



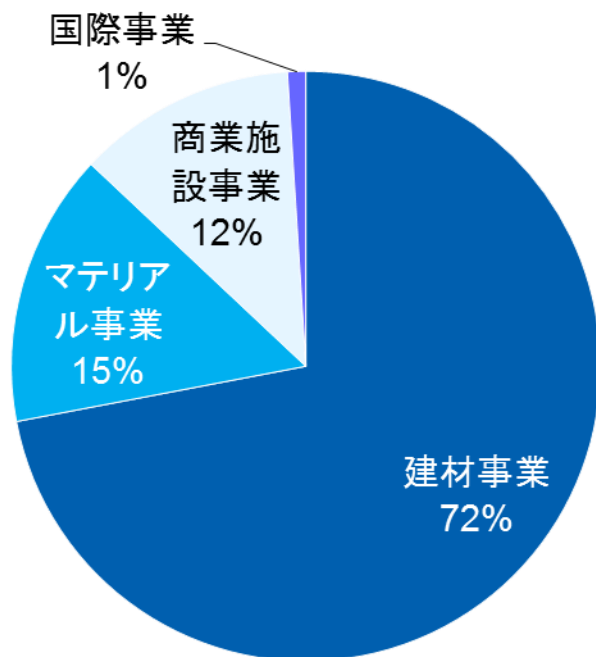
Life with Green Technology

「環境技術でひらく、豊かな暮らし」を
実現する企業グループへ

 三協立山株式会社

三協立山株式会社

売上構成比(2015年5月期)



三協アルミ

〈建材事業〉

ビル事業・STER事業

住宅事業・エクステリア事業



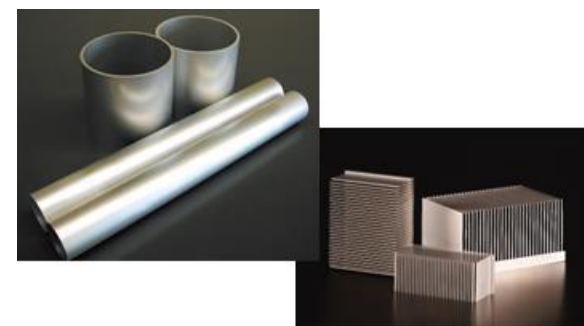
三協マテリアル

〈マテリアル事業〉

アルミ押出型材

アルミビレット

マグネシウム



タテヤマアドバンス

〈商業施設事業〉

商業施設・サイン

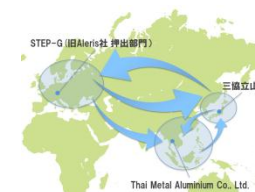
ショップサービス



〈国際事業〉

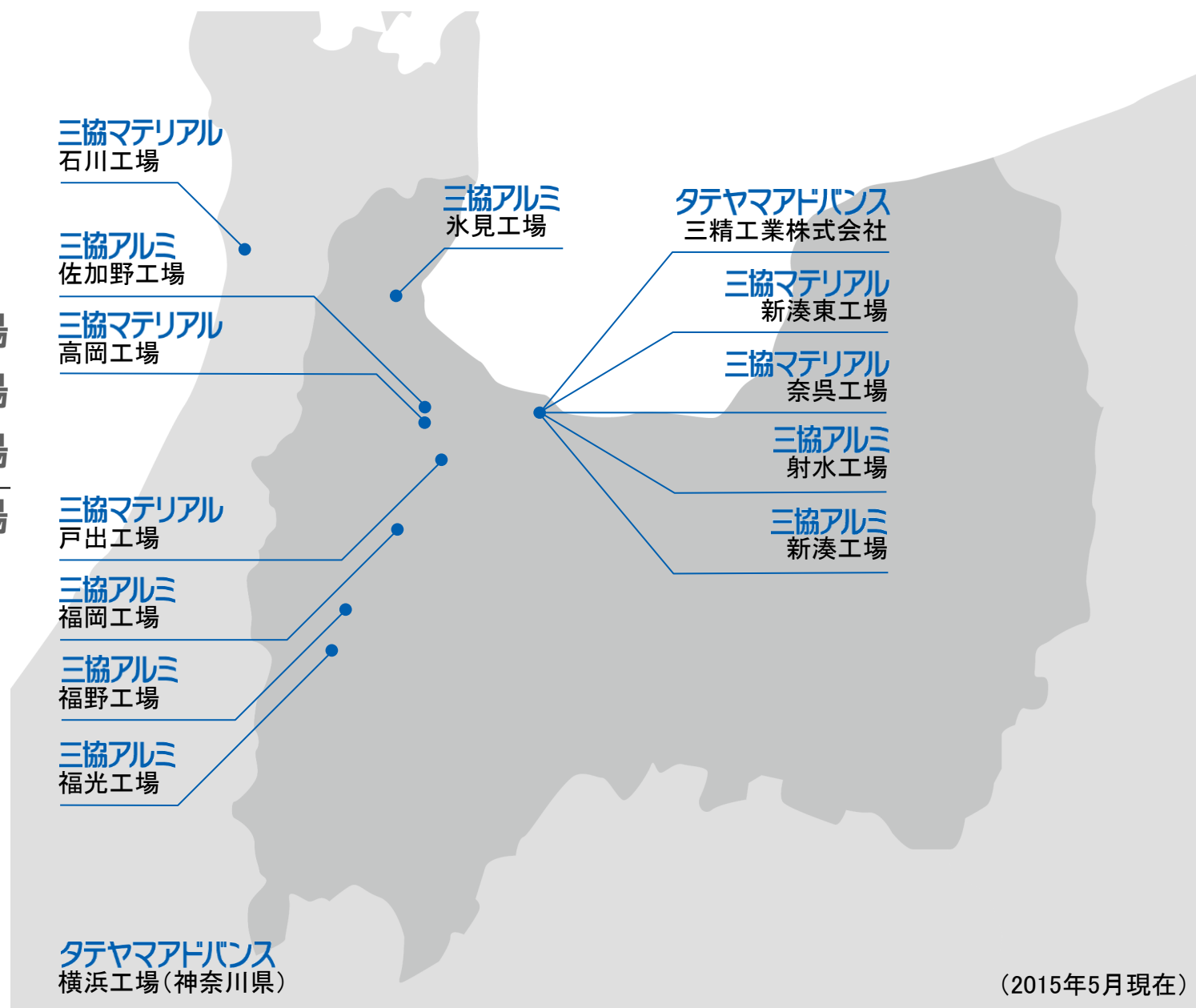
欧州・タイ子会社のシナジー創出

ASEANでの事業展開



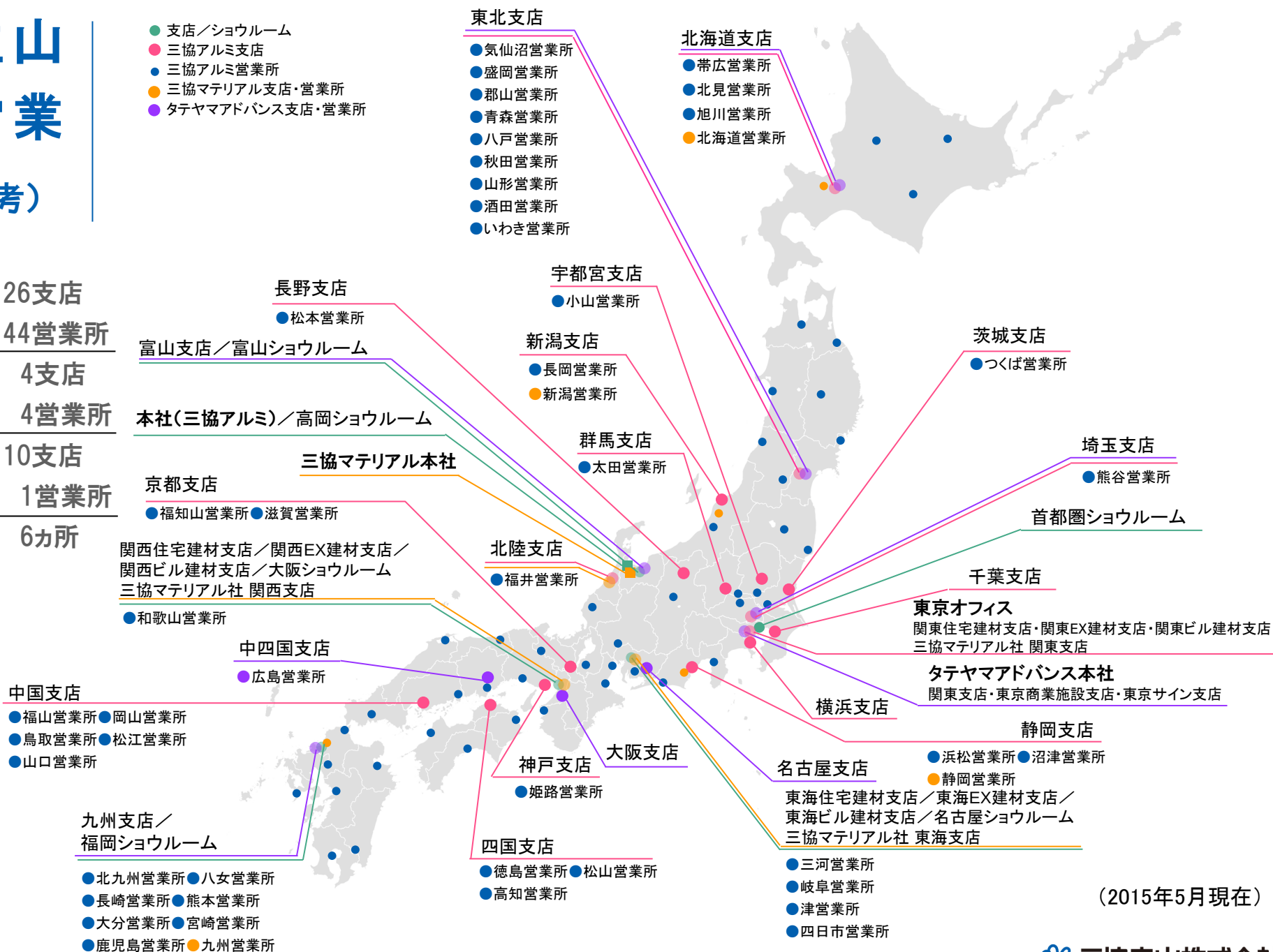
三協立山 国内製造 拠点(参考)

三協アルミ 7工場
三協マテリアル 5工場
タテヤマアドバンス 2工場
計14工場

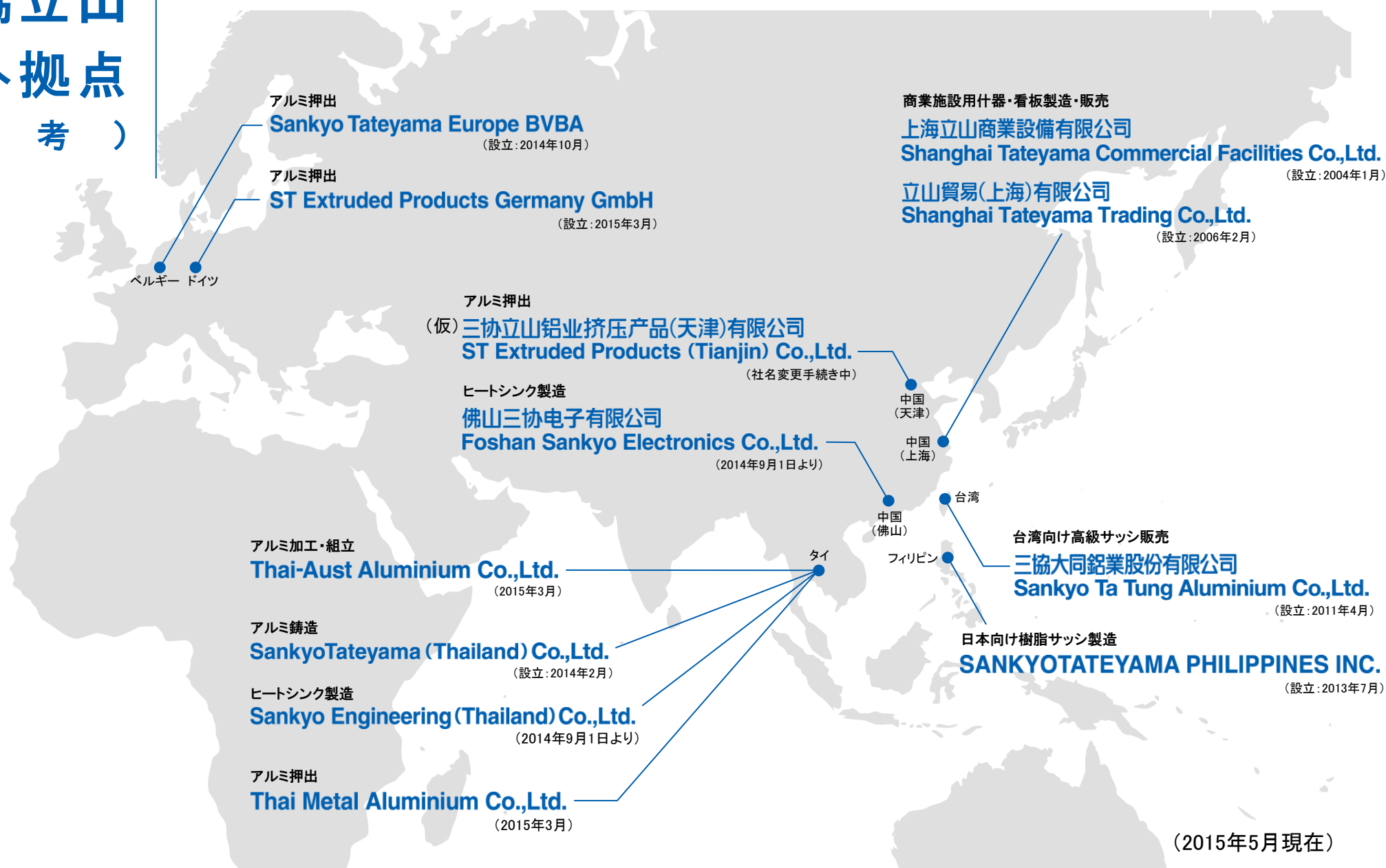


三協立山 国内営業 拠点(参考)

三協アルミ	26支店 44営業所
三協マテリアル	4支店 4営業所
タテヤマアドバンス	10支店 1営業所
ショウルーム	6カ所

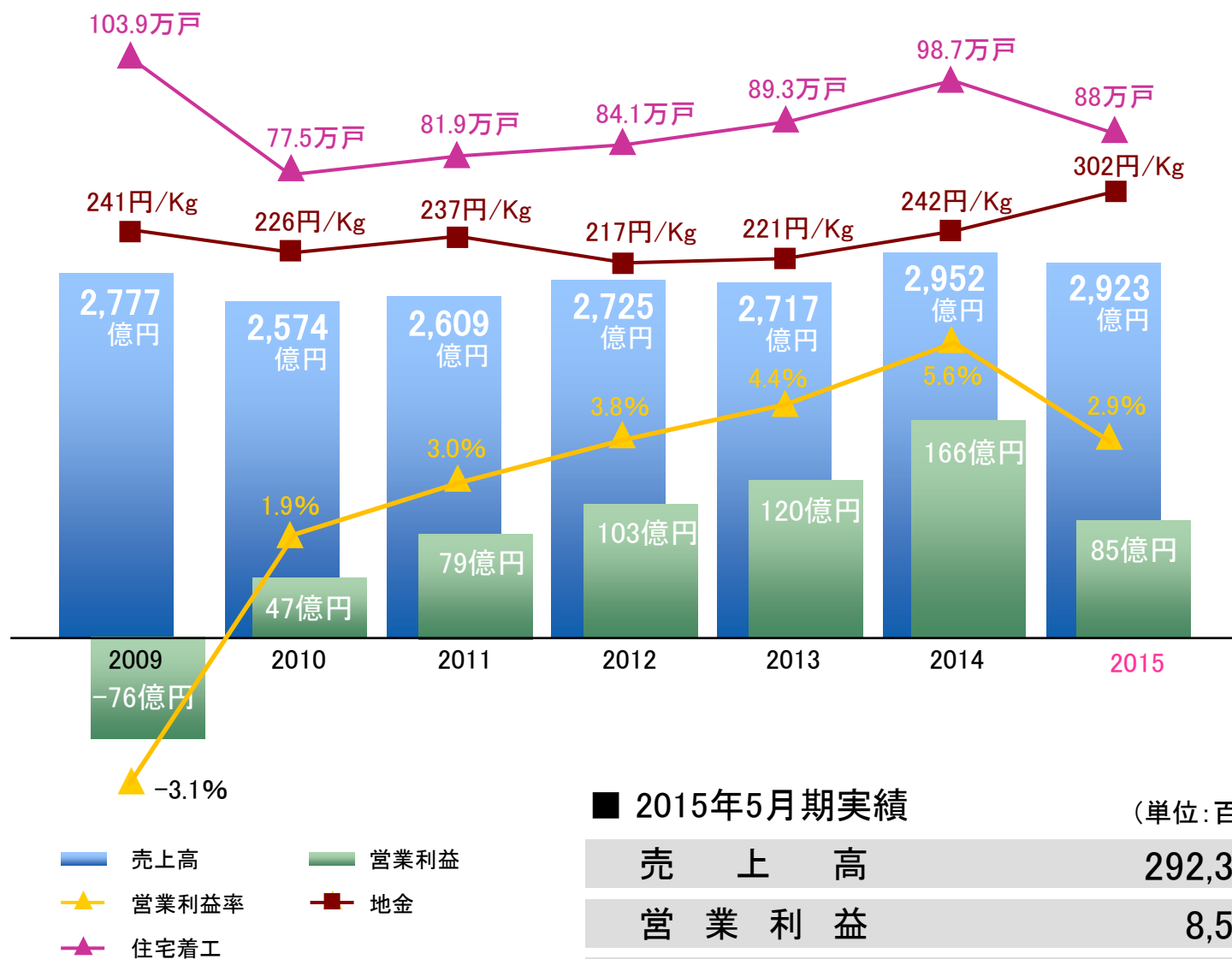


三協立山 海外拠点 (参 考)

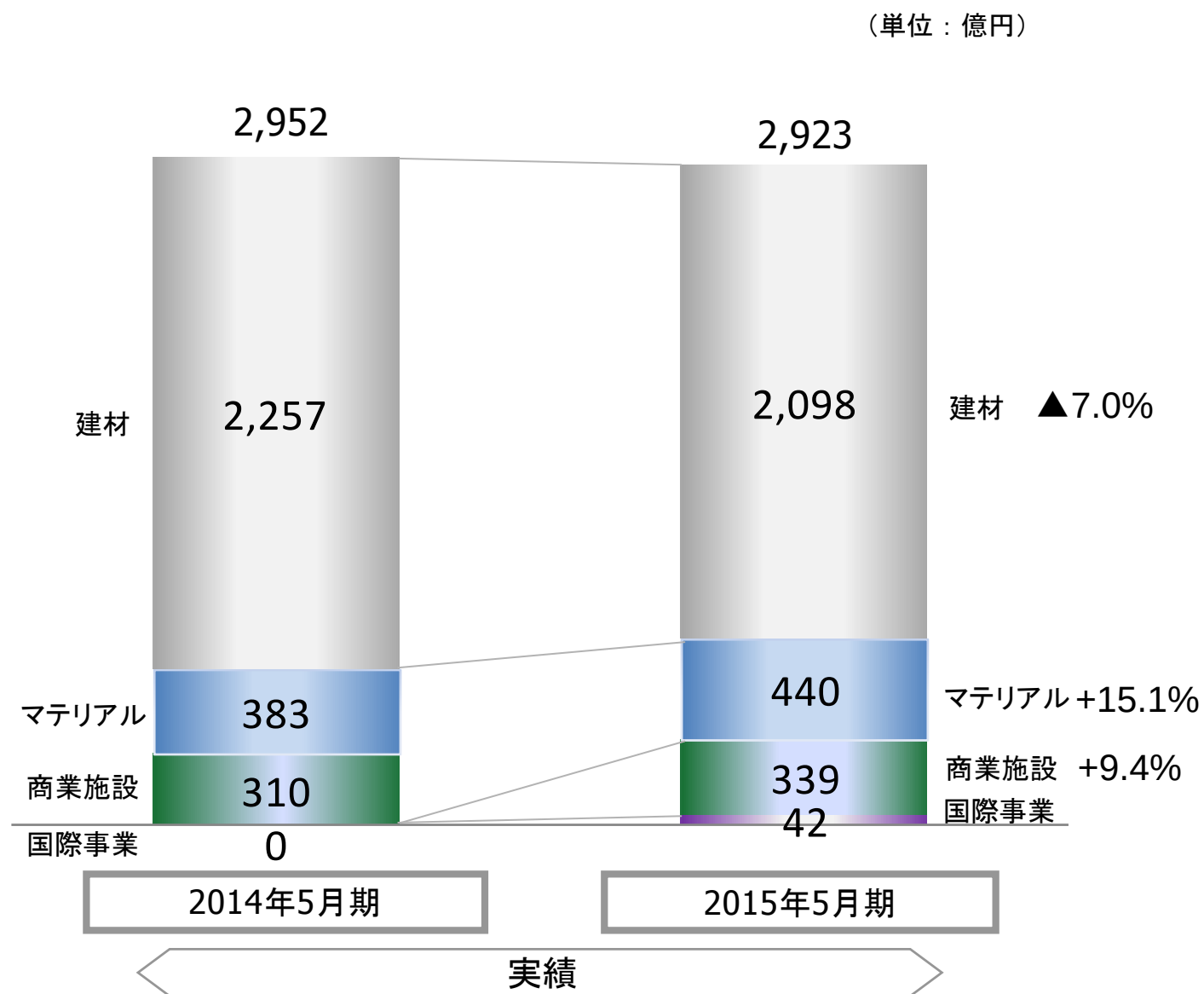


2015年5月期 経営成績

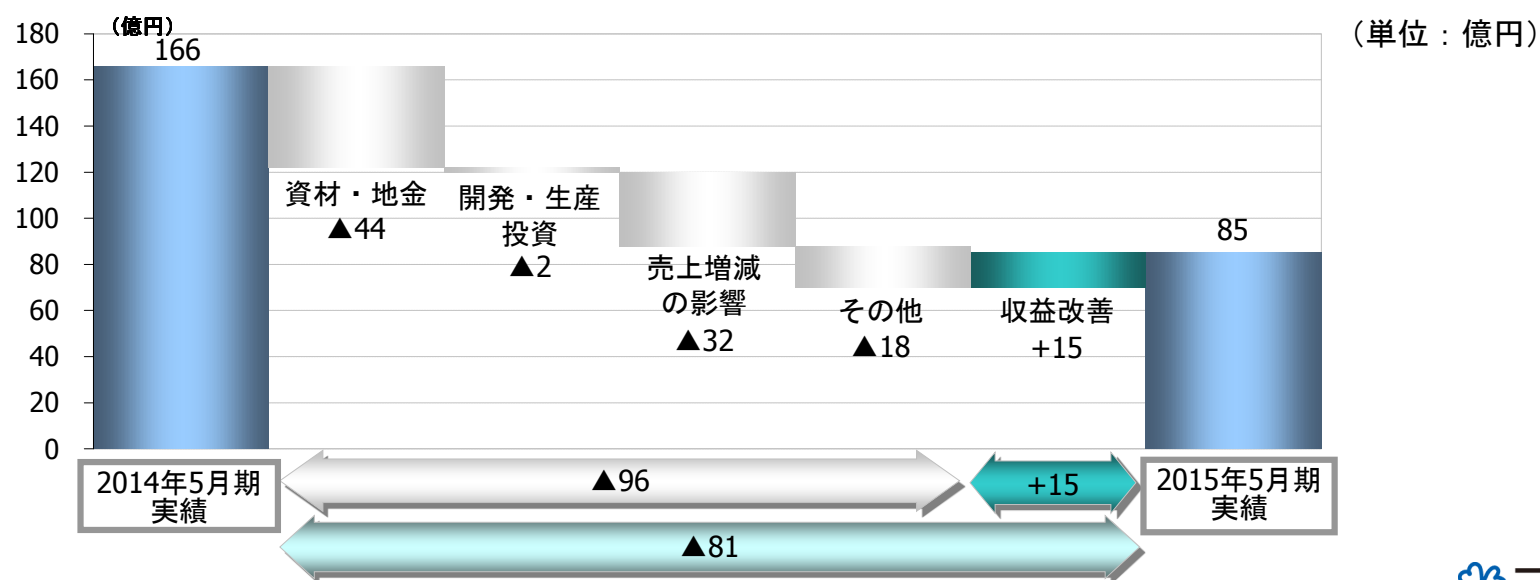
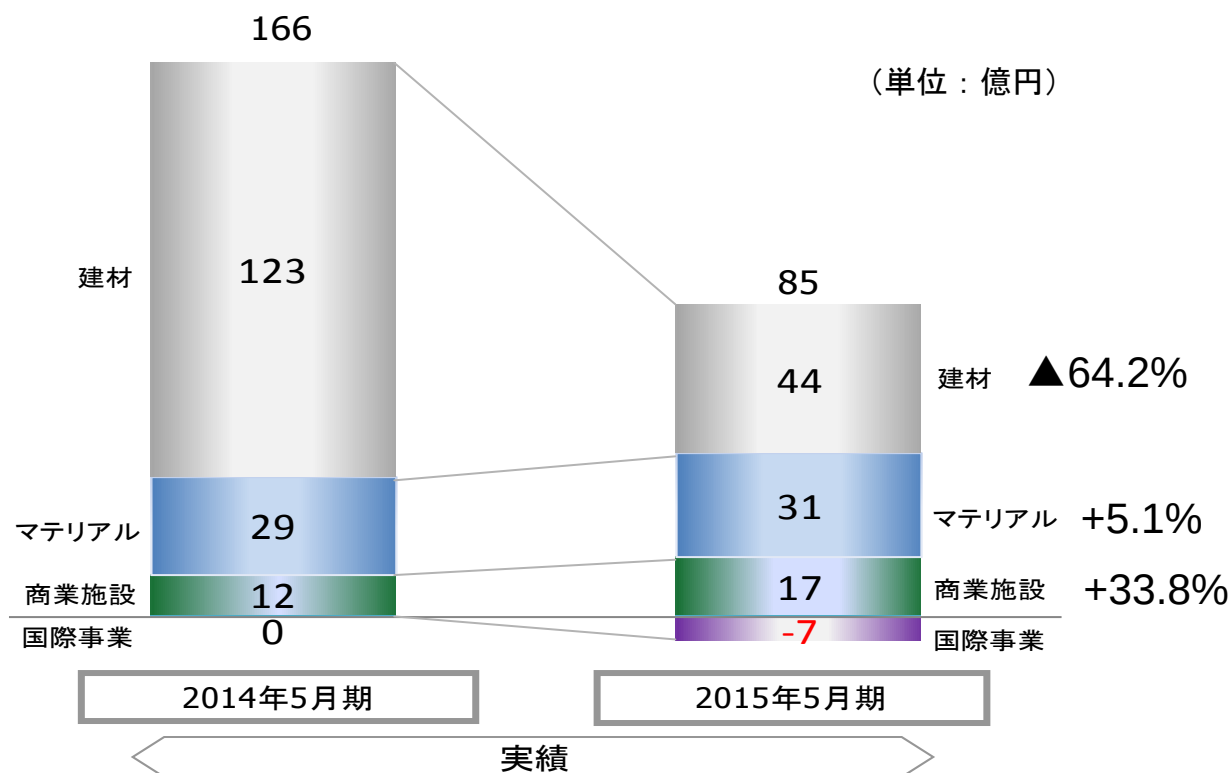
経営成績 住宅着工 地金の推移 (参考)



経営成績 売上高 (前年度比)



経営成績 営業利益 (前年度比)



2016年5月期 目標

市場環境 見 通 し

経済

2016年5月期

- ・景気は緩やかな回復基調。
- ・円安による輸入原材料価格高止まりが継続。

建材市場

- ・新設住宅着工戸数 89万戸(前年度比101%)
- ・非木造建築着工床面積 78百万m²(前年度比99%)

マテリアル 市場

- ・輸送、一般機械分野での輸出製品を中心に需要は堅調。

商業施設 市場

- ・コンビニエンスストア、ドラッグストアなどの出店需要。
- ・小売業の再編、経営統合の動きに伴う改装需要。

国際事業

- ・ASEANなど新興国は高い経済成長率で推移。
- ・輸送分野などアルミ化需要の増大を背景に関連メーカーの生産量が増加。

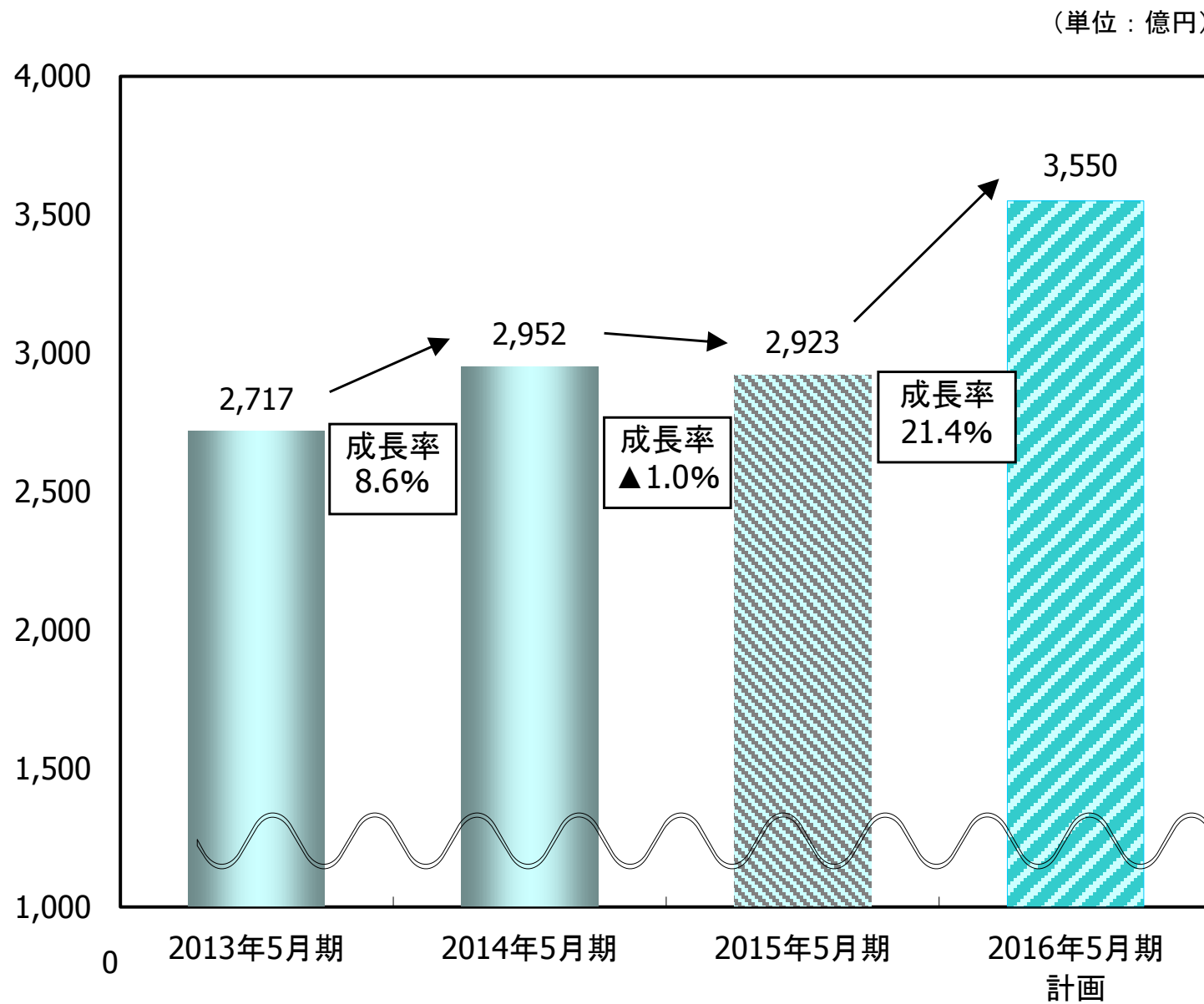
各事業の 取り組み

外部環境の変化に柔軟に対応する体制を構築するとともに、
成長分野への展開と収益の向上を図る。

セグメント	項目
建材事業	販売基盤の強化
	成長分野への攻勢
	原価低減の追求
マテリアル事業	各拠点の基盤整備と販路の構築
商業施設事業	事業領域の拡大と供給体制の強化
国際事業	基盤整備

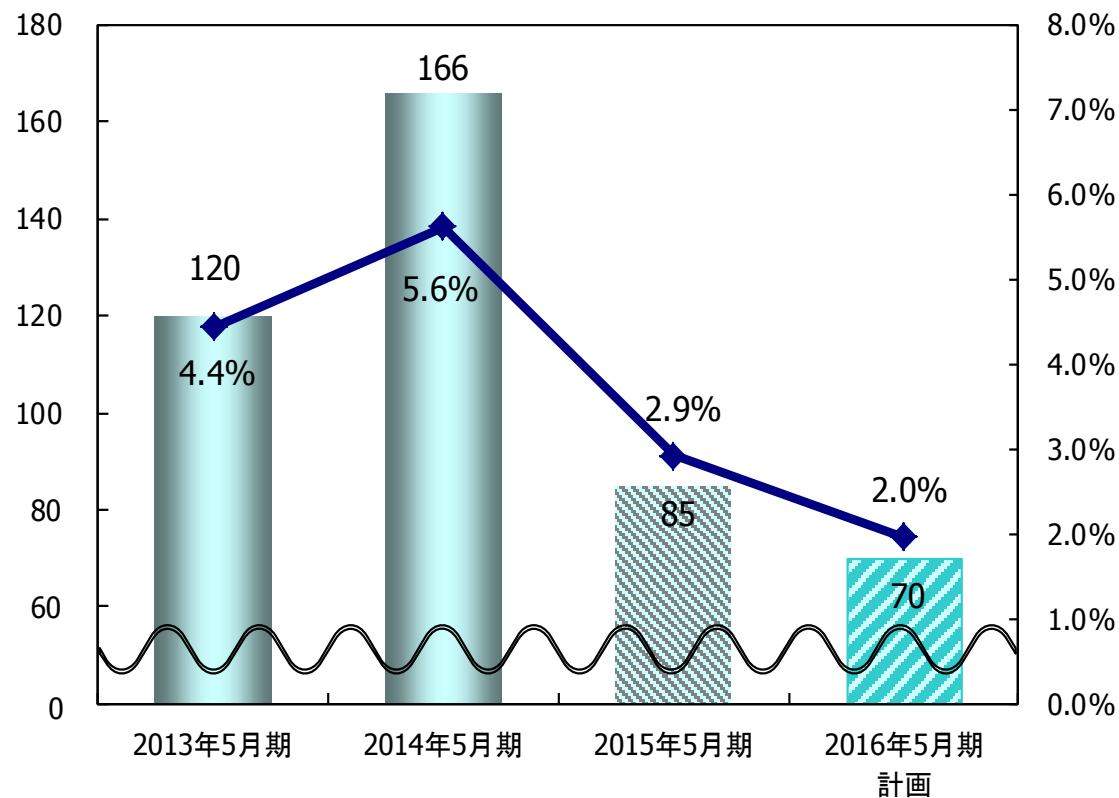
目標 売上高

《2016年5月期》

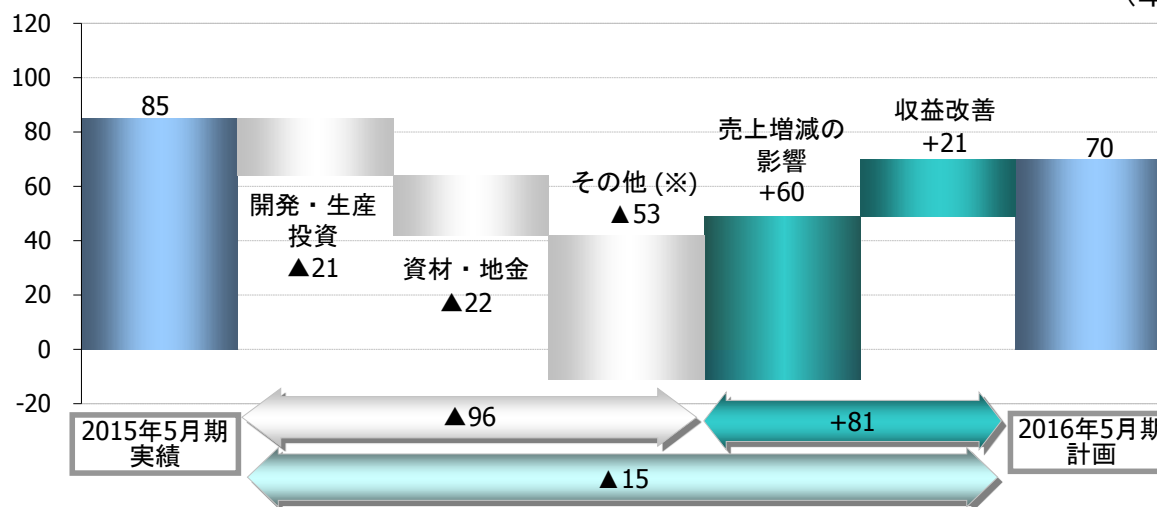


目標 営業利益 《2016年5月期》

(単位：億円)



(単位：億円)



(※) その他 主な内訳(億円)

- ・宣伝広告費▲10
- ・システム費用▲2
- ・物流費▲5
- ・貸倒引当▲14
- ・のれん償却▲8 など

新VISION2020 及び 中期経営計画

新VISION2020 新たな目標への取組み

VISION 2020

Life with Green Technology

『環境技術でひらく、豊かな暮らし』を実現する企業グループへ

新しい価値創造に挑み、
地球環境と人々の暮らしの質向上に貢献する。

日本で培った技術をベースとし、
グローバルな事業展開を図る。

事業活動での環境調和をより進め、
継続して社会に貢献する。

新VISION2020

グループが向かう大きな方向性に変更なし。
前期までの実績、今後の動向をふまえ、目標を改定する。

【経営指標】

	旧目標	新目標
グループ売上高	3,500億円	4,000億円以上
営業利益	6% (210億円)	160億円(4.0%)

【戦略指標】

	旧目標	新目標
改装・リフォーム事業の強化	建材売上比率 40%以上	建材売上比率 30%以上 ※建材事業セグメント売上比率
非建材事業の強化 (マテリアル事業・商業施設事業)	売上比率 40%以上 ※カンパニー売上合計比率	売上比率 40%以上 ※グループ連結売上比率
海外展開	10%以上	20%以上 ※グループ連結売上比率

前中期経営計画 振り返り

前中期計画 振り返り

前中期経営計画（2013年5月期～2015年5月期）

最終年度実績

売上高 計画 3,000億円 ⇒ 実績 2,923億円（▲77億円、▲2.6%）

営業利益 計画（見直し）105億円 ⇒ 実績 85億円（▲20億円、▲19.0%）

総 括

- ・2013年5月期から2014年5月期においては、堅調な市場動向や消費増税の駆け込み需要などにより、収益は計画を上回った。
- ・一方、2015年5月期においては、特に建材事業で消費増税後の需要反動減、円安およびアルミ地金価格の急激な変動や価格競争の激化などに柔軟な対応ができず、収益が減少した。
- ・非建材事業においては、堅調な市場の取り込みが進み、収益が向上した。
- ・海外事業展開に向けた取り組みを進めた。

中期経営計画

中期経営計画の 基本的な考え

- 1) 国内市場縮小に対応する効率的な体制構築と
収益の確保
- 2) VISION2020の目標達成に必要な今中期での
施策立案と実施
- 3) 海外事業展開に向けた基盤整備とシナジーの創出

中期経営計画 基本方針 (ST71～ST73期)

国内事業の収益体制強化と成長戦略の実現

売上高 2,923億円
 営業利益・率 85億円 2.9%
 自己資本比率 30.8%
 35円配当

ST70期
実績

更なる成長と新たな価値創造

- 1) 非建材事業が成長、収益力がアップ
- 2) 海外展開への基盤を整備
- 3) 外部環境への柔軟な対応が不足

売上高 **3,850億円**
 ・国内 3,200億円
 ・海外 650億円
 営業利益・率 **130億円 3.4%**
 自己資本比率 **35%以上**
 配当方針 **安定配当**

ST73期
目標

VISION2020

売上高 **4,000億円以上**
 営業利益・率 **160億円 (4%)**

ST75期
目標

国内事業の収益体制強化と成長戦略の実現

- 1) 国内市場縮小に対応する効率的な体制構築と収益の確保
- 2) VISION2020の目標達成に必要な今中期での施策立案と実施
- 3) 海外事業展開に向けた基盤整備とシナジーの創出

**VISION2020以降を
見据えた新たな基盤構築**

HD7期
2009.6

ST70期
2015.5

ST71期
2015.6

ST73期
2018.5

ST74期
2018.6

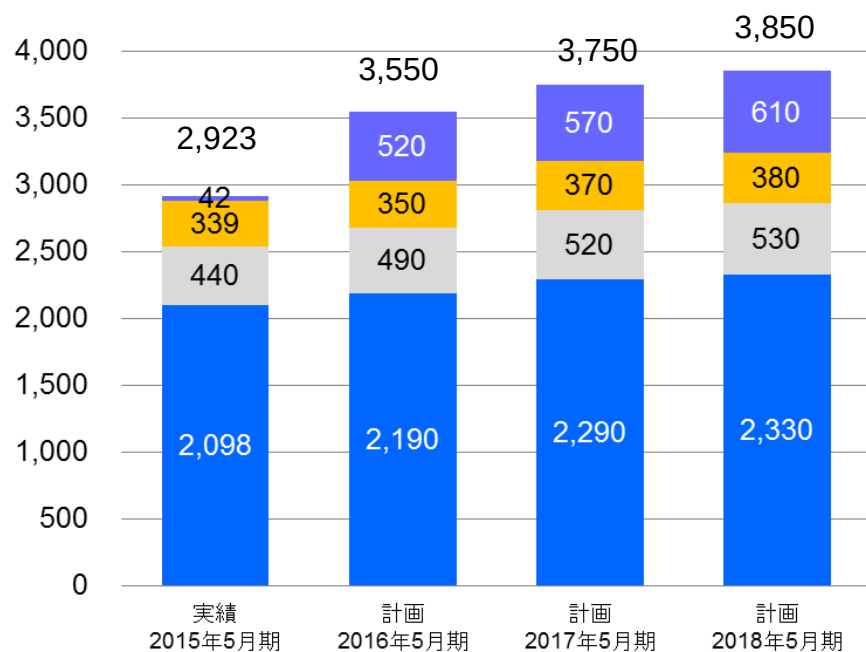
ST75期
2020.5

〈為替想定〉 120円/ドル 130円/ユーロ 3.7円/バーツ 19.5円/元 2.6円/ペソ

中期経営計画 業績目標 (セグメント別)

売上高

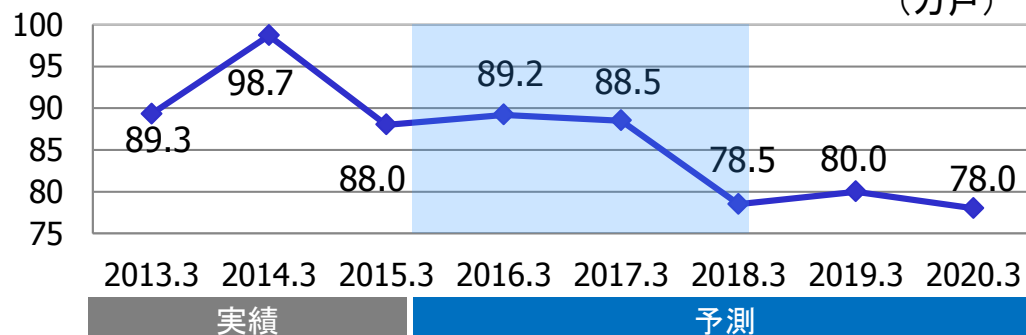
(億円)



■ 建材 ■ マテリアル ■ 商業施設 ■ 国際事業

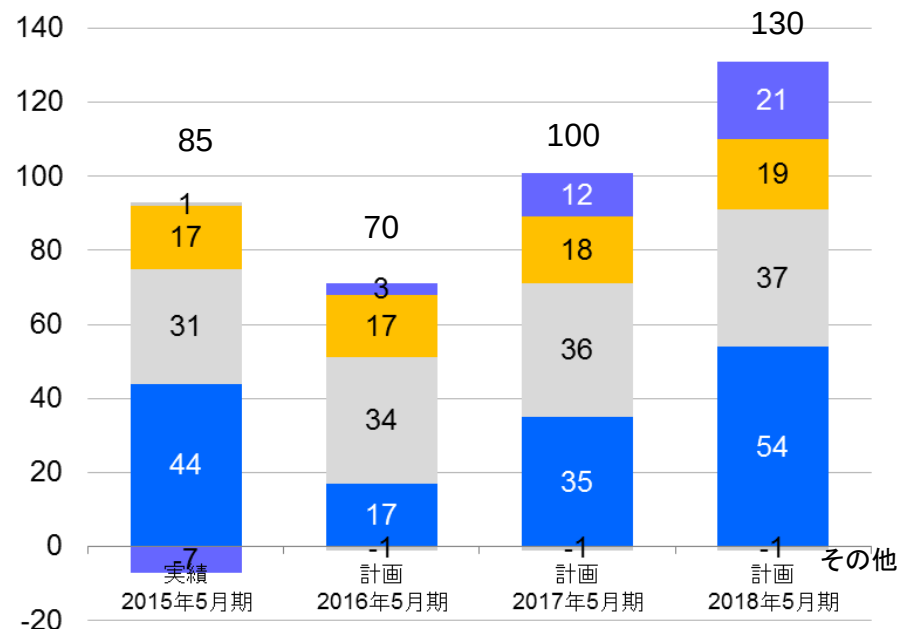
【新設住宅着工戸数】

(万戸)



営業利益

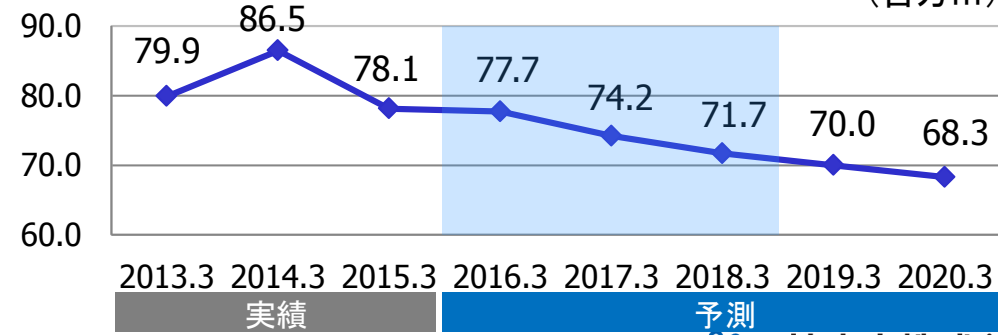
(億円)



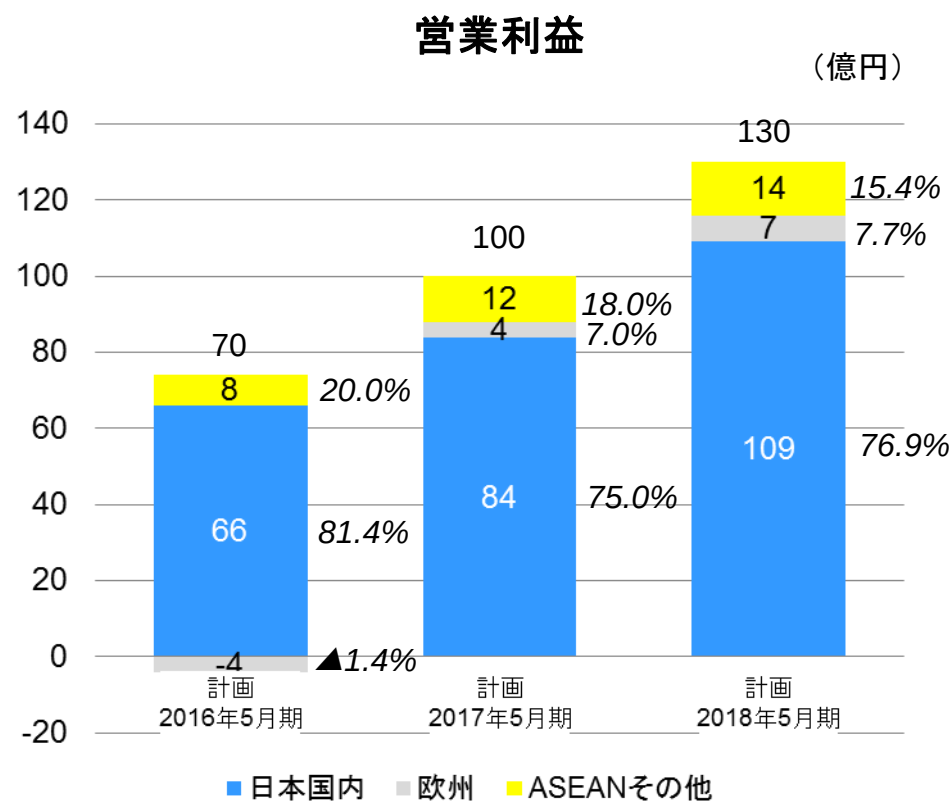
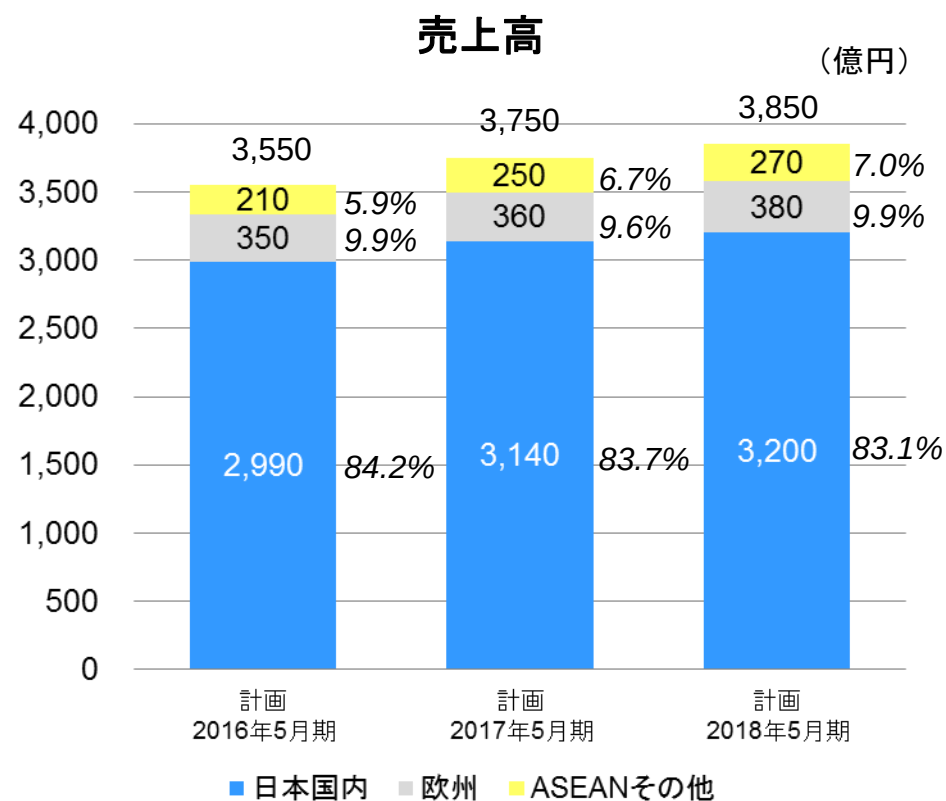
■ 建材 ■ マテリアル ■ 商業施設 ■ 国際事業

【非木造建築物着工床面積】

(百万㎡)



中期経営計画 業績目標 (地域別)



※ %は構成比

中期経営計画 目標数値

【経営指標】

	2015年5月期 実績	2018年5月期 目標
売上高	2,923億円	3,850億円
営業利益（率）	85億円（2.9%）	130億円（3.4%）
自己資本比率	30.8%	35%以上
配当方針	安定配当	安定配当
ROA（純利益ベース）	2.2%	2.7%
ROE（純利益ベース）	7.1%	7.5%

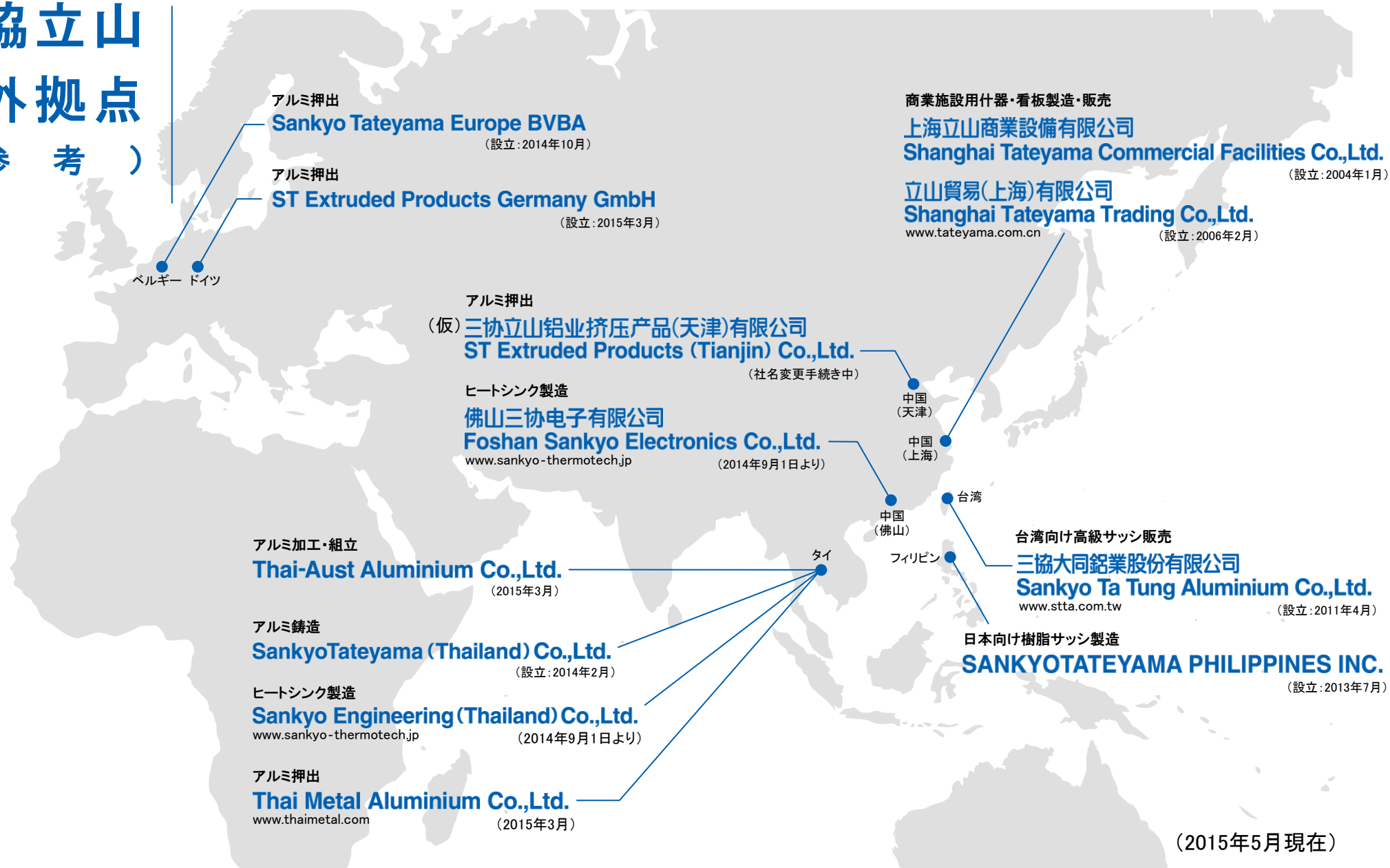
【2020年戦略指標】

	2015年5月期 実績	2020年5月期 目標
改装・リフォーム事業の強化	21%	30%以上
非建材事業の強化	28%	40%以上
海外展開	3%	20%以上

※改装・リフォーム事業の強化の目標は、建材セグメント売上に対する比率
 ※非建材事業の強化、海外展開の目標は、グループ連結売上に対する比率

海外展開

三協立山 海外拠点 (参考)



STEP/G 概要

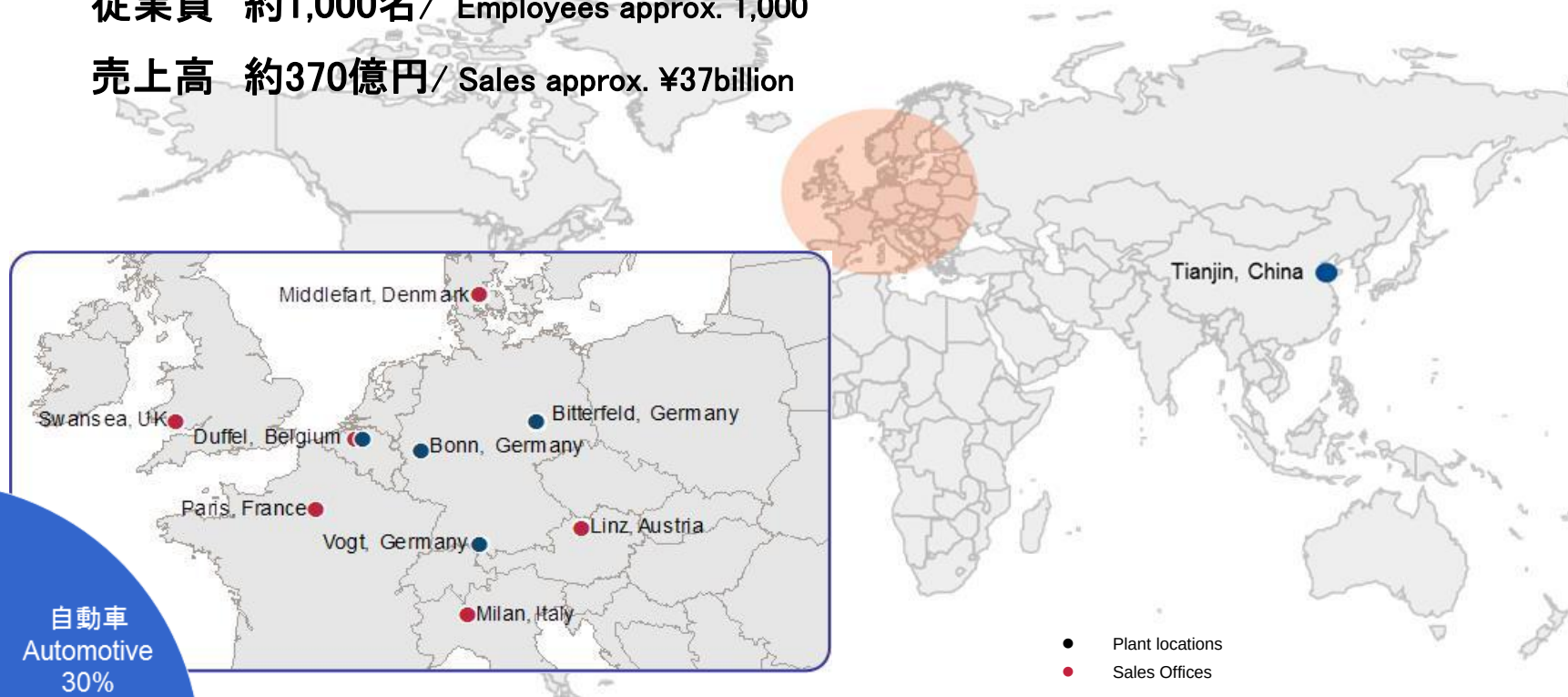
2015年3月1日 米Aleris社より買収 / on March 1, 2015 Acquired from Aleris International

ドイツ、ベルギー、中国に計5工場を有するアルミ押出、加工グループ

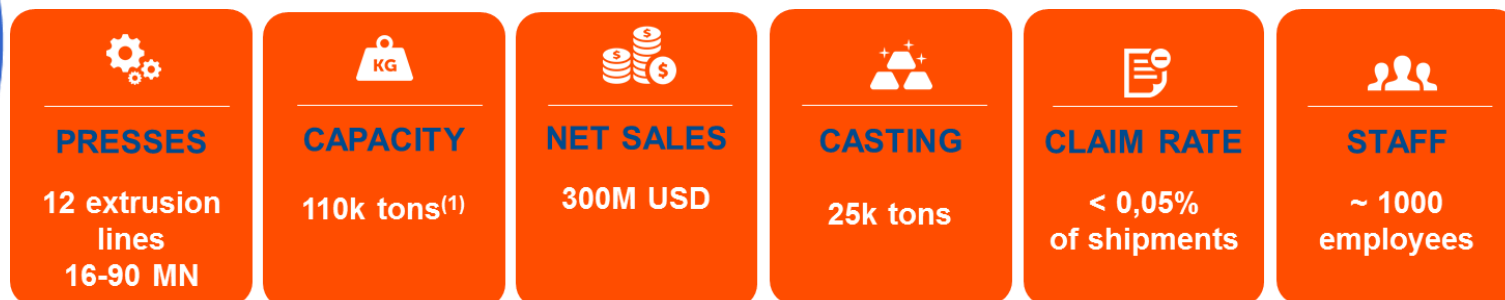
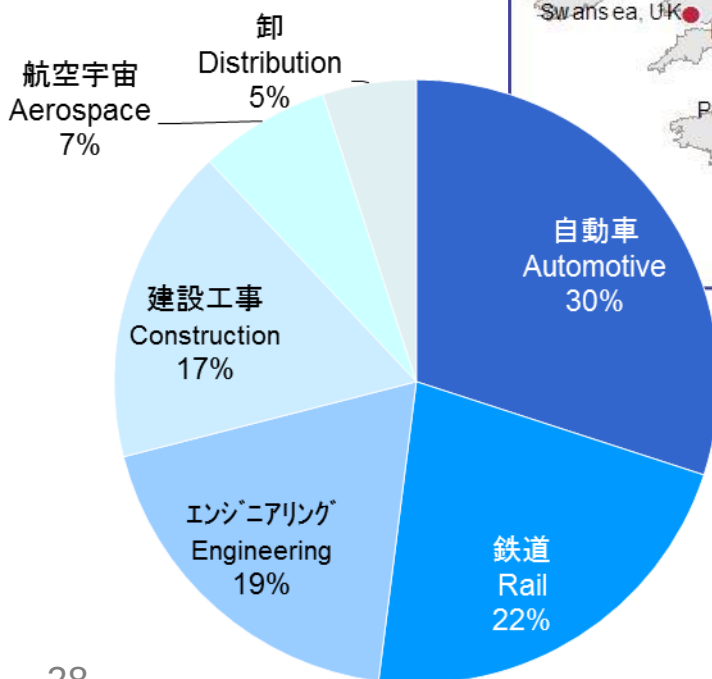
/Aluminium Extrusion & Process Group which has five plants in Germany, Belgium and China.

従業員 約1,000名 / Employees approx. 1,000

売上高 約370億円 / Sales approx. ¥37billion



分野別売上構成比



(1) Inclusive 2 idled lines

Thai Metal Aluminium 概要

2015年3月2日 子会社化 / on March 2, 2015 became on of the ST' s subsidiaries

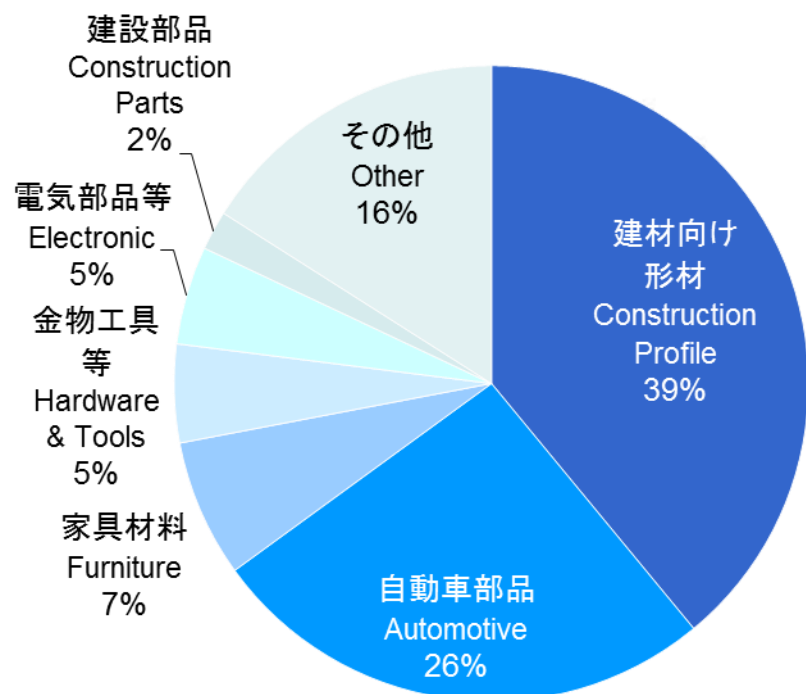
アルミビレット事業、最終製品(FG事業)、エクステリア事業を行うタイの企業
/ Aluminium Billet business, Finish Goods business, Exterior business

従業員 約900名 / Employees approx. 900

売上高 約95億円 / Sales approx. ¥9.5billion



売上構成比



one stop service

Coming to Thai Metal is a one-stop shopping. Apart from our quality aluminium extrusion products, we also offer a complete consultation and services. Leave the hassle to us and we will turn your idea into substance. Our services include: -

- ✓ Anodizing
- ✓ Bending
- ✓ Drilling
- ✓ Cutting
- ✓ Assembly
- ✓ Etc.

Global Synergy

- ✓グループが保有する技術、ノウハウをグローバルに展開
 - ➡欧州・日本のハイレベルな技術をASEAN地域へ移植し、高付加価値を追求
- ✓グローバルサプライヤーとして製品の供給地域を拡大
 - ➡欧州・日系のグローバルプレイヤーへの製品供給地域・品目を拡大

主要分野



自動車



鉄道



航空機



建材



技術

合金技術
中・高強度合金

押出技術
高精度・高難度

加工技術
高精度・高難度

【欧州】
✓高い技術力
✓欧州顧客

【日本】
✓高い技術力
✓日系顧客

【中国】
【タイ・ASEAN】
✓成長市場
✓供給力

✓グローバルプレイヤーの進出

シナジー事例

【自動車】欧州・日本の技術をタイに移植し、自動車部品の供給地域・品目を拡大

【鉄道】日系鉄道メーカーの海外進出にあたり、供給地域・品目を拡大

【建材】日本の技術をタイに移植し、成長するASEAN市場で展開



Life with Green Technology

「環境技術でひらく、豊かな暮らし」を
実現する企業グループへ

 三協立山株式会社