

IR 説明会「2015 年度決算実績と中期経営計画の進捗状況」
(2016 年 5 月 25 日開催) 質疑応答の概要

(鉄鋼事業に関して)

Q1) 鉄鋼の中期計画における施策について、拡販・シェアアップのために注力する地域や商売形態などがあるのか、具体的な戦略についてお聞かせいただきたい。

A1) 国内と海外に分けてご説明します。

国内につきましては、新日鐵住金本体に限らず、電炉メーカーなど新日鐵住金グループ全体に対してシェアアップの余地があると考えております。

コイルセンターの整備など最終ユーザーまでのバリューチェーンを構築することによりシェアアップを図ってまいります。

海外につきましては地域的に申しますと、まずは、インド・中近東といった地域です。これまで当社の輸出は、東南アジアが主体でしたが、昨年あたりから輸出地域を拡げておまして、これを伸ばしてまいりたいと考えております。

安定的な成長が見込める米州におけるビジネスも強化してまいります。自動車産業向けのメキシコのコイルセンターの増強や、米国内の家電・建材向けのコイルセンターへの出資などにより販売力を強化してまいります。

Q2) シェアアップに関してターゲットとしている競合先はあるのか？

A2) 特にどこか他社を意識するということはありません。

鋼材の最終ユーザーをきっちりキャッチアップしていくことで、取扱数量が増え、結果的にシェアアップに繋がると考えています。

Q3) 高炉メーカーの店売向け値上げ発表の浸透状況や、品種別の浸透状況に差異があるのかについてお伺いしたい。

A3) 高炉メーカーによる値上げの浸透についてはこれからと考えています。

特約店等については、まだ在庫を保有しておりますので、値上げの浸透には一定のタイムラグが発生するからです。

但し、昨年度後半の大きな鋼材市況の下落に対し、現在は原材料価格も上昇していることから、メーカー・サプライサイドの値上げに対する必要性は高く、デマンドサイドへのご理解の浸透が課題と考えております。

熊本の大地震などマイナス要因もありますが、建材分野ではゼネコン各社は相当程

度の受注物件をお持ちであるのに対し、最終納期は決まっております。物件の出件時期が値上げ浸透時期に影響する可能性もあります。

(繊維事業に関して)

Q4) 繊維事業については、昨年度に続き今年度も増益予想となっており、昨年度については持分法収益の好転があり、今年度については為替の円高によるメリットがあると思うが、昨年度の持分法収益好転の具体的な内容と、今年度の為替を除いた実力ベースの動きについてお伺いしたい。

A4) 昨年度の繊維事業における持分法収益の好転につきましては、赤字の小売関係会社の清算を決定した影響であります。

特別損失として、関係会社整理損約 19 億円を計上させていただきましたが、負の部分が取り除かれたことが大きいと考えており、為替影響を除いた実力ベースでも増益を目指してまいります。

(投資に関して)

Q5) 投資については、昨年度は抑えており今年度は増やしていくとの説明があったが、厳しい環境が続くなか、今年度の投資の内容にについてもう少し具体的にお伺いしたい。

A5) 設備投資・事業投資につきましては、過去は毎年 120 億円程度の投資をしてきたことも踏まえ、中期経営計画では年間 150 億円程度の投資枠を設定しました。これに対して、昨年度は事業環境も踏まえ、例年の半分程度の 60 億円程度となったところです。

今年度につきましては、まだ、全ての案件が、積みあがっているわけではありませんが、例えば、産機・インフラ部門におけるメキシコの自動車部品関係での投資や、鉄鋼部門における米国南部のコイルセンターへの出資などについて検討しているところです。

従来は海外では、東南アジアを中心に投資をしてまいりましたが、地域的には北中米にシフトしていきたいと考えています。

また、国内につきましては、バリューチェーン構築のため、末端の鋼材需要の捕捉に繋がるという観点で、後継者ご不在の特約店などの取込み等も行っております。

(子会社の収益改善に関して)

Q6) 子会社収益の見通しについてお伺いしたい。構造的な改善については、ある程度時

間を要するのか、何か大きな施策などがあるのかについてもお伺いしたい。

A6) 子会社収益につきましては、短期的な観点では、今年度は、昨年度発生した海外子会社での為替による一過性損失の剥落による増益等があります。

構造的な改善施策という観点では、先ほどご説明した、米国におけるコイルセンターへの出資等に加え、中国および国内コイルセンターの再編・統合などについても検討していきます。

(統合シナジーに関して)

Q7) 統合シナジーの進捗状況についてお伺いしたい。

A7) シナジー効果につきましては、昨年は、コスト削減で約 10 億円、営業での拡販効果が約 7 億円、合わせて約 17 億円の効果が出ています。

営業面について例を挙げますと、旧住金物産は鉄骨加工を得意とする反面、丸棒には弱かったのに対し、旧日鉄商事は新日鐵住金グループの電炉メーカーとの取引もあり丸棒に強みがありました。現在は鉄骨と丸棒の商売を融合しゼネコンに提案しているところです。

また、旧住金物産の得意としていたスクラップの商売について、旧日鉄商事の取引のあった電炉メーカーに繋いでいくというようなことをやっております。

事業部門を跨ぐ話では、産機・インフラ部門で自走式駐車場メーカーとの取引がありますが、これを鉄鋼のプロジェクトに織り込んでいくようなケースも実績としてあります。

繊維部門で制服・ユニフォームの販売子会社がありますが、鉄鋼関連の工場の作業服を受注するようなケースも実現しています。

中期経営計画の最終年度である 2017 年度では、これらに営業面のシナジーの増加やシステム統合メリットも加え、統合シナジーとして 32 億円程度を目指していきます。

以 上