

2030年ありたい姿

更なる企業価値向上に向けた新たな挑戦

「2030年ありたい姿」への挑戦 (2023年11月公表)

2030年ありたい姿：

**形鋼グローバルNo1としての地位（量×収益力）を
確固たるものとし、新たな事業領域でも挑戦を続ける企業**

カーボンニュートラル・循環型社会実現に向けた継続的な取り組み

- グリーン技術/エネルギーの導入加速による電炉事業の環境優位性の向上
- 先端技術を有する企業との提携、大学等との共同研究開発

コア事業である形鋼事業の強靱化

- アジア等の成長地域での販売拡大
(新規拠点の獲得、既存拠点の競争力強化)
- 高度な操業ノウハウと最先端技術の導入
による収益力維持・向上

新たな鉄・インフラ・グリーン事業領域への進出

- 形鋼に続く製品群の拡充やバリューチェーン
の強化、技術獲得
- 国内外での積極的なM&A推進

新たな挑戦を支えるプロフェッショナル人材の育成と充実

グローバル企業として、新たな価値を創造し、豊かな社会の実現に貢献

「2030年ありたい姿」実現への歩み

コア(形鋼)事業の強靱化

-  GYS (インドネシア) の設立
-  戦略的設備投資 (圧延ライン関係) の開始
競争力強化に向けた協業推進
(JFEスチールグループ、兵機海運)
-  新拠点候補としてインドを選定し検討開始

2030年ありたい姿

事業の中長期展望・投資戦略・
キャッシュ配分方針公表
(2022年5月)

新事業領域への進出

- スイスEmerald社運営ファンドへの出資を通じたスタートアップ協業探索の開始
- 米国Electra社への出資

2030年ありたい姿策定
(2023年11月)

外部環境(主要トピックス)

2022年

- ✓ ロシアによるウクライナ戦争
- ✓ 米欧を中心とするインフレ進行

2023年

- ✓ 中国景気減速に伴う中国材輸出増加
- ✓ 世界的な鉄鋼市況軟化

2024年～

- ✓ トランプ政権発足による米国関税強化

「2030年ありたい姿」達成へのロードマップ

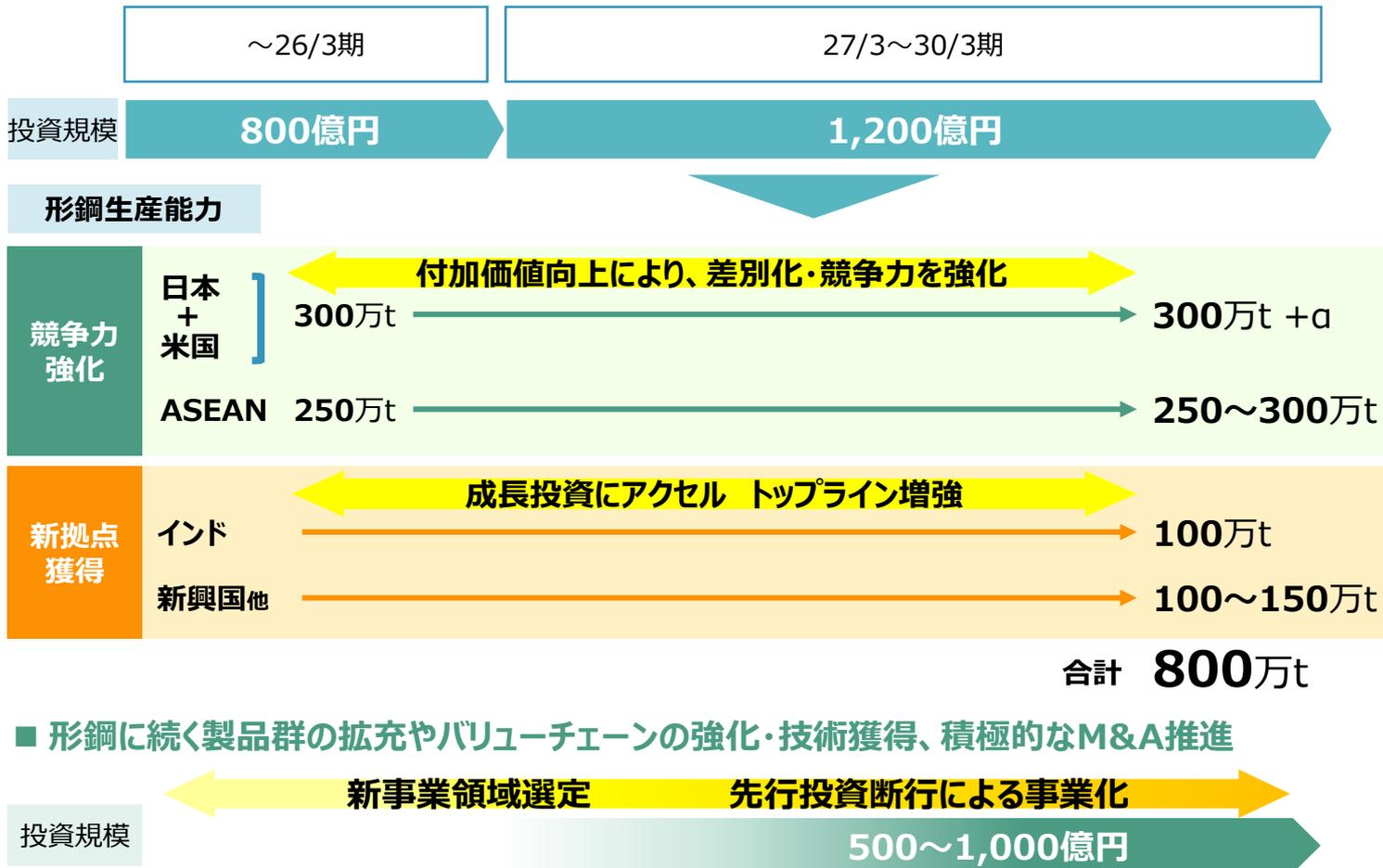
- 「2030年ありたい姿」達成へのロードマップの基本方針に変更無し
- 中東地域から撤退も、インド・新興国他に生産拠点を拡大し、グローバルな持続的成長に向けて事業ポートフォリオを再構築

総投資額
2,500~3,000億円

成長投資

コア(形鋼)事業
の強靱化

新事業領域
への進出



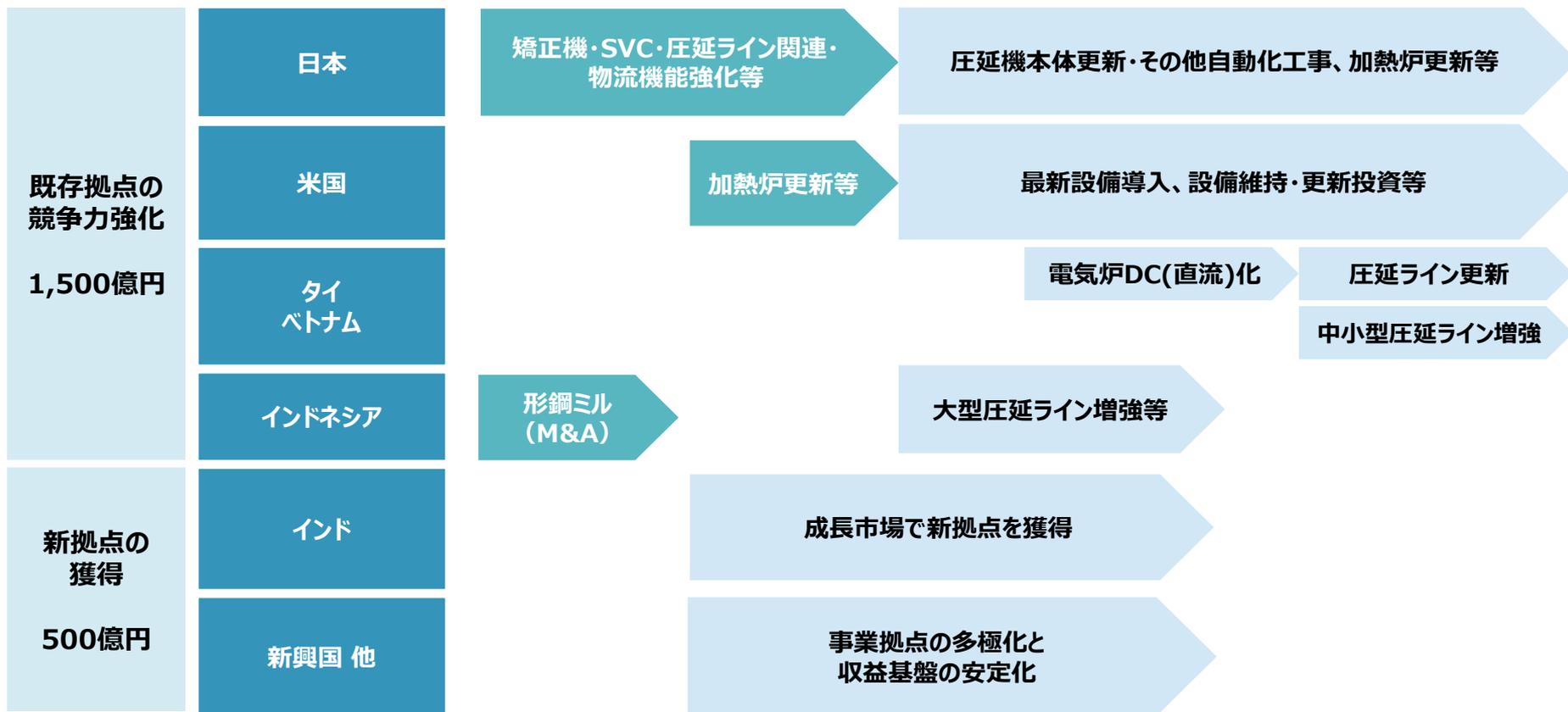
財務戦略

ROE10%以上維持 & 成長投資を機動的にバックアップ

コア事業の強靱化に向けた主な投資

- 世界形鋼市場（ターゲット外の中国を除く）の約3割、形鋼グローバルNo.1に向け、戦略的に投資
- 既存拠点でのOrganic Growthを重視するとともに、新拠点のM&Aを並行して推進

2030年ありたい姿に向けた投資額



コア事業の強靱化 – 既存拠点 / 米国

約 **550万t** (当社推計)

大型建築案件：データセンター・スタジアム等
インフラ投資：橋梁・港湾等

H形鋼
市場規模

米国各社
生産能力

NYS **230万トン**

Nucor Berkeley 60万トン

その他 2 社 330万トン

(H形鋼以外の形鋼製品を含む当社推計)

米国事業の中長期展望

引続き、堅調な需要・需給バランス維持が見込まれる
市場において、強みを発揮し、**安定的に高収益を確保**

貿易障壁

NYSの強み

・ **輸入品 50%追加関税(中国製品85%)**

※Fabricated Steelも適用対象

⇒ 市況改善、輸入品シェア低下

- ・ **マーケットリーダー**
- ・ **高付加価値製品**
- ・ **Nucorグループとして
の一体販売体制**

コア事業の強靱化 – 既存拠点 / 米国

NYSのポジション・強み

✓ 巨大な米国市場において、高い生産能力と技術力を活かし、**マーケットリーダー**の地位を確立

✓ 積極的な設備投資や技術力を活かした**高付加価値製品の開発・製造、品質向上、生産効率化**

主要設備投資：QST(Quenching and Self-Tempering)、加熱炉更新
高付加価値製品：米国内ではNYSのみ生産可能な

大型サイズ製品、高強度・高溶接性製品(AEOS™) *Agile, Efficient, Optimized, Sustainable

✓ Nucorグループとしての**一体販売戦略**

⇒ Nucorグループは、データセンター関連鉄鋼製品の95%以上を供給可能
(うち形鋼使用量は約半数と想定)

NYSサイズ表

米国内でNYSのみ生産可能なレンジ

H形鋼



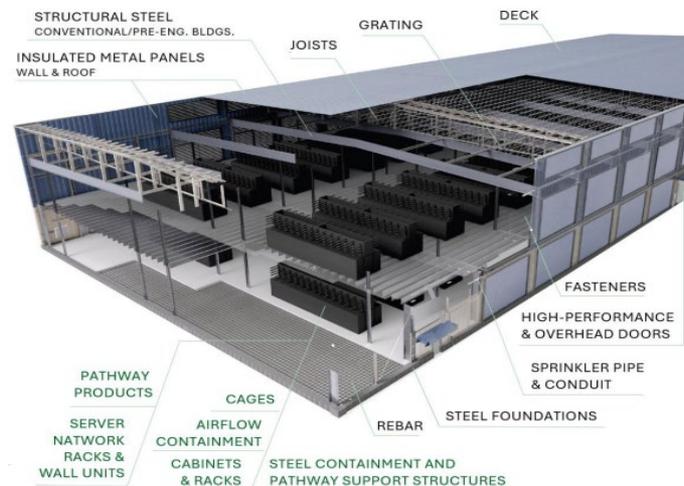
H形鋼ぐい



極厚H形鋼(W14x16) Kg/m



国内競争不在



WHITE SPACE PRODUCTS & INSTALLATION CORE AND SHELL PRODUCTS

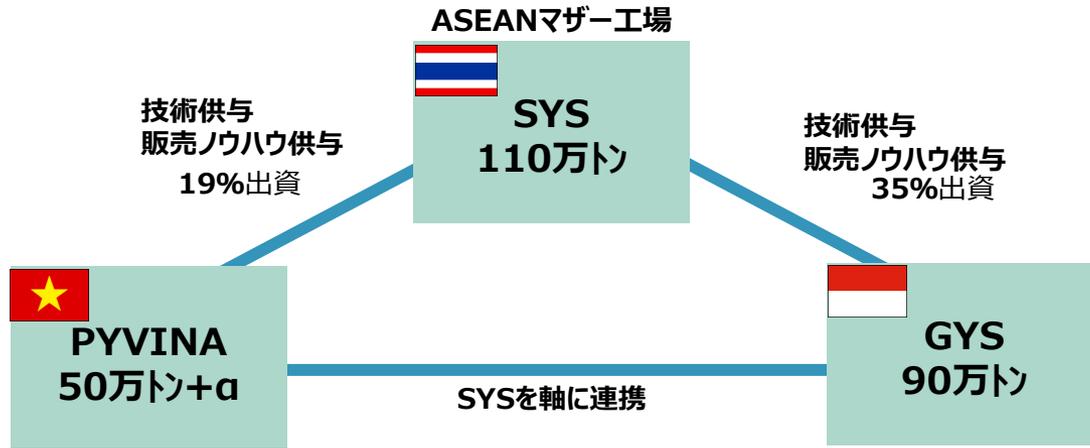
※ Nucor社 決算説明資料より

https://s202.q4cdn.com/531038915/files/doc_financials/2025/q3/Nucor-Q3-2025-Earnings-Call-Presentation_Final.pdf

コア事業の強靱化 – 既存拠点 / ASEAN 3 拠点

足元では安価な中国材との競争が激化するなか、各社の成長戦略推進とグループシナジーの一層の追求により、域内シェアを拡大し、第二の収益の柱へ

ASEAN形鋼戦略（300万トン体制）



【シナジー最大化への取組】

- 製造
高度な操業ノウハウの共有による品質・生産性の向上
- 販売
3拠点(タイ、インドネシア、ベトナム)での製品・半製品の供給による収益の最大化
- 調達
連携・協働による安定調達・コストダウン

【事業戦略】

- ・高付加価値製品(高耐震性製品等)の販売強化
⇒ASEAN地域でのデータセンター需要等の取り込み
- ・中長期戦略による設備投資
GYS：大型圧延ライン増強（2027年完了予定）
SYS、PYVINA：経営環境を見極め、随時更新

【中国製H形鋼への貿易障壁】

	関税率	期限
New		
タイ	30.86% ～54.19%	30年11月
インドネシア	11.93%	29年10月
ベトナム	13.38% ～33.51%	27年9月

企業価値向上のための戦略的なキャッシュ配分

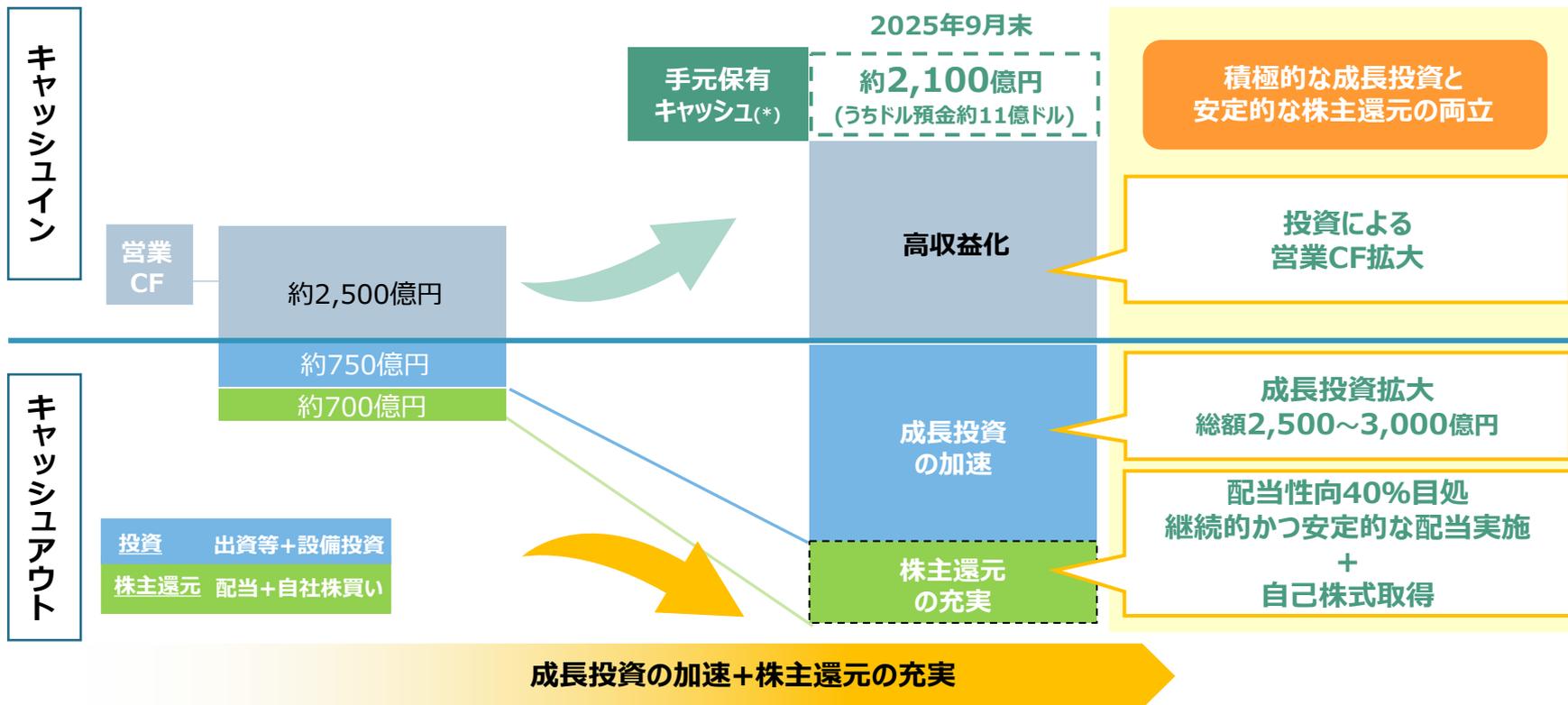
過去10年(2012/3~2023/3期)

2024/3期~

財務基盤強化 ⇒ 資本効率向上

ROE10%以上を維持

2030年
ありたい姿の実現



ROE

=

利益率

×

資産回転率

×

財務レバレッジ

- 付加価値の向上
- 事業領域の拡大

- 成長投資加速

- 株主還元の充実

成長戦略は相互に連携