



2024年6月7日

各 位

会 社 名 三櫻工業株式会社
代 表 者 取 締 役 社 長 竹田 玄哉
(コード番号：6584 東証プライム)
問 合 せ 先 執 行 役 員 松本 安生
ガバナンス統括本部長
(TEL. 03-6879-2622)

ステークホルダーの皆さまから頂戴した質問とそれに対する回答

2024年5月30日(木)に実施いたしました、機関投資家・アナリスト向け2024年3月期決算説明会で頂戴した質問とそれに対する回答を以下の通り開示いたします。

本開示は皆さまへの情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的として、説明会やIR面談等の場で頂戴した質問とその回答を開示するものです。また、理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

Q1. 2024年3月期の業績改善のために実施された具体的な取り組みがあれば教えてください。

A1. 業績改善のための施策は主に三つあります。価格転嫁の交渉、取引プロセスの全般的な見直し、不可逆的な構造改革です。

価格転嫁の交渉に関しては、材料価格高騰、インフレ影響などのダメージは我々の製造現場における改善という自助努力だけではカバーできる範疇を超えており、取引先様への確実な価格転嫁という形で補償を求める事が決算の正常化にとっては、最優先課題でありました。

取引プロセスの全般的な見直しに関しては、オーダーや数量変動に耐えられる、生産、発注方法などの内部的な努力と、取引先様との契約や販売方法の変更など様々な対処が必要であり、今一度商流、発注などのプロセスの仕組みを見直し、全社を挙げた効率化の追求、スリムな体制確保、ムダ取りの推進を実施いたしました。

不可逆的な構造改革に関しては、製造拠点の統廃合、サプライチェーンの見直し、輸送網の見直し、製造プロセス、社内プロセスの見直しなどを継続して実施いたしました。

Q2. 為替リスクの感応度について教えてください。1円円安に振れると営業利益はどの程度上下しますか。

A2. コロナ前までのある程度全地域が稼げている時代は、米ドルに対して円が1円円安または円高に動く度に、営業利益は凡そ2億円強上下しておりましたが、近年は現地法人別でも勝ち負けがでてきており、2023年3月期までは北米の損失が大きく換算の影響もあり損失も膨らんでしまったことから、円安に伴うメリットがない状態でありました

2024年3月期は北米の回復や価格転嫁が進んだことから赤字法人が減少しつつあり、同じく米ドルに対する1円円安または円高に伴う営業利益の上下は凡そ1億円強となっております。

Q3. 2025年3月期の設備投資計画について教えてください。将来の設備投資や拡張にどの程度の予算が割り当てられていますか。

A3. 2025年3月期は現時点では、減価償却約65億円から約30億円増える範囲で100億円程度の設備投資を考えております。ここ数年停滞していた設備投資は徐々に増やしておりますが、既存事業は構造改革、効率化投資などを積極的に実施し更に稼ぐ力を創出します。また、その稼いだ原資を使いながら将来の事業の柱を創出すべく新事業にも積極的に資金を振り向けてまいります。

Q4. 新・中期経営方針によると、成長投資に重点を置くとのことですが、2030年度までにどの程度の投資を行っていきますか、またその何割が自動車部品事業に充てられますか。また、メキシコ拠点の生産性向上のための投資については、どのような計画を置いていますか。

A4. キャッシュアロケーション方針の中で、既存事業の効率化または能力増強のための投資に主軸を置き、その上で新事業等への将来投資については案件の進捗次第で進めていくという方針を持っていますが、具体的な数値に関しては開示をしておりません。

現時点では弊社の自動車部品事業は売上の90%強を占めているため、サンオー・ラストマン・スタンディング戦略に則り、2030年までは、自動車部品事業への投資の比重が高くなります。

メキシコにおいては、サンオー・ラストマン・スタンディング戦略が功を奏して、自動車メーカーからの引き合いが増えております。米国の大統領選挙を控え、自動車メーカーがメキシコへ生産拠点をシフトする流れを受け、一年前に想定していたものよりも、3倍以上の仕事量と投資が増える試算です。

新事業に関しては、主に生産ソリューション事業とデータセンター向けのサーマルソリューション事業が主軸になります。後者については、自社開発製品に加えて、他社との協業やM&A等のインオーガニックな取り組みも積極的に駆使しながら、事業領域を拡大してまいります。

Q5. データセンター向け水冷冷却装置について、競合企業を含む競争環境について教えてください。

A5. データセンターについては近年建設ラッシュが始まっておりますが、データセンター事業者や不動産事業者がそれぞれ発注元になり、技術要件や製品仕様が定まっていない印象を受けております。

従来の空冷方式や水冷方式、さらには液浸と呼ばれる方式の技術がある中で、弊社が開発中のリアドア式的水冷方式は日本国内にはまだ競合がおらず、新規性のある方式になっております。

そのような状況下、まだ技術が確立されていない市場で、弊社の方式を新しい標準として提案活動を推進し、受注獲得にまい進していきたいと考えております。

Q6. 御社がターゲットにしているのは国内の通信事業者ですか、もしくはいわゆる米国のハイパースケラーと呼ばれるメガカンパニーですか。商談については今後、乃至は足元で増えていますか。

A6. 足元は国内の通信事業者から非常に多くの引き合いをいただいておりますが、ハイパースケラーももちろんターゲットに含めております。海外へのマーケティング活動は少し遅れていますが、中国やアジア、欧州でもデータセンターの建設が進んでいるため、それらの市場にも参入していきたいと考えております。

Q7. 新・中期経営方針の最終年度で新事業の売上目標を掲げておりますが、今期または来期のデータセンター関連事業における売上の目線感はどの程度なのかなど、商談状況を教えてください。一部の国内プレイヤーは今期から垂直立ち上げを目指しており、既に一定以上の売上ボリュームがあるのではと推測しています。

A7. 弊社はまだ垂直立ち上げまでは予定しておりませんが、複数件の開発・試作段階の商談があります。これから量産体制に入っていくべく、営業活動を行っております。

以上