

2012年7月12日

中期経営計画 (2013年5月期～2015年5月期)

 三協・立山ホールディングス株式会社

1.前中期経営計画

1-1.市場環境と総括

1-2.売上高・営業利益実績

2.中期経営計画

2-1. 建材事業・非建材事業：2015年5月期までの市場見通し

2-2.中期経営計画の基本的な考え

2-3.戦略目標と取り組み

2-4.売上高・営業利益目標

2-5.連結・主要各社P/L

2-6.数値目標

1-1. 前中期（2010年5月期～2012年5月期）市場環境と総括

総括

2009年6月からの3カ年は、リーマンショック後の市場縮小・東日本大震災・急激な円高など厳しい市場環境の中、収益体質の確立にむけた構造改革を実施するとともに、政府の住宅取得支援策や環境・リフォーム需要や新エネルギー関連需要の取り込み、コンビニエンスストアなど小売業の成長領域への提案積極化、LEDなど省エネ需要対応の商材の投入など拡販を進めた。

以上の結果、売上・経常利益とも計画を達成した。

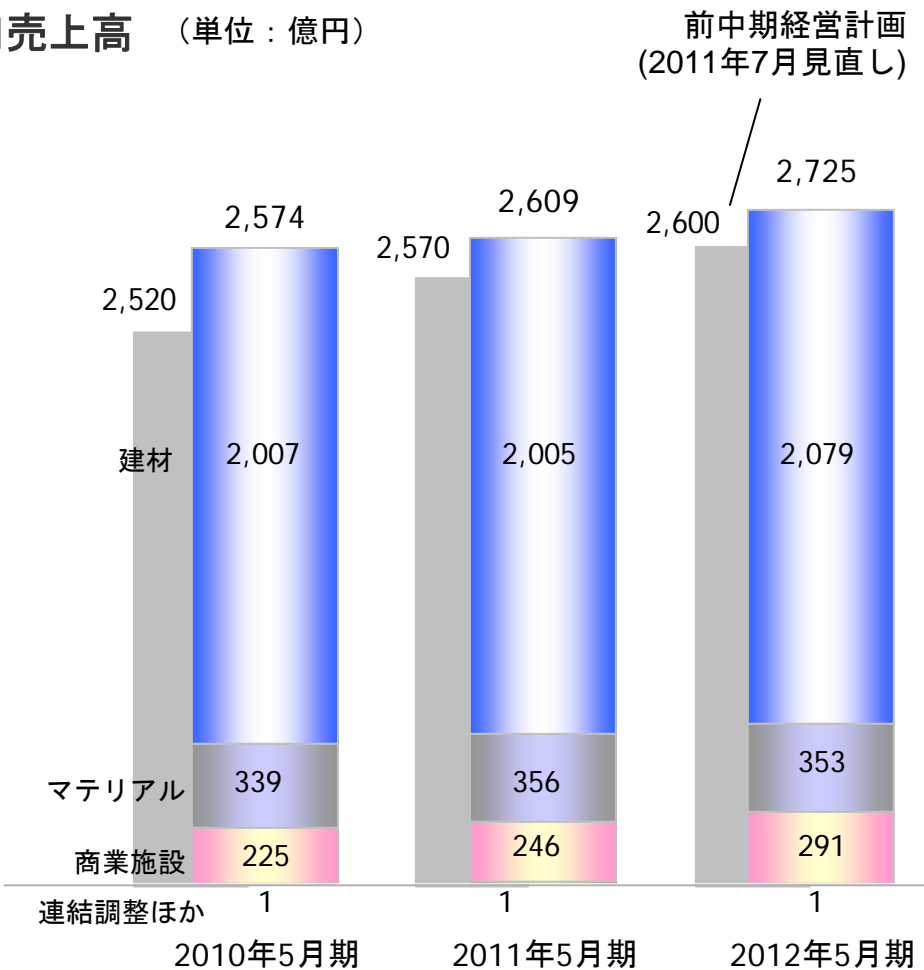
市場環境

1. 建設市場...住宅購入優遇策や復興支援で一部回復したが、新設住宅着工戸数の減少基調が継続した。
2. マテリアル事業...太陽光発電関連の需要等で市場は堅調に推移したが、中国や韓国製品の流入が継続した。
3. 商業施設市場...震災復興やLEDなど省エネ需要、業態変化での需要が増加傾向にあった。
4. アルミ・鋼材市況...新興国の需要増等により価格上昇がみられたが、2011年度後半は欧州債務問題の影響や新興国経済の成長鈍化から、市況が下振れする傾向にある。

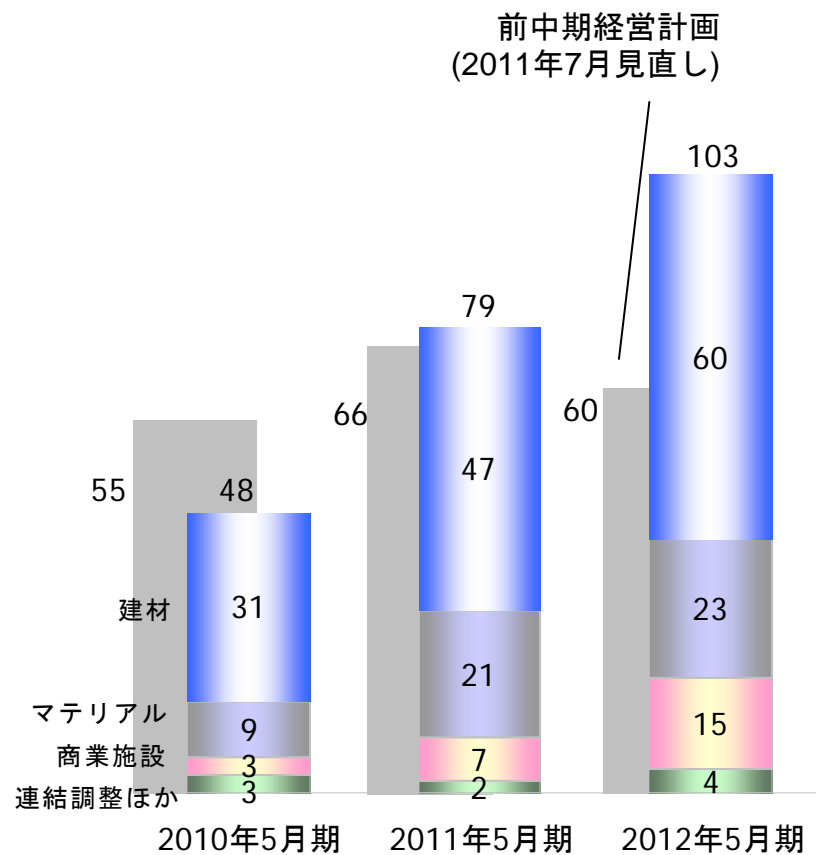
市場環境	中計・当初前提	2012年5月期実績	差異	
新設住宅着工戸数	95万戸	84.1万戸	-10.9万戸	-11.5%
非木造建築物着工床面積	90,400千㎡	74,379千㎡	-16,021千㎡	-17.7%
アルミ型材押出重量（サッシ・ドア除く）	338千 t	347千 t	+9千 t	+2.7%
アルミ地金（NSP価格）	210円/kg	217円/kg	+7円/kg	+3.3%

1-2. 前中期 (2010年5月期～2012年5月期) 売上高・営業利益実績

■売上高 (単位：億円)



■営業利益 (単位：億円)

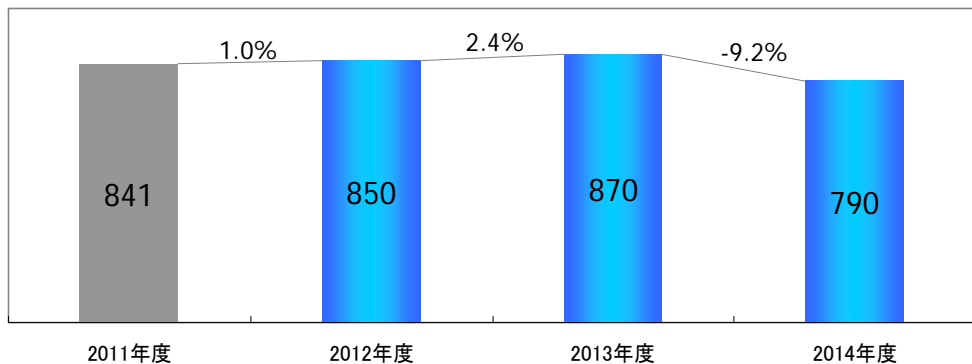


※2011年5月期よりセグメント区分を変更。2010年5月期実績も新しいセグメント区分に修正して表記。

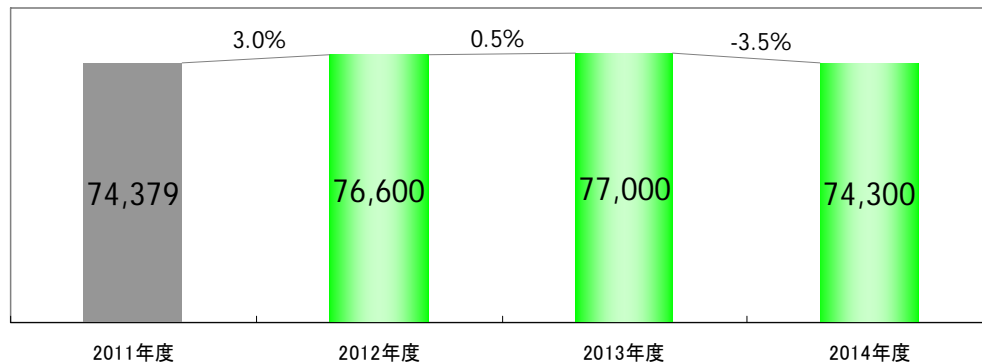
2-1. 建材事業：2015年5月期までの市場見通し

- 1) 建設市場は、東日本大震災に対する政府予算の執行などからゆるやかな拡大傾向となる見通しである。
また新設住宅着工戸数は、長期的な減少基調の中、消費税導入（2014年4月8%、2015年10月10%）を前提に、一部に需要の前倒しとその反動減が想定される。またリフォーム市場は省エネ需要を含めて増加傾向にある。
- 2) 2012年前半は欧州債務問題や新興国の成長鈍化傾向からアルミ地金や原油等の市況の下落傾向が見られるが、中期的には、欧州債務問題の落ち着きや新興国の成長継続などにより資源価格のゆるやかな上昇が想定される。
また、国内の電力需給問題等により節電対応やコスト上昇のリスクも想定される。

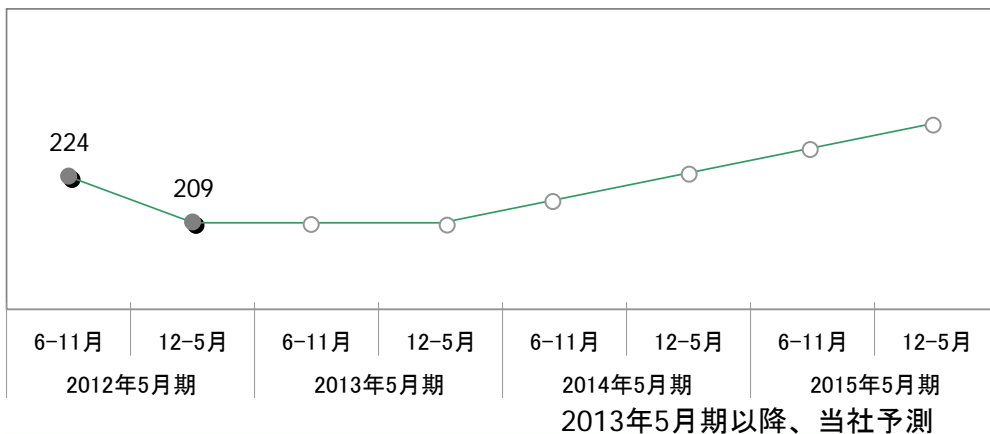
新設住宅着工戸数（千戸）



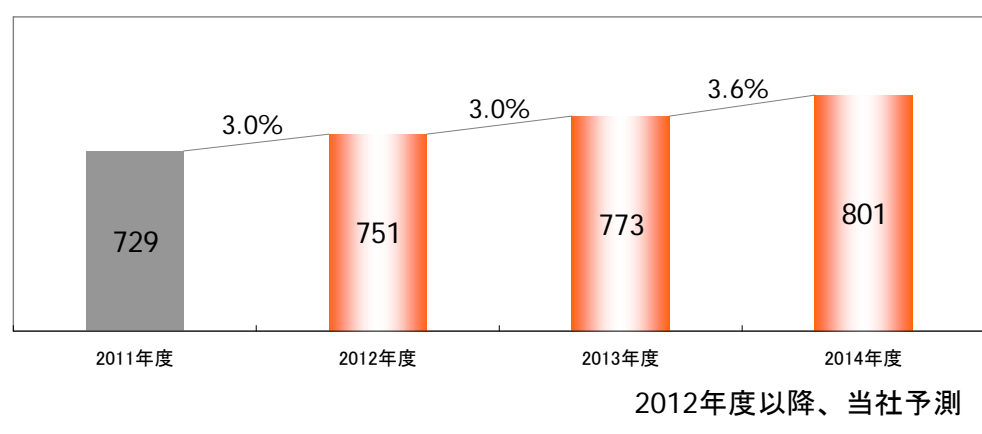
非木造建築物着工床面積（千㎡）



アルミ地金（日経市況）円/Kg



ビル改装市場（億円）

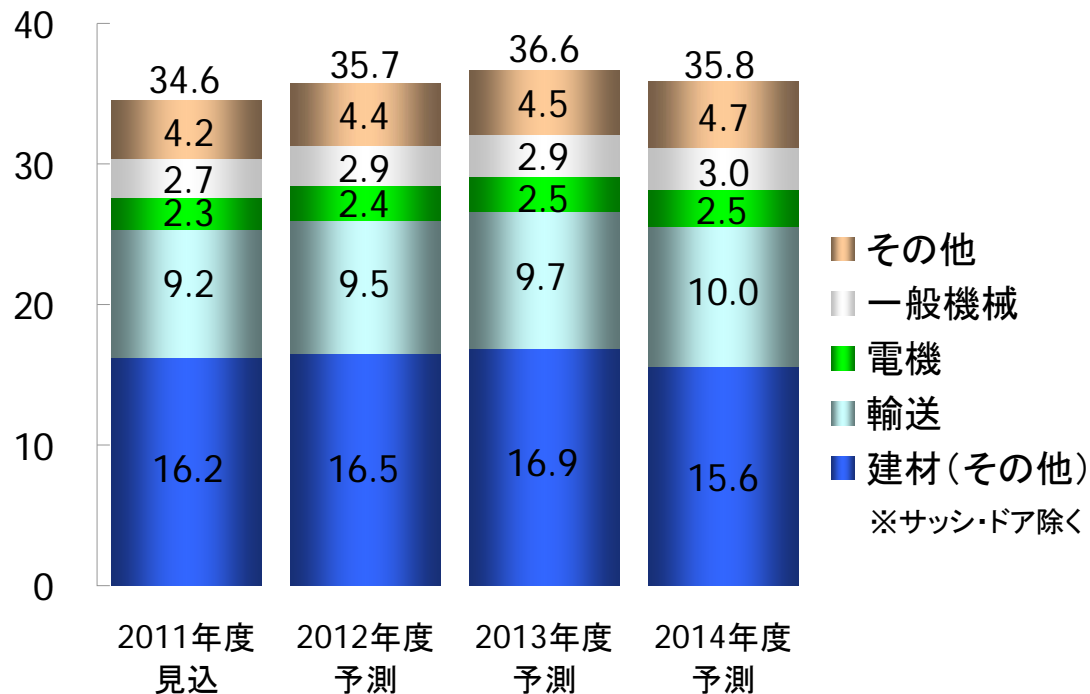


2-1. 非建材事業：2015年5月期までの市場見通し

- 1) マテリアル事業では、電機・機械・輸送分野での軽量化・省エネ需要によりアルミ型材市場は全般的に拡大傾向にある一方、円高影響を中心に国内製造業の海外進出による市場の縮小、新興国メーカーによる汎用材の国内流入も増加傾向にある。
- 2) 商業施設事業では、小売業界全般の国内需要は減少基調にあるものの、コンビニエンスストアの出店積極化や新業態への転換、ドラッグストアなどの成長、小型店舗の増加、省エネ対応の加速などの店舗関連の需要が引き続き増加傾向にある。

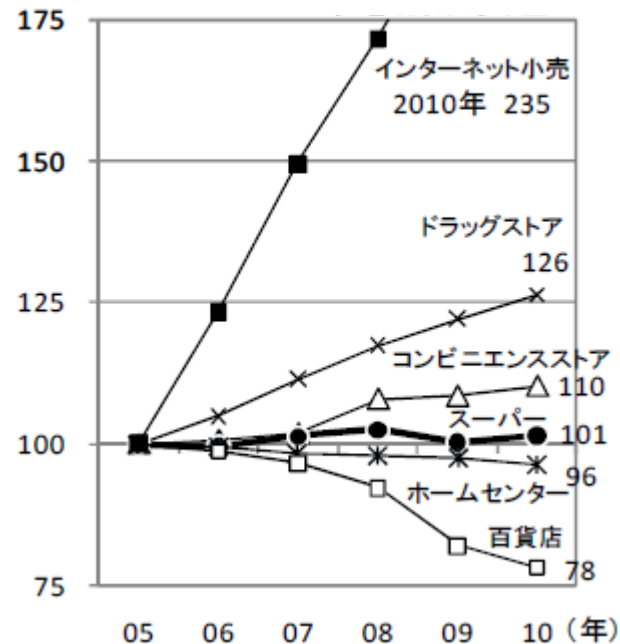
また小売業は中国・東南アジアを中心地域への出店を加速し続けている（大手小売ではアジア戦略を本格化、コンビニエンスストアは海外店舗数が国内店舗数を上回る計画）

アルミ型材押出重量（万t）



2012年度以降、当社予測

日本小売市場の業態別成長差
(2005年=100)



出典：日本政策投資銀行

「DBJ Monthly Overview 2012年3月号」

2-2. 中期経営計画の基本的な考え

1. 長期VISION-2020 および会社統合

1) 長期VISION-2020を設定



2) 推進に向け、2012年6月に3社統合



2. 前中期経営計画の成果と積み残し

- 1) 構造改革、非建材事業の成長・収益力アップなどの成果により財務健全化へ
- 2) 合理化投資・成長投資が低水準
- 3) 適正な人員配置

3. 今後3年間&さらに中長期の外部環境

1) 建材

初年度・2年目は着工戸数は比較的高い。(80万戸半ば～後半)
3年目(最終年度)は消費税影響により落込み。(前年比▲9.2%減)
長期的には減少傾向が継続。(70万戸を切る水準へ)
市場縮小、競合の規模拡大により価格・サービスの競争激化。

2) マテリアル

鉱工業生産は前年比1～3%増の見込み、電気機器分野では、
海外シフトによる需要減。

3) 商業施設

国内小売全体は縮小も、業態転換や省エネ改装需要は伸張。
小売業の海外展開も引き続き拡大傾向にある。

4. 中期経営計画の基本的考え

- 1) 長期VISION-2020の目標達成に向けた資源移動・投資の実施
- 2) 基盤領域でベースの利益を確保
- 3) 市場縮小リスクに備えた効率的な体制の構築 (人員・財務基盤)

総合力
の発揮

個々の事業
遂行力向上

経営資源の流動化

【中期基本方針】：さらなる成長と新たな価値創造

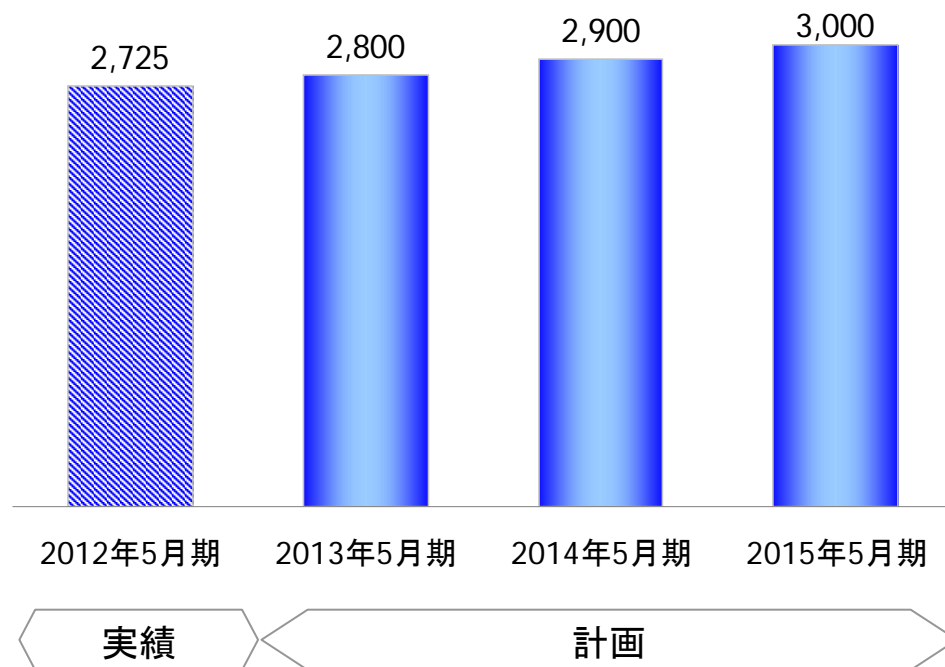
基盤事業の収益力を強化するとともに、市場変化に対応し強みを活かした成長性の高い事業構成へシフトする

項目	長期目標	2012年5月期 実績	中期経営計画 2013年5月期～2015年5月期
改装・リフォーム事業の強化	建材事業での売上比率 2020年5月期 40%以上	22% ・ STER事業へ経営資源を投入し、環境・省エネ需要を中心に環境リフォームを拡販 ・ 一新助家店網の強化とリフォーム商材の拡充を推進	25% 競争力のある商品の積極的市場投入と販売体制の拡充 ■ 改装・リフォーム市場での潜在需要の積極開拓にむけて販売体制を強化 ■ 環境・省エネ分野の商品を拡充
非建材事業の強化	非建材事業売上比率 (※主要3事業の売上比率) 2020年5月期 40%以上	32% ・ 合金開発・押出・加工までの一貫体制による技術開発体制を強化し、輸送・電機分野での顧客開拓を推進（マテリアル） ・ 看板・什器の主力商品でのLED照明のラインナップを拡充し、小売業の省エネ配慮型店舗などの需要に対応（商業施設）	35% 技術・提案力で事業領域を拡大 ■ 環境・省エネ関連向けの軽量・高精密・高強度商材の開発（マテリアル） ■ 技術提案型の営業活動により、輸送・電機・新エネルギー分野を開拓（マテリアル） ■ 成長する小売業への提案営業の強化や、内装事業の整備など総合化を推進（商業施設）
海外展開	海外売上比率 2020年5月期 10%以上	1%未満 ・ 建材では台湾事業は販売体制を確立 ・ 商業施設では欧米・アジア圏への拡販を推進	2020年5月期10%を目指した体制整備 長期的な成長を目指せる市場ボリュームの確保 ■ アジアを中心に現地生産・販売体制を整備し、市場展開を推進
収益改善	営業利益率 2020年5月期 6%	3.8% ・ 生産集約、生産性改善、在庫圧縮の推進 ・ 建材加工子会社4社の統合 ・ 海外調達比率の向上、内製化による集約	5.0% 収益基盤の安定化に向けた施策を推進 ■ 生産拠点・ライン集約、合理化・省人化投資の強化 ■ 海外調達の強化・加速、内製化による集約

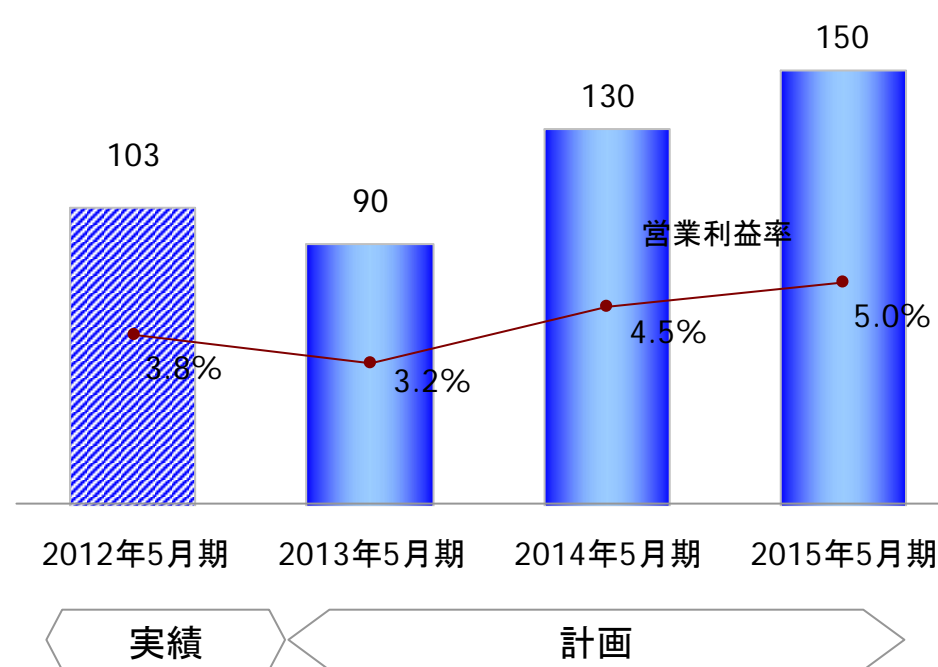
中期経営計画の最終年度2015年5月期には売上高3,000億円、営業利益150億円（比率5%）を目指す。

2015年5月期までには、消費税導入による市況の変化や為替・原材料市場等の外部環境の不確実性が增大することが想定されるが、建材事業では環境商品拡充とリフォーム取り込み・市況変化に対応できる柔軟な生産体制の構築を進め、また成長領域であるマテリアル事業・商業施設事業・海外事業・技術強化への経営資源シフトを進めることで、環境変化に強い安定した事業体制を構築し、引き続き経営目標の達成を目指す。

■売上高（単位：億円）



■営業利益（単位：億円）



2-5. 連結・主要各社P/L

(単位：億円、%)

		グループ連結		三協立山(株)		三協アルミ		三協マテリアル		タテヤマアドバンス	
2013年5月期	売上高	2,800		2,500		1,900		600		290	
	営業利益	90	3.2%	79	3.2%	59	3.1%	16	2.7%	7	2.4%
	経常利益	76	2.7%	63	2.5%						
2014年5月期	売上高	2,900		2,620		1,950		660		300	
	営業利益	130	4.5%	118	4.5%	85	4.4%	26	3.9%	10	3.3%
	経常利益	116	4.0%	102	3.9%						
2015年5月期	売上高	3,000		2,620		1,900		710		310	
	営業利益	150	5.0%	136	5.2%	88	4.6%	37	5.2%	14	4.5%
	経常利益	136	4.5%	120	4.6%						

項目	2012年5月期 実績	2015年5月期 目標
売上高	2,725億円	3,000億円
営業利益（率）	103億円（3.8%）	150億円（5%）
自己資本比率	25.1%	28.0%
有利子負債比率	134%	100%未満
ROA （営業利益ベース）	4.9%	6.3%
グループ人員	9,865名 （2012年6月1日現在）	9,750名

【本資料に関する注意事項】

本資料に記載されている内容には、三協・立山ホールディングス株式会社及び連結子会社(以下、総称して「三協・立山ホールディングスグループ」という)の計画、戦略、業績などの将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、現時点での入手可能な情報から得られた三協・立山ホールディングスグループの仮定や判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスク、不確実性及びその他の要因が内在しています。これらの影響により三協・立山ホールディングスグループの実際の業績、事業活動、財務状況は、これらの見通しと大きく異なる場合があります。また、新たな情報、将来の事象、その他にかかわらず、三協・立山ホールディングスグループが将来の見通しに関する記述を見直すとは限りません。なお、業績など実際の結果に影響を与えるリスク、不確実性及びその他の要因としては、三協・立山ホールディングスグループの事業領域を取り巻く経済情勢、三協・立山ホールディングスグループの製品やサービスの需要動向の変化や価格競争の激化、アルミ地金等の価格変動が挙げられますが、これらに限られるものではありません。

本資料の複製・転載はお断りします。