

2022年3月期決算及び中期経営計画説明会 質疑応答

1. 日時 2022年6月6日(月) 10:00~10:50 電話会議(テレフォンカンファレンス)にて開催
2. 当社出席者 代表取締役社長執行役員 渡辺 光康
取締役常務執行役員 経営戦略本部長 上野 隆一
IR広報部 部長 町田 茂
経理部 部長 堤 法之

Q1

部材調達難や原材料価格高騰について、国内と海外それぞれの状況と、2023年3月期計画への織り込み額について教えてほしい。

A1

電子部材調達難による生産・出荷への影響は、2022年3月期において、国内は第3四半期までは比較的影響を抑えていたが、第4四半期に入って急激にスマートメーターを中心に影響を受けた。海外はオセアニアについては影響は軽微だったが、下期に英国や新興国向け製品の電子部材調達が困難となった。

影響額だが、2022年3月期実績は、部材調達難の影響は年初計画と比較して、売上は約40億円のマイナス影響を受けたと試算している。内訳としては国内が約10億円、海外が約30億円のそれぞれマイナス影響。原材料調達価格上昇の影響は約10億円強あった。内訳としては国内が約8億円、海外が約3億円の原価上昇。2023年3月期計画は、売上については、部材調達難も含めて現環境に基づいて策定している。原材料価格高騰については約10億円のマイナスリスクを織り込んでおり、国内、海外の内訳は半分、半分といったイメージ。

Q2

2023年3月期の国内の半導体の調達は回復してきており、影響が出るのは英国向けを中心とした海外だけという理解でよいか。

A2

はい。

Q3

プレゼンテーションでは国内も海外もソリューションという言葉がキーワードになっており、ソリューションの拡大により収益力を回復させていく方針だが、ソリューションという言葉が抽象的である。なぜソリューションを入れることによって収益力が向上するのか、御社のソリューション力がどのような差別化要因になるのか、教えてほしい。

A3

国内のソリューション事業は、いままでエネルギー管理サービスなどのビル管理に取り組んできたが、それら既存のサービス、製品と組み合わせ、電気の使用量を計測するだけではなく、顧客のエネルギー消費の効率化、CO2削減をサポートするサービスとして提供するもの。また、パートナー企業との連携を通じて新しいシステムなどを活用し、環境対策の1つの切り札となるサービスを展開する。将来的には脱炭素化へ向けて目標設定から実績報告までワンストップで提供するサービスを検討している。

海外のソリューションは、現在オセアニアで展開しているメーターと上位系システムをパッケージで提供することであり、実際オセアニア地域の利益率は高い。このパッケージ販売を新興国にも展開して行くことで、メーター単体だと価格競争が激しく薄利多売になってしまうが、付加価値をつけることにより、シェアと利益率を確保していく。更にはハードウェアの売上を伸ばす程、部材調達難による生産・出荷へのリスクが高まるため、メーター単体ではなくソリューションとパッケージにすることにより、一定程度の売上でも十分利益が取れるべくソリューションビジネスに注力していく。

Q4

2025年3月期の海外の目標（売上高325億円、営業利益16億円）は、部材調達リスクの低減や、ソリューションビジネスの拡大などの課題があるなか、十分に達成できるのか。海外は、これまで同様に想定外のリスクも出てくる可能性もあると思う。危機管理も含めて海外のビジネスに対してどのような意気込みで取り組んでいくのか教えてほしい。

A4

海外の戦略としては、ソリューションビジネスの拡大により利益率を上げていき、売上だけではなく利益を重視して展開していく。今までオペレーションで苦しんできた部分はあるが、リスク管理をしつつ、また、製品外注比率のバランスをとりながら、売上が伸びても管理できる体制構築を進めている。これからの大崎電気グループの成長は海外が中心であり、全力で取り組んでいく方針。

Q5

事業ポートフォリオについて、メーター単体のハード中心からソリューションサービスへシフトという戦略は理解できたが、もう少し大きな観点での考え方について教えてほしい。例えば、エネゲートへの出資比率は現状のままでいいのか、ノンコア事業である不動産事業を継続するのか、既存事業の強化にリソースを投じるべきではないのかなど、事業ポートフォリオマネジメントをどのように考えているのか、どのような議論を行っているのか伺いたい。

A5

事業ポートフォリオについては、収益性、成長性の観点から最適化を図ることで連結経営を強化し、企業価値の持続的な向上を目指しており、会社別の評価に加えて国内計測制御事業は製品・サービス別に、海外計測制御事業は地域別に評価を行っている。国内においてはスマートメーターを中核として、エネルギーマネジメントサービスなどのソリューション事業を拡大し、収益基盤を強化していく。海外においてはスマートメーターと上位系システムをセットにした高付加価値サービスの展開地域を拡大していく。

不動産事業については、基本的に所有不動産の有効活用として事業を行っており、規模としては横ばいとなる見通しである。利益率は低いものの、収益性がグループ全体として低下している足元の状況下、安定的に収益をあげている。

ただし、将来的には全体の利益率や経営環境を見ながら、事業ポートフォリオの見直しを定期的に行っていく。

エネゲートへの出資比率については、現時点において変更していくという考えはない。

Q6

スマートメーターは国内トップクラスのシェアを現状獲得しているが、2026年3月期からの国内の次世代スマートメーター導入にあたり留意すべきことはあるか。技術面やこれまでの納入実績などで御社が引き続きトップクラスを維持できる勝機は何か。

A6

次世代スマートメーターは、より高機能なメーターで全国統一化されることにより、新たなビジネスチャンスが生まれると考えている。確かに仕様の統一化により競争が激化するリスクもあるが、グループ会社との連携を強化し、より一層の開発・生産効率化により競合他社よりも原価低減を行い、製品の統一化をチャンスとしていきたい。

Q7

次世代スマートメーターの開発・生産に向けて体制を強化することだが、具体的にどんなことをしようとしているのか。

A7

まずは、グループ連携により効率的な体制を整えて行くという方針。仕様等については今年の秋以降に確定して示されてくると思うため、具体的にはそれから取り組んでいく。

Q8

ソリューション事業で 2025 年 3 月期には現在の 1.3 倍近くの規模にしたいと説明されていたが、GX ソリューションが加わってくることによって、中長期的にはどれ位の売上・利益規模に持っていきたいのか、そういった目標があれば教えていただきたい。

A8

中期経営計画の国内のソリューション事業の伸び（2025 年 3 月期で 130 億円）については、主に現状のエネルギー管理サービスやスマートメタリングシステムを伸ばしていくことによるもの。GX ソリューションについては他社とのコラボも含めてスモールスタートしているが、こちらは段階的に伸ばしていきたいと考えている。現時点では、あまり大きな数値を中期経営計画では織り込んでいない。

Q9

御社が得意としている中規模のビルや商業施設などに、この GX ソリューションを展開して行くと考えてよいか。

A9

GX ソリューションのターゲットは、既にスマートメタリングシステムやエネルギー管理サービスの取引がある製造、小売り、不動産管理といった業種のお客様。パートナー企業との連携などにより、脱炭素化に寄与できるサービスを提供していく。基本的には、いわゆる大企業と競合しないような中小企業のお客様に向けて脱炭素化に貢献していきたいと考えている。

Q10

電子部材の調達難について、現状どうなっていて、今期や中長期的見通しについてどう捉えているのか教えてほしい。

A10

電子部材の調達難については、国内はだいぶ解消されてきており、2023 年 3 月期は大きな影響はない見込み。一方、海外は、例えば英国向け製品に必要な部材調達が引き続き厳しいなど、国により調達難の状況は続いており、そのリスクを中期経営計画に織り込んでいる。また、調達価格への影響は、国内については、足元では銅等のマテリアルも価格が引き続き上がっており、それらをトータルでリスクとして計画に織り込んでいる。海外では、英国向けの電子部材の調達厳しさに加え、他地域も価格を上乗せして調達する必要性が出てきており、その分を計画に織り込んでいる。

Q11

御社にとっての原材料費というのは、銅や樹脂等という理解でよいか。

A11

銅・樹脂等のマテリアルや、半導体を中心とした電子部材のこと。

Q12

中期経営計画の国内の売上・利益について、2023年3月期と2024年3月期を比べると、売上成長は見込まない中で、営業利益は17億円から24億円へ増益の計画だが、これはソリューションを伸ばしていくことによる改善なのか、それとも、スマートメーターの販売価格に原材料価格の高騰分をある程度乗せることができるのか。

A12

2023年3月期から2024年3月期の国内の利益改善については、主に2023年3月期に織り込んでいる部材調達価格の高騰リスクが、2024年3月期には緩和されてくると見ているため。

Q13

部材調達価格が2024年3月期には緩和していくというのは、市場環境が落ち着いていこうと想定しているということでしょうか。

A13

はい。

Q14

設備投資を今後2024年3月期、2025年3月期と増やす計画になっているが、これは次世代スマートメーター向けの設備投資によるものか。そうであれば、スマートメーターの利益は利幅がなかなか取れない中で、追加の設備投資をしていくことについてどう考えているのか教えてほしい。

A14

ご指摘の通り設備投資の増加については、一定の前提を置いて次世代スマートメーターに向けた設備投資を計画に織り込んでいる。次世代スマートメーター導入にあたり、一定のシェアを確保して、収益を確保していくことは必須であり、この投資は必要なものと判断している。

以上