

2012年3月期 第2四半期 決算説明会

(2011年10月28日実施)

代表取締役社長 久芳 徹夫 スピーチ

<本日の説明内容>

本日は、2012年3月期上期の決算概要及び2012年3月期通期業績予想についてご説明申し上げます。

<P.1：2012年3月期 上期 決算概要（前年同期比）>

1ページには、前年同期と比較した当期上期の決算概要を示しています。

売上高は6,043億円となり、事業環境の悪化を主因に前年同期に比べ5.2%減少しました。利益については、売上高の減少や円高の影響等により、前年同期を下回りました。

<P.2：2012年3月期 上期 決算要約（前年同期比）>

このスライドには、当期上期の決算要約を示しています。

1点目は、デジタルコンシューマ機器市場での需要の鈍化です。欧米景気の低迷や東日本大震災の影響もあり、携帯電話端末をはじめとした各種機器の需要が伸び悩んだことにより、これらの機器向けの部品需要が低迷しました。また、当社の携帯電話端末の売上も、国内市場の低迷や海外主要客先での販売減により、減少しました。

2点目は、ソーラーエネルギー市場の環境の悪化です。政府の補助金の減額に伴い、特に欧州市場での需要が低迷しました。この結果、市場競争が激化し、製品価格は大幅に下落しました。

3点目は、円高の影響です。当期上期の平均為替レートは、ユーロは前年同期と変わらず114円となりましたが、米ドルは前年同期の89円に比べ9円円高の80円となりました。この結果、前年同期に比べ売上高は約230億円、税引前四半期純利益は約55億円、押し下げられました。

次に事業セグメント別の業績についてご説明します。

＜P. 3：2012年3月期 上期 セグメント別業績推移

－ファインセラミック部品関連事業－>

3ページから9ページまでの各ページの左側に、前期上期から当期上期までの業績の推移をグラフで示しています。上段は売上高、下段は事業利益および事業利益率の推移です。また、スライド右上の表には、前期上期および下期と比較した増減金額を記載しており、その下に当期上期の概況をまとめております。

まず、「ファインセラミック部品関連事業」ですが、環境意識の高まりとともに拡大しているLED関連市場に加え、一般産業市場向けに部品需要が増加したことにより、売上高、事業利益ともに着実に増加しました。収益の拡大とともに採算向上を図ることができ、当期上期の事業利益率は17.3%となりました。

＜P. 4：2012年3月期 上期 セグメント別業績推移

－半導体部品関連事業－>

続いて4ページの「半導体部品関連事業」です。デジタルコンシューマ機器向けのパッケージや基板の需要が伸び悩んだことにより、売上高は緩やかに減少しました。売上高の減少や円高の影響により、事業利益も減少しましたが、原価低減や生産性の向上に努めた結果、当期上期の事業利益率は前期下期と同水準の21.9%を確保することができました。

＜P. 5：2012年3月期 上期 セグメント別業績推移

－ファインセラミック応用品関連事業－>

次に5ページの「ファインセラミック応用品関連事業」です。機械工具事業は、アジアを中心に自動車市場向けなどに堅調に売上を伸ばしました。しかし、ソーラーエネルギー事業の売上高は、最大の市場である欧州での需要低迷による需給バランスの悪化を受け、世界的に製品価格が大幅に下落したことにより、減少しました。この結果、セグメント全体の売上高および事業利益は減少しました。

＜P. 6：2012年3月期 上期 セグメント別業績推移

－電子デバイス関連事業－>

続きまして、6ページの「電子デバイス関連事業」をご覧ください。デジタルコンシューマ機器向けの部品需要の伸び悩みに加え、円高やタンタルなどの原材料価格の高騰も影響し、売上高、事業利益ともに緩やかに減少しました。

前期上期および下期の水準と比較して減収減益とはなりましたが、原価低減や生産性の向上を図ったことにより、事業利益率は15.2%を確保しました。

<P.7：2012年3月期 上期 セグメント別業績推移

—通信機器関連事業—>

次に7ページの「通信機器関連事業」ですが、加入者の増加に伴い、PHS端末の販売台数は伸びたものの、携帯電話端末の販売が国内市場の低迷の影響や海外客先での伸び悩みに加え、海外向けのローエンド端末事業を縮小したことにより減少したため、このセグメントの売上高は減少しました。

しかし、原価低減の推進や、海外向けの収益性の低いローエンド端末事業の縮小の効果により、当期上期も利益を確保することができました。

<P.8：2012年3月期 上期 セグメント別業績推移

—情報機器関連事業—>

続いて8ページの「情報機器関連事業」をご覧ください。カラーモデルなどの新製品の投入による、欧州での販売増に加え、中国をはじめとした新興国市場での拡販を図ったことにより、販売台数を順調に伸ばすことができました。しかし、円高の影響により売上高はほぼ横ばいで推移しました。

カラーモデルの販売増に伴い、消耗品の売上が伸びたことに加え、原価低減を進めた結果、事業利益は増加し、事業利益率を13.1%まで向上させることができました。

<P.9：2012年3月期 上期 セグメント別業績推移

—その他の事業—>

最後に9ページの「その他の事業」です。京セラコミュニケーションシステム(株)においては、企業の情報システム構築などを手がけるICT事業が拡大し、売上が増加しました。また、当期上期は(株)セブンイレブン・ジャパン様へのLED照明の売上が貢献し、セグメント全体の売上高は順調に増加しました。

一方、事業利益については、当期上期は新事業への研究開発費の増加を主因に減少しました。

以上が事業セグメント別の概要です。

実績に関する説明の最後に、当期第2四半期、3ヵ月間の業績についてご説明します。
10ページをご覧ください。

< P. 10 : 2012年3月期 第2四半期（3ヵ月）決算概要（前年同期比） >

前年同期と比較した、当期第2四半期、3ヵ月間の業績は、事業環境の悪化により、売上高、利益ともに前年同期を下回りました。なお、「当社株主に帰属する四半期純利益」については、前年同期に比べ31.5%の減少となりましたが、これは、前年同期には、海外子会社の業績向上による、繰延税金資産を計上したことに伴う税金費用の戻り益、約50億円があったことが影響しております。

以上が実績に関する説明です。

続いて、当期通期の業績予想についてご説明します。資料の11ページをご覧ください。

< P. 11 : 2012年3月期 通期業績予想 >

当期上期の実績と第3四半期以降の経済および事業環境の見通しを踏まえて、本年4月に公表しました通期業績予想を11ページの表に記載のとおり、修正しました。

売上高は、前回予想から1,300億円減少の1兆2,300億円を予想しており、税引前当期純利益は、400億円減少の1,400億円、税引前利益率は11.4%を予想しています。

なお、設備投資額、減価償却費、研究開発費についても、当期下期の事業環境見通しを踏まえ、スライドにありますとおり、それぞれ前回予想から減額しています。

< P. 12～13 : 2012年3月期 事業セグメント別

売上高・事業利益予想 >

また、事業セグメント別の業績予想につきましても、12ページ、13ページに記載のとおり修正しています。

次に、今回の業績予想の修正要因について、ご説明します。14ページをご覧ください。

< P. 14 : 2012年3月期 通期業績予想の主な修正要因 >

主な修正要因は、こちらの3点です。

1点目は、世界経済の低迷による影響です。欧州の財政問題の長期化により、景気減速への懸念が世界的に高まっています。これにより、デジタルコンシューマ機器や一般産業市場など、幅広い市場での需要が期初の予想を下回る見通しです。

2点目は、ソーラーエネルギー市場での環境の悪化です。製品価格の下落は期初の想定を上回って推移しており、下期中の市場の回復は難しい状況にあります。

3点目は、為替の前提レートの変更による影響です。下期も欧米通貨に対する円高基調が続くと予想しており、今回、下期の予想レートを、ドルは前回予想の79円から3円円高の76円へ、ユーロは112円から8円円高の104円へ変更しました。この結果、通期の予想為替レートは、ドルは78円、ユーロは109円となり、前期に比べ売上高は約530億円、税引前当期純利益は約145億円、押し下げられることとなります。

なお、当社はタイに生産拠点を有しておりますが、現在、タイで発生している洪水による直接的な被害は軽微であります。しかし、間接的には今後幅広い産業界への影響が懸念されるため、引き続き、取引先の状況などを注視し、業績への影響の把握に努めてまいります。

<P.15：2012年3月期 下期の重点施策>

当社を取り巻く経営環境は厳しくなっておりますが、今回公表しました業績予想の達成に向けて、下期に重点的に取り組む施策をこのスライドに示しています。

主要市場での需要の伸び悩みや円高基調が予想される状況の下、利益の確保を重要課題と捉えております。今回の景気低迷は、長期化することも予想され、徹底したコストの削減と生産性の向上により、企業体質の強化を図らなければならないと考えています。

具体的なコスト削減としては、あらゆる経費の削減を進めてまいります。特に、購買コストの低減を図ってまいります。国内拠点においては、円高のメリットを活かし、海外からの部材調達を拡大させてまいります。一方、海外拠点については、現地の部材メーカーからの調達を拡大させ、一層のコストダウンを図ります。

また、国内外の各拠点での生産体制の効率化および生産性の向上を図ってまいります。生産の集約や移管を国内外で進めると同時に、生産動向にあわせ、機動的に人員の配置を進めてまいります。さらに、製造工程の短縮や自動化を促進してまいります。

重点施策の2つ目は、情報通信市場での事業拡大および新市場開拓です。当期下期は、国内市場でのスマートフォンの本格的な展開や新興国市場での情報機器の拡販に注力してまいります。

< P. 16 : 情報通信市場での事業拡大及び新市場開拓 (1) >

まず、国内市場へのスマートフォンの本格的な展開については、本年12月より、国内向け初のスマートフォン「DIGNO」をau様向けに投入してまいります。

「DIGNO」とは、京セラ製スマートフォンのブランド名であり、お客様にとって価値がある、優秀なパートナーのような存在でありたい、という想いを込めております。今後、「DIGNO」ブランドによるスマートフォンの展開を積極的に進めてまいります。

今回投入するスマートフォンは、WiMAX対応で、高精彩有機ELディスプレイを搭載しています。また、auの防水対応スマートフォンで最薄となっています。

当社は、これまで国内ではau様向けに携帯電話端末を供給してまいりましたが、下期よりソフトバンクモバイル様へ端末の供給を開始します。PHS端末で若年層を中心に大ヒットモデルとなっている「HONEY BEE」ブランドを、新たにスマートフォンへ展開してまいります。この新たなキャリアへの製品供給の開始により、携帯電話端末の販売増加を図ってまいります。

このように、当期下期は、「DIGNO」と「HONEY BEE」の2つのスマートフォンを新たに販売することにより、国内需要の獲得に取り組んでまいります。

< P. 17 : 情報通信市場での事業拡大及び新市場開拓 (2) >

2点目の新興国市場での情報機器の拡販については、製品ラインナップの拡充と販売チャネルの拡大により、需要を確実に獲得し、売上増に結びつけてまいります。

製品ラインナップの拡充については、新興国固有のニーズに応えた製品をそろえ、拡販に取り組んでまいります。具体的には、機能を必要最小限に絞ることにより、価格を抑えた製品の投入を進めます。また、印刷用紙などの現地メーカーのオフィスサプライ品や、気候などの地域特性に適応した、高品質な製品の展開を進めてまいります。

販売チャネルの拡大については、BRICsをはじめ、幅広い国で様々な取り組みを行っております。

本年8月にはインドにおいて、現地企業より事務機器販売事業を承継しました。これにより、当社の販売およびサービス網をインド全土へ広げることができました。

また、本年10月にはロシアに販売会社を設立しております。現地の販売代理店と協力し、売上の拡大を図ります。

この他、中国での販売会社の拡充や、ブラジル・東欧・中東・アフリカといった国々での販売代理店の開拓を進め、事業拡大に結び付けてまいります。

当期下期はこれらの取り組みにより、新興国市場での本格的な情報機器の売上拡大を図ってまいります。

当期下期の事業環境は不透明ではありますが、本日ご説明しました取り組みを進めるとともに、グループ丸となって通期の業績予想の達成を目指してまいります。

以 上