

【全体】

Q：今期の業績予想達成に向けてのアップサイドポテンシャルとダウンサイドリスクは？

A：2023 年の営業利益予想 1,900 億円の確度について決算説明資料の P23 で説明する。まず、減損による減価償却費の減少 150 億円は表示している通りに発現する。コア事業での営業利益 200 億円増はほぼオートモーティブの改善による。22 年は欧州を中心に価格改定が進んだが、アジア圏においても進捗を見込む。22 年第 4 四半期に計画通り収益性を大きく改善させているので、この部分の確度は高いと考えている。自動車生産への半導体不足の影響もこれ以上悪くなることは考えにくいので、生産台数が回復し稼働が上がっていけばもう少し利益が出るかもしれない。ディスプレイは、22 年に大幅なパネルの需要減があった。テレビ、パソコンなどのクリスマスや春節商戦も力強さはなく、急激な回復とはならないものの、パネルの在庫水準は下がってきており、上振れするかもしれない。戦略事業は 100 億円の増益。エレクトロニクスについてはあまり心配していない。ライフサイエンスについては、大きな設備投資をしているが稼働が上がるのはこれからで、費用が先行して出ている。そのため 23 年の利益はやや踊り場になる。一番読めないのはクロールアルカリ市況の部分。22 年末を底に足もとではやや好転してきている。今の水準のまま推移すると年間で 350 億円の減益になるが、今後市況がさらに改善すればアップサイドの可能性がある。1,900 億円という営業利益予想は、減損の効果を除くと昨年比で 100 億円程度の減益という水準。中国ロックダウンの影響等々から抜け出て回復途上にあるという状況の中で、さらにそこから落ちるということは、よほど世界経済が悪くならない限り、想定していない。どちらかというアップサイドポテンシャルがあると考えている。

Q：2022 年の業績はかなり燃料コストの上昇、変動の影響を受けることが多かったと思うが、これから先を考えた時にヘッジの仕方を変えるなど、何かしら市況変動の影響を受ける度合いを軽減させるような施策を考えているか。

A：燃料価格の変動については、まず製品価格への転嫁をしていくということになる。それとは別に、一定部分のヘッジをオイルやガスに対して行うこととしているが、ヘッジのポリシーは基本的に変更していない。だいたい 2～3 割くらいのヘッジ比率でフォワード契約を締結している。ヘッジ比率については、その時々状況によって極端に変更することは予定しておらず、ヘッジポリシーの範囲内でヘッジ比率を少しずつ変動させている。ヘッジはリスクが高いので、過去の経験を踏まえた上で現在のポリシーとなっている。それよりも、GHG 排出量の Scope1 の部分、つまりガスや重油の使用自体が多いので、会社としてこれを減らしていく方針を立てて取り組んでいる。この使用量そのものを減らしていくことが本質的な対策である。

Q：2030 年頃を見据えた時、事業の形、組み合わせは概ねこのままでいくのか。

A：戦略事業については 2030 年をにらんだ時に今のままの成長を維持したいと考えているが、もう一本の柱を立てる取り組みを数年以内にやっていくことが大事だと考えている。コア事業に関しては、基本的な構成は現時点でできていると考えている。ポートフォリオの転換については 10 年先を完全に見込むことはできない。そのときの状況に応じて継続して検討していく課題だと考えている。

Q：更なる成長に向け、戦略事業の種まきは進んでいるのか。どのような分野を考えているのか。

A：2 つのステップで考えている。今のライフサイエンス、エレクトロニクス、モビリティの中だけでもまだ成長余地があり、そこを広げていくことに取り組んでいる。例えばエレクトロニクスのなかでは、今はオプトエレクトロニクスと半導体用部材が柱だが、ここに他の柱を立てるとするのが非常に現実的な解。ライフサイエンスに関しては、特にバイオ医薬品 CDMO で複数のモダリティの取得をここ数年で行ってきたが、技術革新が進むなかでそれに応じたモダリティ展開を図っていくという考えだ。これらが実施すべきファーストステップだ。加えて、数年以内に、3 分野以外の次のエリアを作っていきたいと考えている。まだ複数の検討をしている段階なので、どのような分野かはお伝え出来ないが、そうした柱を数年以内には立てていきたいと考えている。

Q：ディスプレイやロシアにおけるガラス事業の構造改革等に踏み切ったことはよいとみるが、特にロシアを含む欧州の減損リスクが昨年の春頃から意識されていた中で、なぜ早期に行動できなかったのか。構造改革のスピード感が後手になっている印象があるのだが、この点についてはどのように考えればよいのか。

A：ロシアは以前から比較的高収益の地域であり、通常であれば減損の対象となるような状態ではなかった。その中で、国際情勢を鑑みて何ができたかということになると、かなり難しい問いになる。様々なことを考慮するなかで、AGCとしてロシア事業を継続する意義を考え、譲渡の検討を開始すると発表した。スピードが遅いとは考えていない。組立加工業に比べると窯業は事業をストップするのは簡単ではなく、またロシアの中でエッセンス事業の重要性という面もあり、かなり難しい決断となる。これを考えると、適切な時期に決断できたと考えている。

Q：なぜこのタイミングで自己株取得を発表したのか。また、500億円とした背景はどのようなものか。

A：株主還元方針の中で、安定配当を行うとともに機動的に自己株取得を行うこととしている。今回自己株取得に踏み切った背景は二つある。一つは、当社は財務目標としてD/E比率0.5以下を設定しているが、事業から安定的なキャッシュを得られる状況になっており、この財務目標の中で自己株取得をすることが可能になったと判断したこと。もう一つが、持ち合い株式の解消。当社の政策保有株式売却の一方でAGC株も市場で売却されることになり、この浮動株式増加の影響を吸収する必要があると考えたためだ。

決算説明資料のP10で説明する。まず、戦略事業への投資はしっかりやっていく。ここを削って株主還元をするということではない。投資をしっかりやったことでキャッシュの創出力が上がっており、一方で資産売却も進めている。これらによる1兆円という原資を考えた時に、戦略事業への投資をしっかりやったうえで株主還元は十分できると考えた。また、先ほど説明した持ち合い株式の解消に伴う浮動株式の規模も考慮した。以前のように総還元性向に基づき、自己株取得をバラバラと行うよりは、一度に実施するほうが望ましいと考えた。2023年も一定の業績を出すことができると自信が持てた段階で500億円という金額を決めた。

【ガラスセグメント】

Q：ガラスの地域構成はこのままでしばらくいけそうなイメージか。サンゴバン社との提携やSBTi認定取得で、今までAGCガラス事業を行う意義が低く見積もられていたところから見方が変わってくると思うがどうか。

A：北米建築ガラス事業撤退時にもいろいろな質問があったが、それ以上のことは今のところ考えていないと当時回答した。そこから変化していない。今回のサンゴバン社との開発提携に関して、単独の会社でカーボンニュートラルをやり抜くのはかなり厳しい状況のなかで、トップメーカー2社が組むというのは非常に意義がある。これはヨーロッパにAGCの拠点があることによって実現できるものだ。この取り組みは、今後の事業を考えるうえでも非常に重要な取り組みだ。

Q：自動車用ガラスの収益改善要因は数量と値上げ要因ではどちらが大きいのか。

A：値上げのほうが大きい。

【電子セグメント】

Q：セグメント開示の充実は大変ありがたい。ディスプレイ事業について、減損による減価償却費の減少効果はいくらか、また、収益改善策の時間軸は。

A：減損損失の規模はディスプレイが最も大きい。したがって償却費の減少影響も、全体の150億円のうちかなりの部分がディスプレイ事業関連だ。プリント基板材料の減損損失は、過半がのれんの減損であり、150億円のほとんどがディスプレイ事業起因ということだ。ディスプレイ事業の改善策の時間軸だが、お客様と交渉中であり詳細は言えない。一部時間のかかる施策もあるが、とにかくスピード感をもって進める。P13に記載している収益改善策の順番がそのまま施策実施の優先順位を表している。

Q：液晶ガラス事業の減損テストの際に用いた将来の収益予想について出来る限り詳しく説明してほしい。可能であれば関連する有形固定資産の残高も開示してもらいたい。

A：減損テストの見積りにあたっては、将来計画から使用価値を算出するアプローチと、鑑定評価等を用いた現時点の公正価値を算出するアプローチがある。今回は後者のアプローチで見積もった回収可能価額を用いて、減損損失を計上している。不動産、動産の時価、処分価格などを外部の鑑定士等に依頼して算定し、その評価額まで減損損失を認識して簿価を落とした。減損により八掛けの規模になったと考えてもらえばと思う。

Q：ディスプレイ事業は2023年のROCEが0%となっている。この事業にはあまりいいイメージを持っていないが、事業売却のようなことは想定しているのか。あるいは是が非でもAGCとしてROCE10%を目指して頑張っていくと考えたほうがよいのか。

A：先ほど、構造改革として3つの施策を挙げたが、これがきちんと実現できればROCE10%達成が可能と考えている。中期的に見て、ディスプレイのマーケットはそれほど大きな成長が見込めないものの面積で言うと3%程度の安定成長が見込まれる。そこで収益性をきちんと確保できるかを見極めていく。

Q：半導体需要の伸び悩みが懸念されているなかで、2023年の電子事業の前提となる考え方が後半にかけて戻るといふ点にかなり違和感がある。昨年落ち込んだ反動からEUVマスクブランクス等は戻るとの考え方は理解できるが、何かその兆しは見えているのか。

A：エレクトロニクス事業はもともとかなり下期型で、平常時においてもその形になっている。今年はスマホの伸びが限定的という説明をしたが、下期型という点は変わらない。今、半導体需要は弱いですが、当社の主力のCMPスラリーやEUVマスクブランクスといったハイエンドの部分への影響は総じて限定的。EUVマスクブランクスは、お客様の状況もあり、2022年は踊り場となり期待には届かなかった。23年は一年遅れにはなったが昨年に比べ1.4倍程度の売上を見込んでいる。明確に出荷は増加してきており、売上増加の兆しは見えている。

Q：終わった期のEUVマスクブランクス成長率と今期の予想を教えてください。また競合会社は今後2四半期程度厳しい見通しを示しているが、AGCはどうか。

A：固く見ても2023年の売上高は前年比1.4倍程度になるだろう。

【化学品セグメント】

Q：東南アジアの塩ビ樹脂および苛性ソーダの需給バランスの見方と今期予想のスプレッドの前提を説明してほしい。また、塩ビ市況は底打ちしたと思ってよいのか。その場合、そう考える背景は？

A：感応度でいうと、苛性ソーダは1\$の変動で1MUSD、塩ビスプレッドは1\$の変動で1.2MUSDの利益影響を受ける。足もと、苛性ソーダは高い水準で安定している。塩ビは昨年末をボトムに若干回復基調。中国のゼロコロナ政策の終了に伴い回復すると考えている。欧米はまだ少し様子見ということかもしれないが、大きなリスクはないと考えている。東南アジアの塩ビ市況は、北米の建築関係の状況や中国国内の需給バランスの影響を受けるが、東南アジアはGDPが底堅く伸びており、今の国際情勢が継続するならば大きなリスクはないと考えている。前年比で350億円のマイナス影響は、比較的慎重に見ていると考えて頂きたい。

Q：「PFAS」について、スリーエム社は製造撤退の発表をした。有機フッ素化合物に対して規制強化、使用制限が行われていることを危惧しているが、AGCのフッ素化学事業に悪影響が出るのか、リスクが出てくるという認識をしたほうがよいのか。

A：様々なメディアが取り上げているが、「PFAS」というのはフッ素化合物全てをひっくるめた総称ということになる。「PFAS」というと、

問題が指摘されていないフッ素樹脂や半導体製造に使用されるフッ素系フィルムなども全てひとくくりになってしまう。問題となっているのは「PFOS」や「PFOA」といったもので、例えば消火剤に使用されたものが問題となっている。我々の事業は過去においてもリスクを考えながらやってきたし、今はさらに先読みをしてリスクのないところに集中して事業運営している。一方で大手の欧米の化学会社が、環境問題が生じたりする中で事業を縮小したりしており、そのなかで我々のプレゼンスが上がっている面は否定できない。ロビーイングと PR を強化していかなければ、いわれなき風評が生じる可能性があるので、言葉遣いも含めて正しい認識を持ってもらえるようアピールしていかなければならないと思っている。半導体業界も含め、フッ素化学製品が不可欠な産業がある。そうした業界の皆さんも巻き込んだ上で、誤解が生じないようなアピールを今まで以上に取り組んでいかなければならないという課題認識でいる。

Q : ライフサイエンス事業の今期以降の収益性の見方は ?

A : 2023 年も売上高は順調に伸びるが、先行費用がかなり発生するので増益幅は限定的。本格的に利益が伸びるのは 24 年となる見込み。なお、戦略事業のライフサイエンス分野は、化学品セグメントに含まれるライフサイエンス系の製品が一部含まれるため、ライフサイエンスセグメントの数字と一致はしない。エレクトロニクス分野も同様に電子セグメントの電子部材事業以外に他セグメントのエレクトロニクス系の製品を加えたものとなっている。

以 上