

「4本目の柱」を新たに立ち上げ、 変化に強い事業ポートフォリオで ESG経営を推進します。

「3本柱」による事業展開の強みを再認識

新型コロナウイルス感染症の位置付けが5類に移行され、経済活動の正常化が進む中で、東邦チタニウムグループを取り巻く事業環境は、ウクライナ紛争にともなう地政学リスクの高まりや世界的なエネルギー価格・原材料価格の上昇など、先行き不透明な状況が続いています。しかし、変化の激しい事業環境の下、2022年度は、カントリーリスクの再評価や調達網の再構築など、当社グループがレジリエンスを発揮していくための基盤を点検する良い機会になったと捉えています。

世界でも数社しかないスポンジチタンの製造技術を有する金属チタン事業では、航空旅客数の回復にともない、航空機産業向けの販売量が堅調に推移しています。また、ウクライナ紛争を機に世界の二大航空機メーカーが、航空機用スポンジチタンでトップシェアを占めるロシアのVSMPO-AVISMA社からの購入を停止、または縮小する方針を示しました。この影響による代替需要が急増し、当社の茅ヶ崎、若松、サウジアラビアの3拠点はフル操業の体制を整えております。需給逼迫の状況下、輸入原材料、電力価格などの高騰によるコストの上昇分に対しては、販売価格への転嫁などでリカバリー対応を実施しており、収支改善に向けてユーザー各社へご理解をいただける状況になりつつあります。こうした状況を背景に、まずは2025年度までに国内生産拠点の設備を改良し、年間3千トン程度の能力増強を予定しています。航空機向けの需要は、今後も年率4%程度の成長が続くと見込んでおり、確実な投資回収を前提に、さらなる能力増強投資も検討しています。

一方、触媒事業と化学品事業の市場環境は、最大の消費国である中国の経済成長率鈍化により、足元では低迷しています。両事業ともに、中国経済の好不況に収益が左右される構造や、地政学リスクを考慮すると、戦略を再考すべき時期ではないかと捉えています。今後の高い成長が期待できるインドや他の

東南アジア諸国へも目を向け、市場開拓に経営資源を投入するかの検討の機会が来たとも言えます。

過去3か年の中期経営計画(2020-2022年度)は、我々の想定をはるかに超える変化が連続して起きた期間でした。まず、コロナ禍で航空機需要が大幅に落ち込み、チタン事業の不振を招きました。しかしこの大幅な減販を、マスクなどの医療・衛生用品の需要増に対応した触媒事業と、パソコンなどの巣ごもり需要増に対応した化学品事業がカバーしました。続いて2022年には、今度はウクライナ紛争に端を発するチタン特需が、中国経済の低迷による触媒・化学品事業の不振をカバーしました。これらの結果、3か年累計の売上高と営業利益は計画値に対し、それぞれ実績値で売上高122%、営業利益155%となり、大幅な増収増益となりました。また、前中計で掲げた「5つの基本戦略」については、サウジアラビア合併会社(ATTM)の早期収益化を除き、すべての課題をクリアできました。ATTMも年内にフル操業体制となり、収益面で貢献できる時期が近づいたと感じています。

このような結果を振り返ると、金属チタン・触媒・化学品の「3本柱」による事業展開が、当社にとって非常に重要であることを改めて実感します。いずれかの事業が苦境に直面すれば、別の事業が補うというグループ全体の財務安定性が担保されている状態は、この3本柱による経営が機能していることの証です。今後はコングロマリットプレミアム、つまり複数事業の協働によって得られるシナジー効果を高めながら、さらなる競争力とレジリエンスの向上につなげていくことがテーマになります。

2030年へ——「ありたい姿」を再構築

当社は2022年に、「ESG経営の推進」を基本方針に掲げました。当社ならではの事業特性を活かし社会課題を解決しながら、サステナブルな社会形成へ貢献する意志を全社で共有する



代表取締役社長

山尾康二

