

MG20 事業説明会 質疑応答要旨

2018年5月29日

【1. 全体総括】

Q. MBP（マクセルビジネスプラットフォーム）は従来の M&A と比較して、何が違うのか？ MBP のメリット・デメリットについて教えてほしい。また、M&A のやり方として中央集権的な手法もあるが、どのような点に配慮して MBP を推進するのか？

A. MBP での大きな違いはシナジー効果を意識して相対取引で、事業ベースの会話から始める点である。デメリットとしては時間が掛かる点だが、両社が既存事業の拡大に確信をもって進められる点がメリット。

Q. MBP はどのような時間軸で考えているのか？ また、案件ベースではある程度実の見込みがあるのか、進捗状況を教えてほしい。

A. FY2015～FY2016 においては M&A を進めていたが、当社の事業規模もあり 2 年前から MBP コンセプトで進めている。国内の中小企業では開発力、人材確保、グローバル展開などで困っている企業が多くあるが、オーナー企業が多くマクセルの傘下となることに躊躇するケースもあり、マクセルが不足するリソースを提供するとの考え方。

【2. エナジー事業本部】

Q. 昨年度にラミネート LIB の設備投資の話があったが、来年以降のパートナー企業との協業での設備投資計画をどのように考えているのか？

A. 基本的に素電池はパートナー企業から調達し、仕上げ工程については当社グループ内で行う計画。

Q. 固体電解質と ULSION との関係は？

A. ULSION 技術でシリコンを増やして高容量を実現すると共に、固体電解質により安全性を確保する。2020 年の商品化を目標としている。

Q. 次世代電池事業の開発により戦力が分散するのではないのか？また、研究開発はどこがやるのか？

A. 次世代電池事業開発の枠組みはマクセルホールディングスを中心となって行っている。

研究開発についてはホールディングスと事業本部が一体となって運営する。

【3. スリオンテック事業本部】

Q. ミリ波レーダー用のシートは通常の電波吸収体と比べて、材料開発、プロセス開発などにおける違いがあるのか？また、車のどの部分に貼って使われるのか？

A. 材料メーカーとは技術開発提携で分散性を上げるとともに強度をあげる取り組みを行っている。広範に貼られるが NDA があるため詳細はお答えできない。

Q. 3Dプリンターインクのビジネスモデルはバインダーに色を付けてプリンターメーカーに販売するのか？
A. 顔料を分散させてプリンターメーカーに納入する。フルカラー造形については特許も含めて内製化する。

Q. 3Dプリンターインクは、将来プリンターメーカーが内製化する可能性もあるのではないかとロイヤルティビジネスの可能性もあるか？
A. プリンターメーカーによる内製化の可能性はあるが、現状は顧客とアライアンスを組み、当社の技術力の価値を評価していただいていると考える。またロイヤルティビジネスの可能性もある。

Q. 宇部マクセルで手掛けている塗布型セパレーターの事業状況を教えてください。
A. 元々は磁気テープの技術であり、今後拡大することを期待している。

Q. FY2020ではFY2017と比較して売上で20%、営業利益で50%の増加を見込まれているが、その方策は？また、電波吸収シートの納入先はTier1ですか？
A. 高収益製品を伸ばすことにより売上20%、営業利益50%の目標を達成する。また、原価のチェックを行い低収益品は生産性も含めて見直しを進めている。電波吸収シートの納入先はTier1、Tier2両方ですが詳細についてはお答えできません。

【4. 光エレクトロニクス事業本部】

Q. 車載カメラ用レンズユニットについて、センシング用の技術動向やマクセルの競争力維持・向上のポイントは何か？生産技術や生産拠点拡充などか？

A. スーパーARコーティング技術による撥水性・親水性など保有している技術の強化を図る。プラスチックレンズによる低コスト化や非球面成形技術により、レンズ枚数を削減。中国・アジアにおいては今後人件費が高くなることを見込まれ、製造工程の自動化をワールドワイドで推進する。また、生産拠点の多拠点化に伴い、各国工場の品質均一化・世界同一品質の実現を図る。また、ADASについては、光学設計技術によりレンズユニット構成枚数削減を図るとともに、どのような環境下でも同じ性能を出す技術を確立し信頼性をさらに高めることが重要と考える。

Q. LEDヘッドランプレンズについて、現状の高いシェアを維持していく方針と考えるが、一方で競争は激化していく。勝つためのポイントやその目処について教えて欲しい。

A. やはり信頼性が重要。これまで、高い品質レベルを長年維持し続け、デリバリーも含め高い信頼を得てきた。例えば中国のTier1から、数多くのサプライヤー中で優秀サプライヤーとして表彰されたことがあり、これをきっかけに他社から当社への置き換えをもらった実績もある。

Q. LEDヘッドランプレンズは現在国内販売がメインと考えるが、今後の海外展開をどう考えているか？

A. 現状は日本国内の顧客が強く、今後もこうした日系メーカーの海外展開にしっかりついていくことを考えている。

Q. 車載カメラ用レンズユニットの利益率はどのように推移するのか？2018-2019年は変わらず、2020年以降で上昇する計画か？

A. 2018-2019年は増産や多拠点化等の投資が発生するため、2020年以降で利益率が上がる。

Q. 車載カメラ用レンズユニットは現状ビューイングがメインとなっていると考えるが、センシングが主力に切り替わるタイミングや勝算について教えて欲しい。

A. センシング向けでは欧州の大手 Tier1 の案件を獲得することができた。2020年以降で本格的に伸びる見込み。

Q. LED ヘッドランプレンズは、自動車のデザインの変化もあり、1台あたりの使用レンズ枚数も変わり、レンズから導光体への切り替えなども進むと考えるが影響は？

A. LED ヘッドランプは、当面は低価格車中心に採用が拡大するので金額はあまり伸びないが、将来的には高級車においては導光体も含めて搭載率が上がり、大きく伸びると期待している。

【5. ライフソリューション事業本部】

Q. 理美容機器は現状日立ブランドが大半と考えるが、2020年に向けて、日立ブランドの構成比はどのように変化するのか？

A. 昨年10月をもって、マクセルは自主独立を果たした。今後日立は、マクセルにとって OEM ブランドの1つという位置付けとなる。今回公表した MG20 のうち 2019 年度以降については売上・利益目標ともに日立ブランドの数字は無いものと想定して作成している。

Q. EF2 の現状の販売規模と、2020 年に向けた成長の中で、有機 EL ディスプレイ用蒸着マスクが占める割合を教えて欲しい。

A. 現状の EF2 の販売規模は 20-30 億円/年。2020 年に向けた伸びのかなりの部分は有機 EL ディスプレイ用蒸着マスクによるものである。

以上