

MG20R 事業説明会 質疑応答要旨

2019年5月31日

【1. 全体概要】

Q. ビークルエナジーは連結となるタイミングなど、公表後6ヶ月経過した現状について教えて欲しい。

宇部マクセル京都は連結内に入ったが、売上規模、どのような顧客ベースになっているか教えて欲しい。

A. ビークルエナジーは4月からビークルエナジー・ジャパンとして発足、ほぼ12月の公表内容の計画通り進んでいる。受注内容に沿って量産体制構築中。当社敷地内に新工場建設、ライン増強を急ピッチで進めている。当社エンジニアも30-40名異動している。宇部マクセル京都も需要拡大に伴い、宇部興産社とともに各々の得意分野を強化する形で一体運営している。説明資料のP17に塗布型セパレータ―他で30億円弱と記載しており、この大半が宇部マクセル京都と考えていただきたい。

Q. ビークルエナジーについて、出資金の状況について教えて欲しい。

A. 事業計画上概ね2021年度までは、増産に向けた投資は、当社とINCJ社にて運転資金も含めて賄う計画。活発な受注活動が続いており、将来の対応について検討を重ねている。

Q. MBPを進めるにあたって、反省点や今後の進め方などについて教えて欲しい。

A. 2018年度では5社、2017年度に1社（マクセルシステムテック）を進めた。各会社とのシナジーは事業ごとに異なる時間軸で進む点が難しいと感じた。MBPという概念で進めてきたが、価格面など難しく感じる点はあった。

Q. MBPの時間軸については他社が入るため、異なる部分は想定されたと考える。マクセルとしては、積極的に文化を融合すると言うより、独立性を優先されたと理解している。

A. MBPの実行後、市場変化も含めてシナジーが大きくなった部分もある。たとえばマクセルイズミでは一般家電品の設計開発の一体化など、当初計画以上に進んだ。

Q. 全体の事業のポートフォリオについて、シェア、利益率、ROICなど、判断基準があるか。

A. ROICについても事業ごとに異なると考える。伸ばす事業、縮小する事業について具体的に何をやるか決まったものは現時点では無いが、現状約60弱の製品群を、2年後あるいはそれ以降で40前後の強い製品群にしたいと考えている。収益性で言えば10%程度の利益を出す製品群を育てたい。

Q. 2020年度の目標は完成形ではなくMG20で掲げた目標はやり遂げるのか。

A. 今回MG20Rとして目標値を修正したが、当初目標値は必ずやり遂げるべきものと考えている。

【2. エナジー事業本部】

Q. 民生用 LIB について、ゲーム用については今後やらないということか。

A. やめる、やめないと一概には言えないが、今後は新規の増産投資はしない考え。収益性を勘案しながら判断して行きたい。

Q. ゲーム機関連ビジネスは当たり外れがあり難しい。

A. 収益性次第だが、概ね 2 桁の利益率を目安として進める。

Q. CLB については補聴器に絞るとのことか？ 小型・コイン形のリチウムイオン電池だが、今後の事業拡大を考慮して小野工場以外での生産も考えるのか。

A. 補聴器以外の案件もある。生産については、注液・封口がポイントであり生産は小野工場と考えている。設計について、リチウムイオン電池としての基礎技術は LIB 経験者と社内連携している。また逐次投資の形で進めている。

Q. ビークルエナジーの現状について改めてお聞きしたい。600 億円と言う目標について確度は。

A. 目標から下がることは無い。現在は既存の資産をフル活用し、ボトルネックについて強化を図っている。京都の新工場も着工目前となっている。

Q. TPMS 用電池について、市場の伸びに比べて売上が伸びていないように見えるが。

A. 世界的に自動車市場自体が落ちている。在庫の問題もある。中国の影響が大きいですが、当社の顧客は中国メーカーだけでなく他にもあるので、WW の需要の影響を受けやすい。

Q. ビークルエナジー日本の経費について、例えばマクセルから出向者を出せば、マクセルとしては経費減となるのか。

A. そのとおりです。

【3. スリオンテック事業本部】

Q. 電磁波吸収部材は成長性も高く、シェア目標も 10%→40%となっているが、主な用途、設置位置やサイズは。また今後の市場拡大や特許など競合との差別化要因について教えて欲しい。

A. レーダー用途であってもレーダーに使う、レーダー近くに使うなど様々。当社の電磁波吸収部材は磁性材料がミリ波を熱に変換して吸収するもの。透磁率、誘電率で設計するが、透磁率を設計上で使えるのは現状調査では当社のみ。市場規模に関しては、顧客によって製品サイズがミリ単位、センチ単位と大きく異なるので正確な把握は難しい。

Q. ミリ波レーダーのモジュール自体に貼る、それ以外の場所（車体）に貼るなど異なるのか。車体に貼る場合は自動車メーカーに納入することになるのか。

A. そのとおりです。納入ルートについては、自動車メーカーに納入する可能性もあるが、自動車業界の商流は非常に複雑であり断言できない。

Q. 自動車 1 台あたりの使用面積は増えるのか？

A. 自動運転レベルが日本はレベル 2-3、欧州はレベル 3-4。1 台あたりのレーダー数、電磁波吸収部材の数は増えると思うが、基本、小さく、薄くというのが顧客要望。薄くなれば当社固有の透磁率による設計のメリットが活かせる可能性がある。

Q. 東南アジアの建材用市場への取り組みは昨年も説明があったが、もともとエラストマー系の組み合わせは考えずテープだけと考えていたのか。

A. ベトナムで実績が出始めており、代理店も選定して進めている。もともと現行材料である塗料やセメントをすべてブチルテープに置き換える使い方を想定していたが、最近では併用する使い方を提案している。

Q. 今後の期待値としては、アジア、北米どちらになるか。

A. 規模感でいえば北米。

【4. 光エレクトロニクス事業本部】

Q. ADAS が拡大する中で、車載カメラ用レンズユニットのセンシング用途が伸びていない理由は何か、また今後拡大できる理由は何か。

A. 2018 年度はセンシング用途は未だ大きくない。また当社顧客である Tier1 はビュー用に強いといった事情もあった。このため実績としてはビュー用が中心。センシング用途の開拓は鋭意進めている。

Q. 自動車ビジネスは先行の確度は高いと考えるが。

A. そのとおり確度は高い。

Q. 車載カメラ用レンズユニットにてハイブリッドをメインにシェア No.1 をめざすとのことだが、ポイントは何か。また収益性は下降傾向と思うが、今後の見通しは。

A. プラスチックを使っている理由はコスト。コストと高信頼性を両立できることが当社の強み。足下はセンシング用途への移行に向けた端境期であり、また様々なモデルに対応可能なフレキシブルな自動機の自社開発も進めておりコストがかかっているが、今後収益性は改善し 2020 年度で利益率 10%は可能と考える。

Q. LED ヘッドランプレンズに関して、周辺製品も拡大する予定とのことだが、収益性は確保できるのか。

A. ライトガイドやインナーレンズは海外中心。また肉厚、特殊な形状などもあり、地産地消が必要。レンズの組み合わせまで当社で行う事で付加価値を高められると考える。

Q. これは既存顧客からの要求かあるいは新規顧客向けか。

A. 既存顧客も含む。ADB や路面照射用で新たな光学系が要求される。付加価値の高いビジネスを取って行くということであり、単純に組み立てだけ行うものではない。

【5. ライフソリューション事業本部】

Q. 組織改変の目的や効果は何か。

A. 当事業本部はマクセルの中でも非常に幅広い事業を行っている。6-7 つの事業体が合体した経緯もある。BtoB も含めたブランドビジネスと部品・ソリューションビジネスに分けて、各々製版一体の形とした。リソースの配分については十分に考えていく。

Q. コンシューマー・ソリューション事業を自社ブランドと OEM 事業に分けた場合、どちらが伸びるのか。

A. 定量的にはいえないが、OEM と考える。Ilexam 製品は一つのフラッグシップと考えており、価格破壊の無いルートで時間をかけて訴求して行きたい。

Q. EF2（有機 EL パネル用マスク）は、一顧客とのエクスクルーシブな商売と考えるが、他社への販売可能性もあるのか。

A. 不測事態の発生に備え、他社への販売も可能な契約としている。

Q. マクセルイズミとのシナジーに関して、電設工具における内製電池化や IoT 化はどのように進めるか。

A. 内製電池については、高電圧化が当面の目標。これは特機事業と協力して進める。IoT 化はアイ・オー・データ社との協業で進める。既に電設工具展にて内製電池使用品も出展。今後着実に増やしていく。

以上