

A stylized world map composed of small white dots on a blue gradient background, with the map centered behind the main title.

さらなる飛躍へ

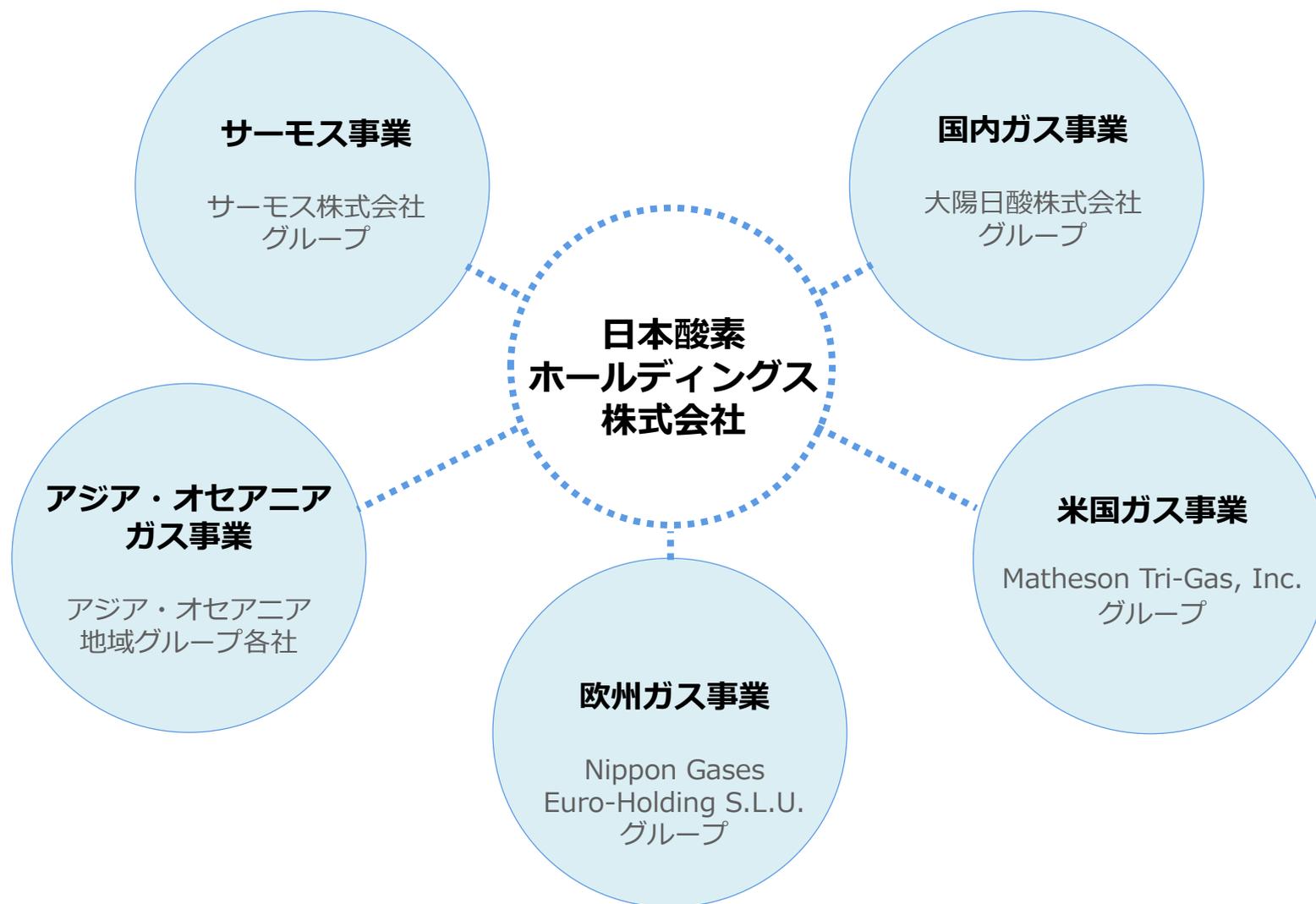
2021年3月期
第2四半期決算説明会

2020年11月12日



日本酸素ホールディングス

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

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

2021年3月期 第2四半期業績

概要



Ortus Stage 2

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%

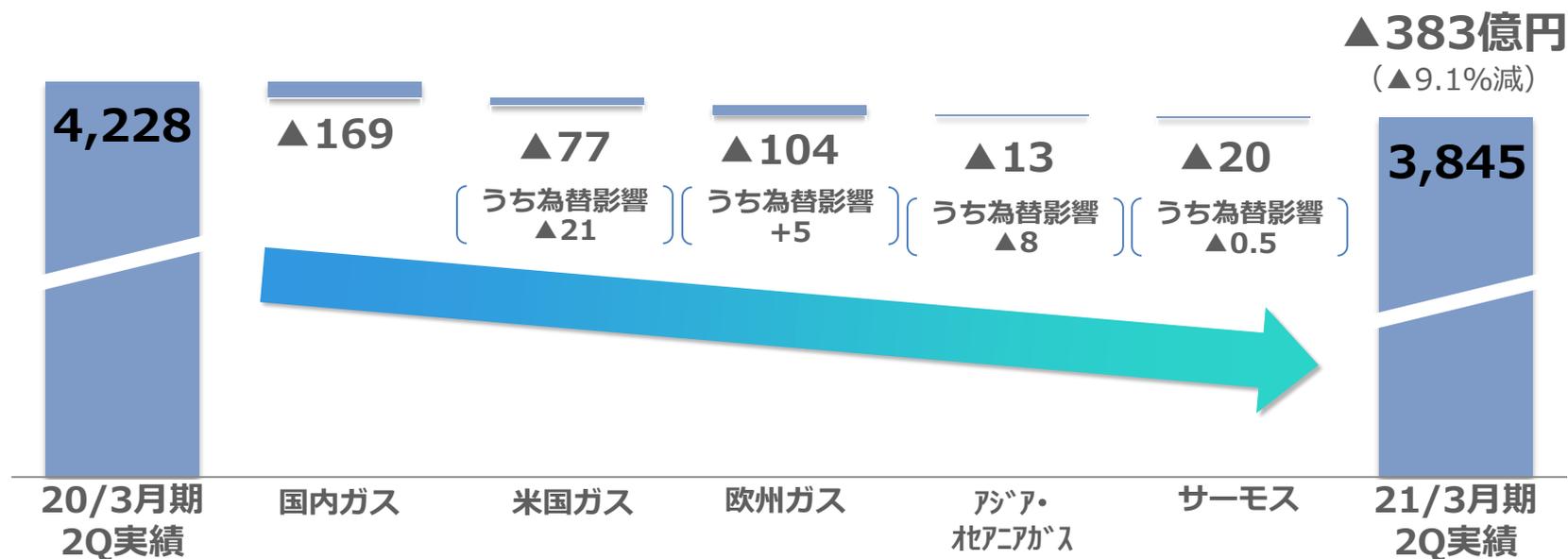
● 適用為替レート（期中平均レート）

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。

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。

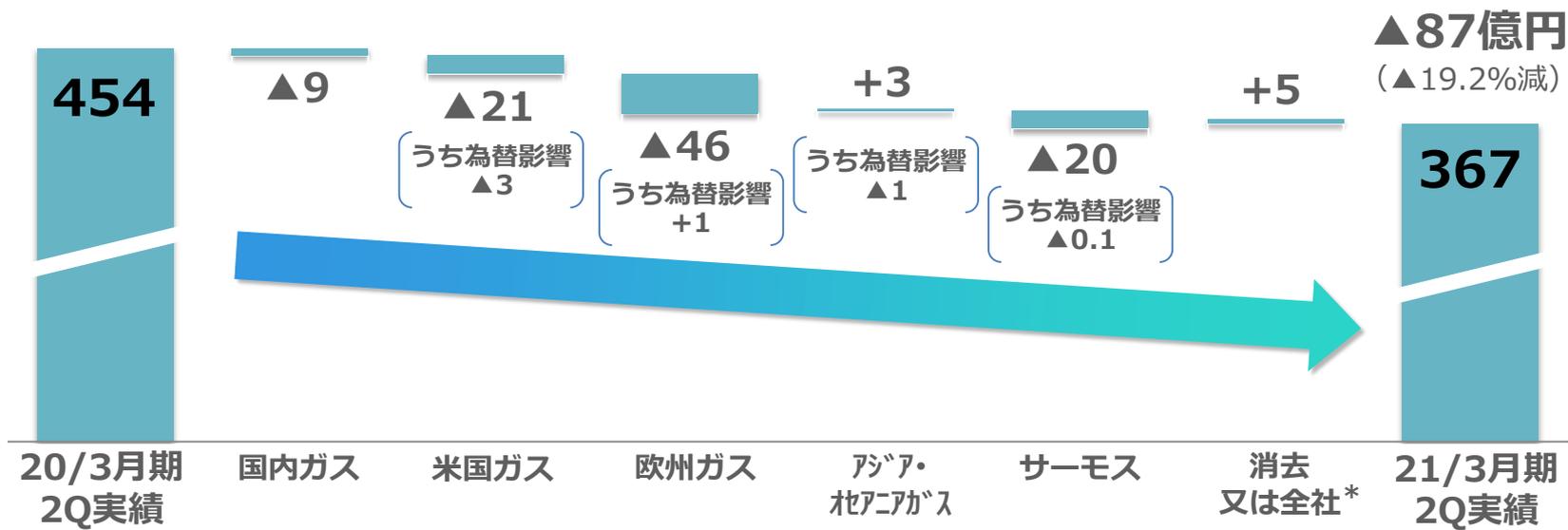


(単位：億円)

	国内ガス	米国ガス	欧州ガス	アジア・北アフリカガス	サーモス	21/3月期 2Q実績
20/3月期 2Q実績	1,571	912	748	502	110	
20/3月期 2Q実績	1,740	989	852	515	130	

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。



(単位：億円)

	114	96	86	56	21	-8	21/3月期 2Q実績
20/3月期 2Q実績	123	117	132	53	41	-13	

* 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。

2021年3月期 第2四半期業績

セグメント別業績

Ortus Stage 2



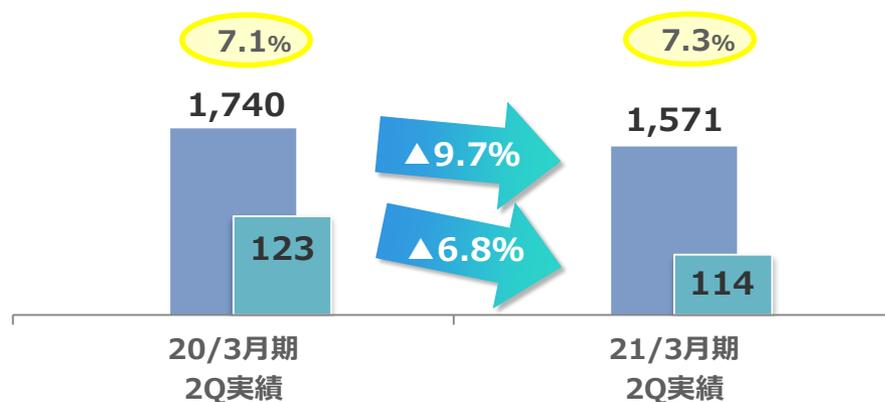
セグメント別業績：国内ガス事業

業績ハイライト

(単位：億円)

■ 売上収益
■ セグメント利益
○ セグメント利益率

	20/3月期 2Q実績	21/3月期 2Q実績	前年 同期比
売上収益	1,740	1,571	▲169
セグメント利益 (コア営業利益)	123	114	▲9



売上収益増減要因

- バルク・オンサイト（セパレートガス）：
製造業全般で需要が大きく減少
- 機器・工事 他（エレクトロニクス関連）：
半導体メーカー向け機器・設備工事の計上

セグメント利益増減要因

- バルクでは、主にセパレートガスの減収による減益
- 燃料価格下落によるコスト低減
- エレクトロニクス機器・工事での増収による増益

セグメント別業績：米国ガス事業

業績ハイライト

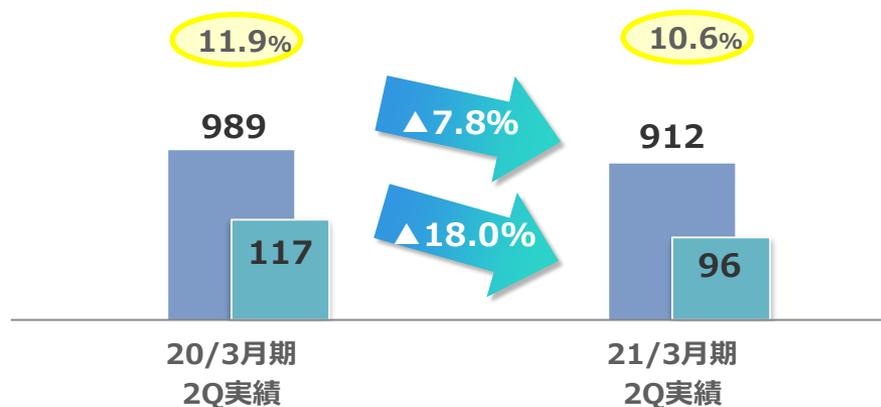
(単位：億円)

	20/3月期 2Q実績	21/3月期 2Q実績	前年 同期比
売上収益	989	912	▲77
セグメント利益 (コア営業利益)	117	96	▲21

※為替換算による影響：売上収益 ▲21.3億円 セグメント利益 ▲2.5億円

■ 売上収益
■ セグメント利益

○ セグメント利益率



売上収益増減要因

- パッケージ・バルク：製造業全般で需要が大きく減少
- ヘリウム：価格改定効果による増収
- オンサイト：供給先の稼働低調による減収
- エレクトロニクス：特殊ガスは前期並み
- 溶接・溶断関連：自動車・建設向け需要軟調による減収

セグメント利益増減要因

- バルクでは、主にセパレートガスの減収による減益
- パッケージガス、溶接・溶断関連での減収による減益
- バルクにおける価格改定効果による増益
- 事業外取引から生じた一過性収益の計上及び前期分割落
- 合理化対応

セグメント別業績：欧州ガス事業

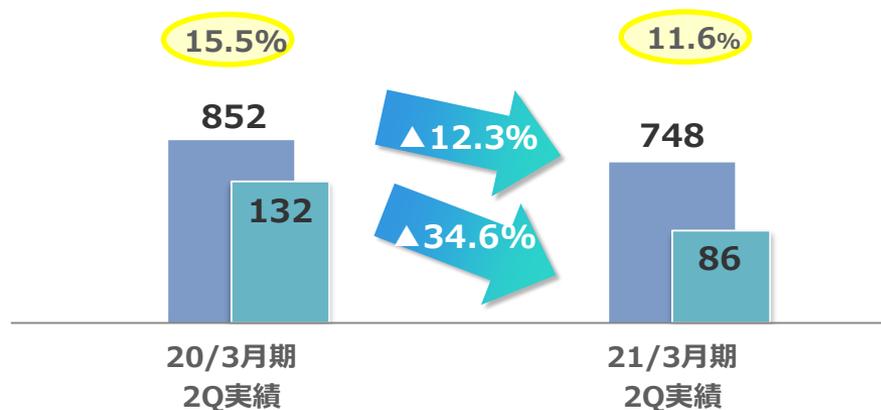
業績ハイライト

(単位：億円)

	20/3月期 2Q実績	21/3月期 2Q実績	前年 同期比
売上収益	852	748	▲104
セグメント利益 (コア営業利益)	132	86	▲46

※為替換算による影響：売上収益 +5.2億円 セグメント利益 +0.8億円

■ 売上収益
■ セグメント利益
○ セグメント利益率



売上収益増減要因

- バルク・オンサイト：製造業全般で需要が大きく減少
- パッケージ：主にイタリアでの冷媒事業（次世代冷媒）の販売軟調に加え、セパレートガスを中心に減収（新型コロナウイルス感染症拡大による業績影響は大）

セグメント利益増減要因

- バルク・パッケージほか全般で大幅な減収による減益
- 冷媒事業（次世代冷媒）の販売軟調による減益
- バルクにおける価格改定効果による増益

セグメント別業績：アジア・オセアニアガス事業

業績ハイライト

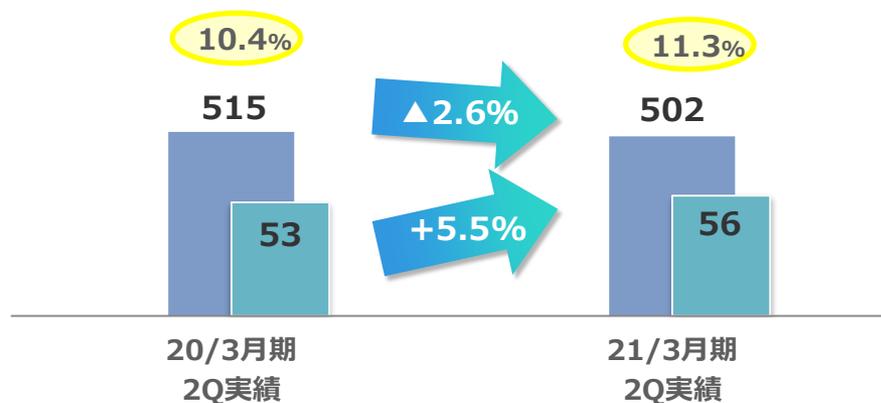
(単位：億円)

	20/3月期 2Q実績	21/3月期 2Q実績	前年 同期比
売上収益	515	502	▲13
セグメント利益 (コア営業利益)	53	56	+3

※為替換算による影響：売上収益 ▲7.6億円 セグメント利益 ▲0.6億円

■ 売上収益
■ セグメント利益

○ セグメント利益率



売上収益増減要因

- バルク：フィリピンでは都市封鎖の影響で、需要が大幅に減少し、出荷数量減。その他の地域も同様に減収。
- 特殊ガス：中国・台湾での電子材料ガスの出荷は好調

セグメント利益増減要因

- 東アジアでの電子材料ガスの増収による増益
- 豪州でのLPガス事業の採算性改善
- 東南アジア全般での減収による減益

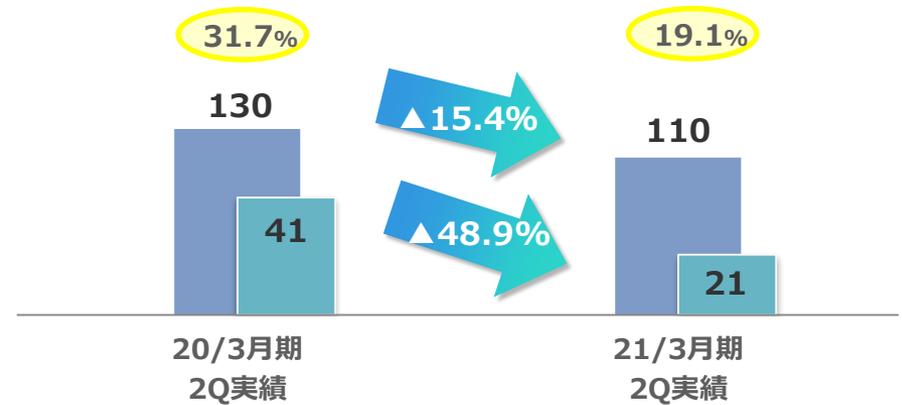
セグメント別業績：サーモス事業

業績ハイライト

(単位：億円)

■ 売上収益
■ セグメント利益
○ セグメント利益率

	20/3月期 2Q実績	21/3月期 2Q実績	前年 同期比
売上収益	130	110	▲20
セグメント利益 (コア営業利益)	41	21	▲20



※為替換算による影響：売上収益 ▲0.5億円 セグメント利益 ▲0.1億円

売上収益増減要因

- 国内：1Q期間の外出・店頭営業活動の自粛による販売機会の逸失で、出荷数量減。その一方、在宅の巣籠もり需要によりフライパン・タンブラーは堅調
- 海外：各地域で出荷数量が減少したことで減収

セグメント利益増減要因

- 国内：行楽シーズンの販売機会を活かせず、主力のケータイマグ等では大幅な減収による減益
- 海外：生産工場の稼働低下に加え、持分法適用会社の販売は低調

2021年3月期 通期業績予想

概要



Ortus Stage 2

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。

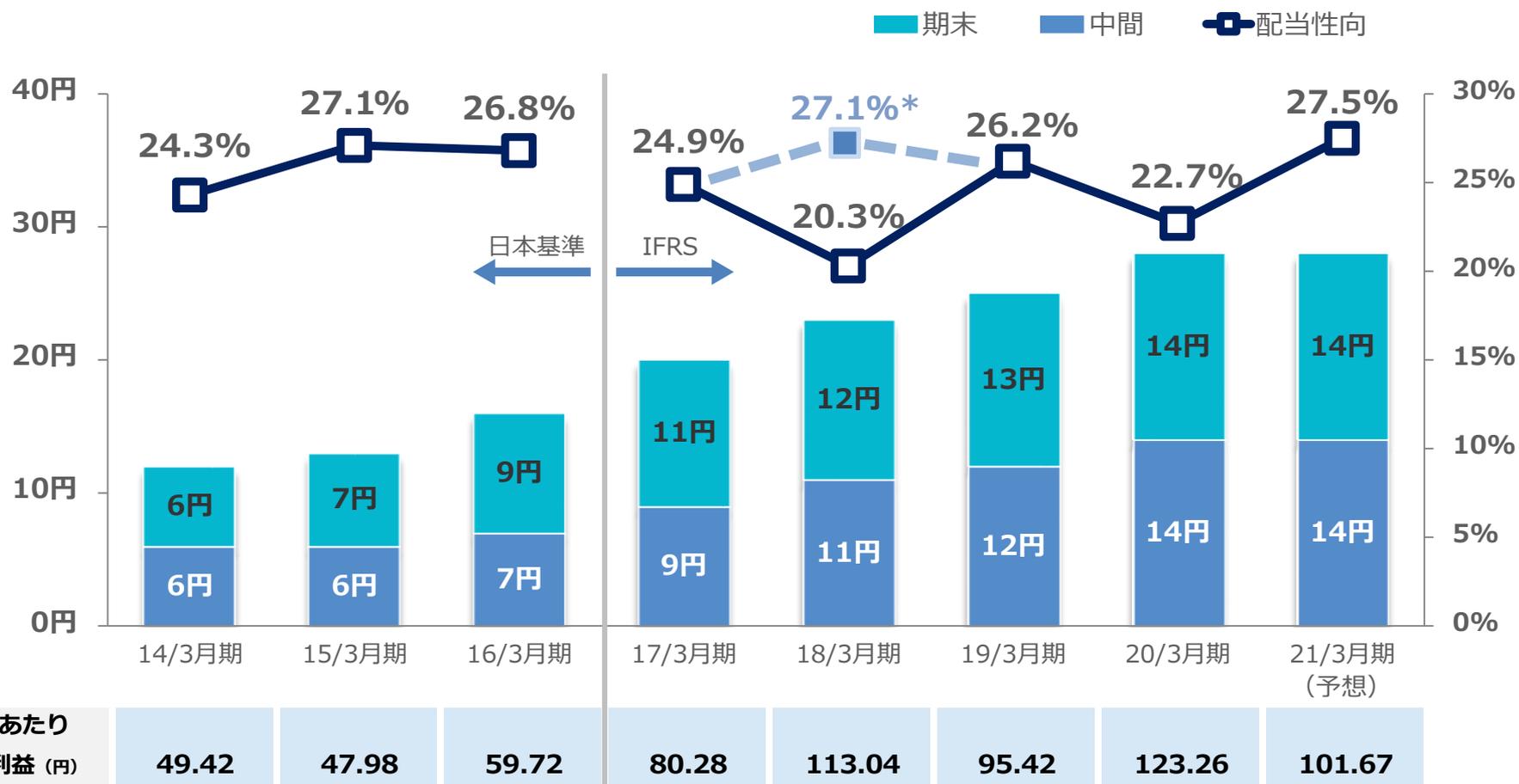
株主還元

Ortus Stage 2



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。

事業ハイライト

国内ガス事業：

日本事業会社「大陽日酸」の成長戦略

Ortus Stage 2

成長への道筋 (①基盤事業の強化)

太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 グループの最適化・効率化 (Total TNSCの推進)

- **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

2 デジタルトランスフォーメーション (DX)

- **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

3 競合との差異化

- **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)

4 グローバル成長力の 国内事業への取り込み

- **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。

成長戦略の推進

1 進取 連続的なイノベーションの実現

- 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

2 共創 オープンイノベーションの推進

- 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



メタン・アンモニア30%混焼
工業炉におけるCO2排出量削減に貢献する
アンモニア燃焼利用技術

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)



金属3Dプリンター協業先 2社

安定同位体
バイオ関連

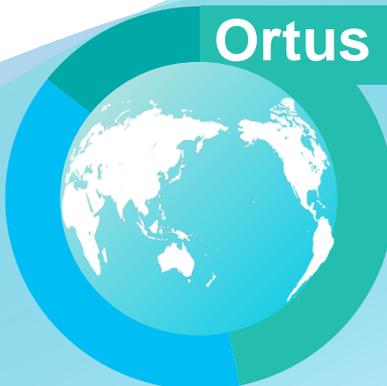


安定同位体 Water-18O

事業ハイライト

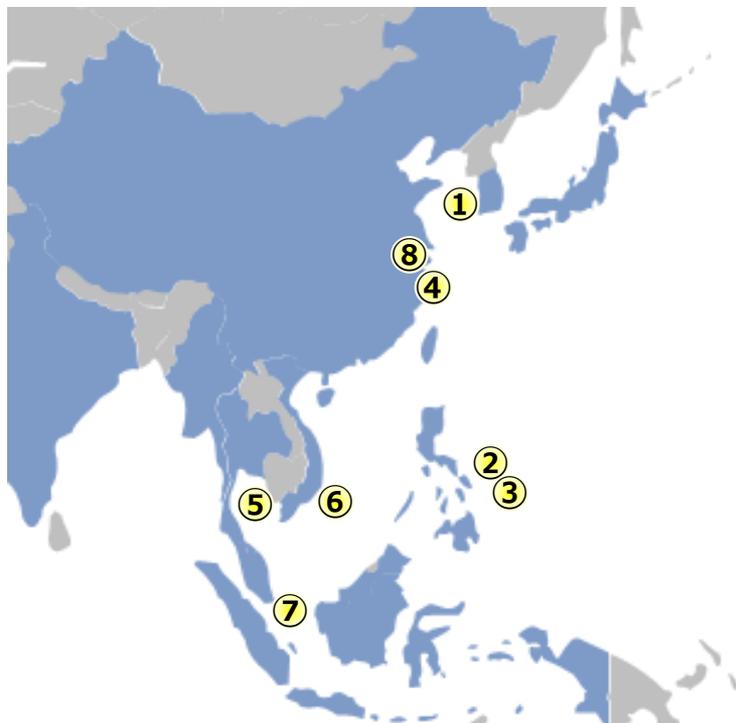
アジア・オセアニアガス事業：
アジア地域投資案件の進捗報告

Ortus Stage 2



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 俯瞰図

■	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（ロンソン島）：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

事業ハイライト

サーモス事業：
需要動向と事業戦略



Ortus Stage 2

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

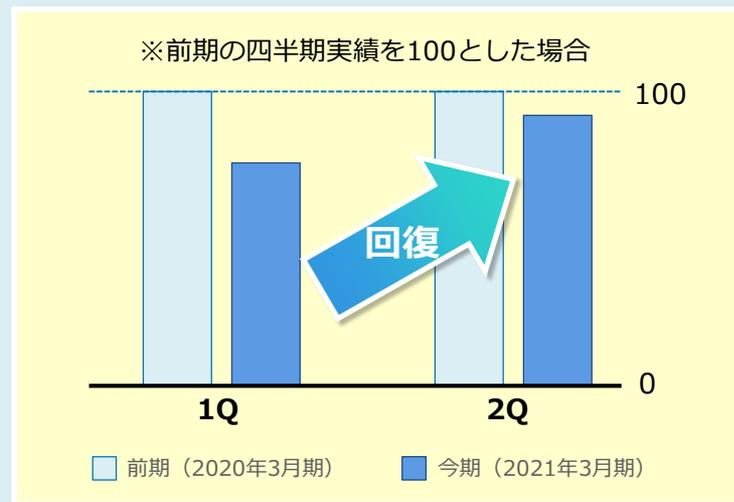
▶ 卓上/調理用品 (タンブラー・フライパン等) の売上大幅アップへ



● 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

2021年3月期（～2021年3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**：スープ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



2022年3月期以降（2021年4月～）

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



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）

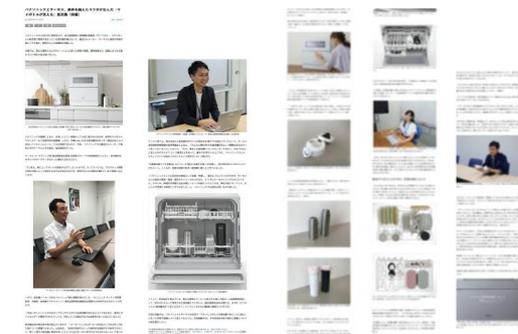
事業トピックス

THERMOS



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

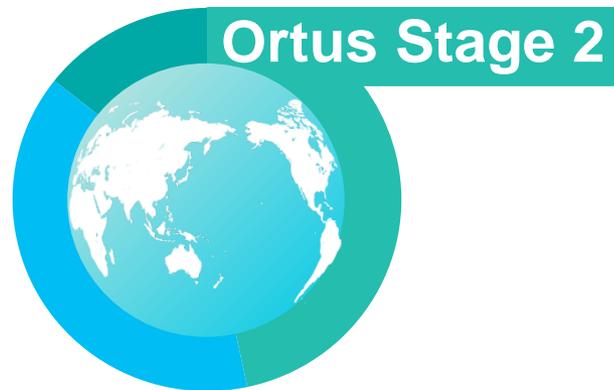
- マイボトルの使用促進を狙い、マイボトル持ち込み型のテイクアウト専門コーヒーショップ「THERMOS COFFEE TO GO」を西新橋・大手町にオープン
- マイボトルで味わいが続くコーヒーを提供するとともに、プラスチックカップなどの削減を身近な行動で実践いただきます。



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

ご清聴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すが、これらに限りません）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ご注意いただき、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。