



日本酸素ホールディングス

日本酸素ホールディングス株式会社

2021年3月期 第2四半期決算説明会

2020年11月12日

登壇

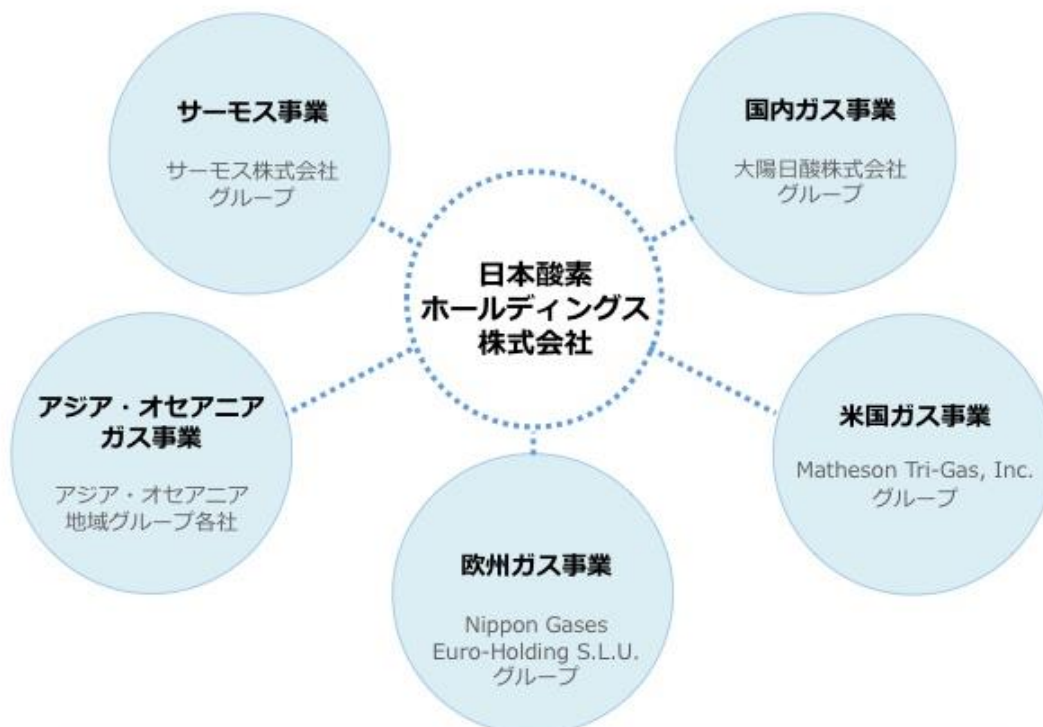
司会： それでは本日の登壇者を紹介いたします。代表取締役社長 CEO、市原でございます。取締役副社長執行役員、濱田でございます。取締役、大陽日酸株式会社社長、永田でございます。執行役員経営企画室長、諸石でございます。執行役員技術・環境統括室長、兼 CSO、三木でございます。執行役員財務・経理室長、兼 CFO、アラン・ドレイパーでございます。大陽日酸株式会社管理本部長、小出でございます。サーモス株式会社社長、中條でございます。

本日の進行につきまして、ご案内いたします。まず市原より決算概況につきまして、資料に沿ってご説明をさせていただきます。その後、永田、諸石、中條より国内ガス事業、アジア・オセアニアガス事業、サーモス事業のトピックスをご説明いたします。

質疑応答につきましては、説明の終了後にお時間を設けさせていただきます。

それでは大変お待たせいたしました。まず代表取締役社長 CEO、市原より、決算概況をご説明申し上げます。

2020年10月1日以降の事業運営体制



グローバルガスメジャーとして競争力のあるグループ運営体制を構築

市原：おはようございます。日本酸素ホールディングス、社長の市原でございます。

本日は私どもの 2021 年 3 月期第 2 四半期の決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。説明を早速、開始させていただきたいと思っております。

アジェンダに入ります前に、皆様はもうご承知のことと思っておりますけれども、本年 10 月 1 日をもって、私ども持株会社体制に移行いたしました。こちらに書いてあります図がそれを表しております。

真ん中に丸く囲ってありますのが日本酸素ホールディングス株式会社。

その傘下に、右側からまいります国内ガス事業。これは先ほどご紹介させていただきました永田が社長となりました、大陽日酸株式会社グループということでございます。

そして時計回りに米国ガス事業。これも皆様よくご承知の Matheson Tri-Gas グループ。

それから欧州ガス事業、Nippon Gases Euro-Holdings グループ。

それからアジア・オセアニアガス事業。これはアジア・オセアニア地域グループの各社が傘下にはいっておるかたち。

それからサーモス事業、サーモス株式会社グループということで、こういうかたちになります。

これももう皆様ご承知のことでございますけれども、こういう体制をとりまして、権限の委譲、これを大幅に行った上で、意思決定のスピードを向上させ、いろんなものに即座に対応できる体制をとったということ。それから事業の執行責任、実績、これをグループ内の話ではありますが明確化した上で、いろんなかたちで、ホールディングスが中心となりましてグループの総合力を強化する。一番下に、横棒の中に書いてございますけれども、競争力のあるグループ運営体制をより一層強固なものにしていこうと、こういう趣旨で持株会社の体制を 10 月 1 日から敷いてございます。

目次

- **2021年3月期 第2四半期業績**

- 業績概要
- セグメント別業績

- **2021年3月期 通期業績予想**

- 業績予想概要

- **株主還元**

- **事業ハイライト**

- 国内ガス事業
- アジア・オセアニアガス事業
- サーモス事業

次のスライドをお願いします。これが今日のアジェンダでございます。

まず2021年3月期第2四半期の業績ということで、業績の概要。そしてセグメント別の業績。これをご説明させていただきます。

続いて2021年3月期通期の業績予想、この概要をご説明いたします。

そして3番目に株主還元についてのご説明。

そして4番目に先ほど司会の者からご説明がございました、国内ガス事業、それからアジア・オセアニアガス事業、サーモス事業。おのおのに関しまして事業のハイライトをお話しさせていただくと、こういう本日のアジェンダでございます。

業績概要

(単位：億円)

	20/3月期 2Q実績 利益率	21/3月期 2Q実績 利益率	前年同期比 増減率	21/3月期 通期予想 (5/12発表) 利益率
売上収益	4,228	3,845	-383 -9.1%	8,300
コア営業利益	454 10.8%	367 9.6%	-87 -19.2%	820 9.9%
非経常損益	12	-0	-12	-
営業利益	467 11.1%	366 9.5%	-101 -21.6%	820 9.9%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	277 6.6%	210 5.5%	-67 -24.3%	440 5.3%

● 適用為替レート(期中平均レート)

単位：円	USD (米ドル)	EUR (ユーロ)	AUD (豪ドル)
2020年3月期2Q	108.67	120.91	74.75
2021年3月期2Q	106.32	121.66	73.91

● 2021年3月期2Q公表値は、新型コロナウイルス感染症による業績影響を合理的に算出することが困難であったため、2020年3月期通期決算開示及び2021年3月期1Q決算開示においては発表しておりません。

5

これが2021年3月期2Qの実績でございます。

左から二つ目のマスがその欄になっておりますけれども、売上収益は3,845億円、前年に比べて金額で383億円、率で9.1%の減収という結果でございます。それから続きまして、コア営業利益でございます。367億円ということで、利益率は9.6%ということでございますが、コア営業利益、金額にいたしまして87億円、率にして19.2%の減益ということでございました。

非経常項目、今期2Qはなかったわけでございますけれども、営業利益につきましては366億円ということで、金額で101億円、率にいたしまして21.6%の減益ということでございます。

親会社の所有者に帰属する四半期利益でございますが、これも210億円ということで、金額で67億円、率で24.3%の減益と。コロナの影響を受けたわけでございますけれども、減収減益という非常に厳しい決算でございました。

ただし1Qに比べて、2Qは持ち直しと申しますか、上向いてきておること。それからもう一つは、一番右端に2021年3月期の通期予想という数字がございますが、これは皆様ご承知のとおり、当期は私どもの第2次中期経営計画の最終年度でございます。

もともとのコロナなしということでは、売上収益 9,100 億円、コア営業利益 1,000 億円という目標を立てておったわけですが、残念ながらそれを修正せざるを得ないと。これが今期の予想ということでございますけれども、この予想の上半期の数字に比べまして、今申し上げました減収減益ではありますけれども、予想を上回った結果を出してきておるかたちでございました。

ちなみにその下でございますが、為替でございます。

ドル円については 2021 年 3 月期 2Q、106 円 32 銭ということで、2 円 35 銭の円高。ユーロにつきましては 121 円 66 銭ということで、75 銭の円安。オーストラリアドルにつきましては 73 円 91 銭ということで、84 銭の円高と。

ちなみに為替については、こういう状況でございました。

業績概要：売上収益増減要因

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による各地域の景況悪化で、欧米を中心に大幅な減収となりましたが、1Qから2Qにかけては、月を追うごとに、緩やかな持ち直しの動きとなりました。



6

これが売上収益に関しまして、増減のウォーターフォールチャートでございます。

前期一番左でございますが、売上 4,228 億円だったわけですが、国内ガス事業につきましては 169 億円の減収。実際の数字がその下に書いてございますが、前期は 1,740 億円だったものが、今期については 1,571 億円、169 億円の減収ということでございました。

その右側、米国ガスでございますけれども、前期実績 989 億円に對しまして実績 912 億円ということで、77 億円の減収。ただし先ほども申し上げました、為替の影響がマイナスサイドで 21 億円、この中に前期では含まれておるといふことでございます。

その隣、欧州ガス事業でございますが、前期 852 億円の売上に対して、今期は 748 億円。104 億円の減収。為替につきましてはプラスサイドで 5 億円が含まれておるといふことです。

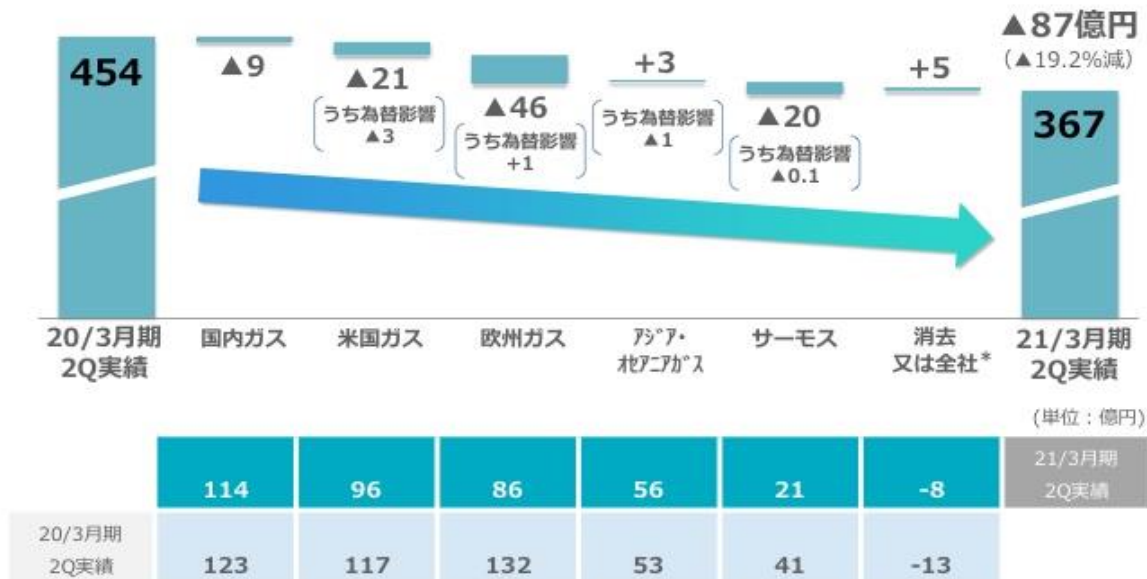
続いてアジア・オセアニアでございますけれども、前期 515 億円に對しまして今期は 502 億円ということで、13 億円の減収。このうち為替については 8 億円マイナスサイドで効いているといふことでございます。

サーモスにつきましては、前期 130 億円に對して今期は 110 億円の売上、20 億円の減収。

都合、合わせまして 383 億円の減収で 3,845 億円と、こういう内訳でございました。

業績概要：コア営業利益増減要因

- 産業ガス事業は各地域の生産活動停滞で減収による減益でしたが、エレクトロニクス事業は国内及び東アジアを中心に半導体向けの電子材料ガスや関連機器・工事は堅調に推移しました。



* 消去又は全社では、セグメント間取引消去、各報告セグメントに配分していない全社費用が含まれております。全社費用は、主に報告セグメントに配分していない基礎研究費用等です。

7

これがコア営業利益増減のウォーターフォールチャートでございます。これも同じく左からまいります。

前期実績 454 億円に対しまして、今期実績は下に書いてございますが国内ガス事業につきましては 114 億円。前期実績が 123 億円ということでございますので、9 億円の減益ということでございます。

続いて米国ガス事業でございますが、前期 117 億円に対しまして今期は 96 億円ということで、21 億円の減益。このうち為替の影響はマイナスサイドで 3 億円ということです。

その隣、欧州ガス事業でございますが、前期 132 億円に対しまして今期は 86 億円ということで、46 億円の減益。そのうち為替はプラスサイドで 1 億円、影響が出ておるといことです。

その右隣、アジア・オセアニアガスでございますけれども、前期 53 億円に対しまして今期は 56 億円ということで、プラス 3 億円。コロナの中で健闘したと。為替についてもマイナスサイドで 1 億円の影響ということでございます。

その隣、サーモスでございますが、前期 41 億円だったものが今期は 21 億円ということで、20 億円の減益というかたちで。

都合、トータルいたしますと 87 億円の減益で、367 億円のコア営業利益。こういう内訳でございました。

セグメント別業績：国内ガス事業



9

セグメント別の業績でございます。

まず、国内ガス事業からご説明申し上げます。左側の四角で囲ってある真ん中が2Qの実績値でございます。

前期に比べまして169億円の減収で、1,571億円。セグメント利益につきましては、前期に比べまして9億円減益の114億円という結果ございました。

これはその下に書いてございますけれども、とにかくコロナの影響で日本の産業、良いところがほとんどなかったと。この影響を色濃く受けて、当社といたしましてもバルク・オンサイト、あらゆる事業で需要が大きく減少したということでございますが。ある意味唯一、エレクトロニクス関連につきましては、機器・工事、それからいわゆる、われわれがっております特殊ガスですね。これは輸出も含めてということでございますけれども、前期に比べまして非常に健闘しておることです。

利益につきましても、その右隣に書いてございますけれども、コロナの影響によりまして停滞している経済状況を反映して、全般としては非常に減収減益の傾向でございましたけれども、一つは先

ほども申し上げた、エレクトロニクス関連が非常に健闘したこと。それで増益となってございます。

それからもう一つはコストのほうでございますが、皆様ご承知のとおり、私どもの会社は電力多消費の産業でございますけれども、燃料価格の下落によっていわゆる燃料調整費、電力代ですね。これが下がってきておると。

ただ残念ながら、コロナの影響による停滞をカバーするところまではいかなかったと。ただし燃料価格下落による電力代のコスト削減がこの中に含まれておると。こんなような内容でございます。

セグメント別業績：米国ガス事業



10

続いて米国のセグメントでございます。

これも左側の上の数字を申し上げますが、実績といたしましては前期に比べまして 77 億円減収の 912 億円、セグメント利益は 21 億円減益の 96 億円ということでございました。

ちなみに下に小さく書いてございますが、売上に対する為替の影響はマイナスサイドで 21 億円、セグメント利益については 2 億 5,000 万円マイナスサイドで効いています。こういうかたちでございます。

アメリカにおきましてはコロナの影響は3月下旬ぐらいから出てまいりまして、全般的にはやはり停滞、前期に比べてですね。非常にしておいたということです。

ただしその中で、一つはエレクトロニクスに関しましてはアメリカも悪くないと。いわゆる前期とほぼ同等の売上を保っておること。それから私どものヘリウムは、ソーシングは全部 Matheson がやっているわけでございますけれども。ヘリウムの世界的な需給のひっ迫を背景にした上で、ヘリウムの価格改定を行ってきたわけですが、この効果が増収というかたちで出てきています。このようなところが売りについてはプラスサイドの方向、要因というかたちになります。

その右側にいっていただいて、セグメント利益でございますけれども、全般的には先ほど申し上げましたとおり停滞を反映して、バルク、パッケージ、ハードグッズ等々、いずれも減益というかたちでございました。

ただその中で、バルクにおきましては価格改定を行ってきております。これについての効果が一定出ているということ。それから、これはアメリカの Matheson は每期、每期やっている取り組みでございますけれども、一番下の合理化対応というところですが、「The Right Way」といういわゆるテーマの下に、いろんな分野における効率化、こういう取り組みをやってきております。これについても一定の効果を出してきておること。

それから、あと非常にセグメント利益が落ちたんじゃないかという印象を持たれるかと思うんですけども、前期は13億円の一過性の収益が計上されておりました。今期についてはこれがなくなっただけのことです。

それから今期では、前期と性質の異なる事業外での一過性収益が5億円ほどございました。こんなようなものがマイナス21億円の中にプラスとマイナスサイドで含まれておると、こんなような内容でございます。

セグメント別業績：欧州ガス事業



11

続いて欧州ガス事業でございます。

これも同様にご説明させていただきますが、売上収益が748億円ということで、前期に比べまして104億円の減収。セグメント利益につきましては86億円ということで、46億円の減益という結果でございました。

ある意味でこの数字をご覧いただいてもお分かりかと思えますけれども、私どものグループの中で、コロナの影響が2Qまでで、一番、影響が出たのは欧州だったなと。こんな感じがいたします。

私ども、欧州12カ国で事業を展開しておりますわけですが、先ほど申しました2月の下旬から影響が出始めて、ロックダウン等々、いろいろ起きたわけでございます。2Qまでに、われわれのヨーロッパが予測した今期の見込みに沿ったかたちで回復はしてきてございます。けれども前期に比べたところで、私どものグループの中で一番、影響を受けているかなと。とにかく減収減益がこのぐらいの金額になったと、コロナの影響が全てというかたちでございます。

セグメント別業績：アジア・オセアニアガス事業



12

続いてアジア・オセアニアガス事業でございます。

これも同様に説明させていただきますが、売上収益は502億円ということで、前期に比べまして13億円の減収でございました。セグメント利益は56億円ということで、3億円の増益でございました。

このアジア・オセアニアでございますけれども、このエリアも、セグメントも間違いなくコロナの影響は受けてございます。国内ガス事業と同様に、中国、そして台湾におけるエレクトロニクス関連のビジネスが非常に好調であったということがいえます。

それからもう一つはオーストラリアでございますけれども、オーストラリアは比較的コロナの影響が軽微で済んでおること。それから、エネルギーの価格がいろんなかたちで動いておるわけでございますけれども、われわれのオーストラリア事業は半分ぐらいがLPガスを扱っている事業でございます。これが非常に良いかたちで価格の変動を自分たちの中に取り込めたことで、ここも増益ということで。

中国、台湾のエレクトロニクス、それからオーストラリアのLPガス事業。これが健闘した結果、減収ではありますが、増益という結果が残せたということです。

ただ、今申し上げたエリアを除きますと、ほかの国々では色濃くコロナの影響が、残念ながら出ているということでございます。

セグメント別業績：サーモス事業 THERMOS



13

続きまして、サーモス事業でございます。

売上収益は110億円ということで、前年同期に比べて20億円の減収。セグメント利益も21億円ということで、20億円のマイナスということでございました。

皆様もここで、いまだに引きずっているからよくお分かりと思いますけれども、日本におきましても緊急事態宣言が出まして、いわゆる外出の自粛、巣ごもり、それから集まるなということで。サーモスの製品はもともとアウトドア用から出発しております。今は製品レンジがいろんなかたちで広がってきていますけれども、アウトドア用がやっぱり非常に大きくウェートを占めております。これが全くコロナのおかげで、販売の機会がなくなったに近いぐらい落ち込んだこと。

それから、これに上乗せするかたちで、天候不順。連休中でも非常に、ゴールデンウィークですけれども、気温が低かったとか。梅雨が明けたのが7月末とか、天候不順もこれに重なったこと。

それから、さらに人の移動が極端に落ちましたので、インバウンドで前期までは支えられてきた事業がほとんどなくなりました。

こういったことで、サーモスについても、非常にコロナの影響を大きく受けたということが言えると思います。ただ、フライパン、タンブラー等、製品レンジを広げておるわけですが、こういったものについては、おかげ様で好調を維持しておるということがいえると思います。

業績予想

(単位：億円)

	20/3月期 通期実績 利益率	21/3月期 通期予想 利益率	前期比 増減率
売上収益	8,502	8,300	-202 -2.4%
コア営業利益	903 10.6%	820 9.9%	-83 -9.2%
非経常損益	35	-	-35
営業利益	939 11.0%	820 9.9%	-119 -12.7%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	533 6.3%	440 5.3%	-93 -17.5%

- 2021年3月期 想定為替レート：(USD→円) 108円/USドル、(EUR→円) 120円/ユーロ
- 2020年3月期では、資産効率改善の一環として保有資産の売却し、非経常損益項目で計上しました。

15

通期の業績予想でございます。

公表してございます売上収益 8,300 億円、コア営業利益 820 億円、営業利益 820 億円、親会社所有者に帰属する当期利益 440 億円。当初の通期予想といたしますが、第 2 次中期経営計画の最終年度の目標値になっておるわけです。先ほどもご説明しましたとおり、売上収益 9,100 億円、コア営業利益 1,000 億円と設定した、当初の第 2 次中期経営計画の仕上げの目標数値については、コロナの影響で変更せざるを得なかった。

ただし変更する中で1Q、2Q、これから3Q、4Q、あるわけでございます。この中において徐々に回復してくるだろうというシナリオに則って、この数字をつくってございます。中間期が終わったところでこの目標はクリアしてきてございます。

ただし、今後のコロナがどう響いてくるのか、影響が出てくるのか。今のままのかたちでシナリオどおり3Q、4Q、回復していけるということであれば、もうちょっと考えようがあったんですけども、それもなかなか予測がしづらいということで。通期の予想については、当面の目標値を継続してございます。

10月の数値につきましては、ヨーロッパは目標値をクリアしてございます。けれどもご承知のとおり、ロックダウン等が数カ国で起きていますので、これが11月にどうかたちで影響が出てくるか、予測しづらいところもございます。

そんなようなことを含めました上で、私どもとしては通期予想の変更を今回はしてございません。こういうかたちでございます。

株主還元

安定的な配当を維持しつつ、連結業績との連動を考慮した配当政策を実施します



*2018年3月期では、米国での税制改革法における連邦法人税率の引下げにより、法人所得税が大幅に減少しました。この影響を除いた場合、配当性向は「27.1%」となります。

続いて株主還元でございます。

安定的な配当を維持しつつ、連結業績との連動を考慮した配当政策。これを実施していくのが、私どもの会社のポリシーでございます。ここに随分古くから実績が出てございますが、今回に関しましては、つい先だって、取締役会で中間配当を決定いたしました。それが一番右の下に書いてございます14円ということで、前期並みというかたちでございます。

先ほど申し上げましたように、今後コロナがどういう影響が出てくるか。それに伴って、われわれの実績がどうなるかというところ次第で、期末配当もこれから決定というかたちになるわけでございます。

今のところ、決算短信等に継続という予想を出してございますが、その数字をとりあえず置いております。前期と同じ年間28円ということでございます。今のままの予想の数値を入れますと、配当性向は27.5%程度になるということでございます。ちなみに中間配当14円につきましては、配当性向は28.8%でございます。

私の説明はここまでで、事業ハイライトにつきまして、まず国内事業を永田、大陽日酸社長からお願いします。

成長への道筋 (①基盤事業の強化)

大陽日酸グループビジョン (2020年10月1日 制定)

The Gas Professionalsとして、産業ガスを起点に、ガスの持つpotentialを最大限に発揮し、あらゆる産業の発展と社会課題の解決に貢献する企業であり続けます。

基盤事業の強化*

産業ガスの持つ「価値」を掘り起こし、新たな価値の創造と収益の最大化をめざします。

1	2	3	4
グループの最適化・効率化 (Total TNSCの推進)	デジタルトランスフォーメーション (DX)	競合との差異化	グローバル成長力の 国内事業への取り込み
<ul style="list-style-type: none"> ●グループ共通機能の統合 ・シェアードサービス化の推進 ・共通プラットフォームの構築 ●グループ営業シナジーの最大化 ・顧客基盤の共有化 ・顧客接点の共有化 	<ul style="list-style-type: none"> ●DXの活用による革新 ・生産工場のリモート化 ・サプライチェーン ・マネジメント基盤の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ●比類なき付加価値の提供 ・ガス利用技術で課題解決 (ガスアプリケーション等) ・ガス関連サービスで課題解決 (自動搬送供給システム等) 	<ul style="list-style-type: none"> ●エレクトロニクス、ASU、エンジニアリング技術、製品の海外展開強化 ●成長ノウハウの相互活用 (生産性向上、価格政策)

*上記の基盤事業とは、産業ガス事業、エレクトロニクス事業、メディカル事業、オンサイト事業を指します。

永田：国内事業会社、大陽日酸の社長の永田でございます。スライド 2 枚でございますが、国内事業の大きな運営方針についてご説明申し上げます。

国内事業、10 月 1 日発足に合わせまして、日本酸素ホールディングスのフィロソフィーに基づきまして、国内事業、大陽日酸グループとしてのビジョンを次のとおり掲げております。

「The Gas Professionals として、産業ガスを起点に、ガスの持つ potential を最大限に発揮し、あらゆる産業の発展と社会課題解決に貢献する企業であり続けます。」というものでございます。

この目指す姿を実現するための成長の道筋として、二つの大きな核となる戦略を掲げております。一つは基盤事業の強化であり、もう一つは成長戦略の推進であります。

基盤事業の強化とは、今基盤となっております産業ガス事業、エレクトロニクス事業、オンサイト・プラント事業、メディカル事業、エネルギー事業、そのそれぞれの強化であります。その中でも四つのテーマがあると考えております。

一つは大陽日酸のグループ内での最適化・効率化でございます。現在の中期経営計画、Ortus Stage 2 でも Total TNSC として推進しておりますが、これをさらにドライブをかけてまいります。

二つの側面がございます。一つはグループ共通機能の統合。例えば経理部門、これはシェアードサービスとしてグループ内をできるだけ統合していく。業務、物流等のバックヤードも共通のプラットフォームにまとめていくものでございます。

もう一つは営業の観点では、ガスの大陽日酸、炭酸・ドライアイスの日本液炭、ガス切断機の日酸 TANAKA、溶接・溶材の大陽日酸ガス&ウェルディングと、それぞれの顧客基盤をさらに共有化を進め、マーケット、お客様への総合力を発揮した深掘りを進めてまいります。

そしてまた顧客接点といいますか、お客様それぞれではなくて、できるだけ共通化、いわゆるワンウィンドーによる営業の効率も高めてまいりたいと思っております。

次に大きなテーマとして DX、デジタルトランスフォーメーションの活用。これがあると思えます。

その中でも、特に生産工場のリモート化。これを非常に大きなテーマ、課題として取り組んでまいります。併せてサプライチェーン、物流でございますね。サプライチェーンの様々なプロセスもデジタル化を活用してまいりたいと。

三つ目は競合との差異化でございます。ガスの供給を、単なる製品の供給ではなく、ガスアプリケーション技術での顧客課題の解決、顧客ニーズをさらに的確に捉えた新たなシステムの提案、提供を通じて、ガスが持つ機能であり効能という価値、バリューの最大化を図ってまいります。

最後ですけれども、国内事業会社として、やはりグローバルでの成長を取り込んでいくということです。国内リソースの海外展開を引き続き強化してまいります。具体的にはエレクトロニクス、エア・セパレーション・ユニット、ガスアプリケーション技術等の技術、製品の引き続いての海外展開を推進してまいります。

特に、日本を含めた東アジアでのトータルエレクトロニクス、これにつきましては日本酸素ホールディングスの総合的な指揮の中で、国内事業会社として、より一層参画を強めて、グループとしての成長を高めてまいります。

また一方で同じ産業ガスの事業会社として、それぞれのノウハウの総合活用、先ほど市原からもありましたとおり、「The Right Way」、プロダクティビティ等、プライシング等のそれぞれのノウハウの相互活用を一層強化してまいりたいと考えております。

成長への道筋 (②成長戦略の推進) 

成長戦略の推進

<p>1 進取 連続的なイノベーションの実現</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 基盤事業の成長促進のための製品開発 エレクトロニクス、低温、燃焼分野などの拡充 ○ 化合物、安定同位体、AM事業など 新たなイノベーション製品の早期事業化 	<p>2 共創 オープンイノベーションの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ M&A ○ グループ外産官学との更なる連携
--	--

環境負荷低減
貢献製品



工場内におけるCO2排出削減に貢献する
アンモニア循環利用技術

化合物半導体
(MOCVD装置)



MOCVD装置 UR-26K

付加製造技術
(金属3Dプリンター)



OPTOMECH VELO 3D
金属3Dプリンター 盛業先 2社

安定同位体
ハイト関連



安定同位体 Water-¹⁸O

次のスライドですけれども、やはり基盤事業をさらに強化して、併せて成長戦略を推進すると。これにつきましては、連続的なイノベーションの実現による成長と、それからイノベーションを加速するための方策として、オープンイノベーションの活用、M&Aの実行があると考えております。

連続的なイノベーションにおいても、二つの側面がございます。

一つは、基盤事業の成長促進のための製品開発です。例えばエレクトロニクス分野では新たな材料ガスの開発、そしてその材料ガスの供給システム等を開発していくと。燃焼分野においても、例えば水素キャリアとして今、注目されておりますアンモニアの燃焼バーナー等の製品化。これにより基盤事業に新たな製品を上市することによる成長を目指していくと。

二つ目は、新たなイノベーションによる製品の早期の事業化でございます。有望分野としては、化合物、安定同位体、バイオの分野、Additive Manufacturing (AM) 技術による新たな分野の開拓であります。そしてそれらを加速するために M&A、産官学との連携などを活用したオープンイノベーションを推進してまいります。

私たちが取り扱う産業ガスのポテンシャルをさらに発揮することで、ガスとガス周辺分野において、新たな価値を提供し続けるサプライヤーであり続けたいと考えております。

以上でございます。

司会：永田社長、ありがとうございました。続きまして海外事業につきまして、経営企画室長の諸石よりご説明いたします。

アジア地域での成長投資

■ 産業ガス関連
■ エレクトロニクス関連



中国:電子材料ガス生産工場 尙徳同

■	韓国（牙山）：電子材料ガス生産工場の増設
①	電子材料ガス生産能力の拡充 2019年10月完成
■	フィリピン：電子部品メーカー（A社）向け窒素オンサイト新設
②	特定客先向け窒素オンサイト供給 2020年1月完成
■	フィリピン：電子部品メーカー（B社）向け窒素オンサイト新設
③	特定客先向け窒素オンサイト供給 2021年2月完成予定
■	中国（上海）：空気分離装置の増設
④	液化ガス生産能力の拡充 2021年4月完成予定
■	タイ（東部）：空気分離装置の新設
⑤	液化ガス生産能力の拡充 2021年4月完成予定
■	ベトナム（ロンソン處）：空気分離装置の新設
⑥	特定客先向け窒素ガス供給 並びに液化ガス生産能力の拡充 2022年3月期內完成予定
■	シンガポール：窒素発生装置の新設
⑦	窒素ガス生産能力の拡充 2021年11月完成予定
■	中国（揚州）：電子材料ガス生産工場の新設
⑧	電子材料ガス生産能力の拡充 2022年11月完成予定

新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも
各国での生産設備増強は進展

感染収束後の本格的な景気回復を見据えて
今後も成長投資を継続

22

諸石：日本酸素ホールディングス、経営企画室の諸石でございます。よろしくお願いいたします。

アジア地域での成長投資、このスライドでございますが、アジア地域は基本的に成長可能性に富んだ事業エリアという認識をしております。コロナの影響によりまして、上半期、足踏みをしておりますが、この先、成長軌道に戻ることは、タイミングの問題があるとしても間違いのないところと考えております。私ども各地の市場の成長を見込んだ上で、また個別顧客へのオンサイト供給も含めまして、アジア地域での成長投資を積極的に継続してきております。

本日はその概要、その案件を進めていることを、皆様を感じ取っていただくという趣旨で、このスライドを用意させていただきました。

一番上と一番下、丸1と丸8はエレクトロニクス関連、それ以外は産業ガス関連の投資ということになっております。これが全てということではありませんが、産業ガス関連でいいますと中国、シンガポール、タイ、ベトナム、フィリピンといった、アジア地域をフルにカバーするような投資を進めてございます。

プラントの建設におきましては、作業員の感染防止等に注意を払いながら、慎重に進めているところでございます。今後につきましても景気回復を見据え、これからも能力増強投資を、アジア地域におきまして継続していく意向でございます。

以上になります。

司会：諸石室長、ありがとうございました。続きまして、サーモス事業につきましてサーモス株式会社社長、中條よりご説明申し上げます。

足元の事業環境認識（コロナ禍での販売状況と需要の変化）

環境変化

● インバウンド需要の激減・緊急事態宣言による影響

4月・5月はボトル類の売上が大幅に減少しましたが、6月以降では、緩やかながら回復傾向です

● 巣籠り需要の増加

テレワークの増加や子どもの在宅などに伴い、家ナカを快適に過ごすためのアイテムが注目されています

卓上/調理用品（タンブラー・フライパン等）の売上大幅アップへ



● レジ袋有料化による影響

保冷バッグ類の売上アップ

（ご参考）四半期ごとの売上推移



1Q 緊急事態宣言下であり、外出自粛に加え休業店舗も多数

2Q 長梅雨やインバウンドの消滅により、ボトル類の回復速度は鈍いものの、巣籠り関連商品が好調で前年の実績近くまで回復しつつある

24

中條：サーモス株式会社の社長の中條でございます。それではサーモス事業の直近の状況と今後の施策につきましてご説明いたします。

まず足元の状況でございますが、先ほどセグメント別業績のご説明がございましたので、若干重複するかとは存じますが、改めて説明してまいります。

新型コロナウイルスの感染症で海外からの訪日顧客が途絶えたことによる、インバウンド需要がほぼ消滅に近い状況になったこと。さらには、全国の学校の一斉休校、あるいは緊急事態宣言の発令

ということで、当期の初期2カ月間は主要商品のボトル類の出荷が、過去10年来^{らい}なかったほどの数量の激減ということでございました。

しかしながら5月末の宣言が解除された後、6月以降、緩やかながら回復傾向にはございます。

一方で、テレワークやあるいは休校といったことで、家の中で過ごす時間が大幅に増えたことから、新しいライフスタイルを快適に過ごすための商品が大変に注目されてまいりまして。

特にここ数年、力を入れて取り組んでまいりました卓上のタンブラー類、あるいはキッチン用品におけるフライパンといったものが大きく売上を伸ばしました。

またいわゆるレジ袋の有料化、7月1日から実施されましたけれども。この影響を受けてマイバッグの需要が高まったことから、私どもが手がけてございます保冷機能の付いたショッピングバッグ類の売上も急増しました。

この右側のグラフが2Qの販売実績、前半と後半に分けたかたちでございます。1Qでは、今申し上げましたように2カ月間、ほぼ厳戒態勢ということもございましたので、外出自粛に加えて休業した店舗も多く、前年に対して25%売上減少ということになりました。

一方、2Qに入りまして長梅雨だとか、あるいはインバウンド需要の消滅といったことで、ボトル類の売上の回復が緩やかなペースにとどまった一方で、巣ごもり消費関連の商品が好調で、全体では前年実績近くまで改善してきております。

2021年3月期（～2021年3月）

2022年3月期以降（2021年4月～）

ライフスタイルの変化に対応した商品提案

● 家ナカ需要商品は引き続き好調

- ▶ **フライパン**：需要期（11～12月）にCM連動した売場作り
- ▶ **タンブラー**：下期指数が上昇するマグカップとあわせ売場再構築提案

● 2020年秋新製品を中心とした拡販施策

- ▶ **ボトル**：ポケットマグを中心とした市場伸張商品の拡販
食洗機対応など新機能商品の拡販



- ▶ **弁当箱**：スーブジャーに代表される保温ランチ提案
ホームページ特集ページやレシピ集と連動した売場提案



2020年冬・2021年春夏新製品を中心とした拡販施策 (スポーツボトル / キッズ向けボトル / ケータイマグ / フライパン / タンブラー)

新しい生活様式に対応した商品提案

● 学校でのコロナ対策による水道の使用制限（飲用・うがいの禁止）

- ▶ 水筒持参の流れは今後も増加する見込み
従来のスポーツボトル/キッズ向けボトルに加え、ケータイマグやポーチを提案



● 衛生意識の変化による部活動シーンでのマイボトル需要の拡大

- ▶ チームジャグやプラスチック製のパーソナルボトルの共用から
個人ユースへのシフト
スポーツボトルや大容量ジャグのターゲット拡大の可能性



25

続きまして今後の事業施策につきましてですが、まずこの下期につきましてはライフスタイルの変化に対応した商品を提案してまいります。

まず家ナカ需要に向けた商品としてのフライパンですが、この秋に登場した新製品も非常に順調に全国に展開されております。最需要期の11月から12月にかけては、テレビCMの放映も用意しております、全国の販売店の店頭と連動した販売促進に注力いたします。

また、タンブラー類も夏型商品という季節性が薄れてまいりまして、通年で需要が見込めることから、この下期から新たに売上が増加するマグカップと併せて店頭でアピールしてまいります。

次に主力でありますボトル類、あるいはスーブジャーに代表されるランチボックス類です。

まずボトルにつきましては小容量のポケットマグと称します容量150cc程度の商品ですけれども、これを開発いたしました。また当社初となりますが、食洗器対応ボトルということでの、そういった商品の上市による販売拡大に取り組んでまいります。

さらに、スープジャーに代表される保温ランチについても、弊社のホームページあるいは各種メディア等を通じまして、積極的な情報発信を行うとともに、それらと売り場との連動を図る拡販を図ってまいります。

続いて来春に向けた、新たなライフスタイルに対応した商品の提案として、まず学校でのコロナ対策として実施されております、水道の使用制限というものを受けて、今後さらに水筒持参の動きが増えてくるものと予想されることから、子供向けの幅広いニーズに応えていくための品揃えを用意してまいります。

さらに衛生意識の変化によりまして、部活動などでの飲み物のシェアが控えられることを受けて、パーソナルユースとしてのスポーツボトル、あるいは大型のジャグタイプのボトルなどを活用する方々の増加が期待されます。

こういったことを踏まえ、来年春の需要期に向けてスポーツボトル関係、それからキッズ向けのボトル、携帯マグはもちろんのことですが、フライパン、タンブラーなどでも新製品を精力的に開発してまいります。

事業トピックス

パナソニック社との協業による食洗機対応ボトルを発売

- 食器洗い機最大手のパナソニック社と協力して、「樹脂部品の熱による変形」と「塗装の剥がれ」を克服したサーモス初となる食洗機対応のケータイマグを発売しました。



業界のリーディングカンパニーである2社の協業という話題性と開発秘話を共同でPRする事でメディアからの注目を獲得

テイクアウト専門のコーヒーショップをオープン

- マイボトルの使用促進を狙い、マイボトル持ち込み型のテイクアウト専門コーヒーショップ「THERMOS COFFEE TO GO」を西新橋・大手町にオープン
- マイボトルで味わいが続くコーヒーを提供するとともに、プラスチックカップなどの削減を身近な行動で実践いただけます。



TVCMによるブランド強化・フライパン拡販

- ブランドCMの新作（ケータイマグ）を11月に放映
「極限の寒い環境」の中でこそ実感できる「サーモスの保温性」を訴求
- フライパンCMの新作（2種類）を11月～12月に放映
「世界の料理」を題材に店頭連動を企画

最後に事業トピックスでございますが、まず今もちょっと申し上げましたけれども、食洗器対応ボトルでございます。これは、パナソニック様との協業によってできた商品でございます。業界のリーディングカンパニーである2社の協業というニュース性と、開発の経緯を共同でPRすることで、メディアからも大変注目を受けた商品でございます。

また、マイボトルの使用促進をねらいまして、テイクアウト専門のコーヒーショップをオープンいたしました。お客様のマイボトルをお店に持ち込んでいただくことを推奨しており、マイボトルで味わいが長く続くコーヒーを提供するとともに、プラスチックカップなどの削減を身近な行動の中で実践していただくことを願っております。現在は大手町と西新橋の2店舗で開業しております。

最後に今後の広告宣伝計画でございますが、テレビCMによるブランド強化とフライパンの拡販を目指しております。

ブランドCMにつきましては、既に今月初旬から放映を開始しておりますけれども、極限の寒い環境の中でこそ実感できる、サーモスの保温性を訴求したものでございます。

また、11月の後半から放映を予定しておりますフライパン広告では、従来のCMの音楽を踏襲しつつ、世界の幅広い料理を題材に取り上げて紹介しながら、店頭との連動を図ってまいります。

以上をもちまして、サーモスの現況と、今後の施策につきましての説明とさせていただきます。

司会：中條社長、ありがとうございました。

質疑応答（敬称略）

オペレーター：それでは、これから質疑応答のお時間とさせていただきます。

それでは Zoom でご参加の方から、まずご質問をお受けしたいと思います。

山田（みずほ証券）：みずほの山田でございます。よろしくお願いいたします。それでは 2、3 点ほど、どうぞよろしくお願いいたします。

まず上期、こんなにちゃんと利益が出ると思っていなかったのが、素晴らしいと思います。おっしゃるとおり、会社側の想定に対して上振れていったと思うんですけれども。そもそも三菱ケミカルホールディングス全体として、今年度中に COVID-19 の影響はおおむねなくなる前提で、業績予想を組んでいらっやったと思います。

そういう意味で上期、過達だったんだけれども、通期の予想を変更しなかったのは納得のいく考えなのですが。社長様がおっしゃっていらっやったとおり、ヨーロッパと、あと個人的には大統領選が終わったアメリカの不透明感が結構高いと思うんですけれども。

この 2 地域について、この下期の状況をどう見ていらっやるのかということと、ヨーロッパでは通常 12 月にクリスマスシーズンで大幅に活動が落ちますが、そこに COVID-19 が重なった場合の、リスクなんかをどう考えていらっやるのか。その辺、その 2 地域について、当初の予想との差異、また足元をどう考えていて、どういう手を打っていくのかを教えてください。

市原：ヨーロッパのほうから先に申し上げたいと思うんですけれども。先ほどご説明しましたとおり、10 月の終わったところで速報値ではございますけれども、われわれが予想した 1Q が底で、じわじわと回復してくるシナリオをちょこっと、これもクリアできておるとい状況だったんですね。

ただし、先ほど申し上げましたとおり、ロックダウンが数カ所で起きたりもしておりますので、この影響が 11 月にどう出てくるかというところが今、非常に気になっているところです。

新 CFO のアラン・ドレイパー氏は 10 月 1 日から日本酸素ホールディングスの CFO なのですが、その前は Nippon Gases の CFO をやっておりました。ヨーロッパに関しましてはドレイパー氏から説明をさせていただきます。その後にアメリカについてご説明を加えさせていただきます。

ドレイパー：お答え申し上げます。アラン・ドレイパーでございます。欧州においては、上期は先ほど市原が申し上げたとおりでありました。1Qがコロナのピーク、そして2Qは大幅に回復しております。

先ほども市原が申し上げましたように、10月はオンターゲットです。予想を若干過達している状態です。そして今もこのポジティブな見通しを今持っております。

しかしながら、全てのわれわれの事業地域において、制限が今また増しているところでもありますので、この売上や営業利益は、当初の予定が達成できるかどうかを懸念しているところでもあります。コロナ次第ということになります。

一部の国はほかの国よりも良い状況であります。食料あるいは冷凍、宅配関連は良いです。化学もそうであります。それから製鉄ですね。それから製造業なども今、この成長になっています。

しかし、この12月、1月にこれは大きな影響がない限りにおいてということであり、予想を走り抜けるかどうかは不透明ということでございます。以上、お答え申し上げます。

市原：続きまして米国に関しまして、諸石経営企画室長から説明いたします。

諸石：米国のコロナ回りの状況でございますが、1Q、2Qとご覧いただいておりますが、市原の説明にもあったとおり、2Qの特殊要因を除きますと2Qは実質的に前期を超えたところまで戻しております。

またこれも10月を見ますと、われわれの期待どおりの数字を上げているということで。アメリカの状況、この第3波というところが見込み切れない部分が残っておりますが、それを除くと想定を上回って堅調に推移しておる認識をしております。

この点につきましては、これも説明にあったとおり価格改定、バルクおよびヘリウムのところが大変うまくいっているということ。またバルクのところの数量の戻りがかなり強く戻しておいて、遅れておいたパッケージについてもかなり戻りがキャッチアップしてきた辺りで。今のところの、コロナの今後がどうなるかということが唯一、1点の心配になっているところと。そういう認識でございます。

山田：全般的にやはりCOVID-19の第3波が本当にシリアスにならなければ、開示予想ぐらいはいけそうだという、そういう感じですか、そうすると。

市原：そういうふうに、われわれも考えております。

山田：ありがとうございます。二つ目でございます。

そういう中で、特に好調であったエレクトロニクスなんですけれども、エレクトロニクスの前工程の高度化によって、さらにガスプロセスが使われる状況は高まると思います。そういう恩恵がもう顕在化してきたの好調と理解してよいのか。工事の受注の考え方、あと特殊ガスの引合いなどについて教えてください。

併せまして、来年以降は新中計になるんですけれども、エレクトロニクスに対してどれぐらいの経営資源を入れて、どういう成長戦略を描いていきたいかを教えてください。

市原：今のご質問に関しましては、濱田副社長からご説明、回答をさせていただきます。

濱田：濱田でございます。エレクトロニクスの好調さ、いろいろ報道されておりますけれども、世の中のビッグプレーヤーがだいぶ、東アジアに固まっております。今、ご指摘がありましたような前工程の複雑さも含めて、ガスの使用量ですとか、あるいは新しいガスの需要ですとか、あるいは直接ガスにはかかわらないかもしれないけれども、ケミカルですとか、そういう非常に広い範囲の材料が使われております。

そんな中で、前工程に使われるいろんなガスを、当社はグループとして適材適所で作って、お客様に供給する基本的な戦略の下に、日本、アメリカ、それから韓国、中国に特殊材料ガスの工場を展開して、そこで需要を取り込むべく製造設備を展開しております。

これらの具体的なお客様の名前は申し上げられませんが、そういう大きなプレーヤーに対しての特殊材料ガスの供給ということで、数字に良いほうに影響していると考えられます。

この基本的な傾向はこのまま継続すると見ておりますが、いろいろいわれておりますように、米中摩擦によって、ファーウェイがどうなるかとか、それによって大きなサプライチェーンというものが既に世の中には存在しております。これによって今後、どの程度の影響が出てくるかは、ちょっと見えないところでございます。

サプライチェーンが変わろうとも、現地で材料ガスを供給できるような体制を、当社としてはこれからも整えて対応していくつもりでございます。

それから工事についてですが、これは特にアジアと日本で非常に進んでおるわけでございます。これからも、より大規模な前工程の工場が製造される案件が、日本、それから韓国、中国、それぞれございます。

その中で、特に当社としては日本で起こる工事関係は積極的に取ってまいりますし、現時点で受注が進んでおります。これによる工事関係、それから設備機器関係の売上は、これからも良いほうに寄与してくものと考えております。以上です。

山田：工事は、特殊ガスの先行指標にもある意味なると思うのですが、日本の例えば四日市とか、韓国、あと中国、そしておそらく台湾の拡大なんかもポジティブだと思うのですけれども。

中国の一部のファウンドリが設備投資を下げたりする動きもありますが、御社への工事発注は、相変わらずかなり堅調で、伸びているという理解でいいですか。

濱田：中国、それから韓国に関しましては、私どもはそれほど大きな工事の受注を受けてございません。その代わり精製装置ですとか除害装置ですとか、そういう機器関係の仕事をいただいております。大きな工事案件としましては、やはり日本と台湾。これについては当社がかなり大きくかかわっているところでございます。

山田：よく分かりました、ありがとうございます。最後にもう1点、お願いします。

本年は現中計の最終年度ということで、来期から新しい中計になります。ガス事業としてグローバルに飛躍していくという基本路線は変わらないと思うのですけれども、その中でサーモス事業の位置づけですね。長期的にサーモス事業、ちょっとガスとは違う背景だと思います。

御社が世界で初めてステンレス魔法瓶をつくったのも存じていますし、サーモスが世界最初の魔法瓶ブランドであることも知っていますので、もちろんブランド価値は高いと思うのですが、御社の事業ポートフォリオにおけるサーモスの位置づけ、あとサーモスの施策としてEコマースみたいなものをどう考えていらっしゃるのか。この2点について教えてください。よろしく願いいたします。

市原：サーモスについて、最初のほうの質問に関しましては私からお答えさせていただきます。それからEコマース等のことにつきましては、その後に中條社長からお答えさせていただきます。

山田さんがよくご存知のように、1970年頃はガラスのよく割れる魔法瓶しかなかったわけですが、当社のガスを供給するタンクですね。各社さんの工場のサイトに置かせていただいている。

あれは、中身は酸素、窒素、アルゴンというのが主体で、マイナス200度近い液体が入っております。断熱性能もすごく良いし、ステンレスで作ったら割れないということで、当時の日本酸素が開発し商品化の目途がついたのが確か1970年ぐらいだったと思います。

その後、1980年代だったと思いますがサーモス社を買収して、事業自身は旧日本酸素が開発した製品類として現在の事業の中身になっています。。ブランドについては世界レベルのブランドでございますので、それを抱えた上で展開してきているということです。

われわれのビジネスの根幹のところと非常に接点が高いビジネスを今、サーモスはガスと直接関係ないように見えるかもしれませんが、展開してきておるわけですので。私どものグループの中でも、非常に重要な位置づけにもなっております。

したがって新中計、今後のいわゆるグループの中での考え方という中で、サーモスは引き続きガスとちょっと違った視点からグローバル化を進めた上で、引き続きわれわれの重要なグループの一員であるにとらまえております。

E コマース等は中條社長から。

中條：サーモスの中條でございます。E コマースにつきましては既に自社サイトを設けておりまして、販売活動をいたしております。ただ基本的には私ども、メーカーポジションでありますので、既に存在しております様々なインターネット関連の販売業者様への販売が、主たる販路として今後も捉えております。

ただ自社サイトでは、ホームページとの連動を含めて、いろいろなお客様との直接コミュニケーションの場をもっと活用して、双方向の情報交換の場に持っていきます。またその中で、そこで販売を是非してほしいという声があったので、EC サイトでの販売もしております。

今後につきましてはもう少しいろいろな提案をしていながら、既存のE コマースの販売をするとともに、自社ならではのE コマースでの販売方法も確立しながら、併存させていこうと思っております。以上です。

山田：ありがとうございます。確認ですけれども、確かにサーモスさんの製品がガスに関連するというのは、私も学生実験のときガラスのデュワーは割れるので御社の製品を使っていたから、よく分かります。普通の魔法瓶のほうがガラスのデュワーよりも良かったのをよく覚えています。

ですが、今後E コマースや新しいチャネルが増えることによって、BtoC 事業は、よりどういうふうにマーケティングをしていくのか。どういうふうに顧客とつながるのかという視点が重くなると思うんですね。そうすると、せっかくブランドと技術があるサーモスをどうやって最大限に活かすのかが、すごく重要になってくると思うのですが。

その辺も含めたかたちでの、新中計でのサーモスの成長戦略みたいなものが出てくると、私たちは期待していてよろしいですか。

市原：期待をしてください。

山田：期待しています。よろしく申し上げます。ありがとうございます。

オペレーター：ありがとうございました。続きまして、電話会議でご参加の方からの質問をお受けしたいと思います。次の質問をお願いいたします。

榎本（BofA 証券）：BofA 証券の榎本と申します。社名が変わりまして、よろしく申し上げます。2点ありまして。

1点目が水素に関してお伺いしたいのですが、世界的に工業ガスのメーカーで、グリーン水素、ブルー水素、もしくはグリーンアンモニアとかブルーアンモニアといわれる、新しいエネルギーに関する取り組みが非常に今、活発に報道とかが出ているんですけれども。

御社は工業ガスメジャーの一角として、水素関連の事業に対してどのような取り組みを考えていらっしゃるか。もしくは現在、どのような取り組みをされているかを教えてください。これが1点目です。

市原：前回までのIRミーティングでもご説明しておると思いますが、私ども工業ガスの日本のトップメーカーとして、技術面等でやるべきことは全て用意しております。ただしちょっと前までの状況では、一番のエポックになるのが、いわゆるFCVであろうといわれておりましたけれども、これがなかなか開いてこない状況の中で、私どもとしては満を持しておったというかたちです。

ただしここに来て、いろんうねりが世界レベルで出てきておりますよね。

とにかくわれわれとしては何があっても、技術的にも、それから設備的にも対応できる用意はありますけれども。国として以前と違うかたちで、私どもの耳にはいろいろな情報が入ってきていますので。そういうものを踏まえながら、対応すべきところはきちんと対応していこうと考えておるということでございます。

榎本：1点補足でお伺いしたいのですが、御社が例えば将来、水素の事業にかかわるとしたら、例えばグリーン水素とかグリーンアンモニアなど、製造側に関わるのか。それともサプライチェーン、水素の物流網に関わるのか。もしくは岩谷産業さんがやっているように水素ステーションに携わるのか、今一つ、外から見ると日本酸素ホールディングスが水素でどこに向かっていくかが見えにくいんですけれども、具体的にこういった分野を一番有望視されているか、事業をされたいか、もしよろしければいかがでしょうか。

市原：どの部分が一番有望かが見えていないのだと、なかなか。だからこっちの体制はどうとでもとれる準備はしておるんですけども、まだよく見えてこないというのが、さっき申し上げたかったことなんですね。

グリーン水素、ブルー水素、いろいろありますけれども、最終的にはグリーンになるのが、当たり前の話のはずなので。そういう中で、われわれがどうかたちでどこに関与できるかが、まだクリアに状況になっていないなということでもあります。それともう一つ、私ども水素ステーションを自分たちでつくって供給したりもしています。

榎本：2点目が経営体制への質問ですけれども、今回、日本酸素ホールディングスとして大きく体制を変えたことによる効果が、先ほど説明はありましたけれども、実際どういったかたちで始めているのか。もし今、見えているものがあれば教えていただきたい点と。

あとあまり関係ないかもしれないですけれども、親会社の三菱ケミカルホールディングスの社長が外国人経営者にがらっと変わりますけれども、それで何か御社の経営姿勢に影響があるのか、その点についても併せてお願いいたします。

市原：経営体制の変更は、これは以前までのミーティングでもお話をしてきたわけなんですけれども。例えば前期の実績を見たときに海外売上比率が過半を超えて、一定のレベルまでいよいよいったなということ。それから営業利益レベルに関していうと3分の2が海外からの利益でした。

こんなような状況になってきた中で、今までは大陽日酸という日本の事業会社が、1部門で海外の展開を行った上で経営管理もしてきたと。これはやっぱり、体制としては良いことではないだろうなというのは、前々から考えておりました。前期実績の、数字も踏まえそういう体制に持っていかうとしたんですね。

それで一朝一夕に効果が出てくれば、これは楽な話ではあるんですけれども、目的はさっき申し上げたように、各社の経営についての経営判断のスピードアップ。それに伴って実績もどんどん、どんどん上げていこうということ。それからグループとしての総合力を強化していこうということが主眼ですので、まだいくら効果が出たかということについては、お答えができないのが現状です。

ただし人材のダイバーシティは前にもお話ししたことがあると思うんですけれども、私どもホールディングスのCFOは今日出席してもらっていますけれども、アラン・ドレイパー氏になっていただいて。彼はご存知と思いますけれども、もともとアメリカ人でPraxairの出身です。

Praxair、ヨーロッパの事業のCFOとしてヨーロッパの事業も見て、なおかつ今度は日本にきて。こういうかたちでグローバル化をどんどん、どんどん促進していきたいというのが、彼を招いて、こういう席に座ってもらった私の主眼なので。数字上の効果を出せというのは、もうちょっと長い目で見ていただけるとありがたいなと思います。

それから2点目の三菱ケミカルホールディングスさんの、今度なられる社長さんに関しては、よく分からないというのが本音です。

榎本：分かりました。ありがとうございました。

オペレーター：ありがとうございます。では次、Zoomからご参加の阪口様、お願いいたします。

阪口（大和証券）：大和証券の阪口と申します。質問、2点ございます。

1点目ですけれども、まず米国事業で固定費の削減が今回、比較的うまくできているかと思えます。「The Right Way」という手法だったということですが、ここについてもう少し具体的な内容を、例えばDXの推進が上手く出来た、であったりとか、教えていただきたいということ。

また先ほど国外の展開を考えているということでしたけれども、そういった他地域への展開の手応えについて教えていただければと思います。

市原：回答としましては、諸石経営企画室長からお答えさせていただきます。

諸石：経営企画室、諸石です。アメリカの「The Right Way」、プロダクティビティという名前で呼んでおる、事業活動全般に対する効率化、生産性向上のプログラムでございます。アメリカで行われておりますのは、プラントの運転を効率化するためのあらゆる努力、あらゆる活動を行う。あるいは輸送費を削減するための最適ルートも含めた部分で、コンピュータの力も借りながら最適化供給をしていくということなど、諸々の活動でございます。

これを組織的に強力に推進しているというところが、米国のみならずヨーロッパにおいても今期の効果を上げており、それをアジアにおいても今、展開しておるようなところでございます。

2点目の質問、もう一度おっしゃっていただけますでしょうか。

阪口：2点目は他地域への展開がどのような手応えかということでしたので、今、お答えいただいたことで大丈夫です。ありがとうございます。

2問目の大きな質問ですけれども、先ほどの方の質問でもありましたけれども、親会社の社長が変わられまして、方針としてウェルビーイング、そしてサステナビリティ、コネクティビティというところを掲げていらっしゃるかと思えますけれども。

特にコネクティビティなどはエレクトロニクス関連のビジネスの強みなど分かりやすいんですけれども、サステナビリティに関して御社がどう貢献していくかということ、少し分かりづらい部分がございますので、ご解説いただければと思います。

市原：中期経営計画に関してまず先に申し上げますと、今期が私どもは第2次中計の最終年度で、来期から改めて第3次中計をつくる状況ではあるのですが、三菱ケミカルホールディングスさんのグループに入っておりますので、5カ年の経営計画。しかも、グループの中でいわゆる連携というか、そういったものも取りながら、お話をしながら計画を練っていこうよという状況なわけですね。

その中でご指摘のような、ご質問のあった点についても当然、中計の中に盛り込むわけなんですけれども。またその作業が中途であり、残念ながら今日この場で、いろんなかたちでお話しできるのが難しいです。

阪口：分かりました、申し訳ありません。では中計のほうを楽しみにお待ちしております。ありがとうございました。

市原：よろしく申し上げます。

オペレーター：ありがとうございます。続きまして、電話会議システムのほうからご参加いただいている方の質問をお受けいたします。次の質問をお願いいたします。

河井（明治安田アセットマネジメント）：明治安田アセットマネジメントの河井と申します。ご説明いただき、ありがとうございます。私からは三菱ケミカルホールディングスさんの中での上場子会社としてのガバナンスとか、そういった面につきましてお伺いできればと思います。

まず新体制での新しいスタート、おめでとうございます。投資家向けへの名前が変わったと理解しておりますが、三菱ケミカルホールディングスさんとの距離感は、おそらくそんなに変わらないと思うんですけれども、御社のガバナンスですね。取締役会の構成とか、そういったところでおそらく金融市場からの圧が結構、強まっているかと思います。

この点につきまして、例えば次回以降の機関設計等につきまして、変わる余地があるのか。背景として独立している会社さんのほうでも、こうした独立社外取締役の比率が高まっていますので。そういった属性の変化も踏まえまして、今の時点でのお考えをお話しいただけますと幸いです。よろしく申し上げます。

市原：何年前になるんですかね、三菱ケミカルホールディングスさんのグループに入れていただいたのが。グループ入りをさせていただく際に、私どもと、それから三菱ケミカルホールディングスさんとの間で合意事項が、契約書になっています。

その中で、私どもは経営は独立して行っていくこと、それから上場は維持していくこと。これは合意事項の一つになっておるんですね。それを前提とした上で、グループ内の一子会社として、いろ

んなかたちで協調させていただきながら、事業を運営させていただいてきておるのが今までのグループ入りして以降の流れというかたちで。これはお互いに分かり切っていることなので、尊重し合った上で今に至っておると、そういうことでございます。

それから、上場子会社としてというお話があったんですけども。私どもはコーポレートガバナンスコードに関しましては年に1度報告書を出すわけですけども、エクस्पラインという項目が一つもございません。全てコンプライというかたちで、今まで経営体制もつくって運営してきております。

河井：ありがとうございます。基本的にはコーポレートガバナンスコードがベースラインというかになっていて。例えばですけども、親子上場の状態ですと、子会社のほうですと少数株主の保護の点で、御社が取締役の比率を、例えば半数とかに高めるのもありだと思うんですけども。そういったところで外見を整えるのも、一つ、考え方としてはあると思うんですけども。

今、御社の目線としてはやはり現状のコーポレートガバナンスコードでのコンプライがまずベースラインであると、そういう理解でよろしいですか。

市原：上場している以上、コーポレートガバナンスコードは守るべきものと理解しており、それとは別にコードはクリアしてますが、こういう体制のほうがいいんじゃないかということについては、私どももいろんなかたちで考えてやってきております。当社は監査役常勤が4人いますが、そのうちの3人が社外監査役で、常勤できちんと監査をいろんな視点からやってもらっていて、会社のガバナンスとしては、社外取締役が委員会をつくる監査委員会よりは、当社の会社の経営には効果があると思っています。監査役が取締役会も経営会議も全部出ており、意見も自由に言うことができます。

河井：承知しました。大変お考えがクリアに分かりました。お話ありがとうございました、以上です。

オペレーター：ありがとうございます。電話会議のほうのご参加の方の発言を。次の質問をお願いいたします。

東（ジェフリーズ証券）：ジェフリーズ、東です。一つ目は先ほどご説明いただいて、結局同じ質問になっちゃうんですけども、グローバルのメジャー3社と比べて、御社は収益性、ほかの3社は、非常に収益性は、絶対値の話もそうですけれども、継続的に上がっているわけですね。

それに比べると、御社って収益性の向上のペースが遅いように見えます。ここはどういうふうに、何が原因だと考えられていて、どういう対策を打たれているかを教えてください。

市原：私からお答えします。収益面に関して申し上げますと、確かに何十年も前からですけれども、海外の同業に比べて非常にわれわれは劣っておったと、これは事実です。それは、一つは日本のマーケットがベースであったのが、一番大きな原因だったと思います。

われわれも海外に、いろんなかたちで1980年から展開を始めて今に至っておるわけですが、セグメントでご覧いただいておりますのとおり、日本が一番利益率が低いんですね。それが私どもの会社の大元、ベースであった。なおかつ、規模的にも今の段階でということもありますけれども、一番大きなウェートを占めているところが、一番の問題だと。

ただし、われわれもどんどん、今変わってきている最中で、そういう100年以上の伝統を持った日本の事業を抱えておるがゆえに、ペースとしてはちょっとスローかもしれませんが。先ほど大陽日酸の永田社長からご説明申し上げましたとおり、そういうところをわれわれとして、どんどん変革していこうということを考えて、今後やっていこうというところがありますので。ぜひ今後にご期待いただければと思います。

東：例えば、具体策はどのようなのでしょうか。先ほどロジスティクスなんかを効率的にするということを欧米でやっていると、それを徹底していくということなんだろうけれども。それを例えば日本でそれが採用できるのか。規制の問題もあってなかなか難しいのか、どのようなのでしょうか。

市原：いろんなこと、東さんがおっしゃられたとおり、いろんな障害とかも出てくると思うんですね。ですからそういったものも一つ一つクリアしながら、グループの総合力を高めていくのも、これも冒頭のところで今日ご説明した中身でございまして。

それから日本事業会社の、大陽日酸の説明の中で永田社長も言っておりましたけれども。いわゆる総合力強化の中で、例えば日本の工業ガスのマーケットは非常に面白くて、価格の改訂がほとんどできないマーケットなんですね。これをどういうかたちで、どういうスタイルで実施していけるかということも含めて。とにかく総合力強化の中のテーマとして、そういうことに取り組んでいった上で、どんどんご期待に添えるようなことにしていきたいと考えておるということです。

東：分かりました。2点目なんですけれども、これも先ほどの質疑と結局かぶるんですけれども。

サーモスなのですが、サーモスはものも良いしブランドも非常に立派なのに、その割に全然伸びないという感じがするんですけれども。今まで何が問題だったと考えられて、今はどういう対策を打たれていますか。

市原：現状のサーモスの構成になったのは、比較的まだ新しいんです。新しいといっても去年、一昨年というレベルじゃありませんけれども。

申しあげましたとおり、1970年頃に旧日本酸素でステンレス製の割れない魔法瓶を開発した上で、それをサーモスというブランドではないブランドで、世の中に展開し始めた。それで1980年代にサーモスを買収してその流れの中に乗っけたかたち。ブランドを利用して、ということです。

買収したサーモスの当時の事業の中身は、はっきりいって今、全く存在しておりません。中身が全部当社の開発した製品の中に置き換わってきているということで、世界レベルで展開していく中で、構成が変わってきている。

したがってガラス製の魔法瓶もやっていたりとか、バーベキューグリルもやっていたりとか、ランチキットもやっていたりとか、クーラーボックスとか、ということをやっていた事業が、今、置き換わってきている。

かつてに比べて、ある部分の売上は事業をやめているのでどんどん減ってきているけれども、それを置き換えて、オリジナルの当社の製品がサーモスの事業の中身に置き換わってきているのが、原因の一つとしてあろうかと思えます。

それともう一つは、世界レベルで見たときのサーモスの資本構成が、ちょっと複雑になっています。それで、したがってサーモスの事業の中身をご覧いただくと、持分法投資利益が出てくるんですけれども。要するにマジョリティを持っていないけれども、資本参加した上で商品開発だとか、マーケティングだとかは当社のサーモスが担当してやっている。そういう部分もあるので、売上高が実際よりは少なく表現されている、PL上ですね。というのはあろうかと思えます。

東：まさにその点もお聞きしようと思っていたんですけれども、マイノリティで入っているものがたくさんあって、そこはこのままでいいと思っていらっしゃるのでしょうか。

市原：私は社長になったときにそのままいいとは思わなくて、いろんなかたちで、外国人のパートナーと話をしましたが、事業の中身が非常に良いので、彼らは持っている権利は譲りたくないという返事しかまだもらえていない状況です。今の段階では動けていないと、そう理解いただけたらと思います。

東：でもそういう段階だから、まだと今おっしゃったので、要するに意思はあるということですね。

市原：もちろん、あります。

東：分かりました。ありがとうございます。私からは以上です。

司会：ありがとうございます。お時間が過ぎてしまいましたので、質疑応答をこれにて終了させていただきます。ありがとうございます。

それではこれにて、2021年3月期、第2四半期決算説明会を終了させていただきます。本日の資料につきましては、午後2時頃をめどに東証のTDnetおよび当社のウェブサイトに掲載しております。

本日はリモートでの説明会ではございましたが、ご参加いただきまして誠にありがとうございます。

市原：ありがとうございました。

注意事項

本資料は、証券取引上のディスクロージャー資料ではなく、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。

また、本説明会および本資料には、将来に関する計画や戦略、業績に関する予想や見通しが記述されております。これらは現時点で入手可能な情報に基づいて当社が判断・想定したものであり、実際の業績はさまざまなリスクや不確実性（経済動向、市場需要、為替レート、税制や諸制度などがございましたが、これらに限られません）を含んでおります。

このため、現時点での見込みとは異なる可能性がございますことをお含みおきいただき、本資料のみに依拠して投資判断されますことはお控えくださいますよう、お願い致します。