

# 2026年3月期第3四半期 決算説明会・主な質疑応答

決算説明会での主な質疑応答を掲載しています。

開催日時：2026年2月5日（木）

## ＜ご留意事項＞

「主な質疑応答」は、説明会での質疑をそのまま書き起こしたものではなく、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。

## 全社

### Q：次期中期経営計画について数値目標や方向性を教えてほしい。

A：新しい中期経営計画は現在検討中ですが、計画期間は5年間（2026年4月～2031年3月）を想定しています。具体的な数値等の詳細は5月に予定している公表をお待ちいただきたいと思いますが、業務用動画機や次世代露光装置などの重点強化領域の収益貢献が本格化するのは2027～2028年度以降となる見込みであり、中計初年度の2027年3月期はスロースタートになると想定しています。

### Q：今期の一時費用について教えてほしい。

A：第3四半期には、主としてデジタルマニュファクチャリング事業の減損損失により、全社連結で925億円の一時費用を計上しております。第4四半期につきましては、デジタルマニュファクチャリング事業で約6億円の構造改革費用、精機事業で約40億円の棚卸資産評価損が発生する見込みです。

### Q：今期は一時費用を差し引いても実質営業赤字なのか。また、主な事業における来期の方向感についても教えてほしい。

A：今期は一時費用を除いても営業赤字の見込みです。

映像事業は前回11月予想から110億円営業利益が下振れる見通しですが、その主因は、タイバーツ高による製造原価の上昇、中国市場の成長鈍化、米国市場の販売落ち込みの3点です。このうち、為替影響と中国市場の減速については、来期も注視が必要だと考えています。

精機事業では、FPD装置事業が引き続き堅調でシェアも50%超を維持しており、今期ArF液浸露光装置の販売が0台となる見込みの半導体装置事業は来期回復を期待しています。

デジタルマニュファクチャリング事業は今回の減損損失により償却費負担が軽減されるため、従来比、年間35億円程度の収益改善が見込まれます。

### Q：全社ベースでののれん等の残高につき、主な内訳を教えてほしい。

A：今回の減損損失計上後、全社ベースでののれん残高は約300億円、耐用年数に応じて毎期償却さ

れる識別可能無形資産は約 150 億円となります。のれんの主な内訳は、ヘルスケア事業の Optos 社に関するものが約 278 億円、コンポーネント事業の Avonix 社に関するものが約 12 億円、映像事業の RED 社に関するものが約 7 億円です。識別可能無形資産の主な内訳は、RED 社に関するものが約 60 億円、Optos 社に関するものが約 51 億円、SLM 社に関するものが約 32 億円です。

**Q：その他・全社費用等における営業利益の下方修正 25 億円の内訳を教えてほしい。**

A：25 億円の下方修正のうち、本社管理部門費用の 15 億円は横浜製作所の売却に伴う費用であり、売却プロセス自体は順調に進んでいるものの、一部費用が想定を上回ったことを反映したものです。また、その他事業やセグメント間取引消去に関する下方修正は、3Q までの実績を踏まえて調整したものです。

## 映像

**Q：メモリー価格が高騰している状況だが、事業への影響を教えてほしい。**

A：価格上昇の影響は、特に映像事業にとって大きく、来期のマイナス要因となり得ると認識しています。現在、影響については社内で精査を進めており、現時点で具体的な影響額をお示しすることは難しい状況です。当社としては、お客様への影響を最小限に抑えつつ、利益を確保できる販売計画の策定を進めています。

**Q：米国関税影響について教えてほしい。**

A：全社ベースでは通期で約 70 億円の関税影響を見込んでおり、そのうち約 6 割が映像事業に関連するものです。米国における年末商戦では当社を含む各社が値上げを実施しましたが、需要が一時的に弱含む中、当社も追加のプロモーション費用を投下せざるを得ない状況となりました。その結果、本来であれば価格転嫁すべき関税によるコスト上昇分を、実質的にはプロモーション費用で吸収している形となっています。

## デジタルマニュファクチャリング

**Q：減損損失の背景や、今後の事業の方向性について教えてほしい。**

A：金属 3D プリンターについては、従来の鋳造・鍛造に代わる製造手法として、環境負荷の低減や設計変更の容易さといった利点から、今後も成長が見込まれると考えています。

一方で、SLM 社買収当時と比べ、市場環境には大きく二つの変化が生じています。第一に、一般産業領域での普及が想定より進んでおらず、業界全体の成長率が低下していること。第二に、中国メーカーが急速に台頭し、現在では市場シェアの約 30%を占めるまでに成長していることです。

宇宙・防衛向け市場は想定どおり拡大しているものの、大手競合の動きも活発化しており、競争環境は厳しさを増しています。

こうした状況を踏まえ、今般、将来計画を全面的に見直し、減損損失を計上する判断に至りました。

今後は、組織のスリム化や費用削減など構造改革を行うことで損益分岐点を引き下げ、米州・欧州等の防衛・宇宙市場を中心に中長期的な成長を目指す方針です。

以上