



2023年4月17日

各 位

会 社 名 株式会社インターアクション
代表者名 代表取締役社長 木地 伸雄
(コード番号 7725 東証プライム市場)
問合せ先 経営企画室 I R 担当
電話番号 045-263-9220

2023年5月期第3四半期決算説明会 質疑応答 (要旨)

当社は、2023年4月11日に2023年5月期第3四半期決算説明会をオンライン形式により実施いたしました。本資料は、同説明会での質疑応答について主な内容をまとめ、公表するものです。なお、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。

質問1：修正後の通期計画について、第3四半期末の受注残高を踏まえると第4四半期の3ヵ月間での売上高が少ないように見受けられる。再度、顧客からの搬入遅延要請等によって、売上が来期へ後ろ倒しとなる等の要素は織り込まれているのか。

回答1：今期は業績予想を設定するのが非常に難しい1年だったと反省している。しかし、今回修正した業績予想数字に関しては、第3四半期まで事業を進めたうえで確実に見えてきた数字であるため、達成確度は高く、後ろ倒しは無いと判断している。

質問2：IoT関連事業の受注が回復するタイミングはいつ頃になりそうか。

回答2：第4四半期、もしくは来期頃から徐々に回復すると見込んでおり、今後の受注動向の見通しは明るいと考えている。

特にハイエンドのイメージセンサについては、今後更に成長を続けていくと考えており、イメージセンサ市場の調査データからも、当社の既存顧客であるハイエンドイメージセンサメーカーのシェアが上がっていることが見受けられる。

また、当社の既存顧客とそれ以外のイメージセンサメーカーでは技術的乖離が大きく、5年10年でその差を埋めるのは難しいと考えており、今後しばらくは、当社既存顧客のシェア拡大が継続すると想定している。そのため、イメージセンサ市場全体における生産数量が横ばいに推移したとしても、その中でのシェアが向上していくことから、既存顧客の売上高は成長し、更なる設備投資需要も発生すると予測している。それに伴い当社製品への需要も増加していくと確信している。

質問3：第3四半期において販管費が増加している背景について教えてほしい。

回答3：販管費が増加した背景について、1つ目の理由は海外売上の向上に伴い、海外代理店に対するコミッション（販売手数料）が増加した。2つ目の理由は中期事業計画を作成していく中で、マーケティングのプロセスを強化したことにより費用が増加した。今後必要な費用については積極的に使っていきたいと考えており、今回の増加分は許容範囲内であると認識している。

質問4：業績予想の下方修正について、来期への影響はどの程度見込んでいるか。また、中国のイメージセンサに対する投資が急増しているが何か影響はあるか。

回答4：来期への影響については具体的な数字を現時点でお伝えするのは難しい。

今後の受注動向については、イメージセンサが他の半導体と違って特殊なこともあり、第4四半期頃から改善していくと想定している。しかし、その背景は中国のイメージセンサの投資が要因ではないと考えている。

中国のイメージセンサメーカーの場合、自社で製造ラインを持つよりは、ファウンドリやテストハウス等の外部で製造及びテストを行うビジネスモデルになっていると認識している。そのファウンドリやテストハウスはイメージセンサメーカーやロジック半導体メーカー等が主要な顧客となるが、その中でも重要度が高い顧客からの依頼を優先する傾向にある。その余った製造ラインを中国等の小規模なイメージセンサメーカーが使用するため、そのような会社が強い権限をもって製造ラインをコントロールすることは考えづらい。

このような状況を踏まえ、中国のメーカーが大きく投資するという情報は手元にないため、中国等の動向についてももう少し市場情報を集めてから、正確に判断していきたい。

質問 5：IoT 関連事業における車載分野への取り組み状況について進捗を教えてください。

回答 5：経営側から見た車載事業の進捗について、車載向け検査装置の受注高・売上高ともに前年同期比では大きく成長していると考えている。これは国内外ともに成長の傾向があり、車載向けデバイスの需要は今後増加していくということを肌で感じている。

さらにそのデバイスは進化した新しいデバイスであり、その進化したデバイスを作るのは当社の既存顧客のイメージセンサーメーカーであるため、既存顧客をしっかり押さえて顧客内でのシェアを拡大していくことが、当社が勝つための正しい道筋であると考えている。

質問 6：海外顧客向け瞳モジュールの技術的問題とは何か。既に解決済という認識で問題無いか。

回答 6：従来、当社は主に国内顧客へ瞳モジュールを販売していたため、顧客サイドにおける瞳モジュールの使用方法に対して固定観念を持っていた。その固定観念を持ったまま海外の顧客と話を進めていたが、その中で双方が求めている技術の違いを明確に知ることができた。

現在、当社は海外顧客から提示された技術的課題に対して 90%程度クリアしている状況である。残りの 10%をどうするかについては顧客との相談で決めていく。というのも 90%の状態からスタートすることによって納期の短縮やコスト削減に繋がるため、顧客にとっては逆にメリットとなる点もある。残り 10%を顧客側の生産プロセスにおいて調整してもらうのか、それとも当社が改めて残りの 10%を詰めていくのかという最終調整を行っている状況である。

顧客に買ってもらうためには性能・価格・納期が重要であり、その 3つのバランスを踏まえて顧客に最適な提案ができるように動いている。技術的課題を 100%クリアすることも可能だが、そこまでやるのが本当に顧客の為になるのかどうかという事も確認しながら検討している。技術的課題はほぼクリアしている状態なので、あとは納期と価格を顧客とすり合わせていくステージであると認識していただきたい。

質問 7 : 国内顧客における光源装置のシェアはどの程度上がる見通しか。

回答 7 : 今後、国内については従来の光源装置と、開発を進めてきた新型光源装置で受注を取っていく。新型光源装置の機能は現状当社でしか作れないものであり、技術の差異化によって国内でのシェアアップに繋がると同時に、国内顧客向け光源装置の収益性も高めていきたいと考えている。

この2年程、国内顧客向け光源装置はシェア・収益性ともに苦戦していたが、その経験が当社をさらに強くし、新製品の導入に繋がっている。

また、イメージセンサが更に成長していく良いタイミングで良い製品ができたと思っ
ているし、非常に感謝している。まずは受注を積み上げてしっかり財務的成果を出していき
たい。

質問 8 : IoT 関連事業において、車載用イメージセンサに関する新規顧客の展開はある
か。

回答 8 : どの企業を新規顧客として定義するのかをずっと討議してきた中で、当社の既存
顧客とその他企業とでイメージセンサにおけるデザインや生産プロセス等の技術的な差が
想定よりも非常に大きいということが見えてきた。その技術的差異は5年10年で埋める
のは難しいと考えており、イメージセンサ市場において当社の既存顧客が非常に競争優位
な状況となっている。そのため、将来的には新規顧客の開拓を進めていこうと考えてお
り、調査自体も続けているが、現段階でそこに注力することが正しい事ではないと判断し
ている。

当初、当社が車載用イメージセンサ分野の新規顧客としてターゲットにしていた米国の
企業も、どちらかというイメージセンサを1つの部品として考えており、それを含めた総
合的な車載システムを顧客に提案するというビジネスモデルとなっている。そのため、イ
メージセンサの開発や生産ラインの増強に対してそこまで力をいれてくる状態ではないと
考えており、可能性があるシナリオとしては、イメージセンサは違う企業から購入し、総
合的な車載システムとして顧客に提供するという事も予想される。

今後、既存顧客以外の企業ともコミュニケーションを継続して行っていきながら、チャ
ンスがあればチームを作って新規顧客の開拓を進めて行きたいと考えているが、現状はま
だそのステージではないと判断をしている。今は既存顧客に集中してそのシェアを高める
ことが我々にとって正しい選択であると考えている。

質問 9 : 海外顧客向け光源装置について、今後の引き合い状況を教えてください。

質問 9 : 現状、海外顧客の設備投資は低調に推移している。それが1つの要因となって今回の業績予想修正に至ったが、海外顧客と接して行く中で、顧客側が決して今の状況を悲観的に捉えてはいないという事を実感している。顧客側は将来的に必ず成長トレンドに戻ると想定しており、当社としても同感である。

たとえイメージセンサ市場が頭打ちとなっても、市場内における海外顧客のシェアは伸びると予測しているため、顧客側での生産設備投資は必要になると考えている。モバイル分野での成長は勿論、車載分野も伸ばしていきたいという気持ちが顧客側にあるため、そこをサポートして受注に繋げていきたい。市況もあるため現段階では本格的に受注が取れる状態ではないが、今期の後半から受注が積み上げられると予測している。

以上