

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ます。また、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ほしい。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ほしい。

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用も拡大していくと考えています。

【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ることと、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つ

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BPO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、BPO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5月に公表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