

会社名 神鋼商事株式会社 (コード 8075)  
 代表者名 代表取締役社長 森脇 亞人  
 問合せ先 総務部長 角谷 和昭  
 (03) 3276-2032

## 連結中期経営計画について

当社は、この程2006～2008年度の3ヶ年の連結中期経営計画「GROW UP 2008 ～成長へ 未来へ～」を策定致しましたので、その概要について下記のとおりお知らせ致します。

### 記

#### [経営数値目標]

(単位：億円)

	2005年度見込み	2008年度計画
売上高	5,860	6,700
営業利益	76	87
経常利益	68	77
連結純利益	28	40
自己資本	140	230以上
有利子負債残高	505	470以下
D / E レシオ	3.6倍	2倍以下
総資産	1,978	2,160
自己資本比率	7.1%	10%以上
要員	890人	930人

#### [ビジョン]

1. メーカー商社としての基盤強化
2. 事業環境に左右されない収益確保に向けた体制構築

#### [基本方針] ビジョン達成のための全社共通スローガン “チャレンジ10”

1. シェアアップ10
  - ・事業基盤を更に強化するため、神戸製鋼グループから見た取り扱いシェア10ポイントUP
2. グロスプロフィットプラス10
  - ・海外ビジネスの強化などにより利益の源泉である売上総利益の10%増額
3. コストダウン10
  - ・更なる業務の効率化を図るとともに、経費効率の追求を続け、総経費10%削減

#### [重点施策] ビジョン達成のために、3つの重点施策に取り組む。

1. 収益力強化
  - ・海外ビジネスの強化(米国、中国・アジア)
  - ・神戸製鋼グループの新技术・新商品への取組み
  - ・重点顧客製品の販売拡大
  - ・内外優良パートナーとの連携による共同事業推進
  - ・コア事業周辺における新規ビジネス創造
2. 経営システム充実
  - ・人材育成の推進
    - (1)海外事業の強化に対応した人材の育成・確保
    - (2)人材育成体系(教育・研修)の再構築
  - ・情報インフラの高度化による競争力強化
  - ・内部統制システム(リスク管理システム)の充実
3. 財務体質充実
  - ・自己資本増強の継続
  - ・外部有利子負債の削減
  - ・資金調達の多様化

2006～08年度 連結中期経営計画

**GROW UP 2008**

～ 成長へ 未来へ ～

神鋼商事株式会社

2006年4月19日

## 連結中期経営計画 “グローアップ 2008”

### 1. 全体計画

- 1. 経営数値目標
- 2. ビジョンと基本方針
- 3. 重点施策

### 2. 部門別計画

- 1. 部門別計画サマリー
- 2. 前中期計画の総括
- 3. 鉄鋼部門
- 4. 非鉄金属部門
- 5. 機械・情報部門
- 6. 溶材部門

# 1. 全体

## -1. 経営数値目標

- 前中期計画は経済環境の好転もあり、目標を大幅にクリア
- 2008年度連結目標は 売上高6,700億円、経常利益77億円、連結純利益40億円

単位:億円 部門別はP10以降に記載	2005年度			2008年度		
	計画	実績*1 (a)	計画比	計画 (b)	05年度差 (c)=(b-a)	05年度比 (c/a)
売上高	4,720	<b>5,860</b>	+1,140	<b>6,700</b>	+840	+14%
営業利益	47	<b>76</b>	+29	<b>87</b>	+11	+14%
経常利益	36	<b>68</b>	+32	<b>77</b>	+9	+13%
連結純利益	19	<b>28</b>	+9	<b>40</b>	+12	+43%
自己資本	73	<b>140</b>	+67	<b>230 以上</b>		
有利子負債残高*2	700	<b>505</b>	-195	<b>470 以下</b>		
D/Eレシオ	9.6倍	<b>3.6倍</b>	-6.0 points	<b>2倍 以下</b>		
総資産	1,950	<b>1,978</b>	+28	<b>2,160</b>		
自己資本比率	3.7%	<b>7.1%</b>	+3.4 points	<b>10% 以上</b>		
要員	1,030人	<b>890人</b>	-140人	<b>930人</b>		

\*1: 2006年4月現在の見込み数値 \*2: 年度末時点での数値

# 1. 全体

## -2. ビジョンと基本方針

### ビジョン

メーカー商社としての  
基盤強化

事業環境に左右されない  
収益確保に向けた体制構築

### 基本方針

ビジョン達成のための全社共通スローガン “チャレンジ10”

シェアアップ 10

- 事業基盤を更に強化するため、神戸製鋼グループから見た取り扱いシェア10ポイントUP

グロスプロフィット  
プラス 10

- 海外ビジネスの強化などにより利益の源泉である売上総利益の10%増額

コストダウン 10

- 更なる業務の効率化を図るとともに、経費効率の追求を続け、総経費10%削減

# 1. 全体

## -3. 重点施策 ~ 全体

□ ビジョン達成のために、3つの重点施策に取り組む。

### 収益力強化

- 海外ビジネスの強化(米国、中国・アジア)
- 神戸製鋼グループの新技术・新商品への取組み
- 重点顧客製品の販売拡大
- 内外優良パートナーとの連携による共同事業推進
- コア事業周辺における新規ビジネス創造

### 経営システム 充実

- 人材育成の推進
  - (1) 海外事業の強化に対応した人材の育成・確保
  - (2) 人材育成体系(教育・研修)の再構築
- 情報インフラの高度化による競争力強化
- 内部統制システム(リスク管理システム)の充実

### 財務体質 充実

- 自己資本増強の継続
- 外部有利子負債の削減
- 資金調達の多様化

# 1. 全体

## -3. 重点施策 ~ 収益力強化

海外 ビジネス の強化	米国	• 自動車向けを中心に線材加工品の販売を強化
	中国	• 貿易権・国内販売権を有する外商投資商業企業を早期に設立し、中期3か年中にプロフィットセンター化 • アルミコイルセンターを設立し、現地ユーザーニーズに迅速に対応可能な体制を構築 • 新たな鋼板コイルセンター構想への参画検討、薄板商権を拡大
	アジア	• タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、インドネシア、台湾、韓国での一層のビジネス拡大
	新規	• ベトナム、インド、東欧など新たなマーケットの開拓
神戸製鋼グループ の新技术・新商品 への取組み		• メーカー商社のポジションを生かし、神戸製鋼グループの新技术・新商品のシーズをユーザーニーズと繋ぎビジネスチャンスを拡大
重点顧客製品 の販売拡大		• 原材料や機械設備を納入しているパートナー製品の販売参画

# 1. 全体

## -3. 重点施策 ~ 経営システム充実

### 人材育成の 推進

- “商社は人財” との考えの下、人材育成の取組みを推進
  - (1) 海外事業の強化に対応した人材の育成・確保
    - ➔ 海外におけるビジネスの成長を支える人材の育成・確保のため、育成ローテーションの積極的実施、即戦力となる中途採用を継続
  - (2) 人材育成体系(教育・研修)の再構築
    - ➔ 職種・階層・機能毎の人材育成体系を再構築し、メーカー商社に求められる人材の育成強化
    - ➔ 従業員各人がそれぞれの能力を最大限に発揮できる仕組みを構築

### 情報インフラの 高度化による 競争力強化

- 基幹システム・情報系システムの刷新を機に、業務プロセスの見直しによる業務効率UPを図り競争力を強化

### 内部統制システム (リスク管理システム) の充実

- 「会社法」「J-SOX(日本版企業改革法)」等の法制変化に対応した内部統制システム整備
- コンプライアンス委員会、安全保障貿易管理、環境委員会等を通じた、リスクマネジメントの徹底

# 1. 全体

## -3. 重点施策 ~ 財務体質充実

### 自己資本増強 の継続

- 前中期を通して懸案の含み損一掃を行い、財務体質改善に努め、収益力もUPした結果、05年度公募増資が可能となり、自己資本増強を実行
- 新中期計画は、財務体質強化を継続し、フロー利益確保を基本として自己資本を充実  
08年度 230億円(自己資本比率10%以上) [05年度 140億円]

### 外部有利子 負債の削減

- 外部有利子負債の削減継続  
D/Eレシオ08年度2.0倍以下 [05年度3.6倍]
- キャッシュフローを重視し既投融资の見直しを行うとともに 将来の成長に向けての新規投資をバランスよく実施

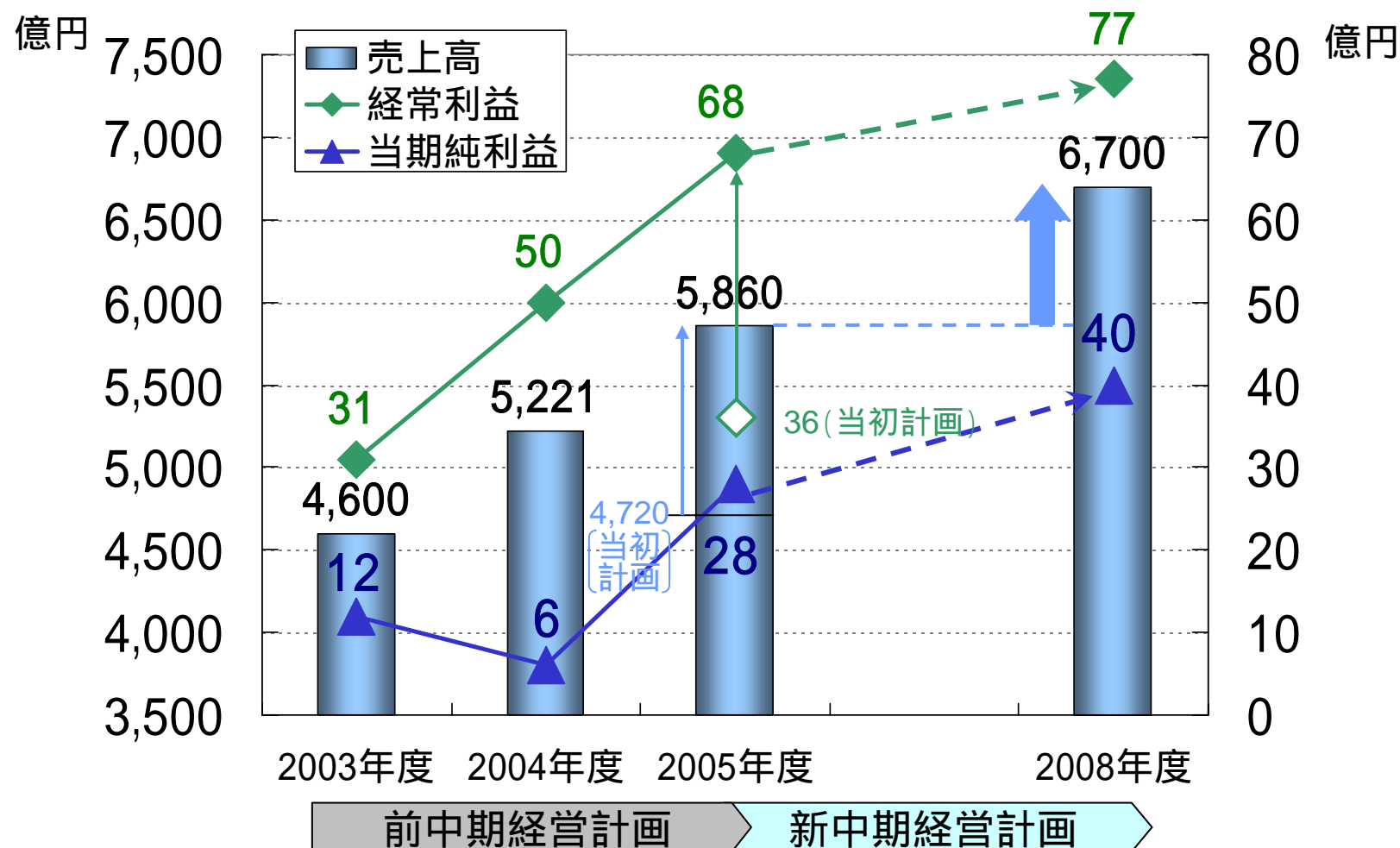
### 資金調達 の多様化

- 神戸製鋼グループのメーカー商社としてのメリットを活かした資金調達
  - ➔ 神戸製鋼グループCMSへの参加
  - ➔ 債権流動化の拡大
- 資金調達等の幅を広げるために外部格付けを取得
  - ➔ 直接金融(社債、CP発行など)を検討

# 1. 全体

## -(参考)売上高・経常利益・純利益 推移

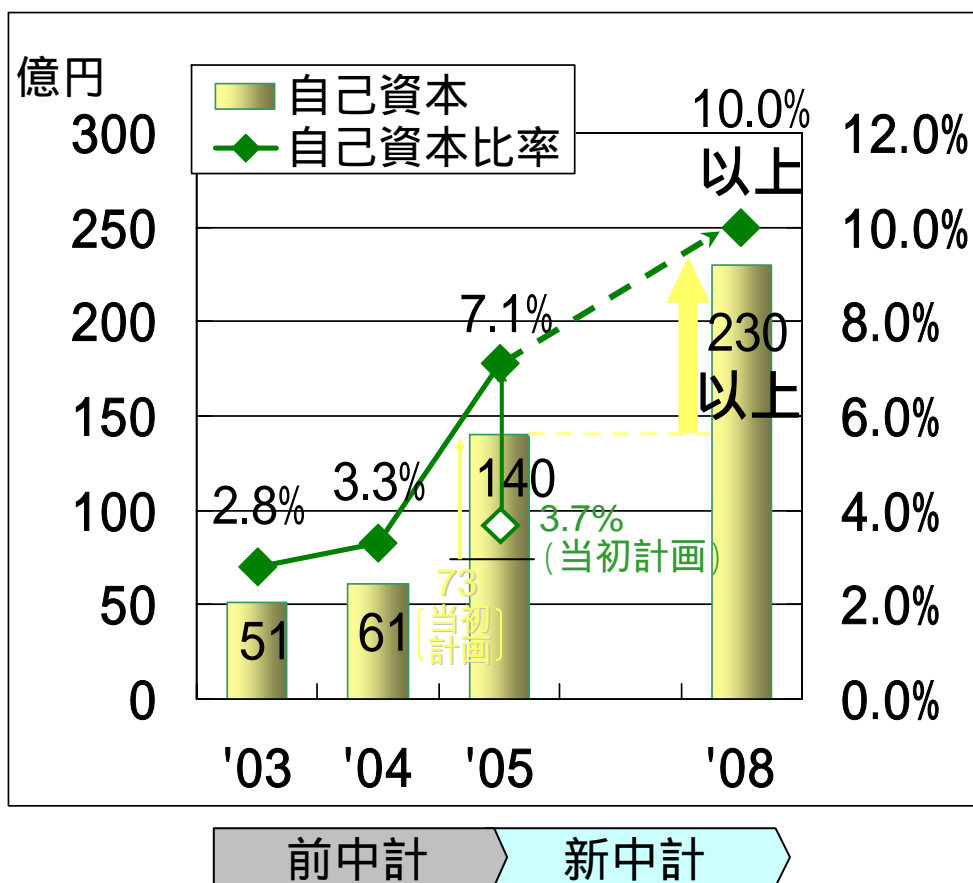
- 05年度は当初計画(売上高4,720、営業利益36)を大幅に上回り目標を達成。
- 新中期経営計画においても、成長カーブを維持。



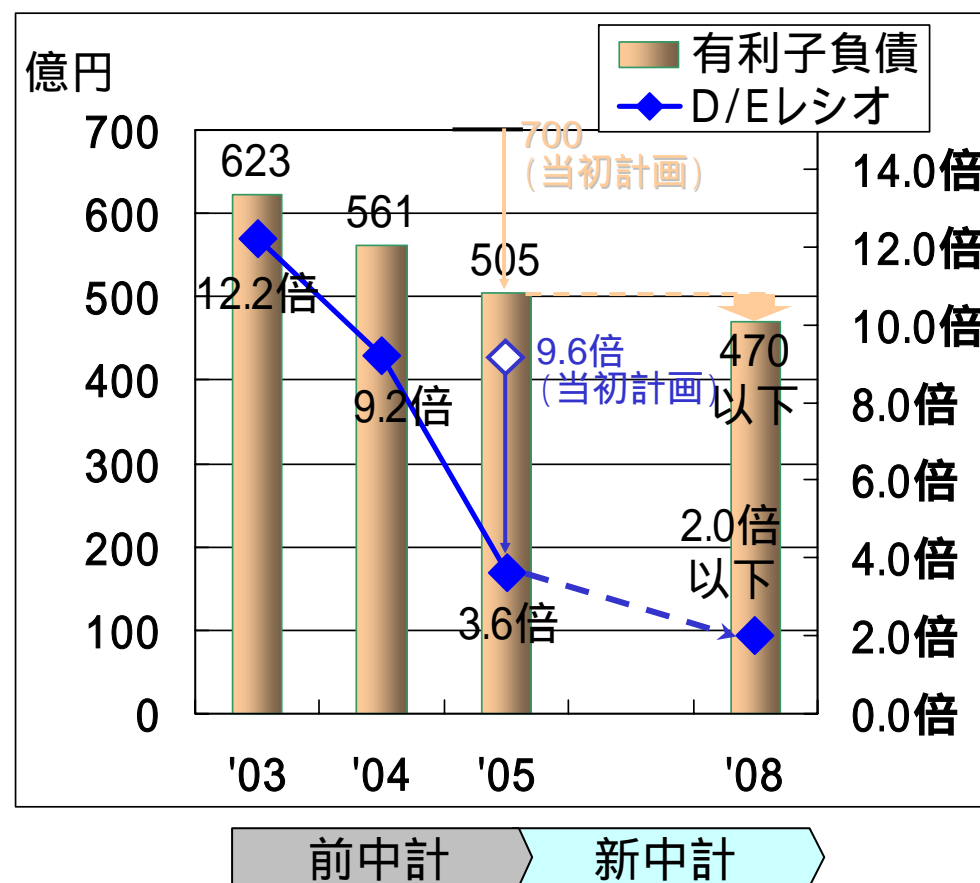
# 1. 全体

## -(参考)自己資本・有利子負債残高

### 自己資本・自己資本比率\*



### 有利子負債残高・D/Eレシオ\*



\*:それぞれ年度末の数値を使用

## 2. 部門別

### -1. 計画サマリー

単位: 億円

	2005年度			2008年度		
	計画	実績* (a)	計画比	計画 (b)	05年度差 (c)=(b-a)	05年度比 (c/a)
鉄 鋼	売上高	2,240	<b>3,070</b>	<b>3,240</b>	+170	+5.5 %
	営業利益	20	<b>38</b>	<b>43</b>	+5	+13.2 %
非鉄金属	売上高	1,220	<b>1,430</b>	<b>2,135</b>	+705	+49.3 %
	営業利益	14	<b>18</b>	<b>27</b>	+9	+50.0 %
機械・情報	売上高	920	<b>930</b>	<b>930</b>	±0	±0.0 %
	営業利益	8	<b>13</b>	<b>12</b>	-1	-7.7 %
溶 材	売上高	250	<b>355</b>	<b>390</b>	+35	+9.9 %
	営業利益	2	<b>4</b>	<b>4</b>	±0	±0.0 %
その他	売上高	90	<b>75</b>	<b>5</b>	-70	-93.3 %
	営業利益	3	<b>3</b>	<b>1</b>	-2	-66.7 %
合 計	売上高	4,720	<b>5,860</b>	<b>6,700</b>	+840	+14.3 %
	営業利益	47	<b>76</b>	<b>87</b>	+11	+14.5 %

\*: 2006年4月現在の見込み数値

## 2. 部門別

### -2. 前中期計画の総括(2003～05年度)

□ 売上高全体の50%強を占める鉄鋼部門が、収益拡大に大きく寄与。

#### 鉄鋼部門

- 自動車・造船を中心に鋼材需要が堅調に推移し、また鋼材価格の値上げもあいまって大幅な増収・増益を達成

#### 機械・情報部門

- 主要顧客の化学・鉄鋼及び造船業界の堅調な設備需要の下で、国内向け機械の売上高が順調に増加
- 情報関連も電子部品・液晶用ターゲット材の取扱いが業界の好調持続により大きく伸展

#### 非鉄金属部門

- 自動車生産の好調を背景に、銅製品は自動車向け端子(コネクター)が好調を維持
- 半導体も底堅い動きで推移
- 銅地金価格の高騰により、売上高も大幅な増加
- アルミ製品は、IT(輸出)、輸送機向け、加工品向けの売上減少により微減

#### 溶材部門

- 主要需要家である造船・建設機械・自動車各業界の好調な生産に支えられ、またLNGタンクなどのプロジェクト案件の増加も加わり、溶接材料、生産材料、機材の取扱いがともに増加

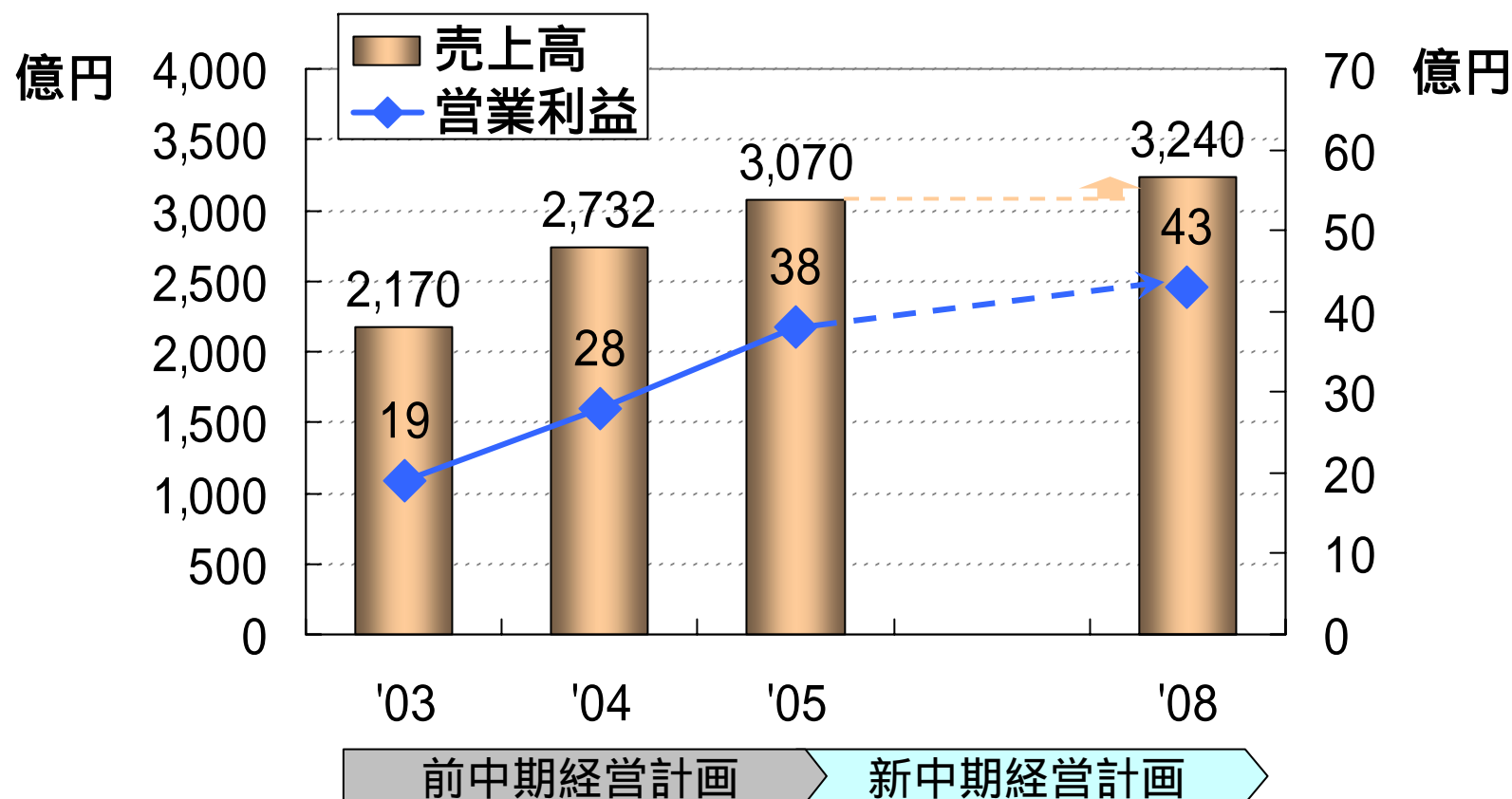
## 2. 部門別

### -3. 鉄鋼部門(売上高・営業利益)



単位: 億円	2005年度		
	計画	実績*	計画比
売上高	2,240	<b>3,070</b>	+830
営業利益	20	<b>38</b>	+18

2008年度		
計画	05年度差	05年度比
<b>3,240</b>	+170	+5.5 %
<b>43</b>	+5	+13.2 %



\*: 2006年4月現在の見込み数値

## 2. 部門別

### -3. 鉄鋼部門 事業戦略



#### 海外取引・海外事業の拡大

- [米国] ・日系自動車部品メーカーへ拡販
- [中国] ・現コイルセンター向け薄板数量の拡販  
・新たなコイルセンター構想への参画検討、  
薄板商権を拡大
- [タイ] ・線材合弁事業会社の製品販売強化、拡販
- [三国間貿易の推進]
  - ・中国、米国、タイ拠点を活用した取引の開拓

#### 直需ユーザーへの数量拡販

- [厚板] ・造船メーカー・店売り向け厚板数量の拡販
- [線材] ・二次製品の拡販によるロッド商権の安定化
- [薄板] ・既存・新規ユーザーへの維持・拡販

#### 原料ビジネスの収益維持

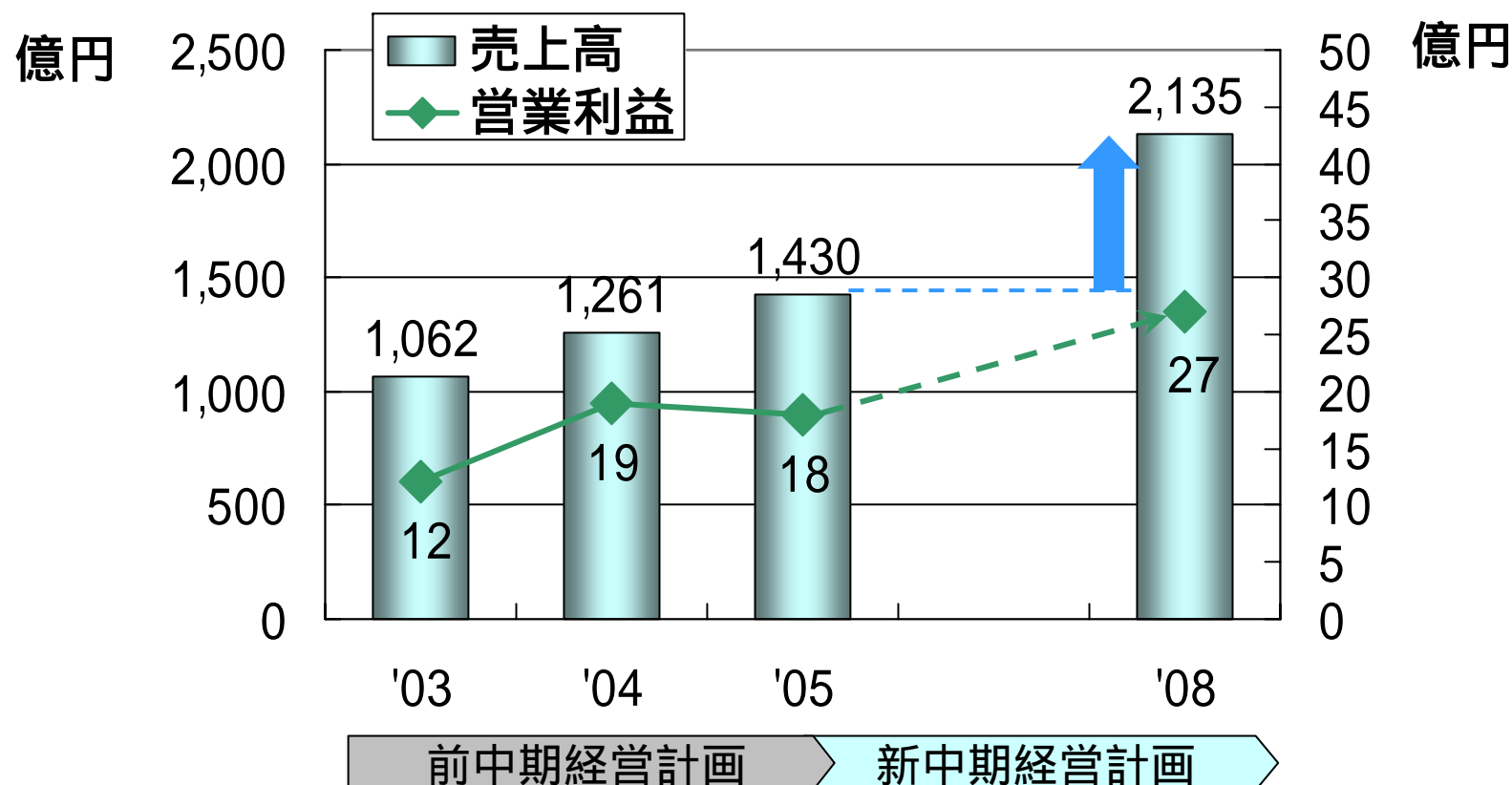
## 2. 部門別

### -4. 非鉄金属部門(売上高・営業利益)



単位: 億円	2005年度		
	計画	実績*	計画比
売上高	1,220	1,430	+210
営業利益	14	18	+4

2008年度		
計画	05年度差	05年度比
2,135	+705	+49.3 %
27	+9	+50.0 %



\*: 2006年4月現在の見込み数値

## 2. 部門別

### -4. 非鉄金属部門 事業戦略



#### 海外事業(投資)の積極的展開

- ・中国アルミコイルセンター設立
- ・マレーシアにおけるOA用アルミ管事業の拡大

#### 海外拠点及び機能の拡充

- ・フィリピン事務所の現地法人化(06年1月)によるビジネス拡大
- ・ハンガリー事務所の開設(06年4月)による東欧への進出
- ・中国現地法人のスタッフ拡充を図り、新規拡販を推進

#### 新規分野・商品の拡販

- ・アルミ鋳鍛品の液晶、半導体製造装置分野への拡販
- ・環境商品の拡販 : エコキュート用銅管の拡販

#### 販売領域の拡大(海外)

- ・既存マーケットへの深耕  
(中国、台湾、タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン)
- ・新規マーケット(ベトナム、インドネシア)の取組み

## 2. 部門別

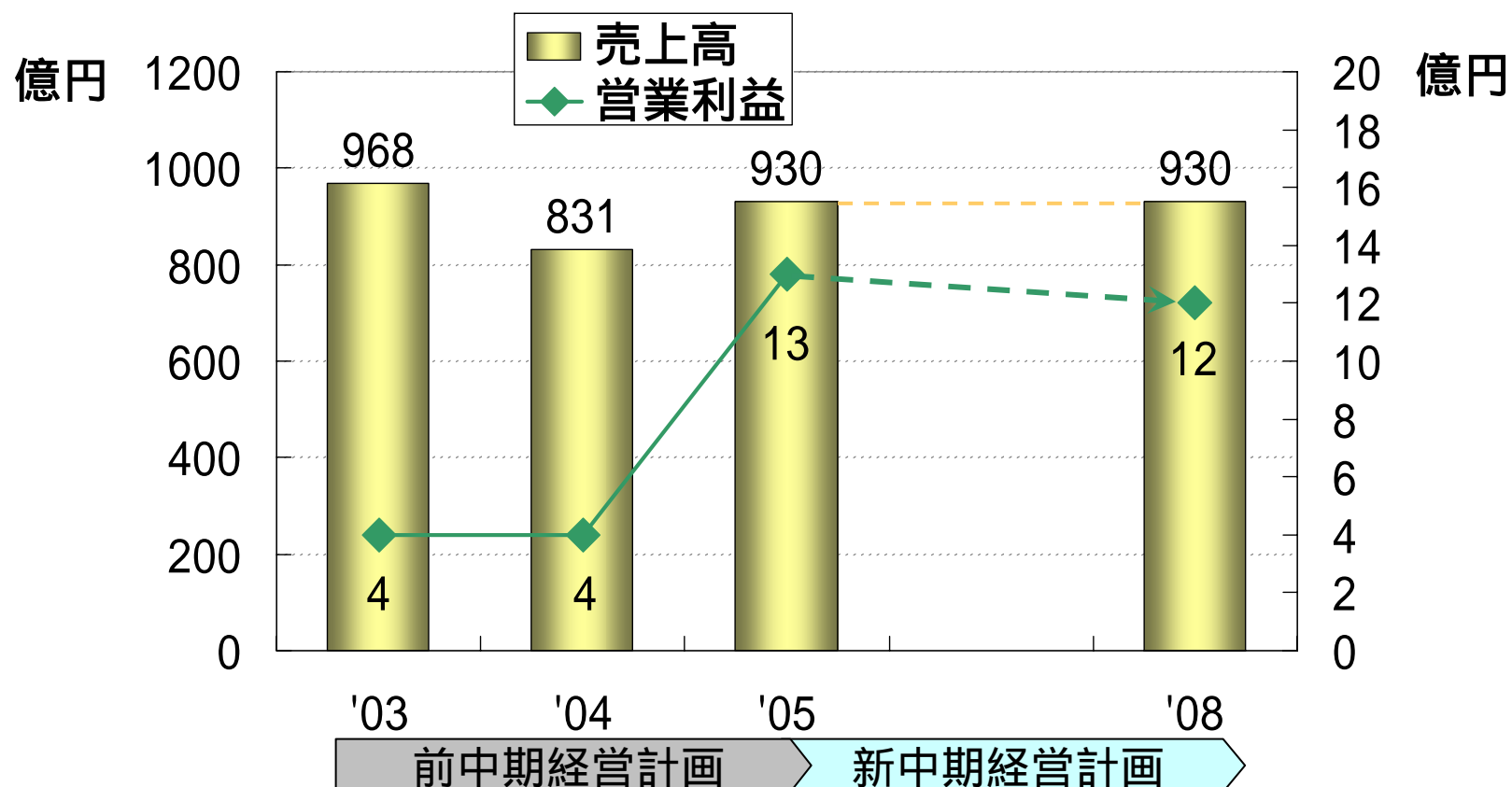
### -5. 機械・情報部門(売上高・営業利益)

鉄鋼	機械・情報
非鉄	溶材



単位: 億円	2005年度		
	計画	実績*	計画比
売上高	920	930	+10
営業利益	8	13	+5

2008年度		
計画	05年度差	05年度比
930	±0	±0.0 %
12	-1	-7.7 %



\*: 2006年4月現在の見込み数値

## 2. 部門別

### -5. 機械・情報部門 事業戦略

鉄鋼	機械・ 情報
非鉄	溶材

海外現地法人の戦力アップにより、地域・商材・重点エリアを見据えた  
中期的拡大を指向

神戸製鋼所・機械エンジニアカンパニーとの関係強化  
新商材の開発・マーケティング・販売の役割分担

対中国貿易、中国域内ビジネスに注力。現拠点運営強化の為、  
新中国現地法人を設立

液晶パネル用スパッタリングターゲット材拡販の為、韓国・台湾・  
中国現地法人の販売・サービス体制の強化

タイ及び中国における薄膜コーティング(PVD)受託事業への参画

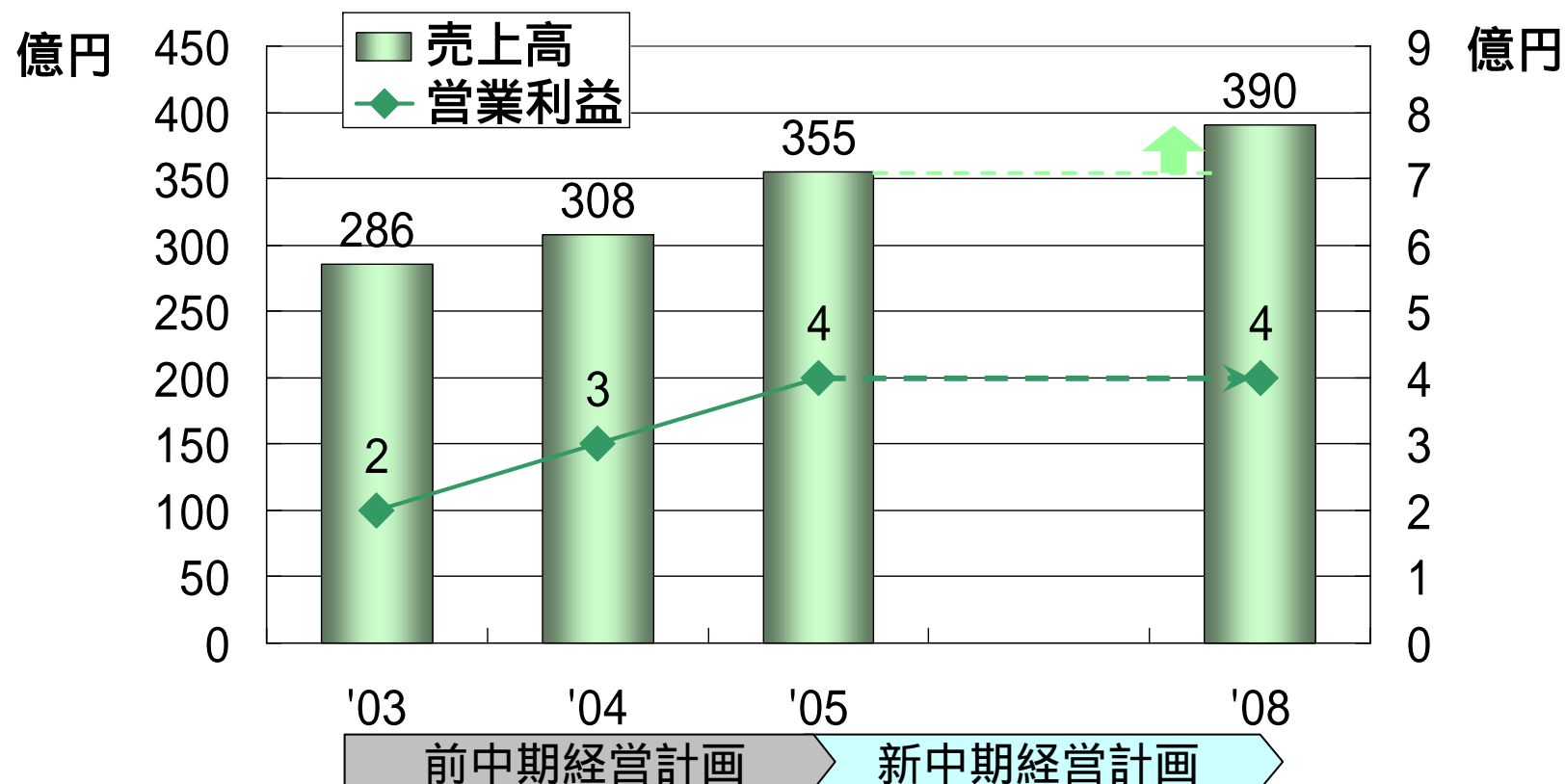
## 2. 部門別

### -6. 溶材部門(売上高・営業利益)

鉄鋼	機械・情報
非鉄	溶材

単位: 億円	2005年度		
	計画	実績*	計画比
売上高	250	355	+105
営業利益	2	4	+2

2008年度		
計画	05年度差	05年度比
390	+35	+9.9 %
4	±0	±0.0 %



\*: 2006年4月現在の見込み数値

## 2. 部門別 -6. 溶材部門 事業戦略

鉄鋼	機械・ 情報
非鉄	溶材

### 「安定的・継続的収益体質の構築と定着」

地域に根ざした着実な戦略の立案と実行  
神商コウベウエルディングと共に大口直売ユーザーの最大  
販売量の確保  
機材販売の維持拡大

### 「東アジア市場で、No.1の溶材商社となる」

- ・唐山神鋼(KWT)製ソリッドワイヤーの拡販
- ・中国において、高級鋼用溶材の拡販