

平成20年3月28日

各位

会社名 山陽特殊製鋼株式会社  
代表者 代表取締役社長 藤原 信義  
(コード番号5481 東証・大証第一部)  
問合せ先 総務部長 菅原 博  
(TEL 079-235-6003)

## 第7次中期連結経営計画（平成20～22年度）について

当社は、このたび平成20～22年度を実行期間とする中期連結経営計画を策定いたしました。

当社グループは、本計画において、技術先進性の拡大によって「高信頼性鋼の山陽」のブランド力を更に高め、企業価値の増大を図る所存です。計画の主な内容は以下のとおりです。

### 1. 経営基本方針

「高信頼性鋼の山陽」のブランド力の更なる向上による企業価値の増大

高品質の特殊鋼の安定的な供給を通じ、需要家の競争力向上に貢献するとともに、当社としても利益成長を図り、事業基盤を一層強化して「世界に存在感を示す特殊鋼メーカー」を目指す。

### 2. 連結経営数値目標

(億円)

	H19年度(見込)	H22年度(計画)	増減
売上高	1,680	2,000	320
営業利益	132	200	68
経常利益	125	190	65
当期純利益	70	110	40
総資産	1,650	2,100	450
有利子負債	330	430	100
ROS	7.4%	9.5%	2.1%
ROE	7.5%	9.2%	1.7%
単体販売数量	8万トン/月	9万トン/月	1万トン/月

[主要前提]  
鉄スクラップ価格  
…H19年度平均横ばい  
製品単価  
…H19年度平均横ばい  
マージン…一定  
為替…105円/ドル

### 3. 重点施策

(1) 拡大する国内外の需要を着実に捕捉し、製品を適切に供給することによる利益成長

◆中国やインド等のBRICs諸国や資源国を中心に世界規模でビジネスを展開・拡大する需要家のニーズを的確に把握し、高品質の特殊鋼を適切に供給することにより、需要家の競争力向上に貢献するとともに当社の利益成長を図る。

(2) 適正なマージンの確保

◆鉄スクラップをはじめ、高騰を続ける原燃料価格に対しては内部努力を重ねるとともに、それを上回る価格上昇分については需要家の理解を得て販売価格を改定し、適正なマージン確保を目指す。

(3) 非価格競争力の強化を通じ、高度化する需要家ニーズに対応

◆高機能な差別化商品や製造技術の開発などによる技術先進性の拡大を推進し、また、品質保証の高度化、生産対応力・納期対応力の強化に取り組むなどの非価格競争力の強化を図り、国内外の高度化する需要家ニーズに応える。

(4) 堅調な需要に対応できる供給体制の構築（10万ト/月生産体制の実現）

◆中期的に堅調な需要に対応できる供給を実現するため、操業度の徹底的向上および効率的な生産を図るとともに、ボトルネック解消のための設備投資などを行い「10万ト/月」の安定的な供給体制を構築する。販売規模については、今後の需要状況を見て検討していく。

(5) 環境対策の確実な実行

◆これまで実行してきた電気炉集塵設備の能力増強や重油から都市ガス（天然ガス）への燃料転換に加え、二酸化炭素排出量の削減など資源循環型社会の構築に向けた事業活動を推進する。

以上

【参考】

・経常利益改善（65億円）の内訳

(億円)

増益要因	販売数量・構成	95	減益要因	固定費の増加	80
	コストダウン	50			
	計	145		計	80

・セグメント別内訳（売上高、営業利益）

○売上高

(億円)

	H19年度（見込）	H22年度（計画）	増減
鋼材	1,600	1,920	320
素形材	160	180	20
その他	30	30	0
(消去)	△110	△130	△20
計	1,680	2,000	320

○営業利益

(億円)

	H19年度（見込）	H22年度（計画）	増減
鋼材	124	182	58
素形材	7	17	10
その他	1	1	0
計	132	200	68

・設備投資額および減価償却費

(億円)

	H17～19年度累計 （見込）	H20～22年度累計 （計画）	増減
設備投資	250	600	350
減価償却費	190	300	110

・販売数量（単体）

	H19年度（見込）	H22年度（計画）	増減
販売数量	95万ト	108万ト	13万ト