

ミスミグループ本社 2025 年度 第 2 四半期(中間) 決算説明会(Zoom) 質疑応答(抜粋)
(2025 年 10 月 31 日(金))

<質疑応答>

【地域動向】

Q : (決算説明会資料 P. 17) 営業利益増減分析における商品 MIX (中国の通信関連) を中心に、通期利益見通し変更の考え方について伺いたい。

A : 中国の通信関連が、昨年非常に大きな受注を獲得。本年度は前期の半分程度と申し上げてきたが、実際の受注は継続しており、上期実績を踏まえると、下期も受注継続は期待できると見ており、上方修正している。昨年水準には及ばないが、上期実績程度と織り込んでいる。

Q : 中国の通信関連需要継続について整理したい。欧米企業の中国拠点が発注していると考えていたが、中国現地顧客も発注し始めているのか。売上継続について、顧客 MIX の改善が要因かを含め構造的に理解したい。

A : AI 需要による DC 需要増であり、構造的と言えば構造的。同需要が暫く継続する見方もあるが、我々の扱っている DC 向けデバイスは、DC 需要に直接連動する受注ではなく、需要は読みづらい。そのため、従来から保守的に見積りながら、将来受注予測を説明してきた。

Q : 通信関連需要で獲得している顧客の内訳は変わっているのか。

A : 変わっていない。中国メーカーの強い領域にミスミ製品が使われている。メーカー数は凡そ 10 社程度。この顔ぶれは変更なし。

Q : アメリカの上期実績について、Fictiv 連結前ベースでは、1Q から現地通貨ベースで横ばい/減少に見え、コメントでは関税影響と触れているが、その詳細をお伺いしたい。

A : 大きくは関税影響だが、アメリカでは金型部品の売上構成比が相対的に高いため、金型部品事業の低迷を受けて業績が伸びていない構図。

Q : 他方、上期低迷も、アメリカの通期業績がそこまで悪くないのは、将来見通しが大きくは悪化しないとみているということか。

A : その通り。PU を 8 月に実施したが、効果は下期に出るため、それを見通しに含めている。

Q : 重点戦略地域のアメリカは、しっかり伸びているという認識でいいか。

A : その通り。

【PU/CD】

Q：中国の通信関連以外で、特に「売上数量等」の中の、PU/CDについて、期初からの変化要因をお伺いしたい。

A：1Q 時点に、関税影響を受けて、米州では PU を実施予定と申し上げた。8 月から一律ではないものの、米州で戦略的な PU を実施。その結果、関税影響以上の収益を実現。また、日本でも PU 可能な領域で実施。これらにより、PU/CD は収益の改善に効いている。

Q：（決算説明会資料 P. 17）通期営業利益分析に記載の PU/CD/CU は、1Q 時点は+14 億、今回上期時点は+13 億。何か変化はあるのか。

A：1Q 決算時の PU/CD/CU の内訳は、期初見立て+9 億円と 1Q 見直し+5 億円の、合計 14 億円。その 14 億円が今回上期では 13 億円になっているため、直接的な関税影響による CU と 8 月より実施の PU のポジションも含め、大きな位置づけは変わっていないと認識。

【Fictiv】

Q：Fictiv 社について、7-9 月期は▲\$3M、10-12 月期は▲\$7M、1-3 月期はブレイクイーブンだが、季節性の問題と考えればいいか。

A：その通り。特に、CY の 4Q は稼働日が少なく、若干収益性は悪化する傾向。

Q：Fictiv 社利益の当初想定は▲50 億だが、修正見通しに大きな差異はない。上期進捗を鑑み、下期に別途費用が増える前提に見えるが、修正計画は固めなのか。改善余地あるのか。

A：1Q 計画からの改善は 1 億円程度。売上高伸長によるもので、それ以外は特段変更なし。上期との差異は、上期はのれん償却費が 3 か月分なのに対し、年間では 9 か月分のため。

Q：Fictiv 社の黒字化について、遅くとも 28 年 3 月期に達成とのことだが、シナジー効果および 7-9 月業績（営業利益▲\$2M）をみて、来期も黒字化できないかと思うが、如何か。

A：遅くとも 27 年度に黒字化と言ったが、成長投資と黒字早期化の選択肢があり現在精査中。Fictiv 社のビジネスモデルは、米州市場において顧客ニーズを捉えており、黒字早期化より、マーケットシェア拡大を優先するという考え方もある。

Q：Fictiv 社が「顧客ニーズを捉えている」のは、ヒューマノイド向けの R&D 案件が伸びているからなのか。

A：ヒューマノイドに限らず、アメリカの新しい産業を生み出すダイナミズム、具体的には、ロボティクスや航空宇宙、アグリカルチャルオートメーション、EV など、あらゆる新しい産業の芽がアメリカで強く出ている。そのような成長産業のニーズをしっかりと捉えているのが Fictiv 社の強みで、ミスミ事業への波及を期待している。

【デジタル施策】

Q：エコノミー品の進捗は、前年度の伸び率に比べ、本年度上期の伸びが強めに見える。背景と今後の方向性についてご教示いただきたい。

A：通期については、上振れさせたいと考え、活動の組み立てはしている。価格感応度の高い中・亜は、関税影響を受けて CD 圧力が強まる状況から、価格競争力のあるエコノミー品の販売が進んでいると見ている。他方、日本市場は価格感応度よりも品質感応度あるいは確実性感応度が高いため苦戦している。このため、日本では、従来から価格競争力より品質を意識した新商品の拡充を進めてきた。

Q：中・亜において、エコノミーシリーズと地域合計売上高（現地通貨ベース）の伸び率を比較すると、従来事業は苦戦している印象。中・亜のエコノミーシリーズの売上高構成比をご教示いただきたい。エコノミーシリーズとハイエンド品で粗利率は変わらないとの説明だったがそこを検証したい。

A：エコノミーシリーズの売上構成比は、中国 8%前後、アジア 11%前後。

Q：エコノミーシリーズの中・亜の売上構成比が 1 割前後であれば、エコノミーシリーズ以外の成長率が見劣ってはいないし、MIX 変化も現時点大きくないと思うが、認識相違ないか。

A：相違ない。

Q：meviy について、（決算説明会資料 P. 22）利用者数は堅調に推移している一方、海外売上高の成長性が低い印象。ボトルネックは何か。それとも、単に時間軸の問題か。

A：現在アメリカを優先しており、アメリカの成長率は前期比 100%以上だが、アメリカ以外の地域では、伸びが若干弱い。地域 MIX により、海外売上高成長率が低く見えている。

以上