

2020年度 事業戦略説明会 主な質疑応答

日時:2020年10月30日(金)9:30~11:30

パワエレシステム エネルギー

Q:施設・電源システムの電気設備丸ごとビジネスの伸長率は。単品ビジネスと比較して収益性の違いは。

A:

- ・受注金額は2018年度を起点に2019年度は5%程度増加、2020年度は特にデータセンター関係で大きく伸長する見込み。
- ・収益性については、盤の標準化と内製化拡大、リードタイム短縮を推進し、ものづくりの生産性を向上させ、年々改善している。

Q:施設・電源システムについて、コロナ前後でデータセンターの需要見通しの変化は。また、競争環境は。

A:

- ・2019年度、2020年度でみると、市場は外資系データセンターを中心に国内で伸長しており、当社は受注を獲得している。今後もこのようなお客様では計画が継続するとみている。
- ・大手電機メーカーが競合になるが、当社は顧客との信頼関係や納入実績を強みに設備丸ごと提案などの諸施策で受注獲得していく。

Q:器具の需要回復の見込みと条件は。

A:

- ・今年の受注高推移を見ると、1Qに対し、2Q、3Qもほぼ同等レベルを想定、4Qは若干だが回復する見通し。機械セットメーカー、受配電盤メーカーの受注回復がないと難しい。
- ・コロナ状況下で市況の回復スピードは見通せず、こうした状況は1~2年、あるいは数年続く可能性があることを踏まえ、BEPの引き下げによる体質強化を図る。

Q:器具の構造改革の固定費削減、赤字機種撤退について、固定費の削減レベルと時間軸は。

A:

- ・構造改革に上期から着手し今年度中に目途を付け、開発費含む固定費を10億円超削減する見通し。

パワエレシステム インダストリー

Q: JR東海様向け新幹線(N700S)向けの案件について、コロナ影響による納期延伸はあるか。

A:

- ・コロナ影響を受けての納期延伸は発生していない。

Q:スクラバビジネスの市況と利益貢献時期は。

A:

- ・既存船向けは、足元の重油価格では、スクラバを設置してもメリットが少ないため、需要が停滞している。新造船向けは、中長期的な計画でスクラバ搭載が検討されるため、チャンスがある。大型船向けの大型サイズを4月に発売し受注活動を推進中。
- ・現状は利益貢献が厳しい。中期経営計画の最終年度には、利益貢献ができると見込んでいる。

Q:ITソリューションについて、GIGAスクール関連は収益性が低いという観測が多いが、本案件による増収が利益拡大に貢献するか。

A:

- ・GIGAスクール関連は、端末整備とネットワーク整備があるが、特に端末整備の収益性は低い。ネットワーク整備などその他の文教分野向けのビジネスで利益を拡大していく。

電子デバイス

Q:上期より下期の営業利益率が改善しているが、今後も利益率は改善していく見通しか。

A:

- ・来年度以降もxEV需要は拡大すると見ており売上は増えていく見通し。それに伴い営業利益率も早期に10%台に戻していきたいと考えている。

Q:昨日の決算説明会で経営計画にはまだ上振れ余地があると言及されていたが、どの分野の売上か。

A:

- ・計画の上振れ余地として自動車分野では、足元で9月の生産台数が過去最高となっている自動車メーカーもあり、エンジン車向けの需要が今後上振れる可能性がある。産業分野では5G関連、スマホ製造用工作機械、産業機械向け需要が期待できる。

Q:下期のxEV向けの増収は既存顧客によるものか、今期納入開始する新規顧客によるものか。

A:

- ・昨年度4Qから量産が立ち上がった車種の物量が増えており、それらを含め今年度の増収は殆ど既存顧客によるもの。

Q:下期の売上の内、電動車向けは対前年でどの程度伸びるのか。

A:

- ・下期の電動車向け売上は対前年約+80%。

Q:自動車向け半導体で市場成長率を上回る売り上げ拡大できる理由は。競合との優位性はどこにあるのか。

A:

- ・今年度の増収は昨年度納入開始した車種が本格量産に入ることと、売れ筋のSUV車に採用されていることによる。優位性としては他社に先駆けてRC-IGBTを自動車向けに適用できていることが強み。競合比1.6倍の電力密度で小型軽量化という点で優位性を確保できている。中国の競合はRC-IGBTの技術を持っておらず、欧米の競合も自動車向けにはRC-IGBTを展開できていない。

Q:xEV向けのスペックイン状況は。

A:

- スペックインは順調に推移している。自動車メーカー各社が環境対応車の拡大を進める中で、直近でも一部新規顧客にスペックインできた。従来計画以上に車種展開を拡大できており、今後もこの拡大基調は続くと思われる。

Q:新エネ向け半導体の優位性や今後の見通し、市場シェアは。

A:

- 大手のパワーコンディショナーメーカー、太陽光・風力発電メーカーに採用頂いていることが強み。現在は新エネ向けに当社第7世代IGBTを製品化しているが、今後はRC-IGBTも適用していく予定。正確な数値は持ち合わせていないがグローバルで当社製品は20～30%のシェアはあると見ている。

Q:ディスク媒体事業は中長期的にHDDのSSD化という課題を抱える中、今期対前年で大きく減収となっているが、来年度以降の需要はどう見ているのか。今期の売上高で利益を確保できるのか。

A:

- 需要はコロナ影響が改善しない限り、売上高は現状の水準に留まると考えている。今期売上は大きく減収となっているものの、利益率は高い水準で確保できている。

食品流通

Q:自販機事業の収益性は。自販機メーカーの寡占化に対する考え方は。

A:

- コロナ影響もあり、徹底的な体質強化に取り組んでいる。市場ニーズの変化により、機械1台あたりの付加価値が高まってきており下期から来年に向けて収益性改善を図る。
- 同業他社とは切磋琢磨していく。

Q:国内自販機の2021年～2023年の市場は上向きになっているが(説明会資料P8)、具体的にどのようなマーケットを狙っているのか。

A:

- 顧客の自販機運営を効率化するシステムビジネスを伸長させたい。納入済みの当社製自販機は100万台以上あり、このオペレーションの効率改善に商機がある。サブスクリプションという形を取ることによって新たな収入源となると考えている。自販機の台数については、一部交換需要を見込んでいるが、急激に台数が伸びることはないとみている。

Q:中国自販機が伸長しない理由は。

A:

- 中国は多くの人口を抱えており、市場規模の拡大を期待している。しかし、中国は日本の自販機拡大期と違い自販機だけでなくコンビニで飲料を手に入れることができる。また、キャッシュレス化、Eコマースなどが進み、ニーズ多様化で複雑な事業環境となっている。

Q:店舗流通の受注状況と今後の見方は。

A:

- ・顧客との関係があるため具体的な商材の言及は控えるが、改装案件の受注は既にいただいている。各社とも日販拡大に向けてカウンター商品を拡販したいというニーズがあり、カウンター商材、キャッシュレス化や非対面に伴うセミセルフレジなどの商談が増えている。

発電プラント

Q:政府方針の「石炭火力発電100基廃止」について、サービスビジネスへの影響は。

A:

- ・顧客によって政府方針への対応も千差万別だ。当社はチャンスと捉えて、提案力で新たな商談に繋げていきたい。

Q:再エネにおける海外の重点地域は。

A:

- ・地熱は地熱資源がある地域が対象。太陽光は東南アジアを中心に注力している。

Q:風力発電の国内市場が追い風の中、富士電機の強みと戦略は。

A:

- ・風力は、国内陸上風力のEPC案件を1件手掛けている。
- ・太陽光で培った蓄電・安定化装置、超特高・変電技術等を強みとして取り組んでいく。洋上風力は、地上側の設備で取り組んでいく。

Q:昨年度まで2期連続で不採算案件が発生したが、下期にコスト増のリスクはあるか。

A:

- ・足元で想定外の損失リスクはない。

以 上