

Investor Day 2022 第1部（金属事業部門）：質疑応答

日時： 2022年9月14日（水）13：55～14：35
対応者： 常務執行役員 金属事業部門長 犬伏 勝也（以下、犬伏）
執行役員 金属業務部長 横濱 雅彦（以下、横濱）
理事 鋼材本部長 津田 和明（以下、津田）
理事 鋼管本部長 吉村 雅弘（以下、吉村）

<質問者1>

鋼管は構造改革を実行した中で、その効果が出た分と、外部環境が変わった部分の二つに分けられるかと思う。外部環境については、リグ数の動きを見ても、徐々に増えているような環境下で、1Q から急に利益が出たように見えるが、その背景、今後の見通しを教えてください。

<犬伏>

まず、鋼材・鋼管共通して言えることだが、ロシアのウクライナ侵攻によって、鉄鋼環境に大きな不安が生じたことで、市況価格が急上昇したことがある。特に、鋼管・鋼材とも大きく業績を引っ張った原因は北米に由来している。北米では、電炉の比率が非常に高い点が他地域と大きく異なる。スクラップ調達先が非常に不安な為、まずスクラップ市況が一気に上がったところから始まり、結果的にスクラップ価格が販売価格にリンクする電炉業界の売価が一気に上がった。さらに鋼管の場合には、従来北米にもロシア製品が入っていたが、スクラップ或いは鉄源も同様で制裁により入ってこなくなった。従って、需給が非常に逼迫した状況に陥った結果、鋼管を求めている開発業者が、その価格よりも量の確保を最優先したことがいっそうの拍車をかけた次第。

<質問者1>

北米鋼管の市場の中でロシア製はもともとどのくらいを占めているのか。

<吉村>

ロシア・ウクライナ両国合わせて、輸入量の約15%程度。

<質問者1>

ロシア製はまだおそらくこのまま制裁対象だと想定するが、ウクライナ製の状況は如何か。

<吉村>

ウクライナの状況はあまり捕捉できていないが、代わりにインド製はどうか等のスタディは開始している。

<質問者1>

そうすると、2Q以降も結構、逼迫した状態が鋼管は続くとしているのか。

<犬伏>

当社も同様に見ている。今年いっぱいには続くのではないかなというのが現時点の見方。

<質問者2>

鋼管の需給のアウトルックについて教えていただきたい。先ほど説明があったとおり、市場環境としては相当好調な状態が続いていると思うが、今の需要増加に対して、供給能力をキャッチアップさせているが、それでも追いつかない状況と理解している。加えて、この環境下で御社の戦略や打ち手についても教えていただきたい。

<吉村>

まず北米についてだが、メーカーは過去の上昇期にキャパを増やした後に下降期が来て、痛手をこうむったこともあり、キャパの増強には割と慎重。例えば、閉鎖した製造設備についてはヒアリングベースでは、これを再開するつもりはあまりなく、従い比較的、新規の製造設備に集中ということで考えている。今すぐに設備投資までして増やす動きではない。加えて報道等にあるとおり、アメリカではワーカーがなかなか集まらない状況にある。

もう一つの引き締め要因は、アルゼンチン、メキシコ、ロシアを対象にしたアンチ・ダンピングがあり、こちらのほうがむしろ効いてく
るのではないかというのが、足元の見立て。次に、非米については、特にガス開発向けに高級品が用いられているが、欧州のガ
ス不足から、中東、例えばカタールは増産に動いており、リードタイムがあるものの、やはりこの辺は増えてくると見ている。オイルガ
ス以外では、先ほど説明した、例えば CCS や水素の輸送用等、別の用途のパイプの需要が当社の長年の顧客であるオイルメ
ジャーだけではなく、国営石油会社にもあると見ている。加えて、風力発電、あるいは先ほど説明したデジタイゼーションにも取
り組んでいく所存。

<質問者 3 >

電炉化が進んでいくというのは、御社にとって影響を受けるものなのか。また、この電炉化への対応をどうチャンスと捉えているかを
教えて頂きたい。

<犬伏 >

先程の説明の通り、電炉品のニーズが高まっていくという見方をしている。実際に製鉄業が電炉投資を計画しているが、グロー
バルで見たときのスクラップの流通の仕方、と需給が変わると見ている。その中で当社は、鉄鉱石を還元した還元製鉄を開発す
る、あるいは、それをさらに再エネ化していく、グリーン化していくような動きは中長期的には出てくると見ており、そういう事業構想
に参画する機会を求めている。これにより当社は上流から最終的には得意とするサプライチェーンの川下までを、縦に上から
下まで見たときの全体をグリーン化していく。鉄鋼業全体の大きなテーマに対して、当社が機能できる所を具体的に、金属
部門だけではなく、住友商事グループが持つそれぞれの機能を掛け合わせながら、それぞれにビジネスのオポチュニティを求めてい
きたい。結果的には、その製品・半製品を扱っていくことが商機につながると思っているが、トレードを目的とした事業というより
は、そういう機能を、あるいは社会が求めるテーマを実現するための機能を発揮しながら、ビジネスにつなげていきたいと考えてい
る。

<質問者 3 >

Sekal 社について、今の規模感や将来的にどれぐらいの広がりを見せるか、教えていただきたい。

<犬伏 >

現在、北海を中心にして、そのリグに対しての搭載が進んでいる状況。

当然、当社の鋼管部隊が得意としている中東あるいは北米含めグローバルにこの搭載を進めていく。そこからのサービスフィーを
得ると同時にそのデータの活用等いろいろなモデルを走りながら考えているところ。

<質問者 4 >

鋼管事業の構造改革を進めてきた中で、これまで以上にボラティリティを抑えてより安定的に稼ぐビジネスモデルを追求してきた
という理解でいる。足元のファンダメンタルとしては、オイル価格はピークアウト感が出てきている中で、リグカウントもここ 1、2 カ月
は伸び悩み感も出てきている印象。来年、再来年にかけて、ノーマライゼーションが進む過程で、この辺りの変化に備える動きと
して、どう期待したらいいかを解説いただきたい。2 点目は、中長期ビジョンのところ、鉄鋼業界が今取り組んでいる CCS、ある
いはグリーンスチールについては、かなり時間軸も長い話と思っている。実際、どれぐらいのスピード感、どういったマイルストーンでビ
ジネス展開を考えているのか。

<吉村 >

まず、北米についての見方としては、2000 年代後半ぐらいから中国、インドをはじめ、需要が伸びていくと、それをあまねく捕捉
するために、販売網を増やしてきた。北米でも 6 社がピークで、油井管だけでも問屋を抱えていたが、2 社に集約した。ニューノ
ーマルに鑑みての体制としての構造改革と考えている。加えて、下方耐性については、従来、特に北米では、メーカーから買う
値段と顧客に売る値段は必ずしも紐付いてなく、この点が非米の SCM 事業と違うところ。数十社あった問屋が淘汰を経て、
実質 3、4 社ぐらいになったことを契機に、在庫のリスクプロファイルを見直すことで、将来の価格変動に備えて、価格リスクを極
力持たないようにしている。ここが油井管の価格、特に北米において下落したときに下支え要因になると考えている。

構造改革を通じて取り組んだもう一点は長期契約を増やしたことにある。スポットだけで対応すると、需要がなくなったときに耐えるものがなくなってしまうが、長期契約だとある程度守られるところがある。同じような発想で、先ほどの Sekal については、長期契約で稼動している限りにおいては、サブスクモデルで一定の収入は得られることで、下方耐性をシクリカルな業界の中でつけていくし、これからもつけていきたいと考えている。

<犬伏>

これは当社だけが思い描いて進むビジネスモデルではなく、鉄鋼業あるいは原料の動き等々も合わせて取り組んでいく必要があると思っているもの。従い、極めて漠然とした表現になるが、2050 年というのが今現在、先進国におけるカーボンニュートラルへのゴール目標という設定になっているので、そこから逆算し、まず一つは 2030 年辺りが非常に大きなテーマになると捉えている。それから、技術の検証、あるいはそれが本当にカーボンニュートラルとして機能するかという辺りの検証にもまだ時間がかかっている。従い、そこに携わりながら、一緒に大きなトレンドの潮流に乗りながら取り組んでいく必要があると思っている。

<質問者 5 >

鋼材全体の中での 6 つの鋼種群それぞれの規模感と、収益のボラティリティ、成長性等教えていただきたい。

<津田>

プレゼンテーションにあったとおり、バラエティに富んだメニューをそろえている。規模感については、薄板のボリュームが数百万トンの圧倒的規模で、全世界でハンドルしており、これが中心であり、今牽引しているものは薄板の事業。ほかは厚板、線材、あるいは鉄道関係など各マーケットによってまだら模様だが、主戦場となると北米であり、鉄道関係はあまり他社にはないユニークな存在。車輪・車軸、あるいはタイプレートの米国内での製造・販売は安定した需要に支えられ、堅調に推移している。

<犬伏>

補足すると、鋼材 SBU の場合は、鉄鋼業が、特に多品種生産されている高炉メーカーの商品構成上、やはり薄板の比率は非常に高いということは、結果的に当社の鋼材 SBU の中における商品構成に非常にリンクしているのご理解頂きたい。もう一つは、産業軸で言えば、市場の大きさ、その裾野の大きさもあり、自動車関連比率が非常に高い。従って、自動車という観点では薄板だけではなく、ほかの品種についても同様に取り組んでいるが、現状は今説明したとおり、結果的に高炉メーカーの生産構成同様、薄板比率が高いということと、全体の市場の大きさ、見合いで自動車比率が高いので、自動車関連が結果的には中心になっていると言える。

以上