
2014年度[2015年3月期]決算説明会

～ 決算の概況および事業計画～

2015年5月11日

住友ベークライト株式会社

代表取締役社長

林 茂

2014年度[2015年3月期] 連結業績

[金額単位：億円]

	2013年度 [’14年3月期] ①	2014年度 [’15年3月期] ②	前期比較	
			金額 [②－①]	増減率
売上高	2,060	2,097	36	1.8%
営業利益	107	109	2	1.9
経常利益	115	113	-2	-2.0
当期純利益	65	71	6	9.5

※特別損益の主な項目

2013年度[2014年3月期]：(-)10（億円）：固定資産除却損(-)4, 減損損失(-) 2

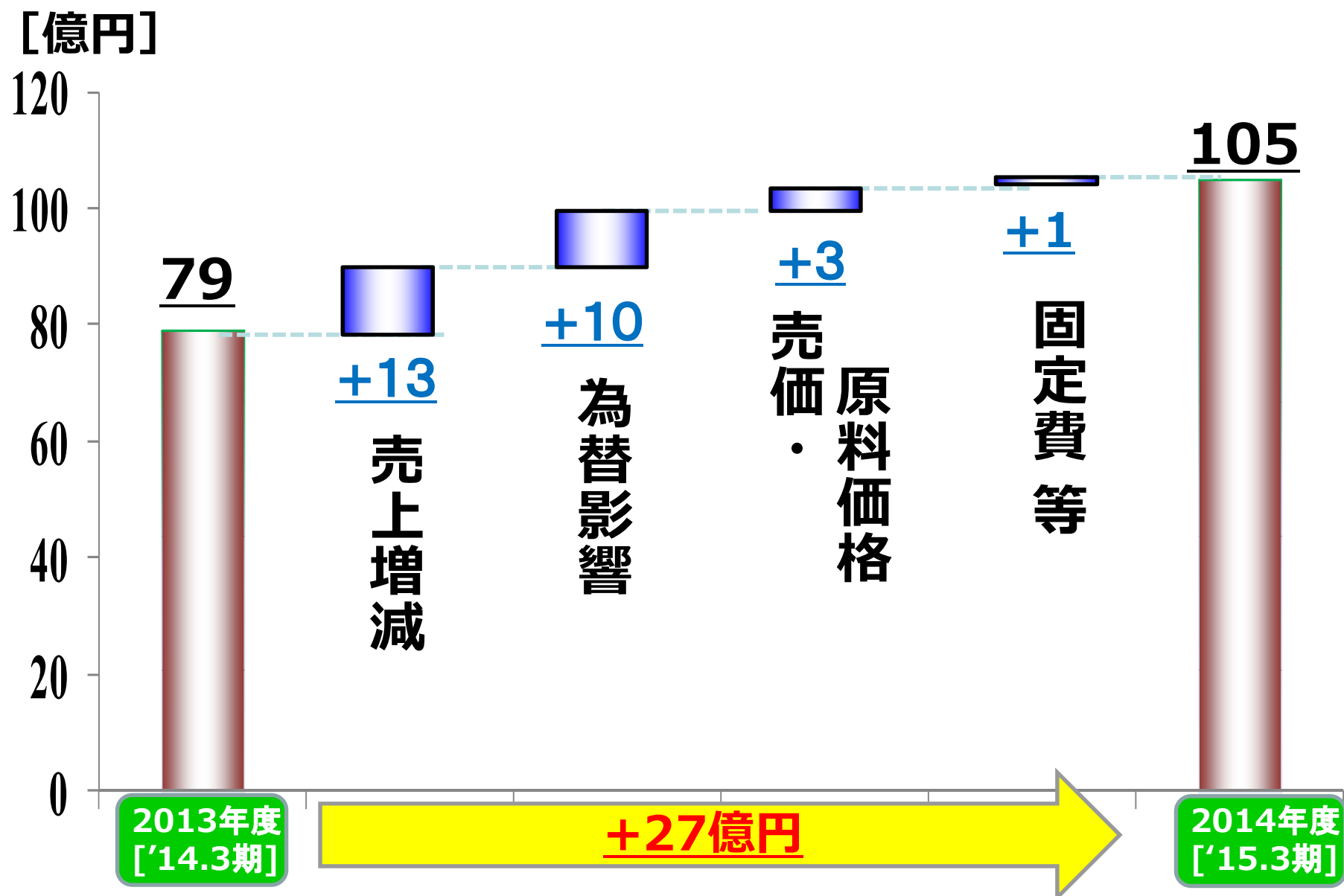
2014年度[2015年3月期]：+ 1（億円）：固定資産売却益+14, 固定資産除却損(-)5, 事業再建(-) 3

2014年度[2015年3月期] 連結業績

[金額単位：億円]

	2013年度 [’14年3月期]①	2014年度 [’15年3月期]②	前期比較	
			金額[②－①]	増減率
売上高	2,060	2,097	36	1.8%
連結子会社決算期変更影響	165		-165	*****
実質の売上高	1,896	2,097	201	10.6
営業利益	107	109	2	1.9
退職年金数理計算差異	15	4	-11	*****
連結子会社決算期変更影響	14		-14	*****
実質の営業利益	79	105	27	33.9
経常利益	115	113	-2	-2.0
退職年金数理計算差異	15	4	-11	*****
連結子会社決算期変更影響	15		-15	*****
実質の経常利益	86	109	23	27.2
当期純利益	65	71	6	9.5
退職年金数理計算差異	9	3	-7	*****
連結子会社決算期変更影響	10		-10	*****
実質の純利益	46	69	23	49.8

営業利益増減要因・前年比（実質）



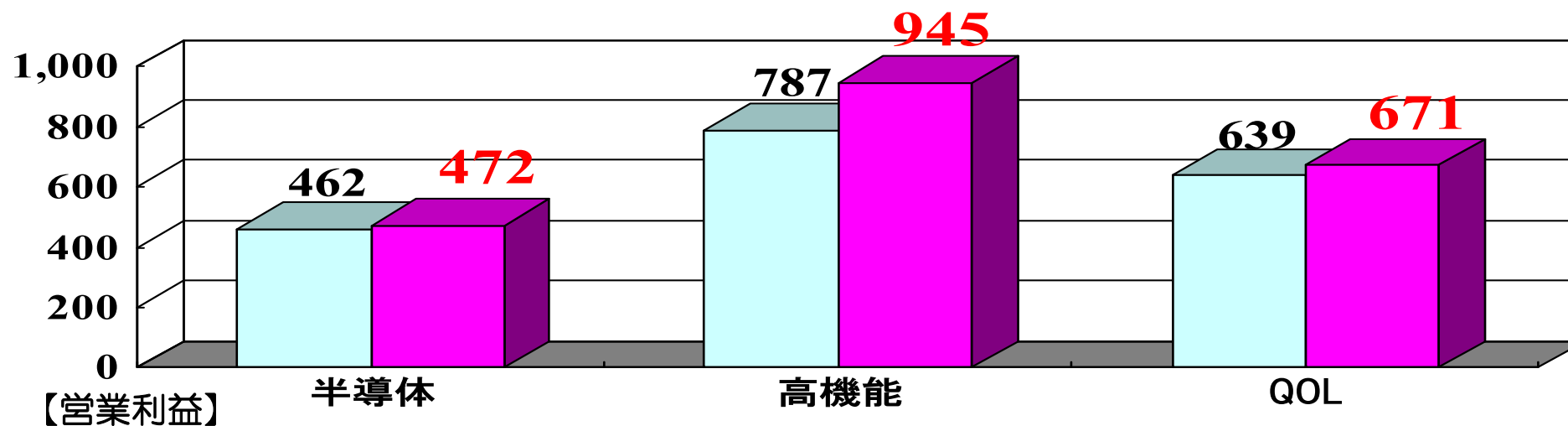
事業セグメント別業績比較（実質）

【売上高】

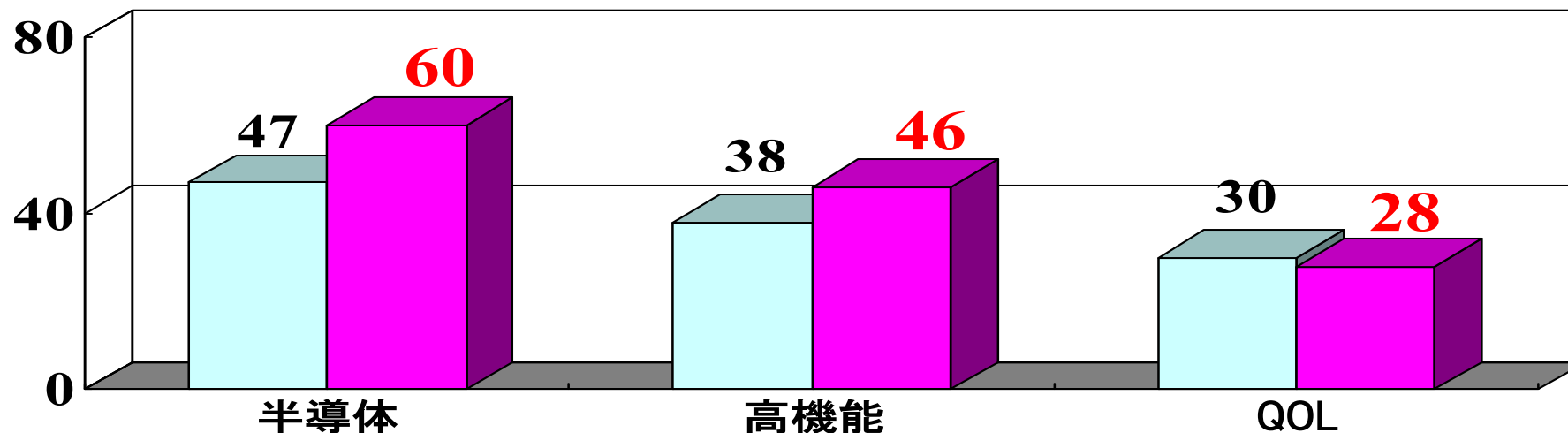
[億円]

□ 2013年度[2014年3月期]

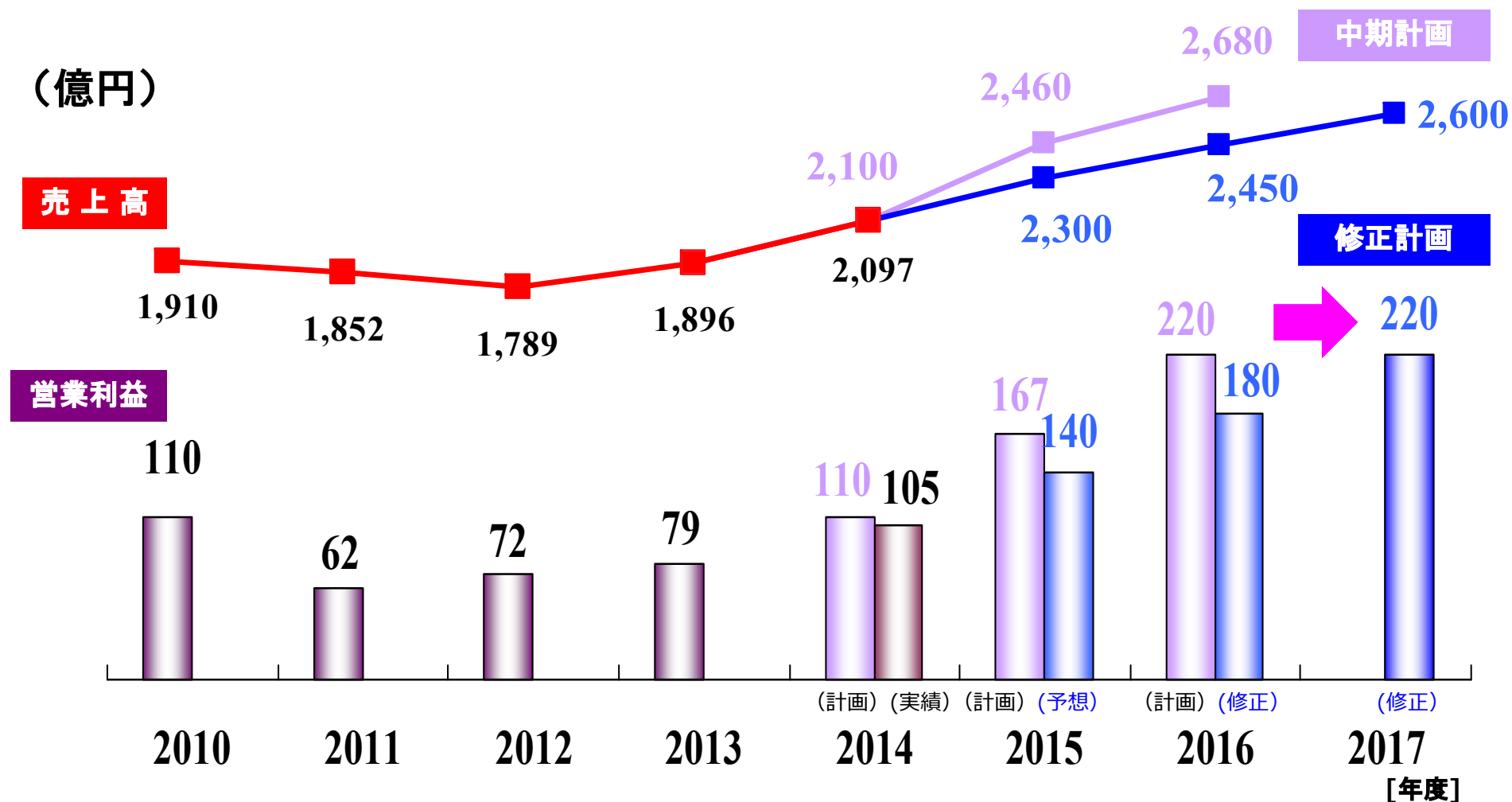
■ 2014年度[2015年3月期]



【営業利益】



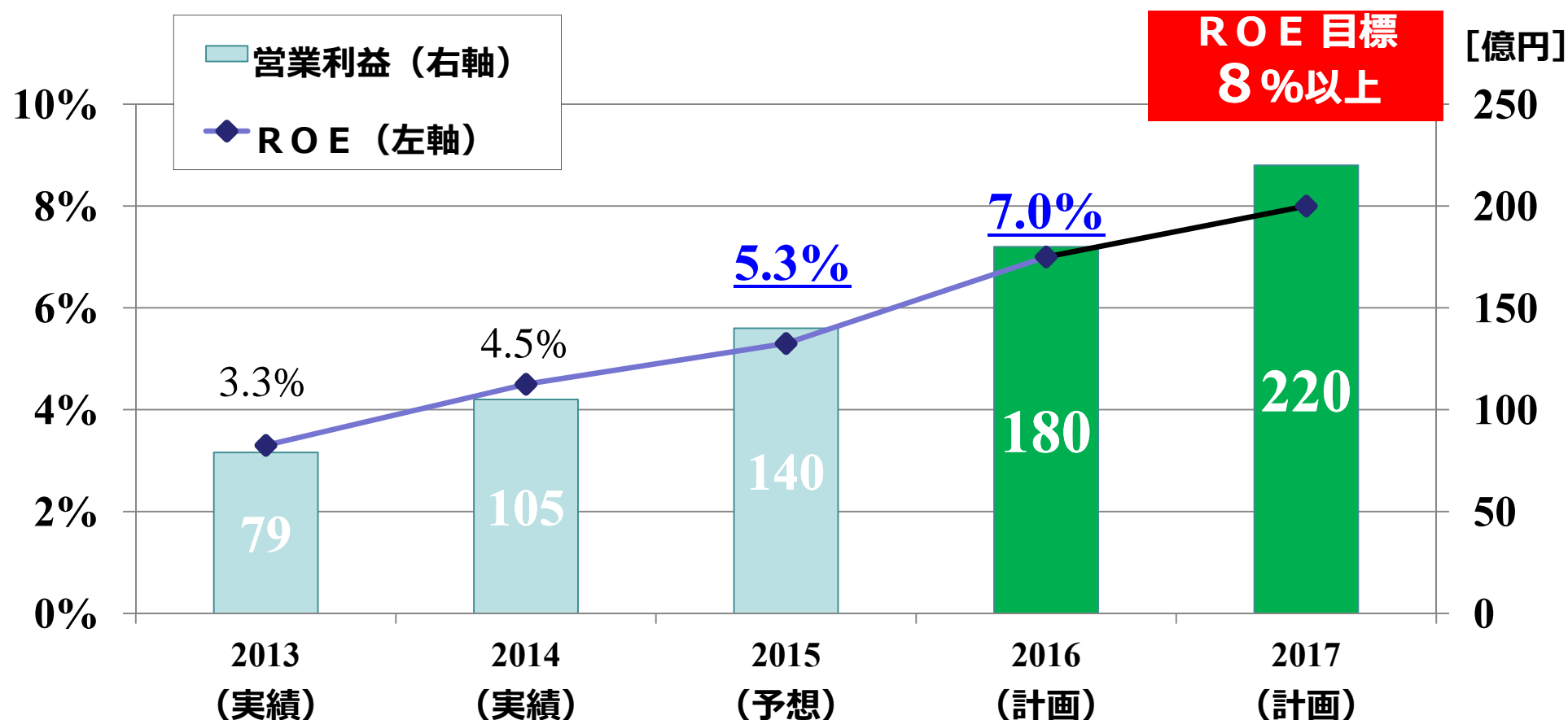
中期経営計画（2014～2016年度）の進捗



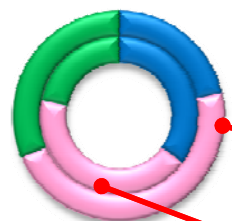
自己資本利益率（ROE）8%への道筋

■ 自己資本利益率（ROE）：

“純利益の最大化”が基本

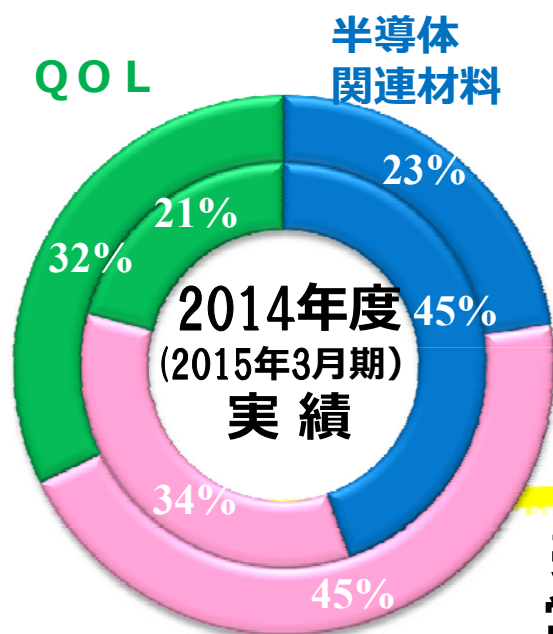


ROE 8%の道筋 (事業ポートフォリオ)



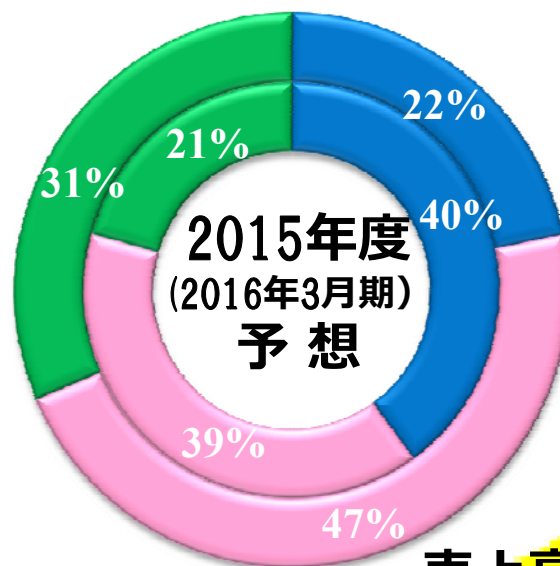
外円：売上高

内円：営業利益



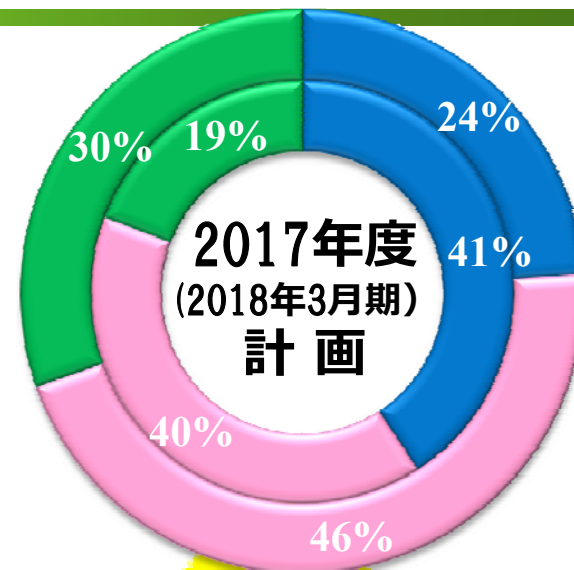
2014年度
(2015年3月期)
実績

売上高 2,097億円
営業利益 105億円



2015年度
(2016年3月期)
予想

売上高 2,300億円
営業利益 140億円



2017年度
(2018年3月期)
計画

売上高 2,600億円
営業利益 220億円

2015年度[2016年3月期] 連結業績見通し

[金額単位:億円]

	2014年度 [’15年3月期] 実績①	2015年度 [’16年3月期] 予想②	比較増減	
			金額 (②-①)	増減率 (%)
売上高	2,097	2,300	203	9.7%
営業利益	109	140	31	28.4%
退職年金数理計算差異	4		-4	*****
実質の営業利益	105	140	35	33.0%
経常利益	113	143	30	27.0%
退職年金数理計算差異	4		-4	*****
実質の経常利益	109	143	34	31.3%
当期純利益	71	92	21	29.3%
退職年金数理計算差異	3		-3	*****
実質の純利益	69	92	23	34.1%

※ 為替レート： [2014年度（’15年3月期）] 110円/USD・139円/EUR
 [2015年度（’16年3月期）] 120円/USD・130円/EUR

中期経営計画 基本方針

“連携” “CS最優先”のもと
社内外での連携、協業の積極実施

《基本戦略》

- 国内既存事業の再生、ビジネスモデルの転換
- 海外成長分野の収益力強化、規模拡大
- 新製品の早期立上げ、創生

※ M & A、協業を梃子にした事業拡大

《数値目標》

- 営業利益 2 2 0 億円 (2017年度[2018年3月期])
- 自己資本利益率(ROE) = 8 %

半導体関連材料・重点施策

■ 戦略新製品、新領域への積極展開

▼ 既存材料技術活用による車載用途等への展開

… ECU一括封止材料、車載センサー用材料、パワーモジュール等

▼ 最先端開発製品の事業化推進

… 光回路製品（光導波路）、3次元積層ガラス材料等

■ 差別化、ボリュームゾーン展開による既存領域の収益最大化

▼ グローバル拠点における製販研一体の顧客密着、迅速対応による関係深化

▼ *MUF/顆粒材料等の差別化による販売促進

▼ 半導体PKG基板材料“LaZ®”

** AP主体からメモリ等ボリュームゾーンへの展開

*MUF= Mold underfill

**AP= Application processor

高機能プラスチック・重点施策

■ 新事業領域の強化・拡充

▼ 航空機関連事業の本格展開

- ・ 米Vaupell社とのシナジー早期発現



▼ 戦略新製品の開発・事業化推進

- ・ 自動車用途

樹脂・金属複合成形技術の活用による製品領域拡大

- ・ シェール採掘関連, T F T 液晶用新材料等

■ 成長市場での地産地消化推進

▼ 中国（南通）拠点整備による強化

フェノール樹脂成形材料の拠点集約化（'15年1月）

絶縁用液状樹脂ライン稼働（'14年9月）

▼ 社外との連携、O E M等検討中（中国、アセアン等）

クオリティオブライフ製品・重点施策①

【医療機器】

■ 戦略新製品、周辺デバイス充実化

▼ ステアリングマイクロカテーテル



薬事承認（'14年11月）

初秋・保険償還認定取得予定

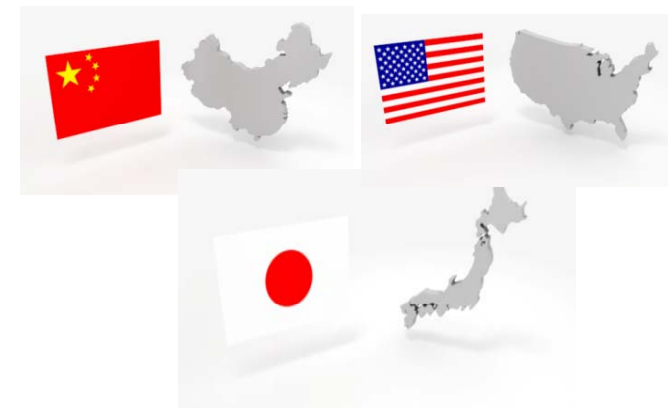


▼ SBナイフ[®]、ルフィスCVキット[®] 等の周辺デバイス充実化

■ 海外事業の本格展開

▼ 米Vaupell社との連携によるシナジーの早期発現

▼ 中国拠点（東莞）による機能拡充



クオリティオブライフ製品・重点施策②

【フィルムシート】

■ 医療品包装：競争優位性強化で圧倒的シェア実現

- ▼ 高防湿等多彩な機能および豊富な品揃いによるジェネリックの需要増の困い込み
- ▼ 医療用包材(輸液等) への拡充



医薬品包材

■ 食品包装用／産業用：成長領域への積極展開

- ▼ 中国南通・新鋭工場の価格競争力を武器に本格展開
- ▼ ECO戦略製品のラインナップ拡充、顧客との協業促進

薄型多層フィルム



厚み
Eコシール:180μm 従来品:220μm

鮮度保持フィルムP-プラス



カット野菜用

※カット野菜、枝豆では圧倒的シェア!



産地青果用



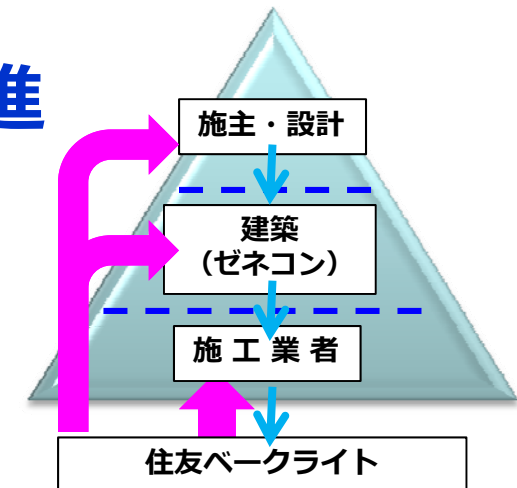
新製品
結露防止フィルム

クオリティオブライフ製品・重点施策③

【建装材】

■ 3事業（プレート・デコラ・防水関連）連携促進

- ▼顧客基盤共通化（施主・設計～建築（ゼネコン）～施工業者）によるモジュール開発、システム提案
=施主・設計を頂点として
階層別営業による受注率UP



■ 非建築用途の拡充

産業・民生



輸送



- ・ 2輪&4輪、鉄道車両
- ・ 航空機

■ 海外市場への積極展開

インドネシア子会社を核に
アセアン成長市場の販路拡大



配当方針

株主還元は重要な経営課題の一つと考え、既存事業の強化と将来の成長に向けた戦略投資、財務体質および業績水準など総合的に勘案し、安定的な配当を継続することを基本とする

【配当金：円/1株】

