

2021年3月期第2四半期 決算電話会議 質疑応答要旨

日時：2020年11月6日（金） 9：30～10：35

お断り：この要旨は、決算電話会議にご出席になれなかった方々の便宜のためにご参考として掲載するものであり、電話会議でお話ししたことの一字一句を書き起こしたものではありません。当社の判断で簡潔にまとめさせていただきました。ご了承ください。

- Q. 水処理薬品事業の事業利益を期初計画に比べ上方修正したが、採算が改善している理由は何か。例えば、売り方の変化、ミックスの変化、新規連結子会社のシナジーなど。
- A. ソリューションモデルの展開に注力し、単品売りよりも利益率が高いサービス契約の構成比が上がることで収益性が改善してきた。営業部門の価格への意識も高まり、提供する価値に応じた価格付けや過去に実施した値上げの効果も出てきている。
- Q. 売り方が変わったことによる効果だとすれば、収益性の改善は今後も継続すると考えて良いか。
- A. 営業部門の意識も売り上げよりも収益性にシフトしてきたので、売上構成も、より収益性の高いビジネスにシフトしていくと考えている。
- Q. 中国の事業において、上期に営業や工事の遅れがあったとのことだが、具体的には半導体、液晶など、どのような顧客において遅れが生じたのか。
- A. 工事の遅れは、水処理装置事業でスーパーバイザー役の当社社員が新型コロナウイルスの影響により日本から現地に行けないことから生じた。また、電子産業では米中摩擦の影響から半導体の顧客に投資様子見の動きがあり、商談や受注の遅れにつながった。水処理薬品の顧客では、自動車の需要が回復し、石油化学も稼働が正常に戻りつつある。
- Q. 水処理装置に対する電子産業の需要は足元では戻ってきているのか。
- A. FPDは製造設備に余力があり、投資を控えている印象。半導体についても、中小案件の投資が始めているものの、大きな投資は様子見の印象だ。
- Q. アビスタ社のプロジェクトの詳細を教えてください。またR0膜薬品の事業について、売上高実績はどうだったか。また、見通しの変更はあるか。
- A. アビスタ社の買収によりR0膜薬品と膜の洗浄・診断サービスまで含めた経営資源が獲得できたことで、R0膜薬品のラインナップやブランドを再構築し、グローバルに展開している。グローバルでのR0膜薬品の売上規模としては、上期実績が約40億円で、アビスタ買収前に60億円だったものを100億円の規模へ拡大を目指している。
- Q. 海外のメンテナンス事業が堅調だが、顧客稼働率以外に、遠隔監視や省力化需要の高まりなど、どのような要因があるか。
- A. メンテナンスでは、国内を含め運転管理をはじめとしたサービスの高度化に取り組んできた。今後は従来型のメンテナンスとリモートによる設備診断を組み合わせたハイブリッド型のサービス提供に取り組む。

- Q. 水処理の現場から得られるデータの活用が利益率の改善に貢献してくると期待しているが、どのようなデータをどのようなサービスにつなげることができるか中期的な戦略を教えてください。
- A. これからデータの活用が重要な意味を持つと考えているが、当社の強みは、超純水供給事業でハイエンドな水処理技術を駆使した運転管理を通じて、顧客の製造プロセスと密接にリンクしながらノウハウを蓄積しているところである。ハイエンドな水処理で蓄積したノウハウをミドルやローエンドに展開し高付加価値のソリューションに結び付けるといった戦略になる。
- Q. フラクタ社の AI 技術をどのように活かしていくのか中期的な戦略を聞きたい。
- A. フラクタ社をグループに迎えた狙いは、当社グループのコアコンピタンスの一つである水処理設備やユーティリティ設備の運転管理に関する知見やスキルを AI 化したいというものだった。フラクタ社を、グループ内企業だからこそできる AI 開発に、集中的に力を注ぐパートナーとして考えている。
- Q. ソリューションモデルとサービス契約型ビジネスの違いは何か。
- A. 従来型のビジネスにソリューションの付加価値を加えたモデルと、資産保有型やメリットをシェアするモデルとの違いである。収益性の面ではどちらも重要である。
- Q. 今後 2-3 年で見たときに、どのような規模感を想定するか。
- A. 現在、これらのモデルのグローバルな展開に努めており、2 年半後にはグループ売上高の 10%にしたいと考えている。利益率も高い水準を目指している。
- Q. 収益性改善の取り組みを進めることで、来期、再来期に向けて利益率の目線は上がるか。
- A. 当然、来期も利益率改善の目線は持っており、再来期に中期経営計画の目標を達成したいと考えている。
- Q. ソリューションやサービス提案に対する顧客の反応から、施策進捗の手応えはどうか。
- A. 大規模顧客や、ユーティリティに人を割けない顧客において、潜在的だったニーズが今回のコロナ禍により顕在化し、リモートによるサービス提供はじめ当社が従来から進めてきた提案に対して顧客が価値を見出してきている。コロナ禍で短期的には進捗が滞るかもしれないが、2-3 年先を見据えれば、施策の進捗は従来よりも加速するのではないかと考えている。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があります。