

Nikon IR Day 2023 主な質疑応答

IR Day での主な質疑応答を掲載しています。

開催日：2023年9月28日（木）

<ご留意事項>

「主な質疑応答」は、IR Day での質疑をそのまま書き起こしたのではなく、ご参加いただけなかった方々向けに、当社の判断で簡潔にまとめたものです。

また、本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

アドバンストマニファクチャリング（ADM）事業

Q: SLM 社の競争環境と競合優位性について解説してほしい。

A: アディティブマニファクチャリング（以下 AM）業界プレイヤーでは、売上 1 位はドイツの EOS 社で、金属だけでなく樹脂の 3D プリンターも手掛けおり、SLM 社と比べると製品ポートフォリオが広い会社です。2 位は GE 子会社である GE Additive 社です。SLM 社は 3 位となります。

SLM 社の強みは、大型部品向けプラットフォーム（ラージフォーマット）の金属 3D プリンターを製造していることです。特に航空宇宙・防衛関連では、造形には長い時間を要する大型の部品を扱うことがあります。SLM 社は、半導体露光装置で例えるならツインステージでスループットを高めるように、装置に複数のレーザーを使うマルチレーザー方式によって造形スピードを速めてきました。同社は金属 3D プリンターにマルチレーザーを採用した業界初の会社です。競合の装置に搭載されるレーザーの数は 4 基や 6 基にとどまっていますが、SLM 社のラージフォーマットの最新装置（NXG XII 600）は 12 基のレーザーを搭載することで圧倒的な高生産性を実現し、差別化を実現しています。

Q: ニコンが半導体露光装置で培った技術により、SLM 社を支援していることは何か？

A: ハードウェアとなるコアモジュールの提供だけではなくソフトウェア開発も支援しています。歩留まりや品質の向上のため、たくさんのレーザーをキャリブレーションする（測定や計測を行い装置の誤差修正する）アルゴリズムやパウダーベッド（粉末床）の表面計測の開発などの協業が始まっています。

また、SLM 社が今後さらに製品ラインアップを増やしていくにあたり、製品の競争力と生産の効率性を高めていくために、半導体露光装置で取り組んできたモジュール化の設計を、同社製品においても横展開していくことも検討しています。

Q: SLM 社の金属 3D プリンターについて、レーザーの数以外に大きな造形サイズに対応できる構造的な強みは何か？

A: 大きいものを造形するにはベッド（床）のサイズは大きくなります。また、レーザーにより金属を溶かす際に出る煙が、レーザーを遮り、レーザーの実質的なパワーを落としてしまうという現象が発生します。さらには、スパッタという金属の小さいデブリのようなものが発生し、品質に悪影響を及ぼします。そういうものを流体力学的に計算し、取り去る必要があります。スパッタが大きくなればなるほど単純に風を送るだけでは取り切れないため、シミュレーションに基づいて製品設計したり、風の流れをコントロールしたりする仕組みが必要となります。今後、さらなる大型化のためには、レーザーを照射しているときの溶融状況を把握・計測し、リアルタイムにレーザー出力にフィードバックするなどプロセス制御が重要となってくるものと考えています。

Q: 現在、売上に占める金属パウダーなどの消耗品ビジネスの割合はどのくらいか。今後、消耗品ビジネスはどう展開していく計画か？

A: 金属パウダーの売上も含んだサービス収入は、売上の 20%程度を占めています。大量の特殊な金属パウダーは、顧客が容易に購入し利用できるものではありません。ハードウェアメーカーとして、パウダーメーカーと戦略的に協業し、高品質の特殊な金属を扱っていくことが、今後利益を高めていく上で重要になってくると考えています。

Q: 金属 AM 市場は、今後、試作用途で金属 3D プリンターの導入が進んでいくと思うが、中長期では（27 年に向けては）量産製品に対する金属 3D プリンターの需要も獲得していく見通しか？

A: 日本では金属 3D プリンターはまだ試作でしか使われていないという認識が主流だと思いますが、海外では、医療や防衛産業および Hyper Car と呼ばれる 1 台数億円もするような高級自動車市場では、部品の軽量化や一体成形のため、既に量産で使われています。また、日本でもガスタービンエンジンなどの部品の一部などで、量産利用が始まっています。今後は、試作用途に加えて、量産に使われていくケースも一定の割合で着実に成長していくという認識です。

Q: 今後、売上が伸長するためのドライバーは何か？

A: 最も売上が牽引していくのは、単価が高い大型フォーマット向けの NXG XII 600 の販売台数の増加です。装置単価は一台数億円と高く、売上への寄与は大きくなります。

ヘルスケア事業

Q: ライフサイエンスの収益ドライバーは、生物顕微鏡本体の販売だけではなく、画像処理や解析、細胞生産の自動化支援などにあると理解したが、競合他社に対して差別化された技術・ソリューションなのか？

A: 日本・米国・欧州に創薬支援拠点を構え、製薬企業やバイオベンチャーにアプローチをしているのは当社のみではないかと考えています。顕微鏡を利用した画像技術をベースに、長年アカデミア市場で積み上げてきた実績をもとに製薬企業やバイオベンチャーの薬の開発を支援しています。薬価の引き下げが国内外で毎年起きているため、製薬企業では競争力のある薬をできるだけ早く効率良く製造するニーズが高まっています。こうしたトレンドに対応し、画像解析による薬の有効性や安全性評価に関する一貫したサービスを提供できるのが当社の強みです。

Q: Optos 社の眼底カメラの市場シェアについて教えてほしい。

A: 眼底カメラ市場で当社は約 1/3 のシェアです。OCT（光干渉断層計）分野では OCT 内蔵眼底カメラも販売していますが、市場プレゼンスはまだ高くありません。ニコンの光学技術と Optos 社のレーザー技術を活用して新たな診断機器の開発や機能性向上を進めています。

Q: Optos 社の眼底カメラは競合他社に比べて広角に眼底撮影できるものの競合他社に比べて販売単価高いが、疾患の早期発見のためのスクリーニング市場でこういった需要があるのか？

A: 主要市場である米国では、日本で皆様がイメージするいわゆる眼科医(Ophthalmologist)の他に、検眼医(Optomist)がいます。眼の検診と眼鏡やコンタクトレンズの処方を行う検眼医が併設された眼鏡店という形態が一般的で、当社は米国において、検眼医の領域に強く、その中でもチェーン展開している大手のハイエンドの眼鏡店に強みを持っています。

Q: FY18 から FY22 の売上成長は CAGR11%と資料に記載されており、この間、営業利益は赤字から黒字へ転換したが、事業分野別の営業利益水準を可能な範囲で教えてもらえないか？

A: 営業利益の内訳は非開示としていますが、アイケアは標準的な医療機器メーカーとほぼ同等の収益性です。祖業である顕微鏡を中心としたライフサイエンスでは、研究開発やグローバルな施設展開など様々な投資をしてきたため、利益率はアイケアほどには高くありませんが、近い将来 15%以上の営業利益率を目指したいと考えています。

Q: 中期経営計画目標の3年前倒し達成に寄与したのはどの事業分野か？また、現在見直し中の中期経営計画ではどの分野が今後増益に寄与していくのか？

A: アイケアはほぼ想定通りでしたが、ライフサイエンスが営業利益の向上に寄与しました。ライフサイエンスでは 2017 年事業部設立の翌年より新製品を従来の 2~3 倍の速度で次々と投入してきました。新型コロナウイルス感染症の流行が明けた後、新製品の機能に対し高い評価を顧客から頂いたことで、

業績に大きく貢献しました。現在はアナログ機器からデジタル機器へ投資をシフトしています。臨床向けデジタル顕微鏡「ECLIPSE Ui」に続き、9月には研究開発向けの「ECLIPSE Ji」も発売しました。このように付加価値の高い製品を投入し、継続的な成長を目指していきます。

サステナビリティ戦略

Q: 先端露光装置での莫大な CO2 排出と電力消費という課題に対し、ニコンではどのような取り組みをしているのか？

A: 半導体装置メーカーとして半導体チップの進化に貢献することで、半導体が使われている多くの製品を通して世界中の消費電力の削減に寄与している、というマクロ的な観点があります。加えて、莫大なエネルギーを消費する半導体露光装置そのものの電力消費率低減にも取り組んできました。例えば、温調器周辺の温度コントロールの効率改善をコンポーネントレベルで取り組んでいます。また、軽量化がポイントと捉えており、これまでセラミックスや軽量金属の使用を推進してきましたが、もう一段の軽量化を図る必要があると考えています。さらに、生産工程で多くの CO2 を排出またはエネルギーを消費する材料はなるべく使わない方策についても今後検討していきます。性能向上と CO2 排出量削減・消費エネルギー削減の両立は容易ではありませんが、取り組むべき課題と認識しています。

以上