

2019年3月期 決算説明会 質疑応答（サマリー）

日時：2019年5月15日(水) 15:15～16:20

説明者：取締役社長 木下小次郎(中期経営計画)、取締役副社長 CFO 宮崎純一(決算)

決算資料：https://www.nissanchem.co.jp/ir_info/archive/cf/s2019_05_15.pdf

経営計画資料：https://www.nissanchem.co.jp/news_release/news/n2019_05_15b.pdf

■中期経営計画全般

Q1：経営計画資料 P11 にて「成長の阻害要因となるリスクへの備えが不十分」とあるが、現状のマクロな環境の中でどんなリスクを認識しているか。

A1：(木下社長) 各事業部に分けてリスクを把握しないといけないと考えています。過去シンボリックだったのはリバロの特許クリフであり、2013年に特許が切れて利益を落としたことです。このように典型的には特許面でのリスクが挙げられます。各製品については、製品のライフサイクルがある中で必ずリスクを抱えていますので、それを各セグメントできちんと把握して備えていくということです。また逆に機会も存在しますので、リスクへの対処と機会の最大化によって、4つのセグメントのボラティリティー、浮き沈みをいかに小さくしていくかということを念頭に置いて記載した1文です。具体的にどんなリスクがあるかということについては、中期経営計画策定時に社内で13個のリスクを挙げておまして、ここに特許の問題や競合の革新的な技術確立、地球環境の変化などが含まれております。

Q2：把握しているリスクの中には中国の景気減速などのマクロの環境のリスクは含まれているのか、またその地政学リスクはどの程度の大きさと認識しているか教えてほしい。

A2：(木下社長) そのような地政学リスクも入っています。当社がメインの市場としているアジアについて、地政学リスクに関わるのは中国、韓国、台湾などにおける政治問題です。これらの地域にはそれぞれ現地法人を置いていますので、そこで情報を集めながら今後の備えについて議論を続けていきます。

Q3：経営計画資料 P11 にて「新製品創出の遅れ」とあるが、その遅れの背景と、それに対する対策について教えてほしい。

A3：(木下社長) 新製品創出の遅れに関しては、当社の材料をどう顧客の素材や製品にはめ込み新しい機能を実現するかというマッチングについて、タイミングも含めたずれが起きているという認識です。このずれに関しては、顧客の開発遅延や市場環境の変化など様々な理由がありますが、当社は本当に顧客のニーズを把握できているのか、把握の仕方を変える必要があるのではないかという大きな懸念を持っています。顧客が将来をどう

見ながら何を考えて研究しているのか、そしてそこに当社が適用できる材料をどう準備できるかということが非常に大事だと考えています。

Q4：経営計画資料 P11 の課題に「新製品創出の遅れ」とあるが、日産化学の貸借対照表や従業員数を考えると、新製品は驚くほど出てきていると思う。リバロのpatentクリフの際も、その後の新製品として動物薬や光 IPS が非常にうまくでてきて、直近ではグレースシアが伸びていくなど、成長製品がうまくバトンタッチできている。にもかかわらず、社内では新製品創出が遅れていると認識している背景を教えてください。

A4：(木下社長) 次の時代に備えていくためには、うまく成長製品が切り替わるようにしなければいけないと思います。次の新しい成長製品になるであろうもの、今でいうとグレースシアの後にさらにつないでいける新しい製品がなければならないのですが、それが社内の計画に対して遅れているという強い認識を持っています。

Q5：M&A について、いままで製品や技術を買収することはあったが、組織ごと買収することは今まであまりやってきていない。この背景について、良い案件がないからやらないのか教えてください。

A5：(木下社長) M&A についてはこだわりを持たず、事業拡大の機会があれば打って出るという強い認識を持っています。基本的にはいいものがあれば買いたいという考え方は常に持ち続けています。買収の目的は各セグメントの拡大に尽きます。

Q6：自社株買いに積極的だが、M&A のために手元に資金を残しておくという考えもある。M&A のための資金について考え方を教えてください。

A6：(木下社長) M&A のための資金については、当社内で資本政策も含めた財務内容をきちんと把握しており、どのくらいの金額の案件であれば手が出せるかということは常に計算しています。現時点のバランスシートから言えば、買収資金は銀行からの借り入れで十分賄えると考えています。もし本格的に M&A をやることになれば、現在の自己資本比率は 70%超ありますが、これを多少下げてもいいという大胆な考え方でいます。

■株主還元

Q7：株主還元について、総還元性向の目標を 75%に引き上げる背景を教えてください。

A7：(宮崎副社長) 当社はもとより ROE を最重要指標としており、ROE16%維持のために逆算した結果、総還元性向の目標が 75%になったということです。

■機能性材料セグメント

Q8：今期（2020年3月期）計画ではサンエパーの光 IPS の伸び率が鈍化しているように思う。この背景を教えてください。

A8: (宮崎副社長) 今期計画の光 IPS は、数量が増えて、価格は前年並みの価格下落を見込んでいます。

Q9: 光 IPS の分野ではあまり競合がいないと認識しているが、その中では価格の下げが大きく感じる。何か競合品がでてくるなど懸念する要因があるのか教えてほしい。

A9: (ディスプレイ営業部) 競合品は出てきていますが、現時点で技術的な優位性は確保できています。光 IPS の用途・数量拡大によって、価格が下落すると見込んでいます。

Q10: 中期経営計画資料 P37 にて、オイル&ガス材料が大きく伸びるように記載されているが、前期 (2019 年 3 月期) は後半伸び悩んでいた。中期経営計画で伸ばしていく背景を教えてほしい。

A10: (無機コロイド営業部) 昨年下半年は 12 月まで油価の下落、客先での経費抑制がありましたが、今は少しずつ油価が戻ってきています。また今までは新規の井戸に対しての処理に限られてきましたが、今後は既存の井戸の方にもワークしていくことで伸ばしていけると思っています。

Q11: オイル&ガス材料については、今後も油価の価格変動の影響を受けるのか。

A11: (無機コロイド営業部) 目先 1, 2 年は新規の井戸がメインとなりますので、油価の影響は受けますが、今後は既存井戸も狙っていき、油価の変動影響を下げっていく計画です。また他社とのコラボも含めて新規材料を投入し、売上を増やす計画です。

■ 農業化学品セグメント

Q12: 中期経営計画ではフルララネルの伸びがこれまでの実績と比較して鈍化する計画だが、ブラベクトのシェアは既に上限に達したのか、もしくは動物薬の市場全体が停滞しているのか教えてほしい。

A12: (宮崎副社長) 動物薬については、当社のフルララネルの出荷量とメルクのブラベクトの販売量に大きな差があり、メルク側の在庫がたまっていると認識しています。マーケット全体の順調な伸びに加え、スポットオン (経皮投与) タイプからチュアブル (経口投与) タイプへのシフトがあり、さらにブラベクト自体のシェアも伸ばす余地があると思っていますので、在庫の解消が課題と認識しています。

Q13: 今期計画でラウンドアップ (非選択性茎葉処理除草剤) が伸びる背景を教えてほしい。

A13: (宮崎副社長) 1 点は、昨年日本で大雨、台風、猛暑などの異常気象があり上期に大幅減収となりましたので、そのリカバリをするということです。もう 1 点は、一般消費者向け AL 剤の進展を見込んでおります。

Q14: グレーシア (新規殺虫剤) の販売目標を 100 億円に引き上げた理由を教えてください。

A14: (農業化学品事業部) 100 億円は国内外合わせての目標です。販売目標を引き上げた背景は、前期韓国で販売を開始したところ計画以上の引き合いがあったこと、農家の反応が非常に良かったことです。

Q15: 競合殺虫剤と比較してグレーシアの優位な点を教えてください。

A15: (農業化学品事業部) グレーシアは新規の作用性を持つ化合物のため、既存の殺虫剤に対し感受性の低い害虫にも優れた防除効果を示します。その点マーケットに受け入れられやすいと認識しています。

以上