

2025 年度（2026 年 3 月期） 第 2 四半期 決算説明会 質疑応答要約

日時： 2025 年 10 月 28 日（火） 17:00～18:30

質疑応答対応者：	執行役社長兼 COO	先崎 正文
	執行役常務兼 CFO	塩嶋 慶一郎
	ブランド・コミュニケーション本部長	紺野 篤志
	ブランド・コミュニケーション本部 主席広報官	久保 達哉

※内容を要約して掲載しています。

■ 社名・ブランド変更

Q：社名変更に至った背景は？

A：2022 年を「第 2 の創業」と位置づけており、日立製作所による一部株式売却と米州独自展開の決断という大きな転機となった。当時からブランドについて議論を行っていたが、米州市場へ再参入するタイミングでは、まだ日立ブランドを維持することが必要だった。このたび、「第 2 の創業」の締めくくりとして、次の 100 年に向けた独自ブランド構築をめざすことを新たに決断した。

Q：社名変更に際して大株主とのコミュニケーションは？ オレンジ色の機体は日立ブランドと関係あるか？

A：日立製作所とはブランド契約に基づき適切に対話し、良好な関係性を構築している。他の大株主とも継続的にコミュニケーションしている。コーポレートカラーであるオレンジ色の使用は日立ブランド契約とは関係ない。オレンジ色の機体が世界中のお客さまに信頼されていると認識している。ConSite や Wenco などのソリューションを組み合わせて、LANDCROS を総合的なブランドにしていく。

Q：ブランド浸透のための施策は？

A：LANDCROS のロゴを貼った機体を既に販売している。今後はロゴの視認性向上、CM や SNS などの広告、ステークホルダーへの丁寧な説明を通じてブランドを訴求していく。

Q：日立製作所の株式保有について、今後の展開は？

A：株式保有に関する判断は日立製作所の検討事項であり、当社としてコメントする立場にはない。当社の基本方針は変わらず、広く一般株主を受け入れ、独立した経営をめざす。

Q：社名変更によりオープン戦略における M&A や他社との協業の可能性が広がるか？

A：可能性はもちろんある。オープン戦略の一環として、必要に応じて他社との資本関係構築も柔軟に考える。当社が重視するのは透明性とお客さまとの協創。

■ 上期実績・業績見通し**Q：業績予想の上方修正の背景は？**

A：主に日本・欧州・米州独自展開事業を上方修正。上期の上振れ分を反映した形。米州では値上げ前の駆け込み需要も追い風となった。欧州では主要国で代理店在庫が減少し補充ニーズが顕在化。日本は9月単月で売上が好調だった。日本では工事量が一定程度確保されている一方で、インフレ・人件費高騰・人手不足がユーザーの購買マインドを押し下げている。ただしこうした状況はICT建機の提案など当社にとってチャンスでもある。全体としてマイニングのメンテナンス先送りや関税影響など不透明要素は継続しており、慎重な見通しは変えていない。

Q：マイニング事業の弱含みは関税など外部要因によるものか、競争力低下など内部要因によるものか。

A：マイニング機械の稼働時間は維持されている。メンテナンスは重要で省略されることはないが、市況が悪化すると先送りされる傾向がある。地域ごとに状況は異なり、改善が見られる地域もあるが、グローバルでは二極化が進む。石炭・鉄鉱石価格の下落により、豪州やインドネシアは厳しい状況が続いている一方、銅などのハードロックは堅調。豪州は第1四半期から第2四半期にかけて改善傾向にある。

Q：前回計画比での物量・構成差の変動要因は？

A：物量・構成差のうち、物量変動は前回比でやや上方修正。バリューチェーン構成差は、スペシャライズド・パーツ・サービスが計画を下回ったことなどにより悪化。地域・製品構成差他も悪化した。スペシャライズド・パーツ・サービスにおける高収益事業の不調と物量増に伴う運搬費増などが要因。

Q：セグメント別の利益の状況は？

A：建設機械ビジネスは米州 OEM 供給の減少があるものの、全体としては堅調で利益率は回復傾向。スペシャライズド・パーツ・サービスビジネスは H-E Parts の部品再生事業が苦戦、特に中南米における競争激化で受注が減少。

Q：構造改革費用とその他営業収支の内訳は？

A：両者をトータルすれば見通しは概ね変えていない。上期はその他営業収支で、工場の火災や北米のハリケーンによる部品倉庫被害の保険金収入があった。加えて、サプライヤーのエンジンメーカーからの品質保証にかかる補償金収入もあった。他方で、構造改革関連費用にはブランド切替費用に加え、中計最終年度という点も考慮して、固定費低減などの構造改革を新たに織り込んでいる。

Q：2026年度の見通しは？

A：見通しが難しい。米国関税影響が本格的に出てくるのはこれからと考えており先行き不透明感がある。中でもマイニング・バリューチェーン事業が順調に育ってきており、成長の柱として期待している。

■ 関税影響

Q：関税分のコスト増は売価で吸収できているか？

A： 段階的な値上げを実施しており、代理店・顧客の理解も得られている。今後も競合他社の状況を見ながら対応していく。

Q：米国関税の市況への影響は？

A： 足元では関税適用前の在庫による駆け込み需要が見られた。今後は関税が適用された製品の販売が増え、市場への影響が本格化する見込み。現地生産の競合他社も含め、市場全体にインパクトが出ると見ている。

以上