を使用した生活、ビジネススタイルが定着しております。当社は近年の M&A により海外グループ会社が 50 社超に増えました。現在、コロナ禍で最も大変な状況であるのがインドです。アिका工業から 2 名出向しており、出社できずテレワーク勤務しておりますが、日本に帰ることもできない状況です。ビジネス面での大変さ以上に、出向者の健康をいかに守るかということに最も気を配っている状況です。

**(市川)**海外ガバナンス強化を背景に、昨年 4 月に海外企画部を設置しました。海外ガバナンス委員会も設置しており、コンプライアンス、安全、品質、監査について毎月チェックを行い、毎月取締役会に報告しております。監査は、リモートによる監査、外部機関を使った現地の監査などにより、対応しております。

**(小野)**テレビ会議等は非常に便利で、打ち合わせについて大きな支障はないと考えていますが、メーカーである以上、生産設備や研究開発があり、現場を見る上では課題を感じています。50 社もあると、ガバナンスの面で本当に大丈夫かという点も考えていかなければいけません。海外の監査法人も活用しながら、ガバナンスの監査をするなどコントロールに取り組んでいます。