

IR 説明会「2017 年度決算実績と中期経営計画 2020」
(2018 年 5 月 24 日開催) 質疑応答の概要

(2017 年度決算に関して)

Q1) 2017 年度経常利益中の一過性利益の内容を具体的に？

A1) 産機・インフラ事業に関しては、ロジアナ工業団地における負ののれん等の利益が 15 億円程度含まれています。また、鉄鋼事業に関しては、スクラップ高騰に伴うグループ会社におけるスクラップ売却益の一部や、昨年度は随分原料炭が高騰しておりましたので、原料権益子会社の高騰部分の利益、また鋼材価格も上昇局面でしたのでグループ会社における在庫の含み益等があり、これらを一過性と整理しております。

Q2) 繊維の減益理由として、小ロット・短納期化の影響を挙げているが、これは急に出てきた問題なのか？また、小ロット・短納期の商品はそれだけ付加価値があるということだと思いが、ユーザーに対する値上げは出来ないのか？

A2) 当社の実感としては、昨年度、急速に業界全体の動きとなった印象です。従来のアパレルのビジネスは商機を逃さぬように大量に仕入れて、通常販売終了後はセールやアウトレットで販売するというパターンでしたが、マーケットの縮小が続く中で、在庫を削減し、ロスを出さないような発注形態への移行が急速に起こったと認識しています。

また、そのようなマーケット縮小下で、最終消費者への販売価格を上げることが難しい局面にアパレルユーザー各位が置かれておられますので、当社の OEM・ODM 販売価格へのコスト転嫁もなかなか難しい状況となっております。

Q3) 繊維の国内マーケットは縮小傾向にあるが、海外販売増加への取り組みについてはどうか？

A3) 海外子会社において直接海外のアパレルメーカーから受注して、海外マーケット向けの販売を増加させていくという取り組みをしております。課題は、ODM 製品においては、日本とは違う海外顧客の嗜好に合致するようなデザインが必要となりますので、日本からの支援を含めた体制強化に一層取り組む必要があると認識しております。

(中期経営計画 2020 に関して)

Q4) 2018 年度の鋼材販売単価の前提は？

高炉メーカーは、6 月契約分から更に 5 千円/トン程度の値上げをすると報じられているが、それは今回の計画には織り込んでいるか？

A4) 鋼材販売単価は 2017 年度下期水準で織り込んでおりますので、新たな値上げは計画には織り込んでおりません。平均単価を年度平均で比較すると、昨年度が価格上昇局面であったことに伴う期間差がありますので、2018 年度の方が 2~3 千円/トン程度高くなります。

Q5) 鉄鋼の収益改善額には三井物産グループとの提携効果、シナジーはどの程度含まれているのか？

A5) 30 億円程度を見込んでおります。内外加工拠点の活用・効率化、港湾の活用や共同配船といったコスト面の効果や、海外における当社の拠点が無い地域での協業や三井物産殿が保有される原料・資源関連拠点に対する鋼材販売協力などの売上高の増加対策等を検討してまいりたいと考えております。

Q6) 三井物産グループから譲り受けた鋼材単価を推定すると、御社の 2017 年度鋼材単価に比べると低いように思うが？

A6) 資料に記載しております譲受け対象事業の売上高、鋼材数量は 2016 年度の実績で、昨年度の鋼材単価上昇が反映されておりません。また、譲受け対象の販売分野は、当社の従来比率と比較すると、紐付き分野の比率が大きくなりますが、紐付き分野は店売り分野と比較すると、価格変動には遅効性があるということも、その一因と考えられます。

Q7) 海外における取扱い鋼材を大幅に増加させる計画となっているが、具体策は？

A7) サプライサイドの能力問題解消に加え、海外で生産された鋼材の取扱い、例えば新日鉄住金の拡大する海外拠点からの調達や、ローカルサプライヤーの確保にも取り組んでまいります。

Q8) 米国の輸入鋼材への関税付加の影響は？

A8) 米国への鋼材輸出量はさほど大きいものではありません。現状輸出しているものについても、関税を負担することになる現地ユーザーが関税適用除外申請を出しておられます。また、現在の米国の熱延鋼板市況は 1,000\$/トンを超えるような水準で、他の地域

の市況と比較しても突出しており、たとえ 25%の関税をユーザーが負担されたとしても尚、ユーザーにメリットが残るようなレベルとなっております。

Q9) 2017 年度において鉄鋼のグループ会社で赤字の会社が 11 社ほどあるとのことだが、この対応は？

A9) 今回の中期計画期間中に赤字の会社はゼロとしていく計画です。ちなみに 2017 年度において、当該赤字会社の赤字総額は 8 億円程度で、中期計画における鉄鋼事業の改善額の内数に含まれています。

Q10) 繊維事業の改善策をもう少し詳しく？

A10) 繊維事業の OEM・ODM 生産は、未だかなりアナログな作業、“力仕事”に頼っているところがあります。今回私たちは、進化するデジタルテクノロジーを積極的に OEM・ODM ビジネスに導入するために、繊維事業本部内に「イノベーション推進室」を設置いたしました。この組織を起点として、積極的に新しいテクノロジーを導入していくことで、効率化を一層推進し、お客様に新たな付加価値をご提供することも含めて、損益の改善を進めてまいります。

以 上