ＳＷＣＣ株式会社

2027 年 3 月期第 2 四半期決算説明会　質疑応答

実施日時：2026 年 11 月 13 日（木）

実施場所：東京都千代田区丸の内一丁目

[Q]：事業構造改革ですとか銅価高騰影響とか、リスク面の質問をさせていただきたいと思います。今回、当期利益では少し構造改革費を織り込んでいらっしゃるかなと思うんですが、今期中、計画どおりとなった場合というのは、売上高ですとか営業利益というところは何かご計画に対してダウンサイドで出てくるリスクがあるのかというところと、あるいはもうこの修正後のご計画にそういったアイテムは織り込んでいらっしゃるのかというところを教えていただきたい。あとは銅価高騰影響も非常に今年はプラスサイドで出てきていますが、逆に銅価が下り坂になってしまった場合は、同じようなインパクトで減益インパクトというのが今後、出てくるリスクがあるのかというところをまず一つ目、確認させていただけますでしょうか。

[A]：まず、事業構造改革に対しての見通しのなかでの売上高・利益というところの影響というご質問でしたけれども、こちらは既に織り込んでいるということで、先ほどご説明したとおり、足元、やはり課題事業というところでは売上と利益を伸ばしてこられてないというところの課題感が高まっているということで、ここは織り込んでいるということです。そこが見えるのは通期の売上高のなかでは産業用というところが落としてきているというところがそういうところの表れなので、売上高、営業利益というところは織り込んでございます。
次に銅価格になりますけれども、銅価というのは常に上がったり下がったりしますが、ここ数年ずっと上がり基調ではあります。上がったり下がったりしているときにはそんなに影響ないんですが、上りの角度がずっと続いているとかそういうことになりますと、在庫を持って販売している製品というのは、買ってきた銅よりも売れるときの銅のほうが高くなるという、単純に言うとそんな形なんですけども、そういうところが出てくるなかで、今年上期では 18 億円というところを見ているということです。ご質問は下がったらどうなるかって話なんですけど、確かに急激に下がるところは逆のことが起きてくるということでございます。私どももいろんな形で銅を入手したりしているので一概には言えないところがあるんですが、傾向としてはそういうことであるとご理解いただければいいと思います。

また、われわれは銅で売上が大きく変わったりするなかで日頃やっているところでは、やはりお客様との契約が決まったそのときの銅価格で銅を調達するということで、若干のタイムラグは起きますけれども、そこはキャンセルしていくというようなこととかですね。またデリバティブのようなところでヘッジをかけていくというようなことをしながら、リスクを低減していく。そもそも在庫を減らしていくということがリスクを減らすということなので、キャッシュ・コンバージョン・サイクルのところでもお話しましたけども、やり在庫の適正化というところは継続的にやっていくものだと思っています。

[Q]：成長事業ですとかキャッシュ・カウ事業の来期に向けての考え方を教えていただきたいのですが。今年通年で見ても成長事業の収益改善 55 億で、キャッシュ・カウ事業も 31 億と非常に大きく業績に貢献してきておりますが、来年を見たときに御社の成長事業は結構需要が強いなかでキャパシティも今、何とか押し上げてきているところですとか、あとは生産性の改善ですとか、高付加価値化というところで、来期もそれなりにこの成長事業というとこはまだまだ収益を押し上げていけるアイテムがあるのかというところと。キャッシュ・カウ事業はどちらかというと売上が伸びるというよりは筋肉質にしていかれるなかで、収益性も改善してきてらっしゃると思うので、そこの取り組みというのは来年以降も引き続き業績貢献を期待していけるのかを、定性的で構わないので教えていただけますでしょうか。

[A]：成長 3 事業のところは、ご説明したとおり今年やっているのが全て今年で終わるものでもないので、来年も続いてこの効果というのは刈り取っていけると思います。SICONEX®の増産も下期から始まって、中計のなかではキャパのアップを使い切るというところを見ています。そうは言っても、国内の需要というのは高まりがあるなかではもう一段というところのそういうチャンスというか、機会があるかどうかというのを見据えながらの中計の進捗かなと思います。SICONEX®がとにかく増産することによって、やはり施工と電力ケーブルと、三つをやはり受注していくことで収益の拡大、収益率の改善というところも引き続いてやっていきたいと思っています。また通信のところ、e-Ribbon®の増産というところでは、中計の期間中 25 年から 7 倍にしていくというところは変えておりません。今年 1 クォーターのところでは昨年度比 3 倍というところがもう進んできて、今年の売上高の増加に貢献してきていますので、来年以降もさらなる増産ということです。やはり TOTOKU が今年思っていたよりもだいぶ受注が 1 クォーターから強くて、お客様との情報、フォーキャストというところを見ながら、どこまで増産していいのかというところが見えてきたということで今日お話ししましたが、27 億円増加させていかなければならない。それも三つの製品それぞれですね。本当、三つとも増産の効果を待っているということで、この増産計画は今年から

3 年内にやっていきたいなと思っていますので。来年度以降その効果を積み上げていきたいなと思っています。
一方キャッシュ・カウですね。こちらはもう本当にご理解いただいたとおり、筋肉質にしてきたということで。SFCC という会社を古河電工さんと合弁でやってきたんですが、今年からそれは100%当社で経営していくというようなところで、われわれＳＷＣＣが考えている事業というところを展開していく。その内容というのは、やはり効率の良いキャッシュを生んでいくという形です。先ほど銅に関しての在庫の話ありましたけども、在庫をいかに圧縮させていくかというところで、マザー倉庫などを使いながら効率的な物流をやっていくということも含めて、利益率を含めてキャッシュを生み出すというところをさらに強めていきたいというふうに思っています。

[Q]：通信ケーブルのファイバ不足が全世界的に言われているなかで、ファイバ調達の調達先を拡充みたいなお話がありましたけれども、これが来年度以降、御社の場合はパートナー社さんからファイバを調達しているというルートもありますけれども、さらにリボンの需要が増えたときに、御社自身のリボン加工能力以外の、そこのファイバ調達という点でそこがボトルネックになるリスクはないのかというところと。この e-Ribbon®の値上げですね。もちろん原材料価格の転嫁とかあるんですけれども、今後、需給がさらに逼迫した際に、長期契約が主だとは思うんですけれども、もしそうでない部分があれば、そういうさらなる値上げでマージンを獲得していくみたいな余地はあるのかを、ちょっと改めてアップデートをください。お願いします。

[A]：まず e-Ribbon®のところですよね。ファイバ不足というのは世界的に起きていることは認識していて、当然私達のところにもその影響というのはあります。われわれもお客様は複数社いらっしゃるなかで、1 社というところではお客様からファイバは調達、支給は、パートナーというところの関係があるので、そこは一つ安心というか、ちゃんと調達できているというところです。その他のお客様には当社が調達するというファイバでリボンを加工するということもビジネスになっているので、調達先をだいぶ広げてきています。中国のメーカーも含めて、いろんなメーカーさんのファイバで良いリボンができるということは確実に積み上げてきていますので、また、ファイバメーカーさんも増産というところも続けてきておりますので、われわれの受注計画を含めながら調達のリスクをとにかく減らしていくということになっています。これだけ好調なので、価格の改定というところというものも確かに必要かと思っていますが、まずはファイバ価格が上がってくるところは完全オフセットで販売価格に展開していくということを進めてきています。また付加価値を上げていくということでは、契約がある程度大きなものになっているものというのは、急激な変更というのは難しいとは思っていますけども、先ほど言った生産能力を上げていくなかでは、当然、新

しいお客様を増やしていくということを目論んでおりますので、そのときにはしっかりとしたこの競争力を価格に反映したもので受注していくということに取り組んでいこうと思っています。

[Q]：コンタクトプローブは従前から御社では後工程向けがメインで、それから前回ぐらいから中国向けが非常に好調だというようなお話がありました。その数量増というのが続いているのは、今回もアップデートいただきましたけれども、もう少しこの前工程向けの数量拡充が増すのはいつ頃さらに進みそうかとか、国内・中国向けのそれぞれの状況のもう少し詳しいアップデートをお願いいたします。

[A]：足元、このコンタクトプローブが売上を伸ばしてくれているというのは、まさに TOTOKU がシェアを獲得してきている後工程のところです。顧客からの需要が高まっているのもやはり後工程のところが引っ張っているのがこの今年上半期、また通期を通して同じですし、また増産投資もやはり後工程を中心としたところになっていくかなと思っています。一方、前工程というところも当然、われわれ、コンタクトプローブの全方位戦略というのを中計で掲げていますので、前工程というところのコンタクトプローブの販売も戦略のなかにはまっています。今年は、足元はもう参入に向けたサンプル出しというのも含んできていますので、量産に向かったアクションというところも進めてこられている上期かなと思いますので、この中計のなかでは前工程の受注というところも含めて、増産は見据えながらだと思っています。また中国向けも順調に売上を伸ばしてきています。中国向けもやはり後工程というところが主になってきていますけども、中国向けも結構高付加価値品というのが伸びてきているという形で、全体的に高付加価値品の国内・海外向けでも増やしてこられているという状況になってきています。この増産投資もそういう形の内容を織り込みながらの計画というふうに考えています。

[Q]：電力インフラの成長性についてお伺いさせてください。今、主に老朽化更新の旺盛な需要があると思いますが、こちらの売上の額の拡大、YoY の成長率がどういう要素によって来期伸びていくのかのお考えを教えていただきたいと思います。SICONEX®の数量増だったり、一つの案件のソリューションだったりとか、いろいろ要素あると思うんですけれども、具体的にお話をお伺いできればと思います。

[A]：老朽化更新とか新しい変電、われわれの得意とする変電所というところの需要がわれわれの売上高の結構大きなシェアになっているというところですけども、これはもう中計で掲げているとおり、民間のお客様はもう 90%のシェアを持っているので、そこはある意味、織り込まれている。全体の需要が増える分だけの伸びというところでは、やはり電力会社さんのところのシェアを高めていくというところ、このためには今日ご説明している SICONEX®の増産が必要というとこ

ろで、ここがはまってきていますので、電力会社さん向けの変電の老朽化を取っていくところが伸び代で、2030 年までには 2025 年度比 1.5 倍の売上を伸ばしていくところが、この SICONEX®、変電所の伸びというところ。これは中計どおりに進んできているというところです。また、新しい老朽化の方針というところを補足するなかで一つ考えているのが、変電所の設備のなかで寿命ってそれぞれ設備が違っています。ケーブルの老朽化が早くて、どちらかというと変圧器といわれる機械のほうが長く持つというところに対して、古いものを残しながら、電力ケーブル、SICONEX®の良いところを持って更新するというような需要を掘り出していこうと思っています。われわれの戦略のレトロフィットという製品ですね。古いものにフィットする新しい製品の開発をしていくなかで、新しい老朽化の更新というものも掘り出していくということだと思っています。
また、変電所向けの売上というのが多く含まれていますが、このなかでの送電向けですね、電気を送るケーブルを中心とした売上になっていきます。そちらの掘り起こしという形で、過去に敷設された、油で絶縁されているようなケーブルの更新需要がまた高まっていきますので、ケーブルを中心とした売上ということで、送電のところも狙っていくということを上げていこうと思っていますし。また日本国内のデータセンターですが、もう少し時間かかるのかなと思っているなかでも、26 年というところでもここの売上のなかに含まれてきているということです。それぞれの比率というところはちょっとお話しできてないんですけども、そういうところで今、お話ししたようなところが来年度、30 年度というところを持ち上げていくという項目になってくると思っています。

[Q]：更新需要のなかでもいろんな需要とかを捉えて、製品とかアイテムとかも増やしていって、増益をしていくというような理解でよろしいでしょうか。

[A]：老朽化更新の変電所を狙ってきていましたけれども、送電で起きる老朽化更新のところにも、われわれの売上を伸ばしていく余地があると思っています。

[Q]：キャッシュ・カウ他の収益性向上ですけれども、主に建設の部分だとは思うんですが、具体的にどのような生産性向上の余地があるのかというところを、もう少し詳細に教えていただけないでしょうか。

[A]：建設のところはキャッシュ・カウとしていろんな効率を上げてきました。そのなかでは、生産拠点の見直しとか、作る内容をバランス良くしていくとかをしてきています。そういう社内で製造するところ、また物を運ぶというところの効率化というところで、まだ着手している、まだまだやるところがあるかなと思っています。

当社の建設用を製造している拠点は東が茨城にあり、西が三重にあります。どちらかというと三重のほうが、生産が強いかなというところに対して、東というところに生産を強めて東の需要をうまく取るとか、そういうことをやっていくと効率が上がってくるし、コストを下げるということができるという余地があると思っています。
また販売面ですね。これは在庫を持って販売するものですから、お客様に在庫の紹介とか価格の紹介というのが本当に毎日ひっきりなしにくるというところ。これをいかに早くわれわれの情報をお客様にお伝えして、受注を早い段階で獲得、決定させていくかというところが大きな改善ポイントなんです。われわれのそういう在庫の状況とかをお見せするウェブサイトを作って、だいぶお使いいただけているお客様が増えてきていますので、われわれにわざわざ連絡をされなくても、われわれの今の状況をお知らせすることによって、受注をわれわれのほうに引き寄せてくると、効率も上がるということの取り組みというのもまだまだやる余地があると思っています。

[Q]：半導体の部分ですけれども、3 年以内に新しい追加投資の部分もやっていくというところですが、これは十分前倒しができるような状況なのか、可能性についてお伺いできればと思います。

[A]：今の計画は、お客様のフォーキャストというところにミートするような形で計画していくということで、今年を含めた 3 年でやっていこうかなと思っています。ただやはり、米国の中間選挙の影響というのは何かしら起きるというところに対して注視をしながら、早めていくものは早めていくし、若干遅らせたほうがいいという時はフレキシブルにやっていける。まだこれから着手というところなので、余地は残っていると思いますので、われわれ、ROIC 経営というところでは、やはり投下資本に見合うリターン、利益を、なるべく投下資本とリターンとの時間を短くして行うということが大切なことになりますので、そういう意味では市場の状況を、お客様の状況をしっかりとキャッチしながら計画を進めていきたいと思います。

[Q]：中間選挙の影響は注視しつつ、需要が従来以上に上がったというときは、柔軟に増産を行えるという理解でよろしいでしょうか。

[A]：そうですね。増産するところが日本国内に限らず、中国、またわれわれのグループ会社のいろんな拠点を含めて、そこはフレキシブルに対応できると思っています。スピードを、工場で増産するというところの一番のネックはやはり建物土地ですよね。そこを入手してからとなるとやはり時間軸がかかってしまうので、TOTOKU という会社がＳＷＣＣグループに入りましたので、ＳＷＣＣグループの全てのアセットを考えながら、需要に見合うスピードでやっていけるようにしたいと思っています。

[Q]：SICONEX®の海外戦略について教えてください。以前、次世代 SICONEX®開発導入による拡販というお話をされていたと思います。外資メーカーなど直近の各社決算では、海外、例えば北米などでも、送電網強化の動きが非常に活況であり、業績が盛り上がっていると伺っております。ＳＷＣＣ様の取り組み・戦略についてアップデートをいただけると幸いです。

[A]：当社の中計のなかでは SICONEX®、国内では高いシェア、またお客様からソリューションということを認めていただきながらのところの立ち位置から、やはり海外というところはこの中計のなかでは見据えていきたいということをお話しさせていただいています。これは今、あったように、海外も電力不足、電力インフラ網というところの構築で、SICONEX®に絡むような需要というのが高まってきているというのは認識しています。そのなかで、まずは SICONEX®、今、日本であるものをそのまま海外で売ることがなかなか難しいです。これは日本国内の規格に合わせて作っていますし、日本国内の社会課題である、地震が多い国であったり、施工の人員が足りない国であったりとミートする、そこに競争力を持った製品であるということで、グローバルに展開していくなかではそのような特徴が生かせる国というところ、需要をやはり見据えていかなければ勝てる戦略にはならないというところで、現状は、どの国でどういうような需要が高まっているのか、そのなかでわれわれがソリューションをどう起こせるのかというところの調査をやっている最中で、ターゲットを絞っていこうというところ。絞った後にはまた開発という期間も必要かと思っていますので、お答えとしましては、中計で考えていたのは、中計の最後のほうに一つ、売上、上市というところを目指しておりましたので、そこのベースというのはそのとおりに今、進んでいるというふうにご認識いただきたいと思います。

[Q]：TOTOKU 戦略製品についてフォローアップいただきたいです。中国での需要を刈り取るために中国での現地生産のようなアクションを強化していく方針、という理解で大丈夫でしょうか。

[A]：そのご認識のとおりでございます。プレゼンテーションのなかでは、そのことを地産地消という形で表現させていただいています。中国での売上が伸びていくなかで、TOTOKU には中国での生産工場も既にありますということで、そこに生産を移していくということで、まさに地産地消という形の増産という体制を整えていきますということになります。

[Q]：GE Vernova がブッシングを手がけるテックグループを買収しますが、海外戦略に影響はありますか。

[A]：海外でのそのような M&A も含めまして、先ほどご回答したとおり、グローバルでの状況を確認しながらやっていきたいと思いますので、影響あるなしも含めて、この 30 年を目指しての海外戦略に織り込んでいきたいと思います。ありがとうございます。

本書の記述及び記載された情報は、将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述 が含まれております。これらの記述は、現時点で入手可能な情報から判断した見通しによるものです。 このため、実際の業績は、様々な外部要因により、本書に記述および記載された情報とは異なる結果となる可能性があることをご了承ください。