

「米国 Sage Automotive Interiors, Inc.の買収について」

～自動車分野向け事業の戦略的拡大～

【説明会（電話会議） 2018年7月19日（木）17:30-18:30】

■説明者

取締役兼専務執行役員 柴田 豊

専務執行役員 吉田 浩

上席執行役員 工藤 幸四郎

■主な質疑応答内容

Q：買収価格のバリュエーションはどの程度か。

A：Sage社の業績は非公開だが、買収価格\$1,060MはEBITDAの10倍程度だ。類似業種の平均的なレベルと考えている。

Q：偶発債務や年金債務などで特に懸念すべき点はないか。また、取得価額と純資産の差額はどの程度か。

A：デューデリジェンスの結果、偶発債務等について大きな問題はないと認識している。買収契約の中でもしかるべき対応を取っている。取得価額と純資産の差額については、現時点では開示を控えさせていただく。

Q：旭化成グループ全体の業績への影響をどう見ているか。

A：業績への影響はクロージング後にあらためて精査するが、現時点では、のれん償却等を含め黒字を想定している。

Q：内装材市場が自動車台数の伸び以上に成長することだが、どの程度だと考えているか。

A：当社および複数の調査会社による調査の結果、自動車台数は年率2～3%程度、内装材市場は年率5～6%程度成長すると見ている。

Q：カーシート市場に限るとどの程度の成長率か。また、Sage社のシェアはどの程度か。

A：カーシート市場の成長率については、自動車台数の年率2～3%の成長を少し上回る程度と見ている。シェアについては、現時点では回答を控えさせていただく。

Q : Sage 社の売上高が 2015 年から 2017 年にかけて年率 15%前後拡大している背景は何か。

A : 同期間に行った 2 件の企業買収が収益の成長に大きく貢献している。2015 年には当社のスエード調人工皮革「ラムース」の加工・染色を行っているイタリアの Miko 社を、2016 年にはファブリックの後加工・縫製等を行っているイタリアの Apollo 社を買収した。

Q : Sage 社のオーガニックな売上高成長率はどの程度か。

A : ここ数年は年率 4～5%で成長してきたと見ている。最も伸びているのは北米で、新ブランドの投入や高級品の販売拡大、カーシートだけではなく天井材への進出に注力していることなどが要因だ。今後については、天井材の拡大に加え、Miko 社や Apollo 社の拠点を活用した欧州での事業拡大、更なる M&A などを通じて、引き続き成長を図っていく。

Q : Sage 社の収益性の背景は何か。

A : ①高い生産技術、購買力に加えて高付加価値製品を生産していること、②米国において高い製品競争力を有していること、③Miko 社の買収により、収益性の高い人工皮革が製品に加わったこと、などが挙げられる。

Q : Sage 社の今後の拠点拡充の方針は。

A : 欧州は地域が広範で自動車メーカーも多数あるため、さらなる拠点の追加を検討していきたい。アジアにも注目しており、日系の自動車メーカーに対しては、旭化成グループに加わることで良いシナジーを期待している。

Q : Sage 社の売上高の地域別内訳を教えてください。

A : 売上高内訳等の詳細な数字は開示を控えさせていただく。

Q : Sage 社の主な競合はどこか。

A : 海外では Aunde 社、Adient 社、Lear 社など、日本ではセーレン社、TB カワシマ社、住江織物社などだ。

Q : 川中へ進出する垂直統合により、「ラムース」の顧客と競合することはないのか。

A : 「ラムース」のカーシート用途での販売先としては、Sage 社向け比率がかなり高い。それ以外の顧客については、これまでに長い付き合いがあり、今後も引き続き販売していきたいと考えている。

以上