

三菱マテリアル株式会社

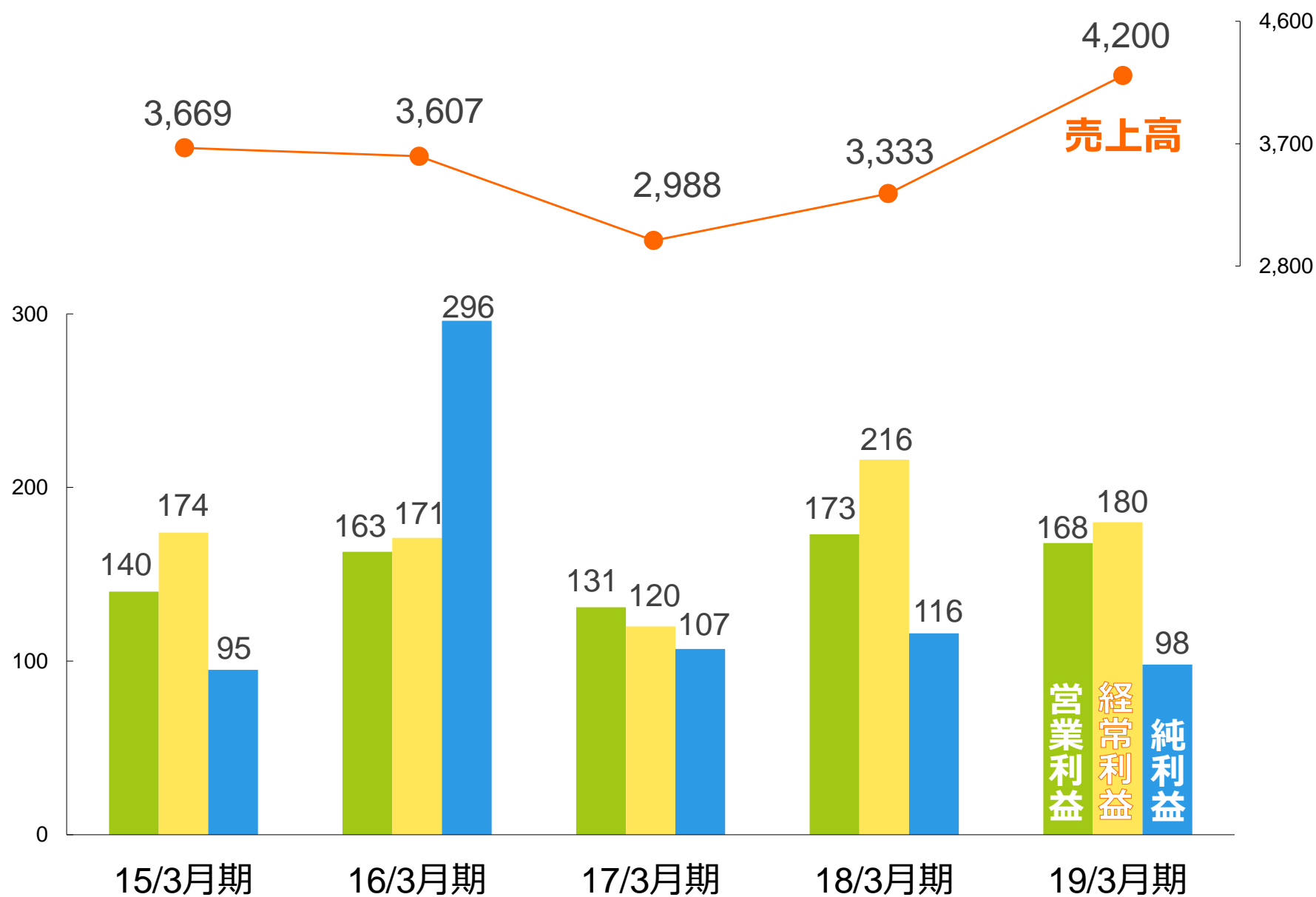
2019年3月期

第1四半期決算補足説明資料

2018年8月7日

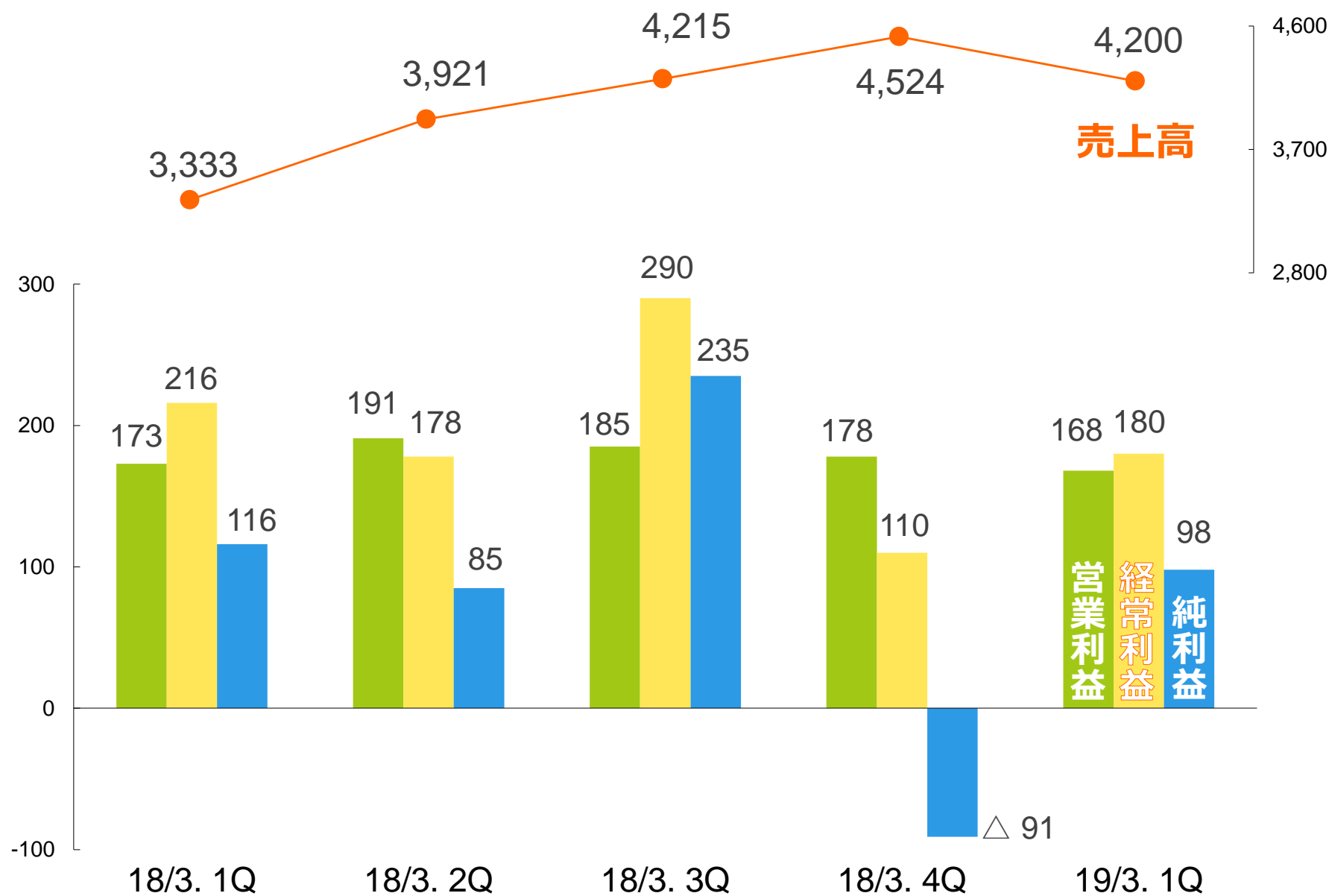
損益推移状況（第1四半期）

[単位：億円]



損益推移状況（四半期）

[単位：億円]



前年実績対比（損益計算書）

[単位：億円]

	18年3月期 1Q実績 (a)	19年3月期 1Q実績 (b)	増減 (b-a)	増減理由
売上高	3,333	4,200	867	セメント+10、金属+782、加工+58、電子材料+12 外
営業利益	173	168	△ 4	セメント△14、金属+20、加工+16、電子材料△2、 アルミ△13、その他△3、消去等△7
金融収支	48	23	△ 25	受取配当金△26 外
持分法損益	6	3	△ 2	
その他営業外損益	△ 11	△ 15	△ 3	
経常利益	216	180	△ 35	
特別損益	1	△ 2	△ 3	
法人税等	△ 71	△ 62	8	
非支配株主に帰属 する四半期純利益	△ 30	△ 17	12	
親会社株主に帰属 する四半期純利益	116	98	△ 17	
ドル為替レート	111	109	△ 2	円/ドル
ユーロ為替レート	122	130	8	円/ユーロ
銅価格（LME）	257	312	55	¢/lb

前年実績対比（諸元・前提条件）

■ 諸元・前提条件		18年3月期 1Q実績 (a)	19年3月期 1Q実績 (b)	増減 (b-a)
セメント（国内）総需要	（万 t）	1,023	1,046	23
セメント販売数量（単体国内）	（万 t）	163	182	19
" （単体輸出）	（万 t）	52	41	Δ 11
セメント（米国）販売数量	（万 t）	45	41	Δ 4
生コン（米国）販売数量	（万cy）	229	210	Δ 19
電気銅販売量（単体自社品）	（千 t）	70	84	14
電気銅販売量（PTS）	（千 t）	57	69	12
伸銅品販売量	（千 t）	35	36	1
鉍山配当	（億円）	43	12	Δ 30
アルミ板製品販売数量	（千 t）	30	28	Δ 2
アルミ押出製品販売数量	（千 t）	5	4	Δ 1

前年実績対比 (セグメント別 要因内訳)

[単位：億円]

		18年3月期 1Q実績 (a)	19年3月期 1Q実績 (b)	増減 (b-a)	為替差	価格差	数量差	電力 影響	受取 配当金	持分法 損益	その他	その他主要因 (営業利益)
セメント	売上高	475	486	10	Δ 4	15	Δ 2	—	—	—	1	
	営業利益	52	38	Δ 14	Δ 0	Δ 1	Δ 7	Δ 1	—	—	Δ 5	
	経常利益	53	39	Δ 13					0	Δ 2	Δ 2	
金属	売上高	1,585	2,368	782	Δ 31	260	345	—	—	—	208	買鉱条件等の悪化
	営業利益	37	58	20	Δ 3	13	24	Δ 2	—	—	Δ 12	
	経常利益	78	56	Δ 21					Δ 30	Δ 1	Δ 22	
加工	売上高	390	448	58	6	6	36	—	—	—	10	拡販費用(労務費)
	営業利益	42	59	16	3	0	19	Δ 0	—	—	Δ 6	
	経常利益	39	54	15					Δ 0	Δ 0	Δ 7	
電子材料	売上高	174	187	12	Δ 0	Δ 5	17	—	—	—	0	
	営業利益	14	12	Δ 2	Δ 0	Δ 8	3	Δ 0	—	—	3	
	経常利益	14	13	Δ 1					0	0	4	
アルミ	売上高	395	394	Δ 0	Δ 0	8	Δ 8	—	—	—	0	
	営業利益	23	9	Δ 13	Δ 0	0	Δ 6	Δ 1	—	—	Δ 6	
	経常利益	22	9	Δ 13					0	Δ 0	Δ 6	
その他	売上高	507	499	Δ 8	1	39	Δ 40	—	—	—	Δ 8	
	営業利益	16	12	Δ 3	0	0	Δ 2	Δ 0	—	—	Δ 1	
	経常利益	19	20	1					1	1	1	
消去等	売上高	Δ 197	Δ 184	12	0	0	12	—	—	—	0	
	営業利益	Δ 14	Δ 22	Δ 7	0	0	0	Δ 0	—	—	Δ 7	
	経常利益	Δ 11	Δ 14	Δ 2					2	Δ 0	Δ 4	
合計	売上高	3,333	4,200	867	Δ 28	323	360	—	—	—	211	
	営業利益	173	168	Δ 4	Δ 0	4	31	Δ 4	—	—	Δ 34	
	経常利益	216	180	Δ 35					Δ 26	Δ 2	Δ 37	

貸借対照表

[単位：億円]

	18年3月末 (a)	18年6月末 (b)	増減 (b-a)
資産			
現金・預金	933	829	Δ 104
受取手形・売掛金	2,604	2,608	4
棚卸資産	3,660	3,929	268
その他 ※	2,251	2,209	Δ 42
流動資産 計	9,450	9,576	125
有形・無形固定資産	7,101	7,157	56
投資その他資産 ※	3,558	3,328	Δ 229
固定資産 計	10,659	10,486	Δ 173
資産 計	20,110	20,063	Δ 47

※「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」等を当期首から適用しており、繰延税金資産は投資その他の資産の区分に表示し、繰延税金負債は固定負債の区分に表示しております。

	18年3月末 (a)	18年6月末 (b)	増減 (b-a)
負債			
支払手形・買掛金	1,583	1,558	Δ 25
借入金・社債・CP	5,214 ^{26%}	5,385 ^{27%}	171
その他負債 ※	5,627	5,429	Δ 198
負債 計	12,425	12,373	Δ 52
純資産			
資本金	1,194	1,194	-
資本剰余金・自己株式	903	903	Δ 0
利益剰余金	3,614	3,667	52
その他の包括利益累計額	1,112	1,031	Δ 81
非支配株主持分	860	893	33
純資産 計	7,684 ^{38%}	7,689 ^{38%}	4
負債純資産 計	20,110	20,063	Δ 47

自己資本比率	34 %	34 %
ネットDEレシオ	0.6 倍	0.7 倍

19年3月期 通期業績予想（諸元・前提条件・感応度）

■ 諸元・前提条件			※期初予想(a)		今回予想(b)		増減(b-a)	
			上期	通期	上期	通期	上期	通期
セメント（国内）総需要	（万 t）	—	4,250	—	4,250	—	—	
セメント販売数量（単体国内）	（万 t）	350	711	365	726	15	15	
〃（単体輸出）	（万 t）	119	240	101	222	Δ 18	Δ 18	
セメント（米国）販売数量	（万 t）	84	159	83	158	Δ 1	Δ 1	
生コン（米国）販売数量	（万cy）	450	835	430	815	Δ 20	Δ 20	
電気銅販売量（単体自社品）	（千 t）	166	318	165	317	Δ 1	Δ 1	
電気銅販売量（PTS）	（千 t）	125	272	145	272	20	—	
伸銅品販売量	（千 t）	70	143	72	145	2	2	
鉱山配当	（億円）	13	146	12	146	Δ 0	Δ 0	
アルミ板製品販売数量	（千 t）	57	113	54	110	Δ 3	Δ 3	
アルミ押出製品販売数量	（千 t）	9	19	9	19	0	0	

※2018年5月10日公表

■ 感応度		19年3月期 2Q~4Q
為替レート	営業利益 1円/\$円安	5 億円
	営業利益 1円/€円安	1 億円
銅価格(LME)	営業利益 10 ¢ /lb	4 億円
	営業外利益 10 ¢ /lb	15 億円

■ 前提条件	
2Q	下期
110	107 円/ドル
130	130 円/ユーロ
310	310 ¢ /lb

19年3月期 通期業績予想 (損益計算書)

[単位：億円]

	※期初予想(a)		今回予想(b)		増減(b-a)	
	上期	通期	上期	通期	上期	通期
売上高	8,000	16,600	8,200	16,600	200	—
営業利益	320	670	320	670	—	—
金融収支	16	149	23	156	7	7
持分法損益	20	41	10	31	△ 10	△ 10
その他営業外損益	△ 21	△ 70	△ 18	△ 67	3	3
経常利益	335	790	335	790	—	—
特別損益	△ 2	△ 92	△ 13	△ 103	△ 11	△ 11
法人税等	△ 107	△ 257	△ 95	△ 245	12	12
非支配株主に帰属 する当期純利益	△ 36	△ 91	△ 37	△ 92	△ 1	△ 1
親会社株主に帰属 する当期純利益	190	350	190	350	—	—
ドル為替レート	107	107	110	108	3	1 円/ドル
ユーロ為替レート	130	130	130	130	0	0 円/ユーロ
銅価格 (LME)	310	310	310	310	0	0 ¢/lb
一株配当 (円)	40	80	40	80	—	—

※2018年5月10日公表

19年3月期 通期業績予想 (セグメント内訳)

[単位：億円]

		※期初予想(a)		今回予想(b)		増減(b-a)	
		上期	通期	上期	通期	上期	通期
セメント	売上高	1,005	1,992	996	1,983	△ 9	△ 9
	営業利益	96	184	85	173	△ 11	△ 11
	経常利益	99	192	83	176	△ 16	△ 16
金属	売上高	4,306	9,035	4,506	9,035	200	—
	営業利益	116	237	114	235	△ 2	△ 2
	経常利益	114	346	105	337	△ 9	△ 9
加工	売上高	855	1,734	885	1,764	30	30
	営業利益	78	172	96	190	18	18
	経常利益	74	166	90	182	16	16
電子材料	売上高	383	804	376	797	△ 7	△ 7
	営業利益	15	45	19	49	4	4
	経常利益	23	61	32	70	9	9
アルミ	売上高	781	1,543	790	1,552	9	9
	営業利益	26	38	19	31	△ 7	△ 7
	経常利益	22	31	16	25	△ 6	△ 6
その他	売上高	1,146	2,477	1,130	2,461	△ 16	△ 16
	営業利益	36	101	35	100	△ 1	△ 1
	経常利益	43	115	45	117	2	2
消去等	売上高	△ 476	△ 985	△ 484	△ 993	△ 8	△ 8
	営業利益	△ 47	△ 107	△ 49	△ 109	△ 2	△ 2
	経常利益	△ 40	△ 121	△ 36	△ 117	4	4
合計	売上高	8,000	16,600	8,200	16,600	200	—
	営業利益	320	670	320	670	—	—
	経常利益	335	790	335	790	—	—

※2018年5月10日公表

【ご参考】 四半期別 実績推移

■ 損益推移状況 (単位: 億円)		2018年3月期 実績							2019年3月期 実績						
		1Q	2Q	上期	3Q	4Q	下期	通期	1Q	2Q	上期	3Q	4Q	下期	通期
セメント	売上高	475	480	956	503	463	966	1,923	486	—	—	—	—	—	—
	営業利益	52	53	106	62	24	87	194	38	—	—	—	—	—	—
	経常利益	53	57	110	72	27	100	210	39	—	—	—	—	—	—
金属	売上高	1,585	2,159	3,745	2,334	2,548	4,882	8,627	2,368	—	—	—	—	—	—
	営業利益	37	70	108	62	69	132	240	58	—	—	—	—	—	—
	経常利益	78	63	142	163	57	220	362	56	—	—	—	—	—	—
加工	売上高	390	392	783	413	414	828	1,611	448	—	—	—	—	—	—
	営業利益	42	44	86	52	46	98	185	59	—	—	—	—	—	—
	経常利益	39	41	81	48	37	86	168	54	—	—	—	—	—	—
電子材料	売上高	174	165	340	185	209	394	734	187	—	—	—	—	—	—
	営業利益	14	3	18	7	7	15	34	12	—	—	—	—	—	—
	経常利益	14	8	23	8	14	22	45	13	—	—	—	—	—	—
アルミ	売上高	395	380	775	373	336	710	1,485	394	—	—	—	—	—	—
	営業利益	23	16	39	4	Δ 6	Δ 1	37	9	—	—	—	—	—	—
	経常利益	22	15	37	3	Δ 10	Δ 7	30	9	—	—	—	—	—	—
その他	売上高	507	556	1,064	638	792	1,430	2,495	499	—	—	—	—	—	—
	営業利益	16	22	39	23	69	92	131	12	—	—	—	—	—	—
	経常利益	19	24	44	17	21	39	83	20	—	—	—	—	—	—
消去等	売上高	Δ 197	Δ 213	Δ 410	Δ 232	Δ 239	Δ 472	Δ 883	Δ 184	—	—	—	—	—	—
	営業利益	Δ 14	Δ 19	Δ 34	Δ 28	Δ 33	Δ 61	Δ 96	Δ 22	—	—	—	—	—	—
	経常利益	Δ 11	Δ 31	Δ 43	Δ 24	Δ 36	Δ 60	Δ 104	Δ 14	—	—	—	—	—	—
合計	売上高	3,333	3,921	7,254	4,215	4,524	8,740	15,995	4,200	—	—	—	—	—	—
	営業利益	173	191	364	185	178	363	728	168	—	—	—	—	—	—
	経常利益	216	178	395	290	110	400	796	180	—	—	—	—	—	—

■ 諸元・前提条件

セメント (国内) 総需要 (万 t)	1,023	1,061	2,084	1,126	978	2,104	4,188	1,046	—	—	—	—	—	—	—
セメント販売数量 (単体内)	163	176	339	196	170	366	705	182	—	—	—	—	—	—	—
〃 (単体輸出)	52	64	116	64	57	121	237	41	—	—	—	—	—	—	—
セメント (米国) 総需要 (万 t)	—	—	—	—	—	—	9,418	—	—	—	—	—	—	—	—
セメント (米国) 販売数量 (万 t)	45	35	80	35	38	73	153	41	—	—	—	—	—	—	—
生コン (米国) 販売数量 (万cy)	229	207	436	193	182	375	811	210	—	—	—	—	—	—	—
電気銅販売量 (単体自社品) (千 t)	70	82	152	80	88	168	320	84	—	—	—	—	—	—	—
電気銅販売量 (PTS) (千 t)	57	78	135	68	60	128	263	69	—	—	—	—	—	—	—
伸銅品販売量 (千 t)	35	36	71	37	35	72	143	36	—	—	—	—	—	—	—
鉱山配当 (億円)	43	Δ 0	43	100	Δ 1	99	143	12	—	—	—	—	—	—	—
アルミ板製品販売数量 (千 t)	30	26	56	26	25	51	107	28	—	—	—	—	—	—	—
アルミ押出製品販売数量 (千 t)	5	4	9	5	4	9	18	4	—	—	—	—	—	—	—
ドル為替レート (円/ドル)	111	111	111	113	108	111	111	109	—	—	—	—	—	—	—
ユーロ為替レート (円/1-0)	122	130	126	133	133	133	130	130	—	—	—	—	—	—	—
銅価格 (LME) (¢/lb)	257	288	272	309	316	312	292	312	—	—	—	—	—	—	—

事業部門組織の一部変更について

全社方針

長期経営方針における全社方針

事業ポートフォリオの最適化

◆経営スタイル、戦略、顧客等が異なるプロダクト型事業とプロセス型事業とを分離し、それぞれの事業形態において最適な経営体制を構築する

事業競争力の徹底追求

◆技術統括本部による事業部門への「ものづくり」の改善や革新を推進する

新製品・新事業の創出

◆プロダクト型事業における新製品・新事業の創出を促進するため、対象製品・事業を長期的視点で育成・強化する部門横断組織の新設を検討することとし、並行して事業部門の組織体制を見直す

当社事業の分類

	事業	重視する指標	
成長促進事業	加工金属（銅加工）	EBITDA成長率	プロダクト型 外部環境の変化に伴い顧客ニーズが大きく変化する事業
収益改善事業	電子材料アルミ	ROS	
安定成長事業	セメント 金属（製錬） リサイクル 再生可能エネルギー	ROA	プロセス型 外部環境の変化が少なく、長期的な視点で管理・運営でき、主にコモディティ製品を扱う事業

高機能製品カンパニー新設

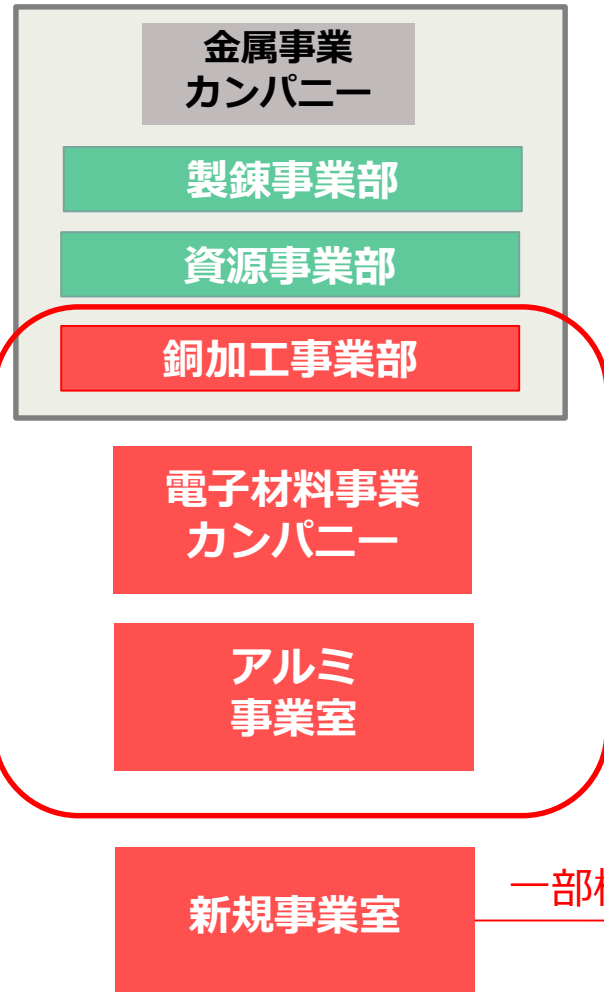
組織変更

- ◆ プロダクト型事業のうち3つを統合し新カンパニーを設立する

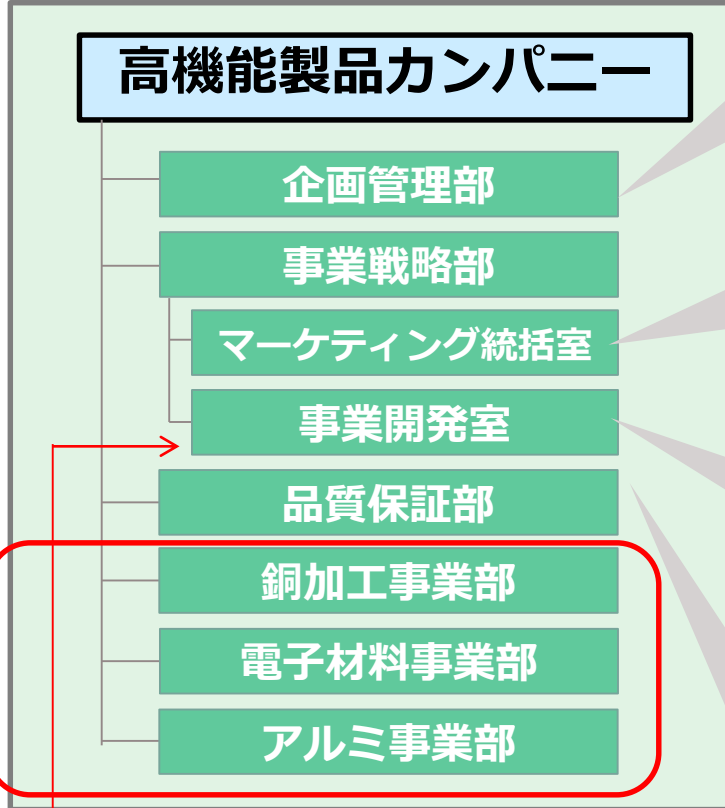
目的

- ◆ プロダクト型事業における新製品・新事業の創出を促進するため、対象製品・事業を長期的視点で育成・強化する部門横断組織を設置する
- ◆ 顧客ニーズに適切に対応し、顧客により貢献できる体制を構築する

現行事業組織



新カンパニー設立



ガバナンス体制

- ・ カンパニー内のガバナンス案件を取りまとめる窓口となり、ガバナンス実施計画の進捗管理を行う

マーケティング体制

- ・ 3事業部に共通する分野や顧客に対するマーケティングを行う

新製品・新事業

- ・ カンパニー内の新製品・新事業の立案及びビジネスモデルの企画・推進を行う

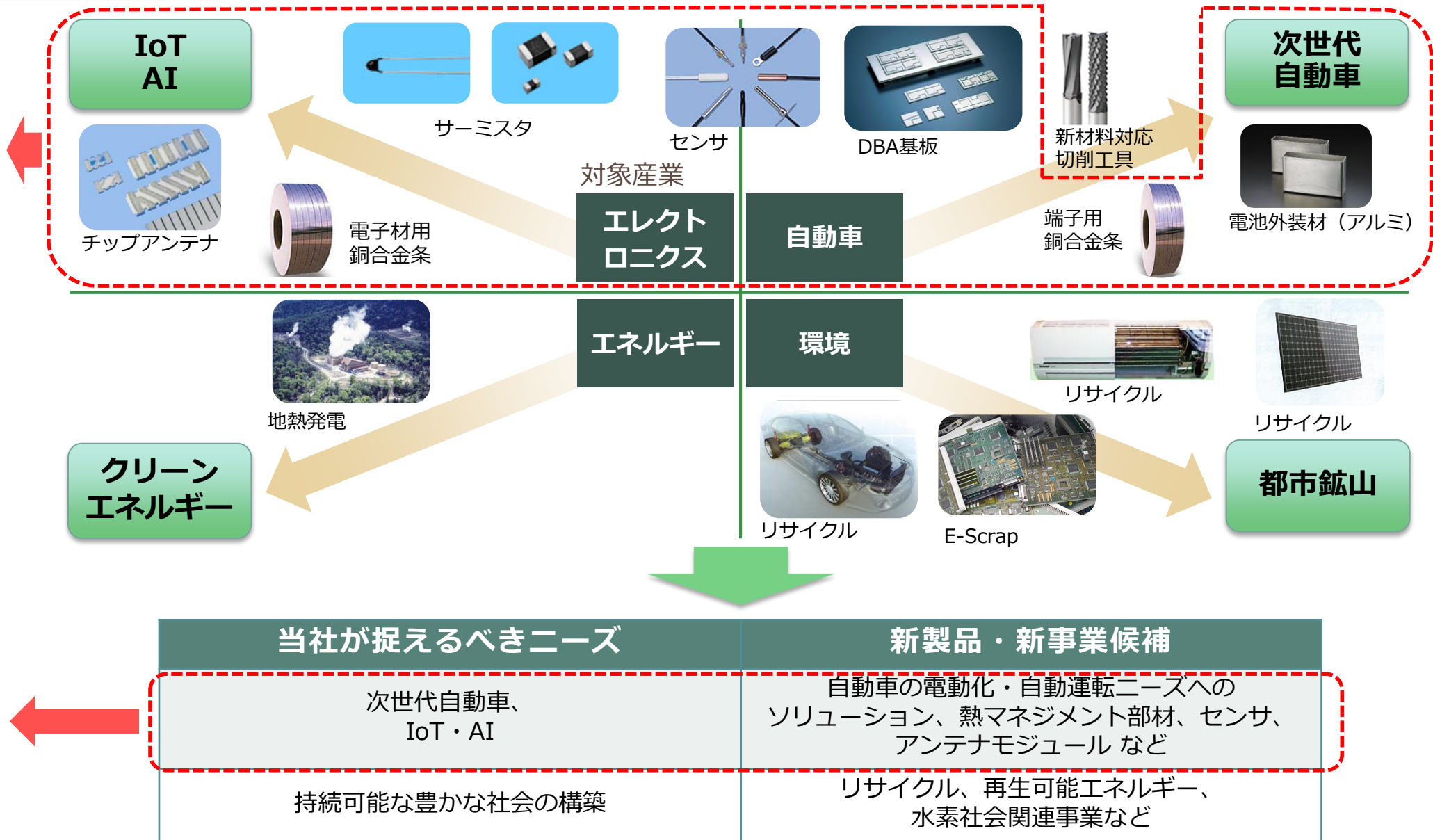
品質保証・品質ガバナンス体制

- ・ カンパニー内の品質保証並びに品質ガバナンスの強化を行う

高機能製品カンパニー新設

新製品・新事業

高機能製品カンパニーの新製品・新事業分野



高機能製品カンパニー新設

高機能製品カンパニー 重点方針

顧客視点の重視

- ◆顧客の新製品開発に材料・加工の面から貢献できる領域に注力し、顧客の開発パートナーとなることを目指す。

マーケティングの強化

- ◆カンパニー直下に事業戦略部マーケティング統括室を設置する。
- ◆各事業部のマーケティング部門は、それぞれのマーケティング活動を通じて収集した情報のうち、他事業と共通のマーケティング情報（市場・技術・顧客・競合の動向、事業間共通の製品情報など）について事業戦略部マーケティング統括室に集約する。
- ◆事業戦略部マーケティング統括室は、各事業部から集約した情報を元に、共通顧客に対する戦略方針や新製品・新事業の創出可能性について検討する。検討の結果、事業化に向けて具体化を図ることとなった事案については、事業開発室に引き継ぐ。

新製品・新事業の創出

- ◆カンパニー直下に事業戦略部事業開発室を設置する。
- ◆コアコンピタンスを組み合わせ、3事業をまたがる新製品・新事業を創出する。
- ◆新製品・新規事業の案件数を増やし、事業の新陳代謝を促進する。

お問合せ先

三菱マテリアル株式会社

経営戦略本部 経理・財務部 IR室

〒100-8117 東京都千代田区大手町1-3-2

TEL : 03-5252-5290

URL:<http://www.mmc.co.jp/corporate/ja/index.html>

本資料における見通しは、本資料発表日時点で入手可能な情報により当社が判断したものです。実際の業績は様々なリスク要因や不確実な要素により、本資料業績予想と大きく異なる可能性があります。