

各位

会社名 山陽特殊製鋼株式会社
 代表者名 代表取締役社長 樋口 眞哉
 (コード番号5481 東証第1部)
 問合せ先 総務部長 吉竹 広喜
 (TEL 079-235-6003)

第10次中期経営計画（2017～2019年度）について

1. 経営基本方針

<p>「Sanyo Global Action 2019」 ～山陽ブランドのグローバル化による持続的成長の追求～ ◇事業基盤の強化を通じた盤石な企業体質の確立 ◇研究開発・品質競争力の強化による技術先進性の更なる追求 ◇「高信頼性鋼の山陽」のグローバルブランド化の推進</p>
--

経営理念「信頼の経営」のもと、生産構造改革を実行し事業基盤を強化することで、安定的な収益を確保できる盤石な企業体質を確立する。また、技術先進性を更に追求し、「高信頼性鋼の山陽」のグローバルブランド化を推進することで、競合激化、原料・エネルギー価格の上昇等厳しい環境の中でも持続的成長（人・技術・利益）を追求していくことを基本的な考え方とする。

2. 連結経営数値目標

	(億円)		
	2016年度 (実績)	2019年度 (計画)	増減
売上高	1,387億円	1,500億円	113億円
経常利益	117億円	135億円	18億円
ROS	8.5%	9%	0.5%
ROE	6.6%	7%	0.4%
ROA	6.5%	7%	0.5%
D/Eレシオ	0.1	0.2	0.1
投資(3年)	353	500	約1.4倍
研究開発費(3年)	46	50	約1.1倍
採用(単独、3年)	56人	150人	約2.7倍
連結配当性向	25.9%	30%	4.1%

[主要前提(16→19FY)]
 ・鉄スクラップ市況価格
 22→32(+10)千円/t
 ・為替 109→100円/\$
 ・ドバイ原油 47→60\$/BL

(注1) ROE・・・自己資本当期純利益率

(注2) ROA・・・総資産経常利益率

3. 重点施策

(1) 事業基盤の強化を通じた盤石な企業体質の確立

1) 生産構造改革(Sanyo Factory Renovation)の実行による競争力強化

従来の省エネ・原価低減・省力への取り組みに加え、本社工場の物流の整流化・直結化や第二棒線工場をはじめとするボトルネックの解消、AI、IoTの活用による自動化・効率化等を進めることでコスト競争力・納期対応力の強化を図る。

2) 安定的な収益の確保

①鋼材事業

伸長する特殊鋼外需を的確に捕捉するとともに、原料・エネルギー価格上昇をコストダウンおよび販売価格で吸収し、品種構成の改善も図ることで、外部環境に左右され難い安定的な収益を確保できる盤石な企業体質を目指す。

②非鋼材事業

9次中期において実行した素形材事業におけるタイ(S S S P)・メキシコ(SMM)事業および特殊材事業における第2粉末工場を着実に立上げ、成長市場を捕捉することで非鋼材事業規模の拡大を図り(売上規模 2016年度比 1.5倍)、全社収益安定性を高める。

3) 経営基盤の強化

①迅速・透明な経営の推進

安全・防災・環境・コンプライアンスについては、会社経営の根幹であるとの認識のもと引き続き取り組みを強化し、執行役員制度(2017.6~)の定着を通じて、迅速・透明な経営を推進する。

②人材の確保・育成

長期安定的な人材の確保に向け定期採用を強化(採用規模 9次中期比 2.7倍)し、国際化対応人材の育成や技能伝承への取り組みを進める。また、人材の確保の観点からも、再雇用制度改善、女性活躍支援等のダイバーシティの取り組みやワークライフバランスに配慮した働き方改革を引き続き実施する。

③株主還元強化

一定の財務体質に到達したことを踏まえ、今後の戦略資金ニーズはあるものの株主還元強化として、連結配当性向の下限を25%(現状20%)とし、中期最終年度には30%の連結配当性向を目指す。

(2) 研究開発・品質競争力の強化による技術先進性の更なる追求

1) 軸受鋼をコアとする品質競争力の強化

当社のコア技術「高纯净度鋼製造技術」をベースとした内部品質の優位性を堅持するとともにそれに見合う外観品質を工程改善や品質保証の高度化を図ることで実現し、「内部品質・外観品質グローバルNo.1」の達成を目指す。

2) 研究開発の推進

基盤研究と商品開発の機能を明確化するとともに、中長期の研究開発企画機能を強化することで、グローバル展開を見据えた高信頼性商品と新技術の迅速かつ継続的な創出を図る。研究開発費については、10次中期3年間で9次中期比1.1倍となる50億円/3ヵ年を投入する。

(3) 「高信頼性鋼の山陽」のグローバルブランド化の推進

1) グローバルブランド化の施策の推進

当社ブランド力の源泉であるお客様の満足を目指したQCDD(品質・コスト・納期・研究開発)力の更なる強化を図り、グローバルブランド化のために海外地域別・顧客別戦略を検討し、海外拠点の役割強化、素形材事業での世界6極体制の確立、グローバルサプライチェーンの構築等を進める。また、海外拠点・取引の拡大に伴い為替変動対策やグローバルCMSを検討する。

2) 認知度の更なる向上に向けた取り組みの推進

技術企画機能を強化することで、国内外のお客様との技術交流を加速し、グローバル市場における高い信頼獲得とブランドの浸透を図る。また、PR活動やIR活動など、国内外への情報発信を強化することで当社の認知度の更なる向上を図る。

(4) 投資

戦略投資枠(生産構造改革、M&A等)として250億円/3ヵ年、一般投資枠(省エネ等コスト削減投資、省力化投資、品質対応、老朽更新等)として250億円/3ヵ年、合計500億円/3ヵ年を目途とし、具体的な計画化を図る。