

2020 年度第 2 四半期 業績説明会
アナリスト・投資家向けセッション Q&A (要旨)

開催日：2020 年 10 月 28 日（水）

重要：以下の事項をご確認ください。

本資料は、皆様のご参考のため、2020 年度第 2 四半期業績説明会でのアナリスト・投資家向けセッションにおける質疑応答の内容を要約したものです。

質問者 1

Q1: 【I&SS分野】FY21に向けてイメージセンサーの数量ベースのシェアをどのようにして取り戻すのか。また、その後はカスタム品のシェア拡大が必要になると思うが、高画素化や画素の微細化という今までと異なる顧客ニーズにも対応は可能という理解で良いか。

A1: シェアの奪回については、0.7 μ の微細化が恐らく主戦場になると思うが、キャッチアップをしていく。ただし、汎用品のため、これまでの高画質化を重視した商品よりはマージンが下がると見ている。それをある程度許容した上で、シェアを取り、顧客基盤をさらに広げていきたい。その上で高画質化についても顧客のニーズが出てくると思うので、きちんとサポートし、FY22に向けての事業基盤をFY21に整えていきたい。

Q2: 【G&NS分野】最後のスライドでFY21もゲーム事業は快晴のように見えたが、来期巣籠もりの需要が鈍化する部分は、PS5による新しいサイクルのモメンタム改善で吸収可能という理解で良いか。アドオンコンテンツ、ソフトウェアの販売やネットワークサービスについて、FY21も高い水準が続くと期待されているという理解で良いか。

A2: 誤解のないように申し上げますと、最後のスライドは、足元からFY21以降の事業のモメンタムを示しており、FY21の業績見通しを示したものではない。G&NS分野のモメンタムを快晴にした理由は、PS5に対する非常に強い需要や評判、発売予定のソフトウェアの強いラインナップがあるためであり、FY21は一層顧客ベースを広げていけるという期待感がある。さらに、中期的にはネットワークサービスを強化して、リカーリング収益も増やしていきたいと思っており、単年度の利益よりも、中期的にどれだけユニバースを拡大できるかということに競争の本質があると感じている。

質問者 2

Q1: 【連結】通期の営業利益を修正されたが、2Qで上振れた分と下期に上振れを見込む分の内訳はセグメントごとにどのようなイメージか。

A1: 営業利益は上期が非常に良く、下期は相当悪くなるように見えていると思うが、一時的な要素もあるためセグメントごとに説明する。

G&NSは下期にPS5導入費用が増加するため、その分は利益が減少する。また、巣籠もり需要は上期の方が強く、下期はその剥落の影響もある。

音楽は、事業譲渡に関わる収益を一時的な収益として、上期に計上している。

映画は、下期は劇場公開に伴うマーケティング費用が増加し、また上期の劇場公開がほとんどなかったため、下期に新作の映像ソフト等のマーチャンダイジングが出てこない見込み。

EP&Sは、上期比で構造改革等の費用の増加を見込んでいる。

I&SSは、中国の大手顧客への出荷停止を受けて、下期に当該顧客への売上を全く見込んでいないことと、在庫調整に伴う生産設備の稼働率低下があるが、2つ目の質問にも関わるので、後ほど説明する。

金融は、上期にソニー銀行で計上した運用資産の評価益があった。

その他・全社消去では、上期比で下期に新規事業探索活動の費用が若干増加している。

こういった要素が入っているが、事業のモメンタムや実力値に関しては、通期で見ていただくのが正しい姿なのではないかと感じている。

Q2: 【I&SS分野】投入枚数、年度末のキャパシティ、下期全体の稼働の見込み、また年度末の在庫のターゲットを教えてください。評価減のあった175億円の在庫は、カスタムではなく汎用品で、転売が可能と考えて良いか。

A2: 3Qのマスター工程の投入枚数は、3ヶ月の平均キャパシティ130kに対して、85%程度の110kレベルで見ている。4Qのマスター工程の投入枚数は、今の見通しの下限で申し上げると、もう一段の生産調整となって、現在のキャパシティの70%弱程度を今のところ想定している。ただし、これは追加受注を全く考慮していないため、受注状況次第ではもう少し高くできると思っている。

在庫については、4Qの追加受注の確度や、FY21上期の需要の強さを見極めた上で、戦略在庫も含めた年度末の在庫レベルを決めていくことになるため、現時点で具体的な水準は申し上げづらい。今の見通しの前提としては、（8月時点で想定していたほどの規模感で）戦略在庫を計上するというシミュレーションにはなっていない。ただし、需要が決めることなので、柔軟に対応したいと思っている。追加受注の可能性は相応にあると想像している。

在庫の評価減については、特定の顧客向けが大部分。汎用品もあればカスタム品もあるが、どちらかというとカスタム品の方が多いとご理解いただければと思う。

質問者 3

Q1: 【連結】利益を出せる力という観点で、コロナ禍における状況をチャンスに変え、来年度に向けて体質改善の手応えをもたらしたセグメントがあれば例を聞かせてほしい。

A1: 一番大きく感じているのは、コロナ禍の環境で、なかなか出社ができない、リモートでオペレーションしなければいけないというような制約があっても事業は回せるという点。従業員の多大な努力によるものだが、工夫もある。また、このような環境でも、エンターテインメントに対しての需要が全く衰えず、むしろ高まっている点に、非常に手応えを感じており、すべてのセグメントについて、手応えは感じている。金融に関しても、ソニー生命では、これまでライ

プランナーが対人で営業してきたが、リモートコンサルティングを入れてから、ほぼ前年に近いレベルに新規契約の獲得数は戻ってきている。コロナ禍であっても事業は進められるし、拡大のチャンスもあるということだと思っている。

Q2: 【G&NS分野】 今後パブリッシャーとの関係において、出資を伴うことが常態化していくのか。ゲームのコンテンツ取得の位置付けについて、以前と比べてより積極的になっているなどトーンの変化があれば教えてほしい。

A2: パブリッシャーとの関係において、必ず出資をしなければならないとは思っていない。ただ、協業するアイテムが多い等、より深くエンゲージするということになると、資本提携も一つの戦略としてあり得ると思っている。いずれにしても、良質なコンテンツを我々のプラットフォームで、できるだけ多くのお客様に届けるという目標は変わっておらず、できるだけ良いコンテンツを取っていきたいと思っている。

質問者 4

Q1: 【映画分野】 映画製作における利益の推移について、劇場公開とその後の収益機会の出方について説明があったが、より詳細を知りたい。また、FY21に向けてどのように回復できるのかをイメージしたいので、もう少し具体的に話せることがあれば教えてほしい。

A1: FY20は公開作品がFY19に比べてほとんどないという状況なので、ホームエンターテインメントやストリーミングに関わる収益が下期に減少する。上期はほとんど大型作品の公開はなかったが、下期には再開される見込みなので、それに先行してマーケティング費用が出ていく。劇場公開があり、その成績によってそのあとのホームエンターテインメントでの収益が変化するため、そこが遅れて出てくる。劇場公開後に作品がヒットするかという不確定要因もあるが、その不確定要因をメディアネットワークとテレビ番組制作が補っていく形になると見込んでいる。

Q2: 【連結】 営業キャッシュフローの計画は上方修正し、設備投資はI&SS中心に通期で減額していると思うが、今後の追加的フリーキャッシュフローを何に配分していくのか、現時点での考えを教えてください。

A2: 1Qの決算で示したアロケーションからの変化ということで説明すると、FY20の営業キャッシュフロー見通しを800億円上方修正している。設備投資については、前回お示した金額から減少する見込み。戦略投資については方針に変更はなく、前回の決算発表で説明した通り、SFHの完全子会社化以外で、3,000億円内外の戦略投資を想定している。この3,000億円には既に実行したBilibili社及びEpic社への出資として合計約700億円と、今年度設定している自社株の取得枠1,000億円を含んでいる。最近M&Aのオポチュニティーも増えてきているという実感があるため、色々なセグメントで戦略投資の機会があり、このような機会を精査、分析した上でタイムリーに戦略投資を行っていきたいと考えている。

質問者 5

Q1: 【I&SS分野】 2Q実績としてのマスター工程の投入枚数を教えてください。

A1: 2Qの実績としてのウェーハ投入枚数は、130kのキャパシティに対して、平均約110k。モバイル向けとデジタルカメラ向けで、若干の生産調整をしている。また、2Qは、一部の工場で法定検査を実施したという特殊要因もあり、一時的に投入枚数が落ちた影響もある。

Q2: 【EP&S分野】モバイルコミュニケーションを除いても実績が増収増益になっているが、旧HE&S、IP&Sの区分で業績を説明してほしい。今後のモメンタムとして、曇りからFY21は薄日になっているが、その考え方を教えて欲しい。

A2: 2Qのモバイルを除く増収増益に対し、カテゴリー別にはテレビの貢献が一番大きく、次いでデジカメとなる。天気マークは、足元からFY21以降のモメンタムとして示しており、特定の年度の業績見通しを示すものでは決してない。(モメンタムが)改善していく理由は、1Qが売上・利益ともにコロナ禍による悪影響が非常に大きかったが、これが大分緩和していくため。コロナの影響は、地域によっては今後、第2波、第3波があるかもしれないが、我々も対処法を学習してきており、対処していける前提で、モメンタムが良くなっていくと見ている。

将来に関する記述等についてのご注意

本資料に記載されている、ソニーの現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しです。将来の業績に関する見通しは、将来の営業活動や業績、出来事・状況に関する説明における「確信」、「期待」、「計画」、「戦略」、「見込み」、「想定」、「予測」、「予想」、「目的」、「意図」、「可能性」やその類義語を用いたものには限定されません。これらの情報は、現在入手可能な情報から得られたソニーの経営陣の仮定、決定ならびに判断にもとづいています。

実際の業績は、多くの重要なリスクや不確実な要素により、これら業績見通しと大きく異なる結果となりうるため、これら業績見通しのみで全面的に依拠することは控えるようお願いします。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常にソニーが将来の見直しを見直して改訂するとは限りません。ソニーはそのような義務を負いません。新型コロナウイルス感染拡大は、重要なリスク及び不確実な要素の多くに悪影響を与える可能性があります。その他のリスクや不確実な要素、及び業績見通しと大きく異なる結果を引き起こしうるその他要素については、ソニーの最新の有価証券報告書（その後に提出される四半期報告書を含む）又は米国証券取引委員会に提出された最新の年次報告書（Form-20F）も合わせてご参照ください。