

## 古河電気工業(株) 事業 IR 説明会 質疑応答録 (要旨)

日時：2025年6月6日(金) 13:30-14:30

内容：情報通信ソリューション事業

説明者：執行役員常務 情報通信ソリューション統括部門長 太田 寿彦

執行役員 光ソリューション事業部門長 浅尾 真史

執行役員 ファイテル製品事業部門長 小神野 毅

ブロードバンドソリューション事業部門長 長谷川 誠

陪席者：取締役兼執行役員常務 財務本部長 青島 弘治

Q：情報通信ソリューション事業の主力製品各々について、御社のポジショニングや競合・顧客、今後の収益機会などを聞かせてほしい。空孔コアファイバは日本で開発しているのは御社のみで収益機会になるのでは？

A：

- ・ローラブルリボンケーブルの顧客は主にハイパースケールデータセンタ。ダークファイバプロバイダも増えてきている。競合は日本・北米の光ケーブルメーカー。データセンタ向け需要は非常に強く、今後の収益貢献は大きいと期待。
- ・MT フェルルはデータセンタ内の用途。競合は同じく日本・北米の光ケーブルメーカーだが、当社は株式会社白山を買収し低損失フェルルではグローバルシェア 2 位と良いポジションにいる。ケーブルと組み合わせプリコンケーブルとして販売することにより収益拡大を図る。
- ・空孔コアファイバはまだ開発段階だが、データセンタ事業者での性能確認が進んでおり、引き合いも増えている。
- ・DFB レーザチップの競合は国内・海外に複数社ある。需要が増大しており、増産投資により製造能力を 5 倍に増やしている途中。既に複数のトランシーバメーカーから受注している。足元の需要増に加え、次世代高出力 DFB レーザチップは CPO 向け光源として期待されている。当社は DFB チップから ELS モジュールまで垂直統合で製造できる強みがあり、来年度の量産に向け、既に顧客との仕様調整やサンプル評価が進んでいる。

Q：北米光ケーブル需要は今後 5 年間で CAGR+12%とのことだが、P14,17 で示された製品各々の成長率は？  
今後 5 年間の成長推移はどのようになるか？  
ポラティリティの大きい市場だと思うが、投資リスクにどのように対応するか？

A：

- ・P14 北米ケーブル需要については、27 年までは伸び率が増えていき、28 年からその高い伸びが継続すると考えている。ポラティリティが高い市場のため追加投資の判断は難しいが、今後の需要動向を注視し慎重に検討していく。
- ・P17 光部品の市場見通しは特にデータセンタ内ソリューション製品の需要が強く、24-26 年にかけて年率 20-30%の伸びを予想。DFB レーザチップの体感はもっと高い。さらに CPO 向けの次世代 DFB レーザチップの市場適応により 2,3 年後には現在よりも所要が多くなると考える。データセンタ相互接続ソリューション製品は、データセンタ内ソリューション製品に連動する形で、今後年率 10-20%の伸びを予想。

Q：これまでテレコム市場向けに注力してきた中、データセンタ需要を捕捉する戦略にうまく切り替えられた背景は？  
また、データセンタ向けとテレコム向けとで収益性はどの程度違うのか？

P13 でデータセンタ市場向け売上高を 25 年度は 23 年度比で 4 倍と予想しているが、30 年度に向けてもつ

と伸びる余地があるのでは？

A：

- ・ローラブルリボンケーブルや MT フェルール、DFB レーザチップなどの製品は、データセンタ市場に注力する前から開発を進めており、データセンタ市場が活況になったタイミングで株式会社白山の買収なども含め製造体制を強化し、参入することができた。以前から製品を持っていたことに加え、需要が非常に強いことも奏功した。
- ・利益率は製品によって異なるため一概には言えないが、総じてデータセンタ向けの方が高い。30 年度に向けてさらなる市場成長が見えてきた場合は、それに応じた生産能力増強も検討したい。

Q：能力増強し需要を捕捉して増収増益を狙うという本事業の方向性は、全社的な ROIC 改善戦略に叶う形になるのか？ 他社が製品領域や分野を絞り込み利益率を改善する方向であるのに対し、御社は幅広くメニューを拡充するように見えるが、量の拡大と収益性向上は両立するのか？

また、Lightera 新体制は収益性向上にどのように寄与するのか？ 事業の特徴は地域毎に異なると思うが、拠点の集約・再編などは考えているか？ それともシナジーによる拡張を志向するのか？

A：

- ・製品ポートフォリオは幅広いわけではなく、データセンタ内は光コンポーネント、データセンタ相互接続はローラブルリボンケーブルと接続物品という形で製品群を絞り込んで投入しており、現在持っている製品を活かし、将来伸びるものに重点的に投資している。
- ・光ファイバ・ケーブル事業については、これまで地域毎に戦略策定し実行してきたが、新体制のもとグローバルで統一の戦略を策定し、地域毎に実行するという形に変化する。これにより、グローバルでのリソース配分を最適化・効率化するとともに、地域別の強みを他拠点に活かすことや人材流動化の効果も期待する。拠点の集約・再編に関しては、既に中国やタイの工場をクローズしており、リソース集中を進めてきている。その上で、Lightera としてのシナジーを出して強みを強化し、拡張を目指す。

Q：P4 の 2025 予想は、売上 2,350 億円以上、営業利益の 75 億円以上との記載だが、保守的な要素はどのあたりにあるか？

顧客認証タイミングや、製品リードタイムの短い MT フェルールへの都度投資によるアップサイドの可能性などが背景にあるのか？

MT フェルールや MPO コネクタは、他社も製造能力増強する中で供給過多にならないか？

A：

- ・データセンタ市場は活況で、我々の供給能力以上の強い需要があることから、生産性を上げたり投資を早めたりすることで売上・営業利益ともアップサイドの可能性があると考えている。  
データセンタ関連はプロジェクト単位で進行することが多いため需要変動大きいビジネスであり、受注活動と生産体制整備の双方を見定めながら売上・利益を最大化していく必要がある。ここがテレコム向けビジネスと異なる点である。生産能力をフルに生かせるように受注できれば、売上や営業利益はまだ伸ばせる。ポイントはリードタイム短縮や顧客認証の早期化。
- ・高性能な MT フェルールのサプライヤは現時点ではさほど多くないため、当面の供給過多は懸念していないが、中国企業などが今後技術的にキャッチアップしてくる可能性はあるため、市場や競合の動向を注視していく。

Q：データセンタ市場以外で、御社がもともと強みとしていた北米地域の通信キャリア向けの戦略について教えてほしい。

A：

- ・当社はこれまで北米通信キャリアの中でも Tier2,3 に注力してきたが、一時期生産性で苦戦し顧客を失った経緯がある。現在は、毀損した顧客基盤を強化し、顧客数を増やす取組みを進めている。
- ・そういった中、既存顧客のダークファイバプロバイダからのデータセンタ向け需要が増えてきている。この需要をしっかり捕捉し、顧客数も増やして基盤を強化する。
- ・BEAD プログラムについては、技術中立性の観点から無線やサテライトインターネットも補助金対象にするとの方針転換が示されたため、動きが止まっている状態。BEAD 需要の立ち上がりは想定していた 25 年度後半から半年以上は遅れる見込みだが、顧客との関係を維持して需要をキャッチし、BEAD 対象製品を提供するという方針は変わらない。

以上