

＜適時開示案件説明会＞ 日立建機(株)関連 質疑応答議事録

日 時：2026年4月16日(木) 17:00 ～ 17:30

登壇者：吉川 自動車・建機・産機部門長補佐

司 会：原田 IR 部長

Q：今回の追加持分取得による議決権比率 33.4%への引上げによって、比率上昇に伴う取込損益増加に加え、シナジー創出に向けた取組みを加速させる上で、具体的にはどのような変化があるのか。

A：25年度の約7%買増し以降、日立建機本社へ出向者を4名派遣し、26年度より更に3名増員。加えて、今後は月次での経営トップ同士の会議や各種分科会の開催を予定しており、様々な角度から日立建機の経営課題を議論していく。これらを通じて日立建機の経営課題を正しく理解し、企業価値向上に繋がる取組みを追求したい。同社の企業価値向上は当社の取込損益増加にも繋がる。また同社のオープン戦略を支える上で、例えばファイナンス等の単独では難しい部分についても、当社がピンポイントなソリューションを提案し必要に応じて M&A 等のリソース・手法を提供できる。日立建機周辺の取組みによって同社をサポートできる面が多々ありシナジーの拡大が可能。同社にとってのファーストチョイスとして経営課題解決のサイクルをより高速で回し、日立建機の成長と関連ビジネスの拡大を実現していく。

Q：協業の方向性としての M&A 戦略について、どのような分野・地域をターゲットとして検討しているか。

A：今後日立建機で新中計・戦略の公表が予定されているが、現中計の注力領域「北中南米」「マイニング」「バリューチェーン」は今後も注力領域として大幅に変わらないと理解。M&A はあくまで手段。まずは、これらの注力領域について、当社からの人員派遣や経営管理手法の共有等のリソース提供を通じて一緒に戦略を実現していく。その上で、スピードを加速できる・良い対象があるという場合には M&A を活用する方針。日立建機による M&A を当社が支援するケース、共同で M&A を実施するケース双方検討し得るだろう。既に具体案件について協議が進んでいるがケースバイケースで対応を進めていく。

Q：現状伊藤忠から日立建機への役員派遣はされていないと理解。33.4%の議決権保有では取締役を派遣することが一般的とも考えるが、今後取締役派遣の予定はあるか。

A：この度クリアランス取得が完了しクロージングに至ったが、タイミングの見極めは困難であった。今後、同社の株主総会も予定される中で、足元では社内外の役員派遣も含めて人材派遣について協議している。確りと機能発揮できるポジションに人員派遣することが重要。但し、1/3 超の議決権保有をもって即時に役員派遣を行う考えはなく、同社として最適な経営体制で運営している現状を踏まえ、一定の時間をかけて協議し必要に応じて対応していく。現時点で決定している事項はない。

Q：ZAXIS Finance の資産規模・ROA、競合他社のキャプティブファイナンス事業と比較した際の強み、課題、課題解決のための戦略について伺いたい。

A：ZAXIS Finance 総資産は現在 1,000 億円超の水準まで拡大、順調にアセットを積み上げている。コマツは自社 100%でファイナンス事業を運営し同資産を連結しているが、ZAXIS Finance は日立建機、ファイナンスの専門家である東京センチュリー、当社の JV で持分法投資であり形態が異なる。日立建機が独自展開を進める中で、ZAXIS Finance としての一番の貢献は、短期間での垂直立ち上げを実現したこと。表裏一体ではあるが、新しい会社であるが故にデータ蓄積は課題。データが貯まる程精緻な与信判断が可能になり、販売数が増える程フリーマネジメントの情報も拡充する。競合他社は、米国市場で長年ファイナンス事業を展開しておりデータに厚みがある。今後はデータ活用による差別化が重要と認識。引き続きアセットの積み上げとデータの蓄積を進め、データを活用した経営を推進する。

Q : 足元の中東情勢が与える日立建機への影響は。

A : 石油関連製品の不足や燃料費上昇に伴う顧客の投資意欲減退等、製造業に例外なく影響を与える事象と理解。当社として現時点では 2026 年度計画に大幅な影響はないと整理しているが、今後日立建機が発表する来期計画や中経において更に精査された情報が提供されると理解しており、詳細な発言は控えたい。

Q : 日立建機の「営業」を伸ばすにあたり、現状の強み・弱み、伊藤忠としての支援策、マーケットシェア拡大の戦略について伺いたい。

A : マイニングショベルは世界トップクラスのシェアを誇り、高シェアを確保する主要市場がある点が強み。トップブランドとして、代理店網が整備されていれば一定のシェアが獲得できるブランド力・商品力がある。一方で、業界トップ2のコマツやキャタピラーと比較すると相対的に製品ラインナップが狭い。強みを持つ製品を集中的に販売する考え方もあろうが、代理店や顧客からすれば不足感が生じるだろう。今後は、外部メーカーからの OEM を通じたラインナップ拡充をオープン戦略として推進していく方針。当社としてはファイナンスや物流等、外部パートナーシップを強化し、日立建機をより強くするために支援していきたい。M&A も手法の一つだろう。日立建機の課題をどのように補完していくかが重要。

Q : 今後、北米以外の地域でも連携を強化していく予定はあるか。

A : 日立建機次第ではあるが、まずは John Deere 社との提携を解消し川下分野へのアクセスが可能となった北中南米の強化が、競合との差を詰めるためにも重要。マイニングの重要性に鑑み、元々シェアの高いオーストラリアに加え、中央アジアやアフリカも成長余地がある。単独で取組み可能な部分と外部支援が必要な部分があり、これら次なる重点地域でのサポートを通じて市場シェア拡大を支援していく。

Q : 北米でのシェア拡大が競合戦略と理解するが、関税影響に伴うコストアップにより業界全体で値上げが必要と推察。その中で、シェア拡大と価格戦略を両立できるブランド認知があるのか。ZAXIS Finance 等、現場での感触も含めて伺いたい。

A : 「LANDCROS」という新ブランドについては、今年度大きなリソースを投じて認知拡大を図っていく。3月には世界最大の建機展示会「CONEXPO」で、ブランド・社名変更される「LANDCROS」を大々的にアピール。オレンジ色の建機ブランドとして既に高い認知度はあり、当初社名変更には驚きの声もあったものの、代理店や顧客も徐々に慣れてきており、27年度には一定程度浸透した上で名称変更可能だと考えている。日立建機・当社共にブランド認知については注力すべき課題と認識しており、今後プロモーション強化を図り課題解決に努める方針。

/以上