

11月30日(火)に開催した2012年3月期第2四半期決算説明会における質疑応答の概要です。当日は2名の方が質問をされ、社長の川路が回答いたしました。その概要を以下にご紹介します。

Q1: リチウムイオン二次電池向けの電極シート検査装置 (e-Flex-Eye-RB) について、今期は引き合いが受注に結び付いていないという説明だったが、大型電池の生産に向けた設備計画は各電池メーカーが相次いで発表している。これは、以前社長が検査装置は市場の立ち上がりを押さえるのが鍵と説明していたことからみると、今、受注が伸びないといけないんじゃないか、その点も含めて電極シート検査装置全体としての進捗状況を教えてください。

A1: 2011年3月期は合計8件の受注がありましたが、今期である2012年3月期は、その納入に力を入れています。獲得した受注は未だ1件です。その反面、引き合い件数は増えてきています。しかし、引き合いから受注に至るまでサンプルテストを繰り返し、その結果をみてはじめて交渉の対象となって契約交渉が始まります。最近、このサンプルテストでテストするケースの点数が増えていて、テスト結果に対して慎重な姿勢になっているようです。これは、実際に量産ラインを動かしていくことを前提にすると試験的な少数ラインと違って小さな失敗も許されないため、様々なケースで検証しているためと考えられます。そのため、引き合いから受注に至るインターバルが長くなっています。(実際に第3四半期に入ると受注の成約がでてきています) 現在のところ、国内ラインの水平増設、とくに少数ラインのリピートオーダーの獲得に重点をおいて活動しています。

Q2: 前回の説明会で話のあった分光式計測装置による膜厚計やプリンタブル・エレクトロニクス向けの事業などについての経過状況を教えてください。

A2: 膜厚計については、技術開発を進め計測の精度がナノオーダーまでできるところまで高めることができました。技術的には、かなり自信を持っております。しかし、なかなかお客様の認知度という点で、いまいち至っていないため受注としては、期待ほどは伸びていないのですが、昨年に比べて引き合いは増えてきています。今、リチウム電池の膜厚も測ることができるというデータが出てきたので、電極シート検査装置と膜厚系を抱き合わせての販売をすすめています。展示会などでもそういったアピールをしているので、徐々に受注につながると考えています。

プリンタブル・エレクトロニクスに関しては、昨年の展示会に出展し反応を見ましたが、反応は鈍く、引き合いが1件あただけで、結局、受注までは至りませんでした。未だ、引き合い段階のようです。一方、このプリンタブル・エレクトロニクスで開発した製品を、薄膜の太陽電池の検査にも利用できるため、こちらへの販売も行っていくことを考えています。

Q3. 農業向けの検査装置は前期、今期と好調といえるが、この好調を支えているのは選果場の施設が更新期にあることだろう。以前は一度に更新期を迎えたと説明していたことから、この設備更新ニーズもそう長くは続かないのではないかと。いつまで期待できるのか。

A3: 今のところ、みかんや落葉果実といった大型の設備更新案件だけでも、これから50件ほど控えている。これ以外に野菜などの小規模案件もある。また、このように更新の実行が長い期間をかけて少しずつ実施されていると、残りの案件が終わった時点で、最初に更新した設備の更新期が近くなる可能性が高い。

FTAやTPPといった貿易自由化交渉が進めば、国内農業の保護を手厚くする必要性が高まり、農業向け補助金が増額される可能性がたかい。そうなれば、設備更新の時期が早まる可能性も考えられます。お隣の韓国では、今、まさにそのような状態になっています。年間で2000億円くらい投入しているということです。ニレコの農業向け外観検査装置や内部品質検査装置はすでに韓国のミカン農家に納入しています。この時に提携・協力したフランスの機械メーカーとは、その後も協力関係を維持しており、海外の検査装置では内部品質検査装置が手薄なため、ニレコと組んで販売拡大を図りたい意向のようです。この時の販売先として、韓国以外にも中国やアメリカ等が考えられています。

これ以外にも、農業関係は政府予算というリスク要素を抱えているため、違った分野に進出することによってリスク分散を図りたいと考えておまして、そのひとつとして水産物の検査の分野は、現時点では人が目視でやっているものに新たに検査装置を入れることによってスマートにやっっていこうということを考えています。

Q4. 海外メーカーとの競争に関して、とくに欧州の企業と競争するケースが多いと思われるが、昨今の金融不安の中で、ユーロ安と円高が進み、欧州のメーカーが国内が大変だということもあって、ユーロ安を背景に思いきり輸出ドライブをかけてきているので、海外での競争は大変になると思うのですが、いかがですか。

A4: まさに、そのような状況が発生しています。欧州のライバルはユーロ安を背景に価格を下げてきています。その価格で勝負するというのは、現状ではかなり厳しい。

そのため、コストダウン努力をより一層進めています。しかし、ただコストダウンだけでは泥沼のような価格競争に巻き込まれてしまうので、付加価値を見つけ、それを付けていくことによって価格以外のところで差別化を図っていくつもりです。そのために、顧客が何を望んでいるか、今一度営業中心にモニターをしているところです。