

連結決算実績

(億円)	06年9月期	05年9月期	比較
売上高	2,973	2,751	+222
営業利益	144	130	+14
経常利益	114	98	+16
当期利益	48	44	+4
有利子負債	2,388	2,184	+204
ROCE	8.4%	7.8%	+0.6p

有利子負債には割引手形を含む

Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

1

当中間期の売上高は、地金価格の価格転嫁に伴う販価上昇を主因として、前年同期に比べ222億円増加し2,973億円となりました。

損益面では、需要が堅調であった自動車・輸送関連分野ならびに電機電子分野へ適切に対応できたことと、アルミ地金の高騰に対しても、箔事業、建材事業で遅れはあったものの、価格是正も進んだことにより、増益を確保しました。

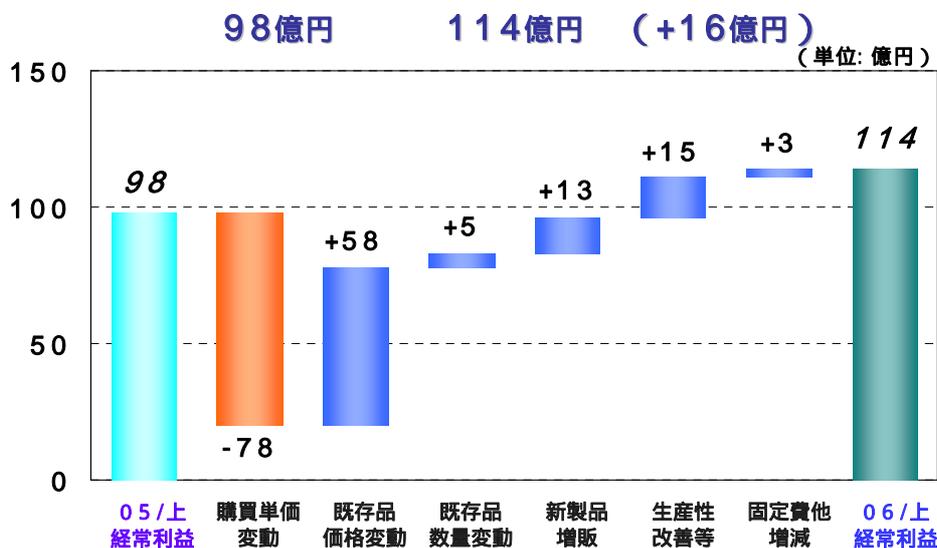
営業利益は 前年同期比14億円増加の144億円、また、経常利益は、同じく16億円増加の114億円となりました。

当期純利益につきましては、特別利益として固定資産売却益1億円、資産処分に伴う固定資産除却損4億円があり、前年同期に比べ4億円増加の48億円となりました。

また、有利子負債は、資金計画に織り込んでいなかったゼロクーポンの転換社債を200億円発行したため、増加しております。

そのほかの経営指標につきましては、ROCEが、0.6ポイント改善し8.4%となりました。

経常利益変化要因 (05/上 06/上)



Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

2

経常利益の前年同期比、16億円の増加要因はご覧のグラフの通りです。

「購買品の単価変動」につきましては、アルミ地金、原油などの原燃料や、鋼材、化学品などの諸資材の価格高騰の影響を受け、78億円のマイナスとなりました。

「既存品の価格変動」につきましては、板、押出で地金価格上昇分、化成品で原燃料の上昇分の価格転嫁がほぼ予定どおり達成でき、また箔、建材においても期の後半から価格是正の効果が出始め、ネットでは58億円のプラスとなりました。

また、「既存品販売数量の増減」につきましては、トラック需要が好調に推移いたしました日本フルハーフ、また、アルミ電解コンデンサーの需要回復が見られました箔関連の分野におきましてプラスとなりましたが、建材分野におきまして、住宅用建材、ビル用建材ともに価格是正のための選別受注を実施したことによるマイナス影響があり、ネットでは5億円のプラスにとどまりました。

「新製品増販」につきましては、東洋アルミ、日軽金アクトを中心に、ほぼ計画どおり、合計で13億円のプラスとなりました。

「生産性改善等」につきましては、住宅建材で次世代モデルへの切替が完了し、当期に入ってから、新旧モデル並行生産による生産障害要因がなくなったこと、日本フルハーフ、物流子会社をはじめグループ全体での改善活動により15億円のプラスとなりました。

「固定費他増減」につきましては、減価償却費、労務費の増加等がありましたが、支払利息の減少、持分法損益の改善など営業外損益の改善および地金価格差益の影響等により、ネットでは3億円のプラスとなりました。

以上が、前中間期から当中間期への経常利益の変化の内訳であります。

業績見通し

(億円)	06年度	05年度	比較
売上高	6,050	5,771	+279
営業利益	295	289	+6
経常利益	230	224	+6
当期利益	120	97	+23
有利子負債	2,250	2,088	+162
ROCE	8.5%	8.6%	-0.1p

有利子負債には割引手形を含む

※ 本プレゼンテーション中の予想数値は発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、今後様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

3

続きまして、2006年度の通期の業績見通しについて、ご説明いたします。

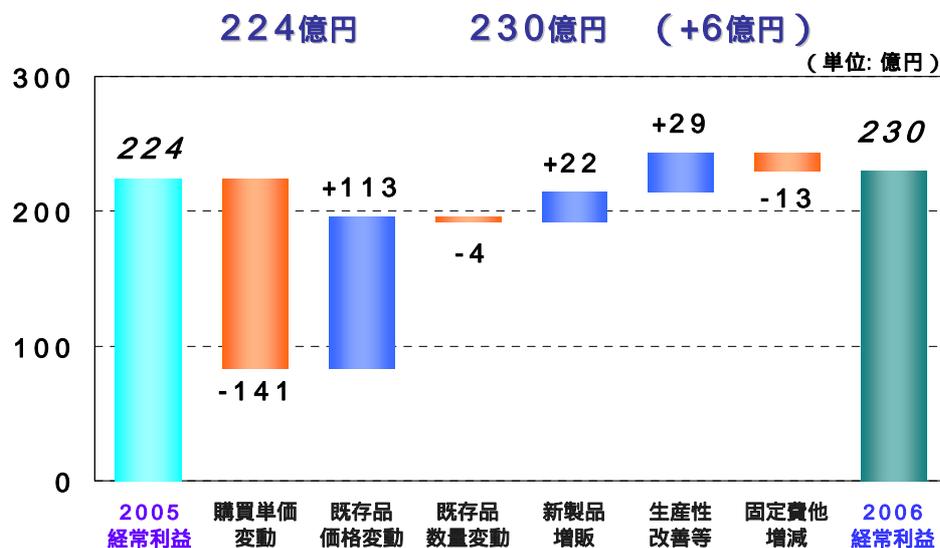
売上高は、前年度に比べ約280億円増加の6,050億円を見込んでおります。これは、期を通じての需要が堅調に推移すると見込まれることと、地金、板、押出製品を中心に、地金価格上昇を反映した販売単価の上昇が見られるためであります。

また、営業利益につきましては、下期において、在庫益の吐き出しや箔、建材分野などで小幅ではありますが、予算未達が懸念されることなどを織り込み、通期では295億円、前期比6億円の増加となる見込みです。経常利益も、営業外損益が前期並みとなることから、前期比6億円増加の230億円を見込んでおります。

当期純利益につきましては、前期にありました減損処理などの特別損失がなくなることなどにより、23億円増加の120億円を見込んでおります。

また、有利子負債は、ゼロクーポンの転換社債200億円を発行したことなどにより、前期末に比べ約160億円増加する見込みとなっております。

経常利益変化要因 (05年度 06年度)



Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

4

2006年度の経常利益は、対前年度比6億円増加し、230億円を見込んでおりますが、これを変化要因別に見ますと、つぎのとおりとなります。

「購買単価の変動」につきましては、アルミ地金、原油などの原燃料や、鋼材、化学品などの諸資材の高騰の影響により、ネットで141億円のマイナスとなる見込みです。

これに対する価格是正の効果は、「既存品価格変動」にありますように、建材、化成品、押出、箔などネットで113億円を見込んでおります。

「既存品販売数量」の増減につきましては、コンデンサーの需要回復により、板、箔、電極箔事業などで出荷の回復が見込まれますが、建材の選別受注の実施に伴う数量減少、下期からトラック需要が減少することなどが見込まれることから、ネットでは4億円のマイナスとなる見込みです。

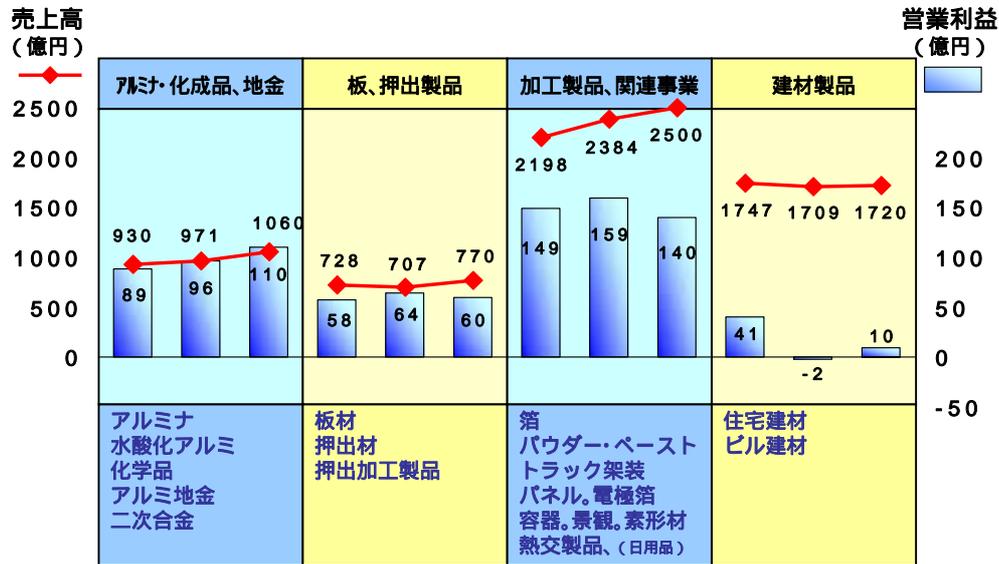
また、「新製品増販」につきましては、東洋アルミ、日軽金アクトを中心に、合計で22億円のプラスとなる見込みです。

「生産性改善等」につきましては、前期に発生した建材部門における一時的な生産性の悪化や費用の増加がなくなることや、日本フルハーフにおける生産ラインの合理化、省力化が進むことなどにより、29億円のプラスを見込んでおります。

「固定費他増減」につきましては、地金価格差益のプラスがあるものの、減価償却費、労務費が増加することから、ネットでは13億円のマイナスとなる見込みです。

以上が2005年度から2006年度にかけての損益変化要因であります。

セグメントの業績 04年度 05年度 06年度



Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

5

続きまして、各セグメントの通期の業績見通しについてご説明いたします。

アルミナ・化成品、地金セグメントでは、地金部門におきまして自動車向けが引き続き好調に推移すると見込まれること、アルミナ・化成品部門におきまして、燃料や諸資材価格の高騰、ボーキサイト価格の上昇に対処するため、コストダウン、販売価格の是正さらに製品の高付加価値化に取り組むことから、売上高1,060億円、営業利益110億円と増収増益を見込んでおります。

板、押出製品セグメントでは、販売価格の大半が地金価格に連動していること、板部門で、コンデンサー向け箔地と半導体・液晶製造装置向け厚板の好調が続くことなどから、売上は770億円と増収となる見込みですが、損益面では、板部門の在庫益が下期に圧縮されることと、日軽金アクトで一部の加工品について燃料や副資材価格高騰の影響などにより減益になることから、営業利益は60億円と、減益となる見込みです。

加工製品、関連事業では、箔関連でコンデンサー箔の需要が回復したこと、トラック架装事業で上期が予想を上回る需要となったこと、またパネルシステムをはじめ、他の加工製品ユニットにおいても順調に売上を伸ばしたことから、このセグメントの売上高は2,500億円と前期に比べ増収となる見込みです。しかしながら、営業利益につきましては、個々の事業によって状況が異なりますが、地金市況高騰によるコスト増などが響き、このセグメント全体では、営業利益140億円と、減益を見込んでおります。

建材製品セグメントは、2005年度に営業利益段階で赤字となり、今年度は黒字化を目標としております。そのための販売価格の是正、各種のコストダウンなどは、後ほど詳しく説明いたしますが、計画からの時期的なずれはありますが、進捗しており、今年度は、売上高1,720億円、営業利益10億円と増収増益を見込んでおります。

1. アルミナ・化成品事業

堅調な需要環境の中で増収増益

- アルミナ関連製品
 - 全般的な需要は堅調に推移
 - 電子材料向けローソーダアルミナも回復へ
 - 高付加価値製品の拡販
- 化学品
 - ソーダ・無機塩素製品、有機塩素製品が好調
- ボーキサイト、原油価格上昇
 - コストアップ分を価格転嫁

2. メタル合金事業

自動車向けが依然好調

- 合金販売量 - 主力の自動車向けが好調

05年度	153千トン (+5.4%)
06年度	151千トン (-1.1%)
- 地金・スクラップの価格上昇は販売価格に転嫁
- 独自調達ルートによる低廉スクラップの調達拡大
- 合金開発力、解析力を活かし開発合金比率アップ
- 三菱商事との鋳物・ダイカスト用合金事業の統合
 - 開発合金製造における海外拠点の確保

それでは次に、セグメント毎に、おもな事業ユニットの動向をご説明いたします。最初に、アルミナ・化成品、地金セグメントです。

アルミナ・化成品事業では、引き続き、全体的に堅調な需要が続くものとみております。アルミナ部門では、半導体・電子材料向けローソーダアルミナの需要が回復を見せ、その他の水酸化アルミ、アルミナ製品も堅調に推移するものと思われまます。また、化学品部門におきましても、苛性ソーダ、無機および有機の塩素製品が引き続きタイトで、堅調な出荷が見込まれます。

コスト面では、重油価格の高止まりに加え、ボーキサイト価格の値上がりが収益の圧迫要因となっておりますが、今年度は、清水工場のボイラー更新に合わせ、重油からガスへの燃料転換を実施し、燃料費の大幅なコストダウンを図りました。

今後も、一層のコストダウン、高付加価値製品の拡販、価格是正に取り組み、今年度も増収総益を見込みます。

メタル合金事業におきましては、販売量の7割を占める自動車向けが引き続き好調です。その他の鉄鋼、軽圧、電線向けの出荷減少が予想され、2006年度の販売量は、前年度比1.1%減の15万1千トンを見込んでおりますが、独自ルート開拓によるスクラップ調達コストの削減、付加価値合金の拡販に取り組むことで、増収増益となる見込みです。

なお、今年8月に発表いたしました、来年4月の三菱商事さんとの鋳物・ダイカスト用合金事業の統合により、グローバル展開の基盤を作ることが出来ました。今後は、日本から進出している自動車メーカー、部品メーカーに対し、開発合金の販売を拡大してまいります。

3. 板事業

電機・電子向け出荷が回復

- コンデンサー向け箔地、半導体・液晶製造装置向け厚板が回復
- 輸送関連向け、電機向けも増加傾向続く
- 多品種・少量生産、正確な納期対応でユーザーに評価
- 地金価格、燃料、副資材の価格上昇が収益圧迫
ロールマージン(加工賃)の値上げとコスト削減

4. 日軽金アクト

下期からトラック関連の減販が懸念

- 自動車、トラック向け
 - 自動車：スライドレール、鍛造素材
 - トラック：アオリ、テールゲート
 - 華日軽金(深圳)も順調に生産を拡大
- 電機・電子向けでは感光ドラムが堅調に推移
 - カラープリンター向け高精度ドラム量産化
- 地金価格、燃料、副資材の価格上昇が収益圧迫
ロールマージン(加工賃)の値上げとコスト削減

続きまして、板・押出製品セグメントです。

まず、板部門です。2005年度は減収減益でしたが、2006年度は、輸送分野向けが好調なことと、電機・電子向けも回復することから、全体の販売量は前期に比べ3%増の9万6千トンを見込んでおり、増収増益となる見込みです。

当社の板製品は、名古屋工場の特長を活かした小ロット・多品種対応、正確な納期がお客様に評価されており、今後も高付加価値品の拡販に注力してまいります。

また、この部門では、大半の製品が地金価格スライドの販売価格となっておりますが、燃料、副資材の価格も上昇していますから、採算を維持するため、ロールマージンの改定にも取り組んでまいります。

押出部門の中核会社であります日軽金アクトは、下期はトラック向け需要の減少を予想していますが、電機・電子分野で感光ドラムが好調なほか、次期新幹線N700用の大型型材の前倒し発注があり、全体の販売量は前年に比べ2%の減少にとどまる見込みです。

今期の売上といたしましては、地金価格スライドの製品価格が上昇するため、売上高は増加を見込んでおります。しかしながら、採算面では、加工品を中心に、地金価格上昇分を転嫁できない製品もあることから、減益となる見込みです。地金価格上昇に対応するための価格是正、ロールマージンの是正に取り組んでまいります。

5. 日本フルハーフ

トラック需要堅調ながらも減益

- 06年度国内トラック需要見通し (千台、前年同期比%)

	上期	下期	年度
普トラ	56 +8%	50 6%	106 +1%
小トラ	67 +23%	59 6%	126 +7%

- アルミ部材、鋼材、各種部品価格上昇が収益圧迫
- 販売強化によるシェアの確保
- 市場縮小への対応を促進

6. 東洋アルミニウム

コンデンサ箔が回復

- 箔部門

- コンデンサ箔が回復
- プレーン箔、加工箔が堅調。輸出減少
- プレーン箔は1次、2次の価格是正を実施

- パウダー・ペースト部門

- 自動車向け、プラスチック塗料向けが低迷
- 太陽電池用インキをはじめ機能性材料が好調

次に、加工製品・関連事業セグメントの日本フルハーフと東洋アルミニウムの状況について説明いたします。

日本フルハーフのバン・トラック架装事業につきましては、トラック需要が上期は予想以上に好調であったのに対し、下期は大幅な減少が予想されております。また、地金、諸資材の価格高騰の影響もあり通期では減収減益となる見込みです。

昨年以来取り組んでおります製造ラインの省力化、販売価格の是正、購買品コスト削減を今後も継続するとともに、温度管理車販売をはじめとする商品力のアップ、アフターサービス事業の充実などに注力し、中期的に予想されるトラック需要の減少に備え、競争力の強化を図ってまいります。

東洋アルミにつきましては、箔部門において、コンデンサー箔の需要が回復したこと、プレーン箔および食料品用・医薬品包材用加工箔、開発品も好調に推移することから増収を見込んでおります。

また、パウダー・ペースト部門におきましては、自動車、プラスチック塗料用ペーストの出荷に低迷が見られますが、太陽電池用機能性インキ材料をはじめとする機能性材料の分野は好調に推移すると見込まれることから増収となると見込まれます。

東洋アルミ全体の採算といたしましては、地金価格高騰に対処するため、箔およびパウダー・ペースト製品の値上げを実施いたしました。価格転嫁に遅れが出たことなどにより、増収減益となる見通しです。

7. 新日軽（連結）

住宅用建材

●新設住宅着工戸数（06/上）

合計	665千戸	（前年同期比	+3.8%）
持家	197千戸	（同	+3.4%）
貸家	274千戸	（同	+6.7%）
分譲（一戸建）	70千戸	（同	0.9%）
分譲（マンション）	117千戸	（同	+0.8%）

ビル用建材

- 非木造建築着工床面積は前期比1.7%増と堅調であったが、サッシ取付率の低い需要が主体

06年度営業損益の黒字化（12億円 +5億円）は達成の見込

	年初計画	見通し	差異（億円）
地金、資材価格上昇	32	39	7
市況悪化	10	10	0
価格改定効果	+35	+30	5
コストダウン	+30	+40	+10
特殊要因	6	4	+2
合計	+17	+17	0

最後に、建材セグメントの新日軽の見通しにつきまして説明いたします。

新日軽は、2005年度に、住宅建材を中心に販売価格の下落により大幅に業績が悪化し、営業利益がマイナス12億円となりましたが、今年度は、一層のコストダウン、価格是正などにより、営業利益段階での黒字化を計画しております。

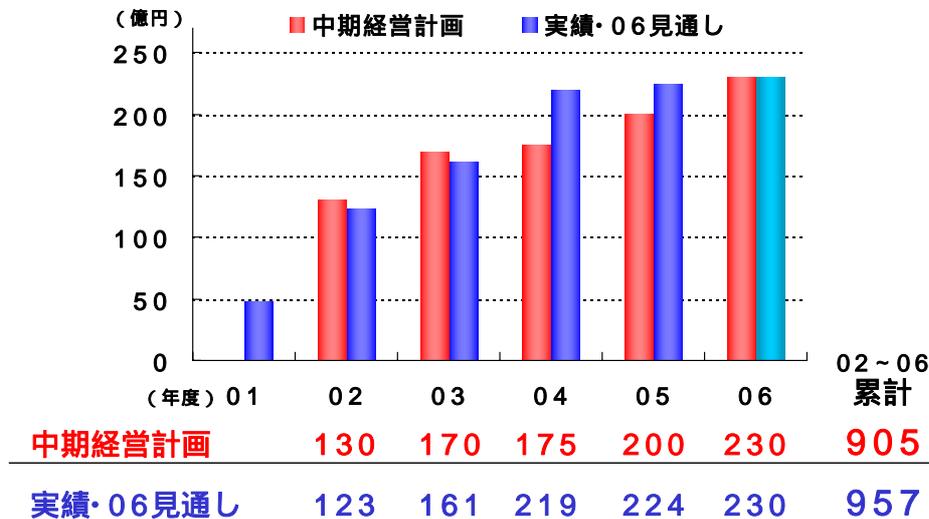
まず、足もとの建材マーケットの状況ですが、住宅建材分野では、景気が好調に推移するなかで、住宅着工も堅調に伸び、サッシ需要に大きな影響を及ぼす一戸建て住宅の着工も、持ち家を中心に回復の兆しが見られます。一方、ビル建材分野では、着工床面積の伸びがビル用サッシの需要回復につながっていない状況です。

年初の計画では、前回5月の説明会で説明いたしましたとおり、前年度比で、地金・資材価格上昇32億円、市況悪化10億円などに対し、価格改定効果35億円、コストダウン効果30億円を織り込み、ネットで17億円の営業利益の改善を見込んでおりました。

これに対し、現時点での見通しでは、地金・資材価格上昇39億円と7億円の悪化、市況悪化10億円は計画で織り込んだ通りで、価格改定効果は30億円と5億円の未達、コストダウン効果は40億円と10億円の改善で、合計では、年初計画と同じ、ネットで17億円の改善を見込んでおります。

価格改定に若干の遅れがありますが、工場コストの改善が計画を上回る早さで進捗していること、これらに加え、ハウスメーカー向けの出荷が好調に推移していることから、予算で見た利益が達成出来るものと見込んでいます。

連結経常利益推移



このグラフは、現在取り組んでおります中期経営計画の、年次ごとの目標利益と、それに対する05年度までの実績、06年度の見込みを表しています。この中計では、最終年度である2006年度に「経常利益230億円」を達成し、「5円配当」することを目指しました。

幸い、この最終年度利益を達成できる見通しになりましたし、中計・期間中の経常利益の累計額も、計画値の905億円を上回る、957億円となる見通しであります。

しかしながら、これまでも申し上げてきたことですが、この中計で達成するレベルは、普通の会社に過ぎません。その上の強い会社を目指さねばなりません。

そのための第2次中期経営計画につきましては、2010年プランとして一年前に策定を終了し、公表する予定でしたが、生憎、建材セグメントが置かれた環境が急変し、これに対処する計画を織り込むため、中期経営計画そのものの策定完了、公表を1年を遅らせることとさせていただきました。

次の中期経営計画につきましては、来年3月後半か、4月早々に、3カ年の計画として公表させていただく予定です。

本日は、その骨格となる成長戦略について、ご説明させていただきたいと思っております。

事業基盤の更なる強化

- 事業構造改善の完遂
- 徹底したコストダウンによる競争力強化

成長分野への積極的投資による収益基盤強化

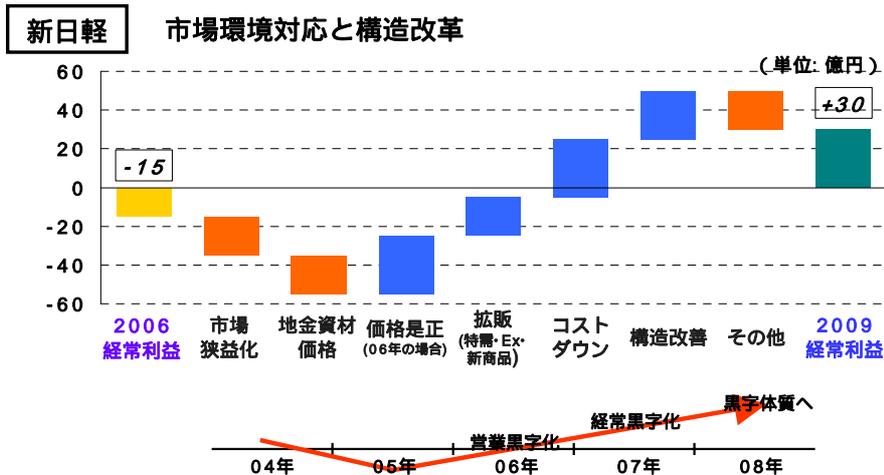
- 成長分野の選別と積極的な経営資源投入
- 新商品、新規事業の開発、拡販
- 国内成熟市場でのシェアアップ
- 海外市場への進出

第2次中計の骨格は、事業基盤の更なる強化と、選択した成長分野への積極的経営資源の投入による収益基盤の強化から構成されます。

前半は、建材事業の再建が主たるテーマです。

後半は、スライドに示した四つのテーマです。

建材事業再建の骨格



グループ

押出機2基の“アクトモデル”による非建材加工事業へ展開

Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

12

まず、建材事業の再建です。

建材事業の再建を構想する場合、中期的なマーケットの縮小並びに現下のアルミ地金その他の資材の高騰という事業環境への対応と、自身の構造改革との両面から考える必要があります。

より詳細な分析と、裏づけとなる対策の詰めを行っているところですが、概ねどのような構想かということ、概括的な値を置いて、ご説明申し上げたいと思います。

07年度からの3年間にわたる市場狭隘化による市況悪化を前提に見ます。地金等の高騰の影響も07年度中心に残ります。06年度の価格是正効果はフルイヤーで07年に出てくるほか、今後価格是正をする品目もあります。

新日軽が強いハウスメーカー売りとエクステリア事業に拡販努力を集中します。

コストダウンも継続し市況悪化分をカバーします。

構造改善では、不採算商品や取引をそぎ落とし、身の丈にあった事業サイズへの変革、すなわち販売拠点、生産拠点のスリム化を行うとともに、革新的なITベースの業務管理システムを導入し、管理間接部門の大幅な合理化を進めます。

工場の再編の中から押出機の余力が出てきますが、この分を日軽金アクトのモデルをなぞって、非建材の高付加価値・加工品へ転用して行きます。これには、グループの力を投入することになります。

この再建策の実行を通じて、07年の経常黒字化、08年度以降の黒字体質への転換を実現して行く所存です。

国内成熟マーケットへの対応(1)

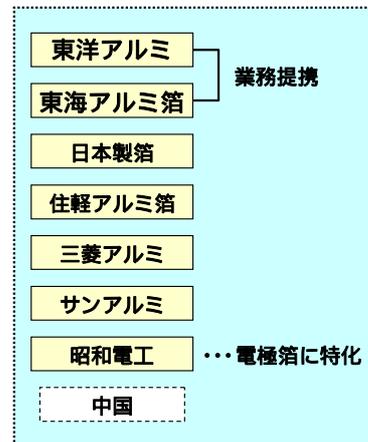
■ 箔事業

■ 東洋アルミ・東海アルミ箔 提携のシナジー追及

- 重要技術の移転による
品質・歩留り・工程改善
- 情報システムの統合による
SCM改善
- 生産分担による
効率化、能力増、外注取込み効果

6 ~ 10 億円

■ 業界の状況



国内成熟マーケットへの対応は、基本的にはシェア拡大が戦略になります。

グループ内の諸事業のうち、アルミ箔事業、フルハーフのトラック架装事業、パネル事業においてこの戦略を推し進めようと考えています。

シェア拡大のための「競争相手を凌駕する戦略」、業界の再編の動向を見極めながらの合従連衡、業務提携、統合などで対応して行きます。

箔事業では、まず、グループ内の東洋アルミと東海アルミ箔の業務提携に基づくシナジー効果を確実に出してまいります。

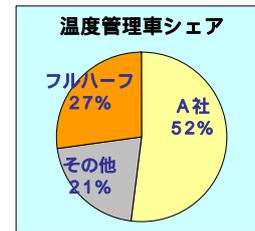
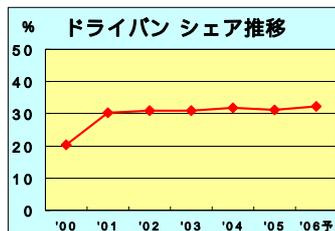
また、この業界は、もともと過当競争であるところへ中国品の浸透などがあり、自ずと、昭和電工の例のように、得意分野への集中や、さらに再編の動きも出てくると予想されます。

周到な対応が必要であると考えています。

国内成熟マーケットへの対応(2)

■ トラック架装事業

- 全需縮小に対してシェアアップで業容確保
 - ドライバンの業界整理が進む
 - シャシー業界の再編の動きへの対応
店内シェアアップのチャンス
 - ウイング車(強い商品)の拡販
 - 伸びる温度管理車への注力
 - トレーラーへの注力(3社マーケットに於ける劣勢挽回)



Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

14

次に、トラック架装事業では、全需の縮小に対しては、シェアアップによる業容の確保が不可欠であると考えています。

ドライバンの分野では、事業縮小をする同業者もでてきており、フルハーフのシェアは上がりつつあります。また、強い商品であるウイング車も、新モデル投入等でシェアを一段と上げる計画です。

また、株主でもあるいすゞ自動車さんへの店内シェアを上げて、ベースを拡充すると共に、シャシーメーカーの提携の動きにもうまく乗って行くことを考えています。

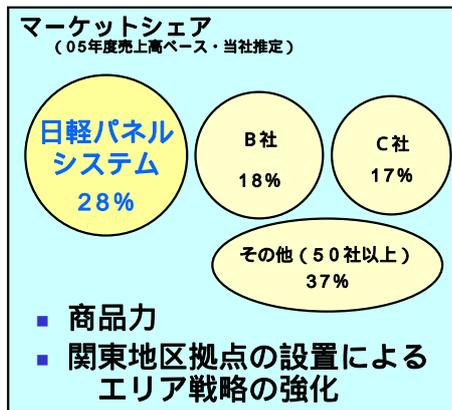
さらに、伸びるマーケットである、温度管理車の分野で、トップとのシェアの差を縮めること、3社に絞られたトレーラーでシェアアップすることを重点課題とし、対処して行きます。

国内成熟マーケットへの対応(3)

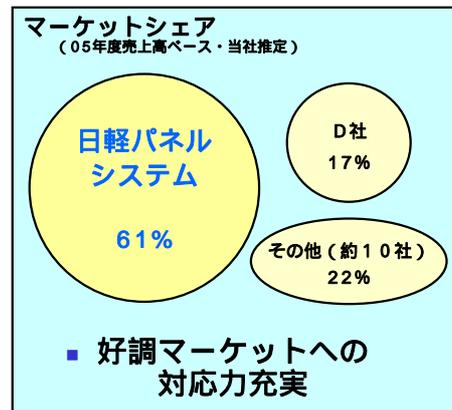
■ パネルシステム事業

- リーダーとしての地固め -

冷凍冷蔵庫分野



クリーンルーム分野



パネル事業は、冷凍冷蔵庫用パネルとクリーンルームの二つに分かれますが、それぞれの分野で、リーダーとしての地歩を固め、収益の拡大に努めます。

冷凍冷蔵の分野では、商品力を高め、また手薄になっている関東以北の市場への対応力をつけるエリア作戦、すなわち、関東地区の拠点を設け、2位、3位との差を広め、圧倒的なシェアを築きたいと考えています。

クリーンルームについては、お客様の信頼を頂いているエンジニアリングならびに品質面の対応力をさらに磨き、シェアを維持して行きます。

新製品・新プロセス

< 素材技術と新プロセスの融合 >

- フレックスキャスター [板事業部]
 - 自動車熱交材 200トン/月の出荷実績
 - 自動車構造材 品質確認最終段階へ
- FSW（摩擦攪拌接合）[日軽金アクト]
 - 鉄道車両 次期新幹線N700カウル全量受注
 - 機械部品
 - 放熱板 通信機器用コールドプレート
- FW（摩擦圧接接合）[日軽金アクト]
 - 自動車部品 ラジアスロッド（新型スカイラインに採用）

素材の強みは、合金開発とそれを素材の形にする製造プロセスとの組み合わせによって、実現されます。自動車・車両用部材についてはこのことが顕著であります。

次期中計では、当グループが保有するプロセスの強みを生かして新商品、改良素材を出してまいります。

フレックスキャスターは既にラジエーターフィンとして、他社材を凌駕しましたが、自動車構造板材としても、自動車メーカーの特定部位の実物大プレス試験に合格しており、採用決定を待っている状況であります。フルハーフ向けパネル材としてもめどが立ちました。

FSWにつきましては、この接合技術を生かしたアルミ部材が次期新幹線N700に大量に使用されることが決まりました。

当社が考案した新規の摩擦圧接法を適用したラジアスロッドが新車に採用されました。

技術研究所では、素材 casting プロセスの開発を基礎技術開発の重要テーマと位置づけ、いくつかのテーマに精力的に取り組んでおります。

電機・電子分野

- | | |
|------------|---|
| ■板 | 厚板
高純度アルミ材料
携帯電話用LiBケース |
| ■日軽金アクト | 高品質コピードラム |
| ■化成品 | 高純度アルミナ
ローソーダアルミナ |
| ■東洋アルミ[箔] | ICタグ・カード用アンテナ
高圧用コンデンサー
トーヤルカーボ
液晶用反射板
PDPシールド材 |
| ■東洋アルミ[PP] | 太陽電池用機能性インキ |
| ■日本電極 | LiB用負極材熱処理 |

電機電子マーケットへの参入拡大は、日軽金グループの事業構造を成長型に変えて行くためには必要不可欠な施策であり、第一次中計の基本テーマのひとつでありました。

汎用素材が多かった板・押出ならびに化成品事業においても、組織横断的な横串開発活動や研究所との共同開発で、この分野の柱となる商品が増えてきましたし、グループ会社でも東洋アルミを中心に有望な新商品が続々と開発されました。ICカード、ICタグ用のアンテナや太陽電池用のインキ材料などは、大きな伸びを期待することができます。コンデンサーの分野でも、トーヤルカーボが機能性固体高分子コンデンサー用陰極材としてコンデンサーメーカーから注目を集めています。

自動車分野

- | | |
|-----------|--------------|
| ■化成品 | 微粒アルミナ |
| ■合金 | 開発合金 |
| ■板 | 熱交材 |
| ■日軽金アクト | サスペンション部品 |
| ■東洋アルミ | 塗料用高輝性アルペースト |
| | ハイパーブレイズ |
| ■素形材、松尾工業 | 二輪向け部品 |
| | 四輪向け部品 |
| ■熱交 | コンデンサー |

Nov 22, 2006

Challenge To Be Winner

18

自動車分野への事業拡大も今次中計の重要課題でありましたが、グループ全体で着実に広がりを実現させてきました。

化成品事業におきましても、従来の自動車用プラグから排ガス浄化の担体などへの展開が進みつつありますし、自動車部品用開発合金は合金事業のグローバル展開に沿って需要拡大してまいります。

押出素材売りから付加価値加工品へシフトした日軽金アクトでは、自動車部品がコア事業として成長し、中国展開でも重要な役割を担います。

自動車塗料用への依存度が高かった東洋アルミのアルミペーストも、先ほどの太陽光発電向けインキ材料のほか、ラジエーターなどのロウ付け用のロウ材として高い評価を受け、従来品を圧倒し売上高を急拡大しました。

鋳物・ダイカスト・鍛造分野でも、レクサスの高級車、セルシオ・アリストのブレーキキャリパーのメイン部材を供給するなど高い技術力を有しております。

引き続き、自動車分野へ注力し、業容の拡大を図ります。



アルミにこだわり
アルミを超えていく

日本軽金属グループの特色と強みは、なんと申しましても、アルミの素材とその素材を活かす技術力とにより豊富な加工製品を揃え、上流から下流までの幅広いマーケットに触れ、新たなニーズ、変化するニーズに対応できることであります。

「アルミにこだわりながらもアルミを超えていく」

このことを事業運営の基本コンセプトに据えて、事業基盤の強化と収益拡大を図り、株主の皆様のご信頼と期待に応えると共に、社会的責任を果たすことにより存在意義を高く評価される企業集団でありつづけることを目指します。

また、日本軽金属グループは、これからも積極的なIR活動に取り組んでまいりますので、投資家の皆様からは忌憚のないご意見をお聞かせ頂ければ幸いです。

本日は、ご静聴有り難うございました。