

日 時:2015年5月20日(水) 14:20~15:20

場 所:パナソニック東京汐留ビル

回答者:オートモーティブ&インダストリアルシステムズ(AIS)社

社長 伊藤 好生、上席副社長 柴田 雅久、副社長 坂本 真治

■質問者1

Q: 半導体と液晶事業は、14年度まだ赤字だったが、その後の進捗状況について教えてほしい。

A: 液晶事業は非TV向けへの転地を進め、14年度下期は黒字化。15年度1Qも黒字化見通しで、15年度は黒字化が実現できると思う。非TV比率は売上の6割を想定。産業用、医療用の比率が向上する。半導体はパワー制御とセンシングにフォーカス。ICTから車載、産業用にシフトしていく。15-16年度での黒字化は難しいが、当社にとって重要なデバイスであり収益事業に再生させていく。

Q: 半導体はまだ赤字が続くとの理解だが、黒字化の時間軸は。

A: できるだけ黒字化の時期を早めるべく施策を検討中。

■質問者2

Q: ギガファクトリーの生産開始後、現在テスラ社向けの電池を生産している国内工場の位置づけはどうなるのか。

A: テスラ社との基本契約に、国内拠点の稼働の維持、不足分をギガファクトリーから供給する、ことを盛り込んでいる。

Q: インフォテインメントシステム事業は15、16年度と開発費が増えるとのことだが、増額幅の変化のイメージは。

A: 売上に対する開発費比率は16年度がピーク、以降は▲2%程度下げる見通し。TVなど映像技術や通信技術など内部リソースを活用、外部リソース比率を減らしていく。

■質問者3

Q: テスラ社による蓄電池用途への展開、追加増産などについて、パナソニックとしてどう考えているのか。今後の事業見通しへのインパクトは。

A: テスラ社自身、カリフォルニア地域で一定のシェアを保有している蓄電池メーカー。当社は、過去からテスラ社への電池の納入を行っている。ギガファクトリーで生産する電池の最大3割を蓄電用途に、というテスラ社の考え方も認識をしている。

Q: 家庭用蓄電池として求められる電池の特性、タイプ等は異なると思うが、対応済みという理解でいいか。

A: その理解でよい。

Q: 電池の採用車種が増えているとのこと。納入社数も増えているのか。新規顧客への納入も見えているのか。

A: 顧客からの引き合いは強く、受注も順調。角形及び円筒形を保有し、PHEV、EV、HEV全ての顧客の要望に応えられる点が評価。23車種で受注展開中だが、顧客数では14社のうち新規は2-3社。安定した顧客基盤を持つことができている。

Q: 円筒形に加えて、角型の増産も計画しているのか。

A: 現在検討中。詳細はまだ申し上げられない。

■質問者4

Q: 15年度は、投資が増えるにも関わらず収益向上を実現する見通し。今後は売上拡大に伴いさらなる収益拡大が見込めるのではないかと。18年度の収益性見通しは。

A: 具体的な収益性水準の検討はまだ出来ていない。15年度は5%の営業利益率を超える事業部の売上構成比が半分を超える。赤字事業は半導体のみ。18年度には、当然赤字事業はなくしたい。

Q: インフォテインメントシステム事業の売上拡大は17年度以降と想定。車載中心に高い収益性が見えてきたという変化はないか。

A: おっしゃったような事業体にしていきたい。

■質問者5

Q: 材料合理化等の見方は。車載向けでも売価値下げは恒常的にあると思うが、合理化でカバーできるのか。

A: 全社内カンパニーの部材調達を行うグローバル調達社をつくり、一元調達する仕組みを整えている。材料合理化で売価下落を補う、という考え方。

Q: 18年度の車載関連事業売上目標2.1兆円のうち7割は受注済とのことだが、3領域(快適・安全・環境)の進捗は。特に安全(ADAS関連)領域における協業・M&Aの具体的な内容は。

A: 売上2.1兆円の7割は1.4兆円。テスラ社向けと既存事業を除いて、新規として獲得した受注は5,000億円強ある。これをベースに7割程度受注済。ADASは協業をメインに考えており、既に進めている。ADASの販売が大きく伸びるのは2020年度であり、18年度はまだ助走期間。

■質問者6

Q: 二次電池の今期の増益の内訳は。

A: ICT向けと比較して収益性の高い車載・産業で売上を伸ばす。売上増と品種構成の良化が増益要因。

Q: 今年度の戦略投資の内訳は。また、変動の可能性をどうみておけば良いか。

A: 全社戦略投資(約2,000億円)の1/3程度がAIS社分。主な内容は、ギガファクトリーの設備投資、フィコサ社への出資。

■質問者7

Q: フィコサ社への出資を49%にした背景と、今後持分を増やす可能性は。また、フィコサ社は無線技術にも強みがあるが、この分野での今後のシナジーは。

A: フィコサ社とは対等の立場で経営を行っていくため、出資比率は当面現状を維持していく。二社間の事業重複は数%程度、シナジーは大きい。また、フィコサ社のアンテナ技術は強く、E-CALLシステムを保有。テレマティクス、クラウドコネクテッドオーディオ事業の協業に向け準備を進めている。

Q: 2020 年度以降の自動車業界のトレンドの見方は。また、ADAS 分野での AVC ネットワークス社とのシナジーについて教えてほしい。

A: 当社では、路車間、歩車間、車車間の通信を行っている。特に交通事故を減らすための歩車間通信を強化、また、路車間通信は AVC 社と協業で進めていく。2020 年のオリンピックに向け安全な街づくりに貢献したい。加えて、2020 年度に向け、フィコサ社とリアビューの協業に向け準備中。狭くなった後方視界を補完するため、カメラを使った視野確保が法令化されようとしている。また、各国で CO₂ 削減の法規制も行われる方向であり、電池等の需要が増えていく。

■質問者8

Q: パナソニックが主体となって拡大する蓄電事業の戦略は。この事業が重要なビジネスになる可能性は。

A: 日本では家庭用、アメリカではユーティリティと家庭用の両方を行っていく。ユーティリティ用ではパートナー企業との協業、もしくは全社的取組みとして地域毎の Sler 強化に取り組もうとしている。大きな市場である北米を軸に展開していきたい。

Q: 今後、自動車部品メーカーとしてのパナソニックはどんな企業になっているのか。

A: 個人的には、18 年度の 2.1 兆円の売上を 20 年度には 2.5 兆円の規模に拡大したい。安全と環境領域を伸ばす。欧米は ADAS のデバイスとテスラ社との事業、日本は ADAS のシステムにチャレンジする。また、フィコサ社の販路を活用し、南欧顧客への販売を伸ばしていく。

Q: ADAS 分野でパナソニックが高い成長を実現できる決め手は。

A: 2020 年度に向けステップを踏んで取り組んでいる。運転支援で、カメラを中心としたセンシング技術などを広げていく。まず中堅メーカーと協業という形で事業を行っていく。欧米向けは、デバイスを Tier1 メーカーに供給するというビジネス。

以上