

2022 年度通期決算説明会（2023 年 4 月 28 日開催）

QA 要旨

Q1. 2023 年 3 月末の商談獲得残高について、獲得済み商談の増加やキャンセルを含む減少を合算して約 600 億円の増加との説明でしたが、足元の半導体産業の在庫調整影響や分野別の増減要因を教えてください。

A1. 半導体全般の動きとは少し違い、当社の製品はカスタム分野でもあり比較的市況変動などの影響を受けにくいと思っています。

当面、新規の量産品が成長を主導していくと考えています。コンシューマー分野や産業機器分野で一部弱含みの製品もありますが、データセンター・ネットワーク分野やオートモーティブ分野向けの商品で着実に増加しています。スマートデバイス分野でも対前年では増加しました。

Q2. 足元で業績を牽引しているのは、中国、データセンター・ネットワーク向けの製品だと思われませんが、中国への規制強化の影響はありますか。

A2. 規制については、これを遵守することが基本と考えています。現時点で今年度の業績に影響はないと思っています。

今後については、法令を遵守しながら、イノベティブな市場でバランス良くビジネスを拡大していくということが基本と考えています。

Q3. 先端製品は 5-7nm という区分で開示されていますが、5nm 以下の製品への取り組み状況を教えてください。

A3. 5nm はシンボリックに使っており、その周辺技術に実際は取り組んでいます。また、3nm のテストチップも今年度中には完成させたいと考えています。また、できるだけ早い時期に 2nm にも取り組んでいきたいと思っています。

実際、詳細はまだ具体化していませんが、3nm に関心を示すお客様もおられますので、出来るだけ早くテストチップを完成させたいと思っています。

Q4. 2022 年度の商談獲得金額が 2,500 億円レベルに達しています。過去 3 年の 2,000 億円レベルからワンランク上がりましたが、その要因についてどう考えていますか。

A4. 2019 年度に商談獲得金額が 1,000 億円レベルから 2,000 億円レベルに上がりましたが、これは金額・ボリュームが拡大するだけではなく、開発が大型化する先端分野にシフトしたことが要因です。大型先端品の開発であれば、商談のボリュームが大きいということです。さらに事業の拡大に合わせ、人的リソース・開発体制の強化を進めたことで 2,000 億円を超えるレベルの開発ができる会社が変わったと思っています。

Q5. 顧客集中度・寡占度について教えてください。

A5. 2021 年度は 売上に占める比率が 10%程度のお客様が数社かという構造でした。2022 年度については、データセンター・ネットワーク関連の大型商談のお客様が、売上に占める比率が 10%を超える水準になっています。

Q6. 直近の分野別売上比率を見ると、産業機器他向けが増えていますが、これまでの注力分野との関係はどう捉えたら良いでしょうか。他の半導体メーカーは産業機器分野にも注力していますが、貴社は注力分野としていませんでした。産業機器分野向けが増えることは、どういう意味を持ちますか。

A6. まず、産業機器分野については、2018 年、2019 年の時点では、カスタム SoC としては縮小するマーケットだと考えていました。それが、ここ 1 年で少し見方が変わってきています。以前の産業機器分野と今の産業機器分野の需要は少し違うと見ています。計測機とか FA の中でも 5nm、7nm の需要がある分野があります。産業機器といっても先端技術を使う半導体関連やその他の計測機や測定機のような分野には、ソリューション SoC の需要があります。もう一つは FA 機器の中でも従来のトラディショナル ASIC と違ったニーズが出てきています。FA 機器においても、ネットワークの仮想化の進展などにより、ハイパフォーマンスの CPU を組み込んだカスタム SoC の需要が出てきています。

Q7. 現在の売上約 2,000 億円のうち、海外比率はどの程度ですか。

A7. 2022 年度は、売上では日本が 44% 占めており、海外が 56%です。

獲得商談、NRE 売上では海外比率が高まってきていることから、いずれは製品売上を含めた売上全体の海外比率も同様に拡大していくと見ています。

Q8. どのようにして海外比率を上げてきたのですか。

A8. 当社は2018年以降、ビジネスモデルの転換を進めてきました。具体的には、先端技術分野への取り組み、ソリューション SoC という新たなビジネスモデルへの転換を行い、さらに先端技術製品の需要の拡大が見込まれる自動車やデータセンター・ネットワーク、スマートデバイス分野に注力してきました。このビジネスモデルの転換に伴って、海外の顧客を開拓しないと、先端分野では成長できないと考えました。海外ビジネス拡大のため、営業体制の強化を進め、獲得商談に合わせて研究開発体制の変革も進めてきました。

以上