



2024年12月24日

各位

会社名 株式会社ティアド
代表者名 代表取締役 CEO 兼 COO 社長執行役員 宮崎富夫
コード番号 7236(東証プライム)
問い合わせ先 常務執行役員 経理・財務部長 木下薫
(TEL 03-3373-1101)

株主との建設的な対話を促進するための対応 ならびにIR面談におけるよくある質問と回答

当社は、株主との建設的な対話を促進し、投資家の皆様への情報開示機会のさらなる拡大を目的として、沈黙期間を変更すること、ならびに一定期間ごとにIRへのご質問と回答を開示することといたしましたのでお知らせいたします。

記

1. 沈黙期間の変更について

投資家の皆様への情報開示機会のさらなる拡充を目的として、当社内規の沈黙期間を下図のように改定いたしました。本変更は即日施行されております。

現行

第1四半期			第2四半期			第3四半期			第4四半期		
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
	■			■			■			■	
沈黙期間			沈黙期間			沈黙期間			沈黙期間		
通期決算発表 定時株主総会			第1四半期決算発表			第2四半期決算発表			第3四半期決算発表		

変更後

第1四半期			第2四半期			第3四半期			第4四半期		
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
	■			■			■			■	
沈黙期間			沈黙期間			沈黙期間			沈黙期間		
通期決算発表 定時株主総会			第1四半期決算発表			第2四半期決算発表			第3四半期決算発表		

2. IR面談等におけるご質問と回答について

2024年11月5日の2025年3月期第2四半期決算発表後、アナリスト・投資家の皆様との個別ミーティングにおいて頂いた質問項目に関して回答を別紙の通りまとめとております。

本公表は、株主様との建設的な対話を促進するための情報発信の強化およびフェア・ディスクロージャーの観点から、今後も定期的実施させていただく予定です。

Q1. 基本的な事業内容とは

A1. 当社は、業歴87年を有する、ラジエータ、熱交換器製造のパイオニア企業の1社です。創業以降、鉄道用、空調機用、自動車用などの熱交換器を設計・製造・販売し、その他建機用、農機用、トラック用やバス用など幅広い用途の製品を製造して参りました。品目としましては、ラジエータ、オイルクーラ/ウォーマ、チャージエアクーラ、EGRクーラ等様々な熱交換器となり、昨今の電動車両用としては、低温ラジエータ、インバータ冷却器、バッテリー冷却器等を得意先へ提供しております。現在の事業の軸としては、電気自動車(BEV)・燃料電池車(FCEV)・ハイブリッド車(HEV)用熱交換器、建設機械用熱交換器、二輪車用熱交換器に大別しており、特に市場シェアが高いものは建機用、二輪用等となります。

Q2. 宮崎社長就任の背景とは

A2. 代表の宮崎富夫は当社の創業～成長期に社長を務めた宮崎富次郎の孫にあたり、自動車メーカーのエンジニアとして勤務したのち、家業の旅館業を受け継ぎ、宿泊業向けDXソリューションを提供する陣屋コネクトを創業、その後当社の経営に加わりました。当社の筆頭株主である陣屋コネクトの100%オーナーが宮崎でございます。

Q3. 2000年代に入って売上が大幅に成長している要因はなにか。また、利益、利益率の変動が大きいのは業界特有のものなのか

A3. 当社は、以前は国内中心の受注でしたが、海外拠点を増やすにつれ売上が増加しました。得意先の海外展開に伴って海外拠点を新設していった経緯です。

当社の利益、利益率の変動ですが、例えば2016年ごろはカルテル問題への関与による損失発生がありました。2011年の東日本大震災、2021年のコロナなども業績に大きな影響を与えました。当社は独立系のメーカーであり、特定の得意先の状況に大きく影響を受けることはありません。近年は、米国子会社の業績悪化の影響がありましたが、改善に注力しており今後は振れ幅は小さくなる見込みです。

Q4. 欧米で赤字が続いている理由は

A4. 米国は巨大なマーケットであり、得意先から「現地での製品製造」が期待されています。米国の売上規模は大きい一方、人件費等コストの高い市場でもあり、現時点では、利益を安定的に計上するのは容易ではありません。必要な人員確保も困難で、熟練工の人材流出も発生しています。またそれに起因して、生産性の低下や、製品廃棄率の増加へと繋がっております。

欧州子会社については、コスト構造が高いことは米国子会社と共通しています。欧州子会社の主要顧客は世界大手の商用車メーカーであり、特殊で付加価値の高い製品を提供していますが、生産を軌道に乗せるのに当初時間を要しました。安定的な生産は既に可能となりましたが、最近では欧州経済の低迷や、商用車市場の停滞の影響を受けています。

Q5. 米国の赤字幅縮小の具体的な取り組みとは

A5. 人材確保が困難であること、人材流出により熟練工が不足していることを補うため、一部工程を日本やアジアで行い、米国に輸送したのちに完成品工程を米国で行うプロジェクトを推進しています。

Q6. すべての工程を米国以外で製造すればよいのではないか

A6. 得意先の現地生産の要請もあり、得意先と相談しながら必要な部分だけを米国外生産とする計画です。将来的には、省人化と両立できるよう、米国での自動化設備の導入も検討しています。

Q7. 米国事業をやめる選択肢はあるのか

A7. 得意先の多くは、米国市場を重要な主戦場と位置付けています。当社は、これら得意先から車種別にグローバルモデルとして製品製造を受注しております。特定の地域だけでの受注は一般的ではなく、米国事業だけをやめる選択肢はありません。

Q8. アジアが安定して高収益である理由は

A8. 人件費をはじめとする製造コストが低いこと、生産性を高いレベルで維持できていることに起因しています。

Q9. 顧客の自動車メーカーが自社グループで内製化を進めたり、逆に外注化を進めたりする動きはあるか

A9. 自動車メーカーによる熱交換器の内製化の動きは認知しておりません。一方で、空調機器メーカーは過去から熱交換器の内製化を進めており、現在では、当社の空調向け売上は大きく減少しました。

Q10. 2024年3月期(前期)、大きく利益を伸ばした主要因は

A10. 2023年3月期(前々期)のサプライチェーンの混乱が正常化してきたこと、製造コストの売価転嫁が進んだこと、米国の赤字幅縮小が進んだこと等が挙げられます。

Q11. 2025年3月期の実績値(中間)と計画値の差異理由は

A11. 2024年初頭の自動車業界における認証不正問題を踏まえ、製造計画を保守的に見込んでいましたが、現状の業績進捗においては、その影響は重大化しておりません。

Q12. 上期伸長したにもかかわらず通期業績予想を変更しない理由とは

A12. 中国事業の先行きが不透明なこともあり、現状、通期業績予想は変更しておりません。

Q13. 中期経営計画の最終年度目標の達成確度について

A13. 今年度米国の赤字幅が縮小し、来年度に黒字化を展望できるようになれば、第12次中期経営計画T.RAD-12で掲げた目標の達成は可能であると考えております。

Q14. 熱交換器の市場の競合企業はどこか。また、熱交換器の市場の変化とは

A14. 国内メーカーで数社、海外メーカーにおいても数社を競争相手として認識しております。目立った新規参入が現れる業界ではなく、どちらかといえばプレーヤーが限られてくる業界と理解しております。当社は、熱交換器の専門メーカーというユニークな立ち位置を有しており、高い専門性を武器に、残存者利益を意識しながらマーケットシェア拡大を図ってゆきたいと考えております。

Q15. なぜ新規参入がなく事業の離脱が進行するのか

A15. 当社は所謂Tier1メーカー*として、得意先メーカーと一連托生、粗利10%~20%のビジネスに取り組んでおります。他社においては、さらに付加価値の高いビジネスモデルへ舵を切る会社も存在している可能性があります。当社は、熱交換器の専門メーカーとしてこれまでに蓄えた技術やノウハウを、更に深掘り、追求してゆく戦略を進めております。

*Tier1メーカー 一次請け、完成車メーカーに直接部品を供給するメーカー

Q16. EV化の流れが御社に与える影響とは

A16. BEV(バッテリー式電気自動車)化となっても、モーター、インバータ、バッテリー、空調などに対して熱交換器のニーズがあり、更に、EV化や燃料電池化に伴って熱交換器の点数が増える傾向があります。そうしたニーズに対して、当社は、低温ラジエータ、オイルクーラ、チラー、コンデンサ等の提供に注力しております。EV化が進んでも当社製品が必要になるため、需要は変わらない、あるいは搭載個数は増加する可能性があります。

Q17. 日系自動車メーカーは御社以外で熱交換器を手に入れにくくなっているのか

A17. 当社へのビジネスの引き合いが増えてきています。他社の戦略変更等、プレーヤーがより限られる傾向にある業界と理解しており、競合環境に変化が生じている可能性があります。ただし、依然、強力なグローバルプレーヤーが存在しており、当社も市場シェア拡大のため、これら競合と対峙して参ります。

Q18. もっと株価が評価されてもよいと思うが、現在の時価総額をどう考えているか

A18. 現在の株価は妥当とは思っておりません。過去数年の業績のボラティリティに起因して、投資家様の信頼を勝ち得ていないのではと感じています。中期経営計画の成果(ROEを大きく上げていくこと)を数字で示していくことで公正な評価を獲得してゆきたいと考えております。

以上