

2020年3月期 第2四半期決算説明会  
主な質疑応答

Q: 2Q 営業利益は全社ベースで社内計画通りに進捗したとのことだが、事業別ではどうだったのか。

A: イメージングは、1Q に引き続き、米国の一部リテーラーにおける在庫調整の影響を受けたチェキの販売減、デジタルカメラの市況減速の影響を受け、計画未達。ヘルスケアは、メディカルシステム、再生医療事業を中心に好調に推移し、計画を過達。マテリアルズは、ディスプレイ材料事業や電子材料事業が中国の景気減速影響を受けたが、記録メディア事業の新製品「LTO8」の販売が好調に推移したことなどにより、計画を過達。ドキュメントはほぼ計画通りの着地となった。

Q: チェキの通期販売計画を教えてください。

A: 昨年度と同水準の、950~1,000 万台の販売を見込んでいる。今年度より販売台数を追うことはせず、フィルムや高付加価値製品の拡販によりインスタントビジネス全体での売上、利益の維持拡大を目指している。2Q のチェキ用フィルム売上は前年同期を上回っており、更にチェキの楽しみ方を訴求する提案型プロモーションを展開していく。

Q: 消費税増税前の駆け込み需要影響について教えてください。

A: 一部の事業で若干見られたが、全社業績に影響を与える規模ではない。

Q: 通期業績予想について、ヘルスケアの売上高、営業利益をそれぞれ 100 億円、40 億円上方修正しているが、その要因を教えてください。

A: 売上高については、バイオ CDMO 事業にて Biogen 社の製造子会社を買収し、8 月より連結子会社化したことが主要因。営業利益については、メディカルシステム事業や、再生医療事業の増収による増益効果を業績予想に織り込んだ。

Q: バイオ CDMO 事業は 2021 年度で 1,000 億円の売上を目標としているが、進捗は順調か。

A: 順調である。Biogen 社の製造子会社買収により大型のタンクを獲得し、多品種少量生産から大量生産まで、治験薬から最終製品までカバーできるラインアップが揃った。またバイオ CDMO の売上には、タンク容量だけでなく、リッター当たりの抗体の産生量が大きく影響するが、当社は次世代高生産性技術「Apollo™ X」の開発により業界でトップの 10g 超/l の生産性を実現した。今年度から本技術を用いた受託サービスを展開しており、売上目標達成への貢献が期待できる。

以上