

大日本印刷株式会社
決算説明会 質疑応答要旨
(2025 年 11 月 14 日)

【質問者 1】

Q：現在の状況を確認する。構造改革の効果は第 1 四半期を含めて確実に出ており、2025 年度上期は順調に推移した。特にライフ＆ヘルスケア部門は上期に強かったため、通期業績予想を増額したが、下期の計画はやや慎重な数字に見えるため、その背景を具体的に教えてほしい。また、セグメント別の業績予想（資料 9 ページ）では、「ライフ＆ヘルスケア」は増額したが「調整」が減額されて、「全社通期業績予想は変更なし」、とある。この調整額が膨らむ要素は見えているのか、それとも関税や景気などのリスクバッファーとしているのか、教えてほしい。

A：2025 年度上期の営業利益は前年同期比 120%以上ですが、下期は営業利益が若干上がるものの、前年同期比約 85%で、約 80 億円減少する見込みです。景気の物価高が影響し、特に国内の食品包材では食品メーカーからの買い控えが見られます。ライフ＆ヘルスケア部門以外では、イメージングコミュニケーションのフォト事業は、大型サイズ・両面に対応した新型プリンターが上期好調だったものの、アメリカの景気も厳しく、ライフラインでなくエンターテインメントの一部ということもあり、需要が減少する可能性があります。また、米国の規制の変更による車載用バッテリーパウチへの影響や、中国の補助金終了等による液晶用表面材の需要減少の懸念、為替の影響に加えて、トランプ関税の直接影響額 22 億円程度と間接影響額 20 億円程度のマイナス要因が見込まれます。現時点では、これらの情報を基に業績予想を設定しています。

Q：マクロ経済も含めた不透明感があるので、実績として受注が減少しているところもあるが、現状の数字を維持した、という理解で正しいか。

A：その通りです。

Q：スマートコミュニケーション部門とライフ＆ヘルスケア部門は好調だが、エレクトロニクス部門は減益であり、特に第 2 四半期の減益幅が前年同期比で拡大している。この減益の主な要因はフォトマスクなのか。

A：2025 年度上期全体ではフォトマスクの影響がありますが、エレクトロニクス部門の営業利益が第 1 四半期と比較して第 2 四半期に約 12 億円下がった要因にはメタルマスクも影響しています。スマートフォン用のメタルマスク

は、秋頃に出る新製品の売れ行きを見ながら、次のモデルを考えて有機 EL の配列デザインを決めるために、年末から年始にかけて量産用のメタルマスクが発注されます。このサイクルにより、2月から6月にかけて数量が増加し、7月から9月には減少する傾向があります。これがメタルマスクの影響です。また、ご指摘があったように、上半期ではフォトマスクが若干弱い状況でしたが、最近では半導体メーカーからの注文が戻りつつあるため、下期は順調に進むと見込んでいます。光学フィルムでは、65 インチサイズは好調で受注が来ていますが、全体としては市場の先行きが不透明なため、テレビメーカーが注文を抑えている印象があります。新規ラインの稼働率は上がる見込みですが、小型サイズ用のラインの稼働は厳しくなる可能性があります。

【質問者 2】

Q : スマートコミュニケーション部門の第 2 四半期について、第 1 四半期に対する増益要因を教えてください。また、インクリボンの需要について、関税の影響などによる前四半期比での変化はなかったのか。さらに、再構築事業の構造改革の影響も増益に寄与したのか教えてください。

A : スマートコミュニケーション部門では、第 1 四半期と第 2 四半期を比較すると営業利益が約 29 億円増加しましたが、その理由の一つは、イメージングコミュニケーションのフォト事業が新型プリンターの導入効果で好調だったことです。さらに大きなプラス要因としては、BP0 の大型案件の受注があり、第 2 四半期の増益に大きく寄与しました。構造改革の効果は、第 1 四半期と第 2 四半期で安定的に出ています。

Q : イメージングコミュニケーションについて、第 1 四半期の数量が落ちていたのは関税の影響があり、その影響が剥落してきたため、第 2 四半期で数量が伸びたという理解でよいのか。

A : トランプ関税の対策として、関税がかからない 4 月 9 日までの出荷量が多かったため、第 1 四半期は数量が落ちていましたが、第 2 四半期では在庫を活用して生産が順調に進んでいる状況です。また、新型プリンターは大面積で両面印字が可能で、フォトブックの作成にも対応しており、複数枚印刷することでプリント料金も上がるため、消費者が新たな価値を認知するには時間が多少かかりましたが、認知された結果、第 2 四半期が伸びてきたと考えています。

Q : BP0 の大型案件について、第 3 四半期以降も継続する見込みか。あるいは第 2 四半期だけの一時的なものなのか。

A：現在の見込みでは、第3四半期以降も継続すると考えています。BP0の大型案件は、前半の上期より下期の方が売上・利益が上がるものもあるため、下期に落ち込むことはないと思っています。

Q：ライフ＆ヘルスケア部門の車載向けのリチウムイオン電池用バッテリーパウチの状況について、2025年度上期が好調だった理由は、顧客の新工場が稼働した影響によるものか、市場全体の影響なのか、個社要因によるものなのか。また、他の民生向けの状況についても教えてほしい。

A：EVに関しては、中国では好調だという話は伝わっていますが、われわれのパウチタイプではなく、角缶型電池が使用されることが多く、当社の顧客が多いのはアメリカです。第1四半期では顧客の在庫が消化されてバッテリーパウチの売上が増加しましたが、アメリカの政権が9月に補助金を打ち切ることを発表したことで、第2四半期からはパウチの購入量が減少しています。第3四半期と第4四半期は厳しい状況も予想されますが、アメリカの新工場ではESS（Energy Storage System）用途での生産計画もあり、出荷も始まっています。

Q：ESS向けの出荷計画について、ESS向けでは角缶が使われるのではないかと考えるが、パウチ型も使用されるのか。

A：実績としてESS向けでもパウチ型は使われています。2025年2月に連結子会社とした(株)レゾナック・パッケージング（現：(株)DNP高機能マテリアル彦根）は、ESS向けに関する実績が豊富であり、同社との技術シナジーを活かして、ESS用も拡大していこうと考えています。

【質問者3】

Q：2025年度上期の営業利益の実績について、社内の見込みに対してどれくらい良かったのか、具体的な数字やセグメントの内訳を教えてほしい。年間計画がほぼ横ばいの中、上期で85億円の営業増益であったが、何が想定よりも良かったのか解説してほしい。

A：2025年度上期は想定以上に良かったです。特に、BP0の大型案件を予想以上に受注できたことと、イメージングコミュニケーション関連の新しいプリンターの効果が出ており、前年同期比でプラス22%の466億円という数字が出ました。為替やトランプ関税などの不透明要素が多い中、381億円の前年営業利益に対して、400億円程度と想定していた額を上回りました。

Q：400億円程度の想定に対して466億円となり、60億円程度の上振れがあっ

たということについて、アイテムとしては、スマートコミュニケーション部門のBP0とイメージングコミュニケーションが強かったということか。

A：モノづくり事業については堅調に読めますので、想定より大きく伸びた要因としては、BP0とイメージングコミュニケーションが大きかったと思います。

Q：今期は中期経営計画の最終年度で、来期から新たな中期計画に入るが、財務戦略は5カ年計画を出している。この時間軸のずれについて、来期からは新中計に合わせて財務戦略も3カ年で出すのか、ロールオーバーして新たに5カ年計画をスタートするのか、現行の5カ年計画を4年目として続けるのか、どのように考えているのか教えてほしい。

A：2023年4月に策定した中期経営計画では、ROE10%を目指す目標を掲げ、これを実現するために、自己株買いについては5年で3,000億円の実施を公表しました。新たなキャッシュ・アロケーションについては、中計の3年に合わせるのか、新たに5年で設定するのかを模索しており、現時点では「検討中」とお答えします。

Q：新中計の開示のタイミングで、財務計画もアップデートされると考えてよいか。

A：もちろんです。政策保有株式についても、現状の達成状況を踏まえて新たな目標を立てようと思っています。

以上