

日本軽金属ホールディングス株式会社

「2022年3月期アナリスト向け決算説明会」 質疑応答要旨

- ・日時：2022年5月30日（月）14時～14時45分
- ・説明者：代表取締役社長 岡本 一郎
執行役員 企画統括室長 松平 弘之
人事・総務・経理統括室 経理担当 高橋 晴彦

Q1 2023年3月期（以下、2022年度）業績予想で原燃料価格上昇の影響が大きいセグメントは？

A1 原燃料価格上昇の要素もあるが、需要見通しのリスクを織り込んだ業績予想としており、加工製品・関連事業セグメントのトラック架装事業と箔・粉末製品事業セグメントについて厳しい見方をしている。トラック架装事業については、2022年3月期（以下、2021年度）第4四半期より続いているトラックシャシーの不安定な供給の収束に時間がかかっている。また、箔部門は、アルミ地金価格高騰分の販売価格反映に時間を要している影響もあるが、リチウムイオン電池外装用箔の車載向け商品が自動車需要の変動による在庫調整等の影響があるとみている。

Q2 原燃料価格高騰分の販売価格反映への考え方は？

A2 アルミニウム地金価格のような市況価格に販売価格が連動するフォーミュラの商品とそうでない商品があるが、後者の基本的な考え方は、商品の安定供給のために、原燃料価格の変動分をお客様にもご負担をいただくご理解は必要ということである。

Q3 2022中期経営計画（以下、22中計）の財務指標で2025年3月期（以下、2024年度）参考値として記載の営業利益300億円到達までのセグメント毎のイメージは？

A3 特定のセグメントに限らず、全体として、経済的価値と社会的価値を追求することで当社グループを成長させていくことが重要と考えている。22中計を「繋がる」という言葉で説明しているが、お客様と繋がっていくことで商品・事業が生まれ、既存のセグメントにこだわらずに300億円台の利益を安定的に確保できる企業体になる、ということを意図している。

Q4 2019中期経営計画（以下、19中計）は厳しい事業環境下でも200億円を着実に稼げる体質になってきたとの評価だが、足元では時価総額が下落している。株価立て直しと22中計施策への社長の想いは？

A4 時価総額が1千億円を切る現状を憂慮しており、当社の努力が市場に認めていただいていないと認識している。自己資本比率は40%近くに、D/Eレシオは0.8倍の水準と財務基盤がしっかりとしてきている。よって当社が行っていることをご理解い

ただけるよう、22 中計の施策も含めた地道な努力を続けていくこと、と考えている。

Q5 中計策定のプロセスと営業利益 300 億円超とした背景、及び今回の中計でコミットメントできることは有るか？

A5 22 中計は日軽金グループのありたい姿からのバックキャスト思考で重要課題の特定と日軽金グループの経営方針の改定を行い、中計策定に至っている。目標値については、今後の経済環境や事業環境の振れ幅が大きくなる可能性や変動の大きな経済環境下でコミットメントとして目標を示すのが正しいことなのかという議論も踏まえたうえで、一つの日安として、22 中計完了時には営業利益 300 億円を着実に稼げる体制を作り上げたい、という考えを示している。

Q6 日本フルハーフの 2022 年度営業利益予想が 2021 年度と同じ△16 億円であるが、コストアップに対する価格改定についての 2022 年度の浸透・進捗状況は？

A6 日本フルハーフのトラック架装品は受注段階で販売価格が決まり、生産・販売に至るまで数か月を要することから、アルミ地金価格高騰によるコストアップのペースに販売価格改定が追い付かない状況が 2021 年度業績における一番の問題であった。2022 年度は価格改定を順次行っているものの、まだ完全には追い付いていない。これに加え、2021 年度より続いているトラックメーカーからのシャシー供給の不安定な状況の収束に時間を要していることから、上期業績については厳しい見方をして

Q7 2022 年度業績予想の経常利益の対 2021 年度変化要因にある、販売数量による影響 +35 億円は具体的にどんな商品の販売増加によるものか？

A7 22 中計でも注力の環境対応車向け商品の販売は着実に増えてきており、2022 年度の増益要因の一つではあるものの、足元では自動車メーカーの操業が不安定であることから、大きく増益に貢献と言えるレベルではない。なお、ここでの変化要因には、箔部門におけるアルミ地金価格高騰分の販売価格反映の要素も含まれている。

Q8 22 中計での新商品に対する開発・上市・販売への取り組み方は？

A8 新しい価値を一番に求められているのは市場環境の変化が大きい自動車分野である。当社グループの強みは多様な事業・商品を有していることだが、各々の分野での変化への対応により新しい価値を創り、繋げることが重要であり、今後ボリュームゾーンになっていく環境対応車向けの熱対策商品への取り組みはこの最たるものである。

以上