

2025/5期～2027/5期
中期経営計画

2024年7月11日

(1) 前中期経営計画の振り返り 2022/5期～2024/5期

(2) 外部環境認識

(3) 長期的に目指す姿

(4) 中期経営計画 2025/5期～2027/5期

- ① 中期経営計画の位置づけ
- ② 数値目標
- ③ 基本方針
- ④ 財務戦略
- ⑤ 事業ポートフォリオの最適化
- ⑥ カーボンニュートラルに向けた取り組み
- ⑦ 人材戦略
- ⑧ 安全・品質・コンプライアンス
- ⑨ DX戦略
- ⑩ 経営指標

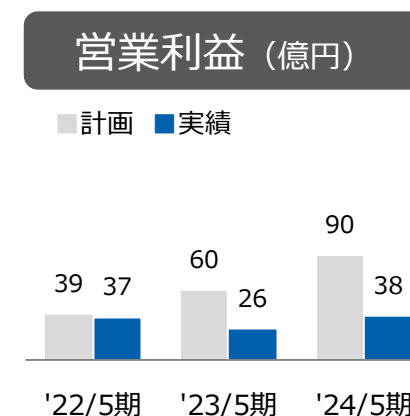
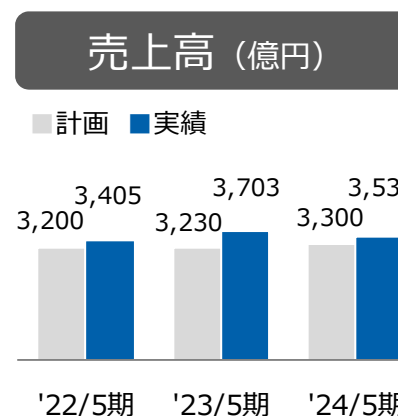
(5) 参考：事業別の戦略

- ① 建材事業
- ② マテリアル事業
- ③ 商業施設事業
- ④ 国際事業

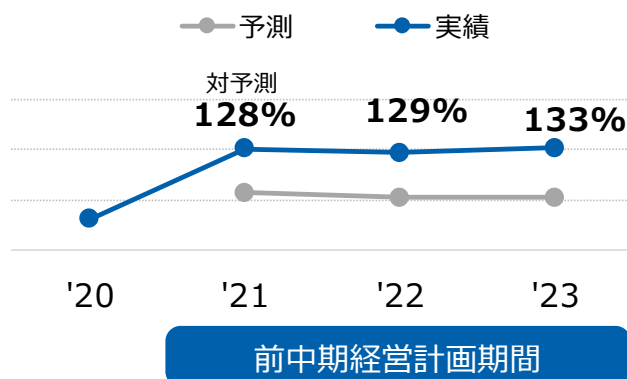
(1) 前中期経営計画の振り返り | 総括

前中期経営計画では、「収益面の健全化」と「安定成長基盤の確立」を経営方針に掲げ取り組むも、コロナ禍や国際情勢の不安定さに伴う予想以上の外部環境変化により、利益面で課題を残す結果となった

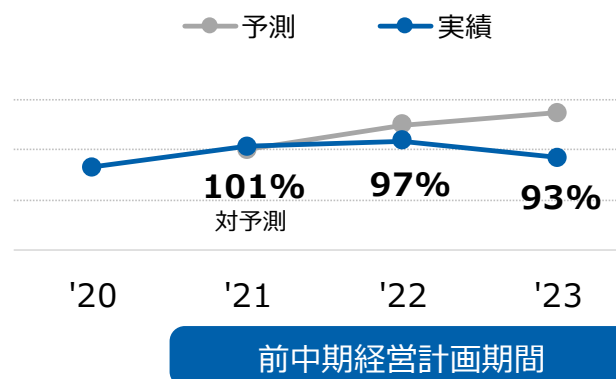
経営指標	2024/5期目標	2024/5期実績
売上高	3,300億円	3,530億円
営業利益	90億円	38億円
ROA	1.9%	▲0.4%
ROE	5.9%	▲1.1%
自己資本比率	33%以上	33.2%



アルミ地金 日経平均価格 3期とも予測の約3割高で推移

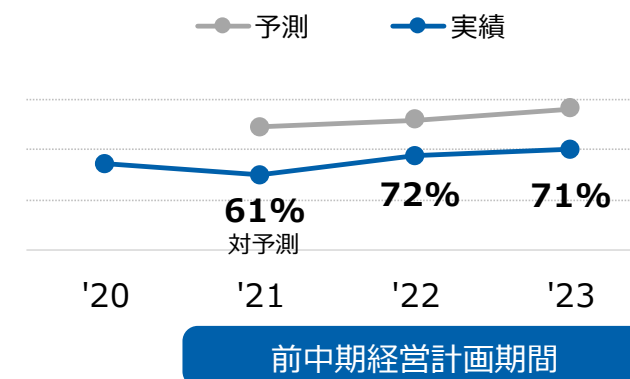


エクステリア市場 円安・物価上昇により消費者マインドが低下し予測を下回る



出典：日本エクステリア工業会

ドイツ自動車生産台数 インフレによる景気後退で需要減速



出典：VDA MARKLINES

(1) 前中期経営計画の振り返り | セグメント別

	売上高 (億円)	営業利益 (億円)	概況
建材事業	■計画 ■実績 '22/5期 1,880 1,821 '23/5期 1,905 1,871 '24/5期 1,930 1,822	■計画 ■実績 '22/5期 24 25 '23/5期 32 ▲1 '24/5期 53 22	地金・資材・エネルギー価格高騰に伴い価格改定を実施も、その効果を上回る物量減少 ● 改装・リフォームは補助金政策により需要が増加 ● 収益性の高い事業分野での販売量減少 ● 低収益事業の収益改善遅れ
マテリアル事業	'22/5期 475 533 '23/5期 450 585 '24/5期 460 530	'22/5期 22 26 '23/5期 25 32 '24/5期 30 14	'23/5期まで目標達成するも、需要が低迷 ● 建材分野、一般機械分野の需要が減少 ● 能登半島地震の影響に伴い受注が減少 ● EV市場に向けたアルミ押出ラインの増設着手
商業施設事業	'22/5期 375 407 '23/5期 385 416 '24/5期 400 426	'22/5期 9 17 '23/5期 10 6 '24/5期 12 15	好調な業態の需要獲得や価格改定を実施為替影響あるも計画達成 ● 店舗の新規出店や改装需要の取り込み ● 省人・省力化需要に対応した商材の投入
国際事業	'22/5期 455 626 '23/5期 465 828 '24/5期 480 746	'22/5期 ▲17 ▲31 '23/5期 ▲8 ▲8 '24/5期 ▲7 ▲13	地金価格上昇や為替影響により売上増加欧州EV需要の失速により利益計画未達 ● 欧州のEV販売量の減少 ● タイのアルミ押出ライン増設による生産能力増強

新型コロナウイルス感染症を機に世界を取り巻く環境は大きく変化し、顕在化した社会課題に対して、企業の取り組みが求められている

Global

- 気候変動・環境課題の深刻化
- カントリーリスクの増加・顕在化
- 世界的なインフレ
- AI・ロボット技術の進化

Domestic

- 気候変動・災害リスクの高まり
- 脱炭素化・循環型社会の要請
- 原材料、諸資材、エネルギー価格高騰
- 為替や金利の変動

社会課題が顕在化

分断・格差、環境・エネルギー問題など

サステナビリティ意識の高まり

VUCA時代の新たな仕組みづくりの動きが加速

社会的価値と経済的価値の両立

環境・社会課題に対し、事業を通じて解決・貢献

	事業環境	フォーカス
建材事業	● 人口減、高齢化による新築住宅の着工戸数減少 ● カーボンニュートラルに向けた住宅の高断熱化 ● 新築市場から既築市場へ移行 ● 気候変動・災害リスクの高まり	● 高断熱商材の需要の高まり ● 補助金事業によるリフォーム商材の増加 ● カーボンニュートラル実現のための木造化・木質化
マテリアル事業	● 半導体関連需要の回復 ● 電動化、BEV化による自動車構造の大きな変化 ● デジタル新技術による生産性向上や供給力改革の進化 ● 建設後50年以上経過したインフラの大規模修繕	● アルミ押出型材の需要増 ● 人手不足への対策 ● カーボンニュートラル対応 ● アルミへの置き換え需要
商業施設事業	● 物価上昇・インバウンド回復により小売業販売額堅調 ● 既存店強化の改装と省人・省力化投資が継続 ● ドラッグストア市場の業界再編 ● 中国経済の先行き懸念とASEANの堅調な経済成長	● 直販商流を生かした受注領域の拡大 ● 省人化、デジタル化改装投資の取り込み ● 物流2024年問題への対応 ● グローバル小売業およびASEANでの販売拡大
国際事業	● ドイツ・中国・タイ自動車生産台数の緩やかな増加 ● 欧州のBEV需要の減速 ● 鉄道・航空市場の堅調な拡大 ● ASEANの堅調な経済成長 ● 脱中国依存の加速	● 自動車分野以外のアルミ需要の取り込み ● 中国リスク回避に伴うASEANでの生産拡大

サステナブルで豊かな暮らしに貢献

～環境に配慮した、安心して快適な社会の実現へ～

VISION2030

環境にやさしく

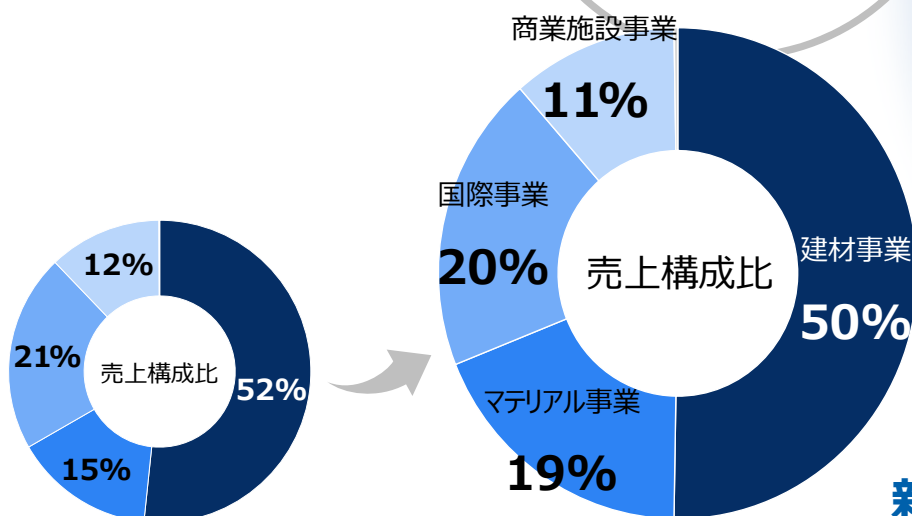
- CO₂排出の削減
- アルミなどの資源循環

安心な社会へ

- 社会インフラの維持・更新・強靱化
- デジタル化への対応

暮らしを快適に

- さらなる使いやすさ・空間の心地よさの追求
- 多様な生活・働き方への対応



2024/5期
実績

2027/5期
目標

多角化した経営

～バランスの取れた事業ポートフォリオ～

持続的成長に向けた
新たな事業ポートフォリオへ

成長領域の事業拡大
安定収益基盤の強化

(1) 前中期経営計画の振り返り 2022/5期～2024/5期

(2) 外部環境認識

(3) 長期的に目指す姿

(4) 中期経営計画 2025/5期～2027/5期

- ① 中期経営計画の位置づけ
- ② 数値目標
- ③ 基本方針
- ④ 財務戦略
- ⑤ 事業ポートフォリオの最適化
- ⑥ カーボンニュートラルに向けた取り組み
- ⑦ 人材戦略
- ⑧ 安全・品質・コンプライアンス
- ⑨ DX戦略
- ⑩ 経営指標

(5) 参考：事業別の戦略

- ① 建材事業
- ② マテリアル事業
- ③ 商業施設事業
- ④ 国際事業

VISION2030の実現を目指し、収益基盤再構築と成長投資を優先する投資フェーズと位置づけ

2021年

2024年

2027年

VISION
2030

中期経営計画（2025/5期～2027/5期）

収益構造改革 と 成長への投資

2024/5期
売上高 3,530億円
営業利益 38億円
ROE ▲1.1%

2027/5期目標
売上高 3,800億円
営業利益 110億円
ROE 6%以上

2031/5期目標
ROE 10%以上

還元の
考え方

安定配当 15円→20円

1株あたり25円を下限とする
安定的かつ継続的な配当

ROE8%以上の場合
配当性向30%または
DOE2%の高い方

PBR 1 倍以上を目指す

安定収益を確保し成長軌道に乗せる

②数値目標

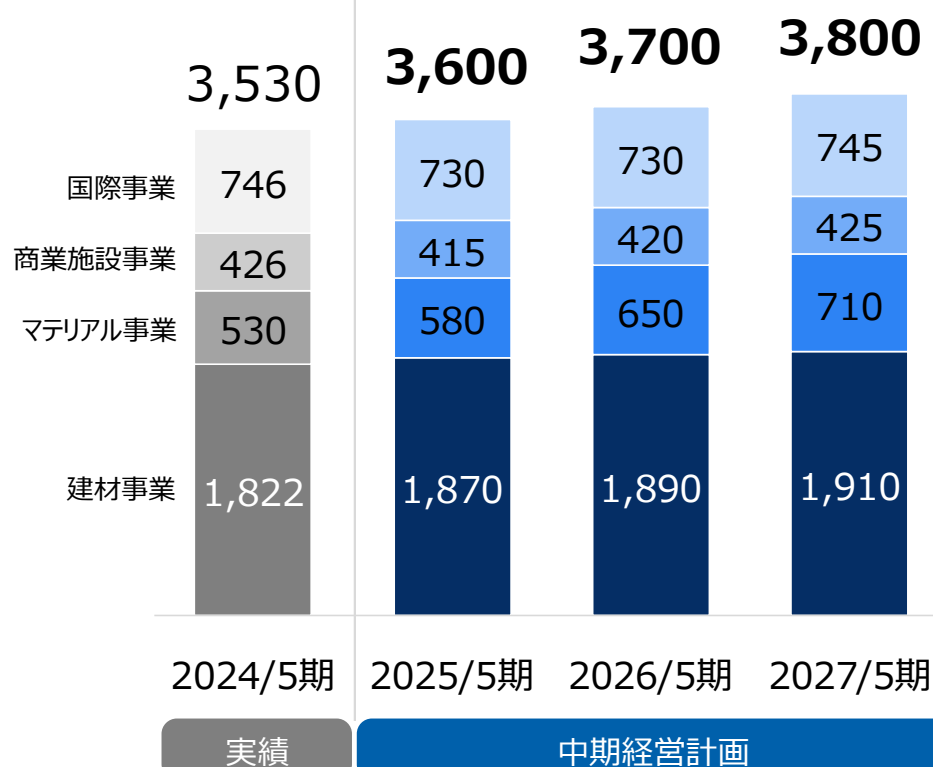
2027/5期
数値目標

売上高
3,800億円

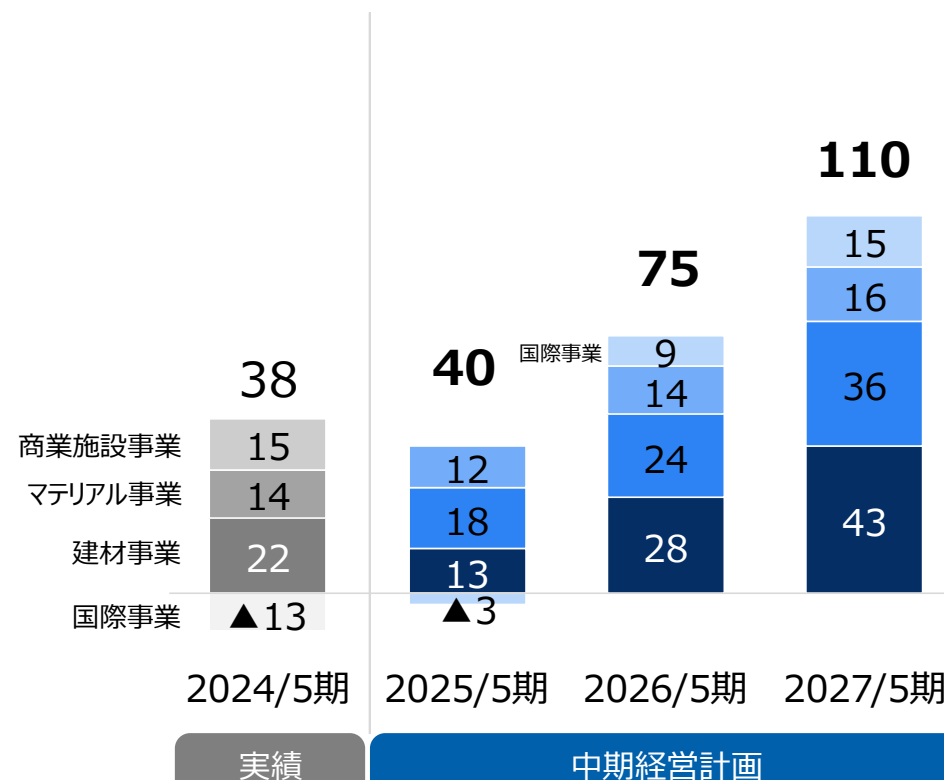
営業利益
110億円

ROE
6%以上

売上高 (億円)



営業利益 (億円)



数値目標

売上高
3,800億円

営業利益
110億円

ROE
6%以上

基本方針

安定収益を確保し成長軌道に乗せる
収益構造改革 と 成長への投資

基本戦略

事業戦略

事業ポートフォリオの最適化

財務戦略

キャッシュアロケーション

株主還元

経営基盤

サステナビリティ

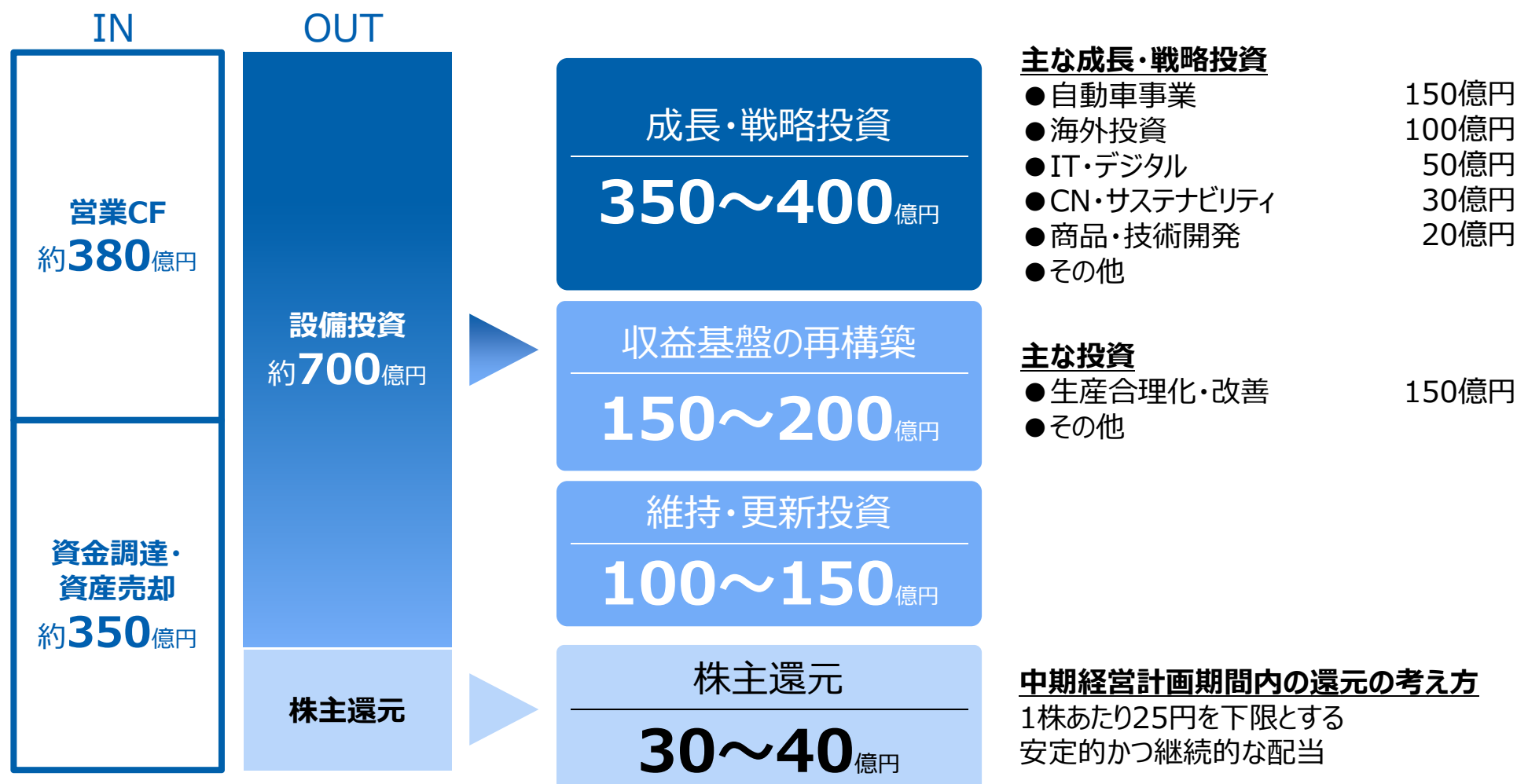
人的資本

安全・品質

コンプライアンス

DX

営業CFおよび資金調達・資産売却を原資として、
収益基盤の再構築と成長・戦略投資を優先した上で、安定的な株主還元を実現する



中期経営計画3カ年累計

2025/5期～2027/5期累計

4つの事業を領域ごとに細分化し事業ポートフォリオの最適化を図る



成長への投資

戦略

- 隣接領域拡大
相互連携強化
- 資源循環ソリューション
既存インフラ活用と進化

差別化 ➡ 事業地位確立

成長

- 自動車
国内およびグローバル対応
- 伸長市場
新事業、新領域の創出

積極投資 ➡ 事業規模拡大

持続的な成長
に向けた
変革

再構築

- 商品・生産拠点の集約
市場縮小を見据えた供給体制
- 固定費圧縮
業務効率化、固定資産スリム化

最適生産体制の実現 ➡ 収益化

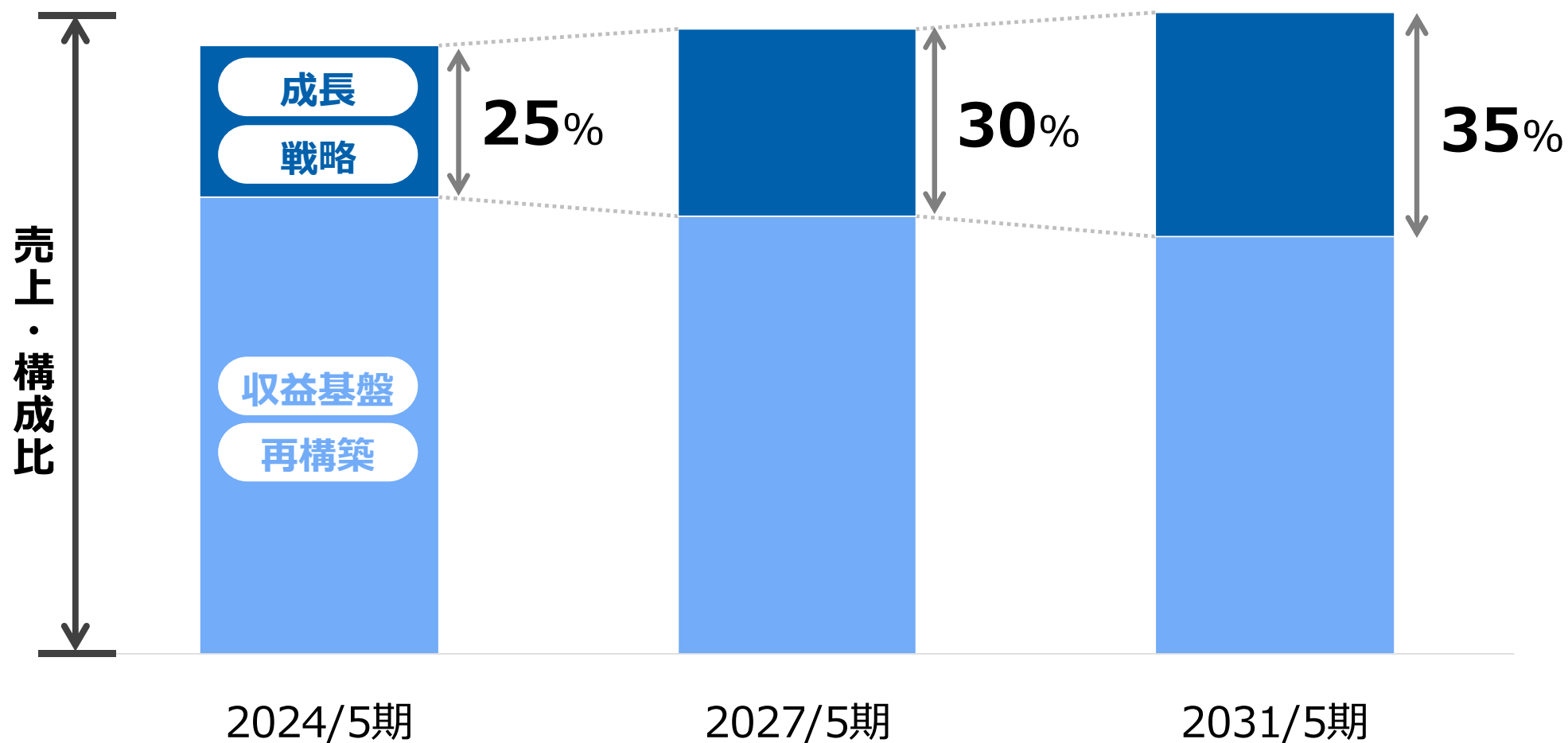
収益基盤

- 既存事業の深化
強みの強化
- 収益改善
生産性向上、コストダウン

収益改善 ➡ 安定収益化

稼ぐ力の回復

中期経営計画期間内に、**350～400億円**を投資
成長・戦略の事業規模を2027/5期に売上構成比**30%**
2031/5期までに**35%**を目指す

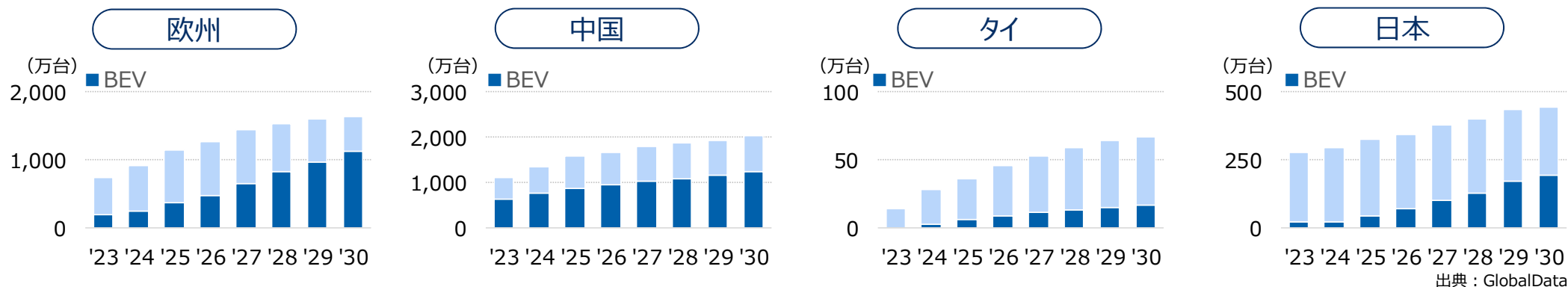


事業環境

脱炭素社会の実現に向け、一時的な減速はあるも、EV市場は拡大

EV生産台数増加 → 軽量かつリサイクルに適したアルミ部品の需要拡大

EV生産台数（PHEVなど含む）



- 2035年以降
ガソリン車・ディーゼル車を禁止
PHEV・HEV含む

➡ 補助金制度打切り・条件厳格化
影響不透明

- 2027年までに
新車の45%を新エネルギー車に

➡ 購入時優遇策による普及拡大

- 2030年までに
BEV生産比率30%へ

➡ 普及が加速
中国→ASEANへ生産拡大

- 2035年までに
新車で電動車100%を実現

➡ 本格的な普及期に突入

拠点別戦略による展開

欧州・中国

収益体質確立と事業安定化

- 注力案件の継続的な獲得

タイ

自動車事業の拡大

- タイ生産拠点メーカーの需要取り込み
- 押出型材の供給能力増強

日本

自動車事業の基盤づくり

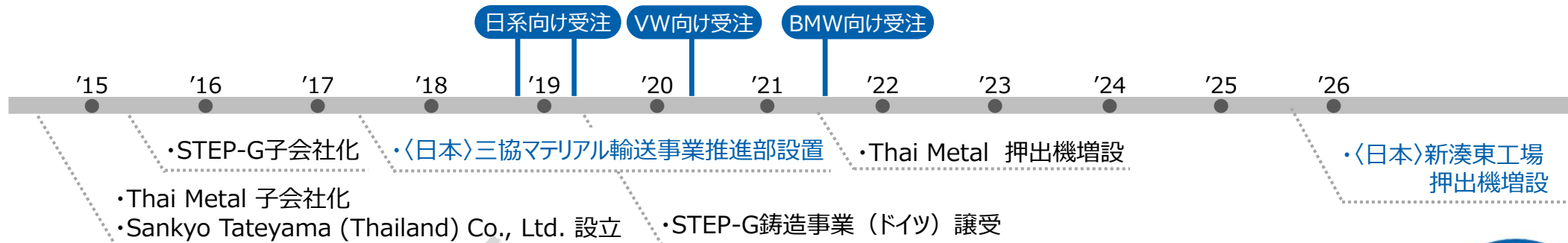
- EVを主とした需要の確実な取り込み
- グローバルビジネスへの展開を推進

海外事業展開の拡大
国際事業セグメント追加

自動車分野へ
販売強化

海外受注
→〈国内〉海外のノウハウ・技術活用、有効な提案

グローバル供給体制構築による拡販

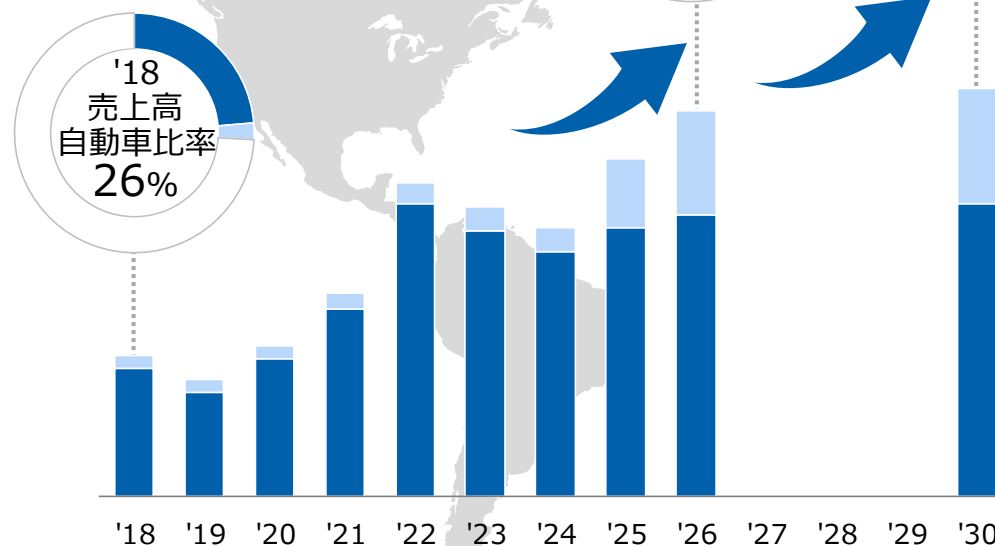


自動車グローバル供給体制構築



自動車売上高推移【アルミ押出形材】

■ 三協マテリアル（日本）
■ 国際事業（海外）

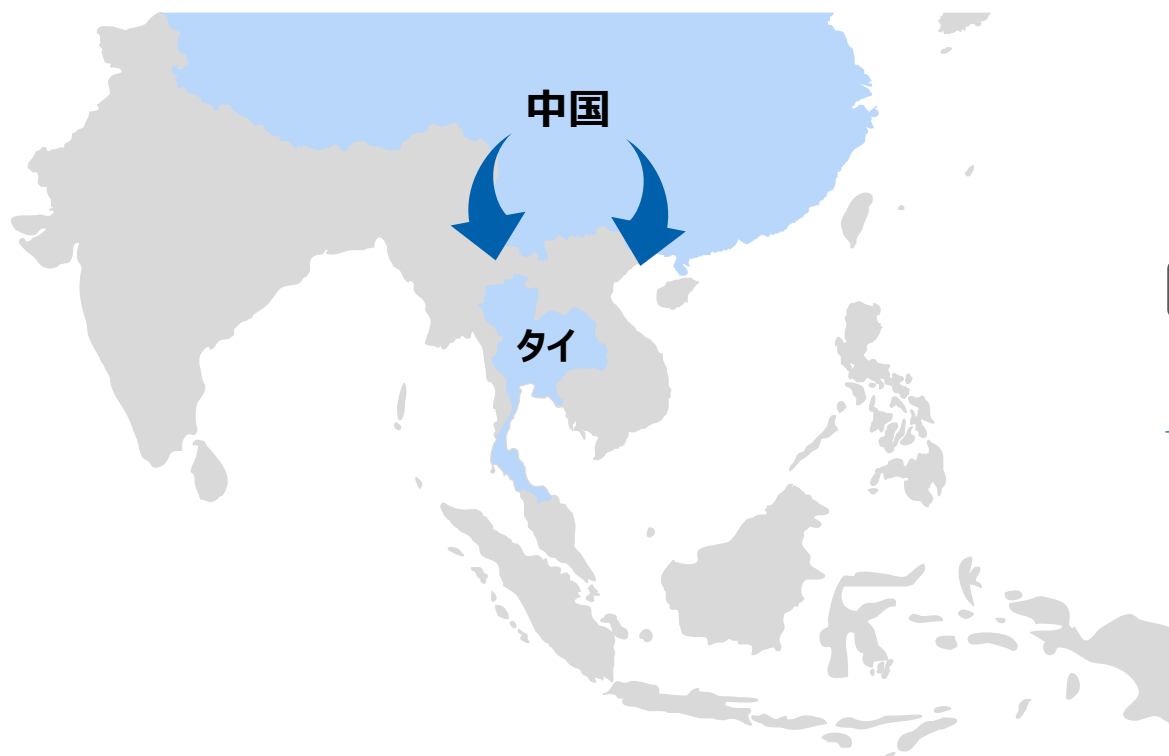


事業環境

中国における地政学リスクの高まり、政策環境の不確実性などによるサプライチェーンの多元化

- 主要国企業のASEANへの生産シフト・拡大
- 中国メーカーの進出が増加

ASEANでアルミ押出型材の需要増



タイ拠点の強み

- 自動車・電機など産業向けアルミ押出型材に強み
- ASEANトップクラスの技術力と品質
- 鋳造、押出、加工までワンストップ提案

事業戦略

旺盛な需要への対応

積極的な事業展開

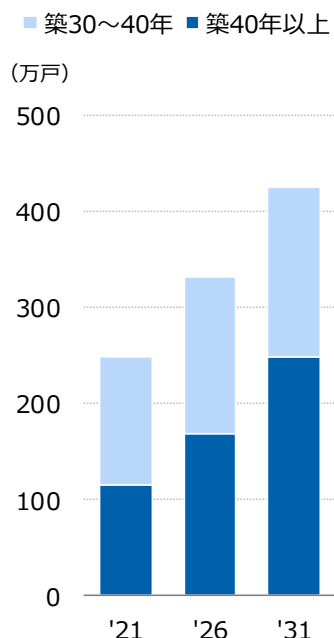
- 大型案件獲得による事業拡大
- 押出型材の供給能力増強
- 欧州・日本とのシナジー（技術、顧客基盤など）

事業環境

- 諸資材高騰、金利上昇の影響による新築市場の低迷が継続
- 築30年超の分譲マンションストック数は確実に増加し、住居改修ニーズが顕在化
- 既存住宅の断熱化促進の法改正や補助金支援が増加
- SDGsやカーボンニュートラルといった環境意識の高まりから非住居建築物の木造化が伸長

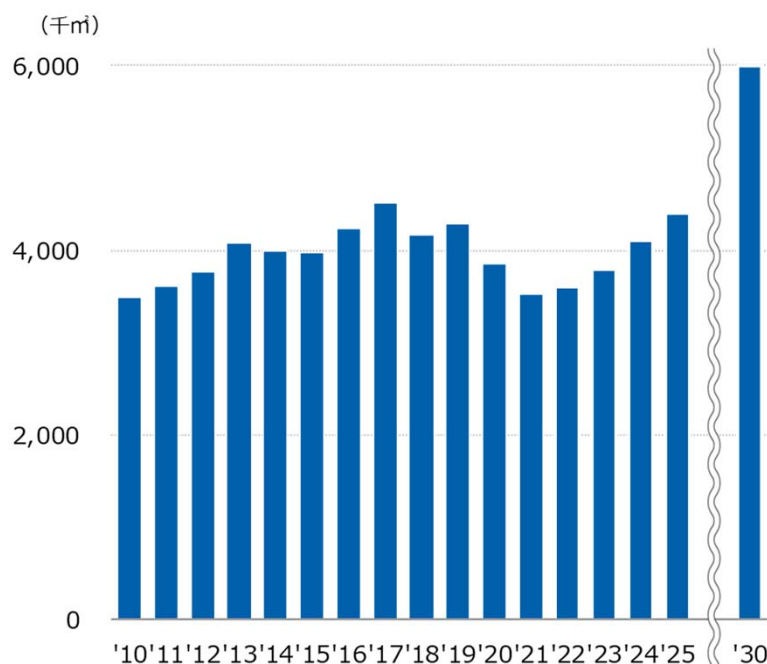
市場予測

高経年マンションストック数



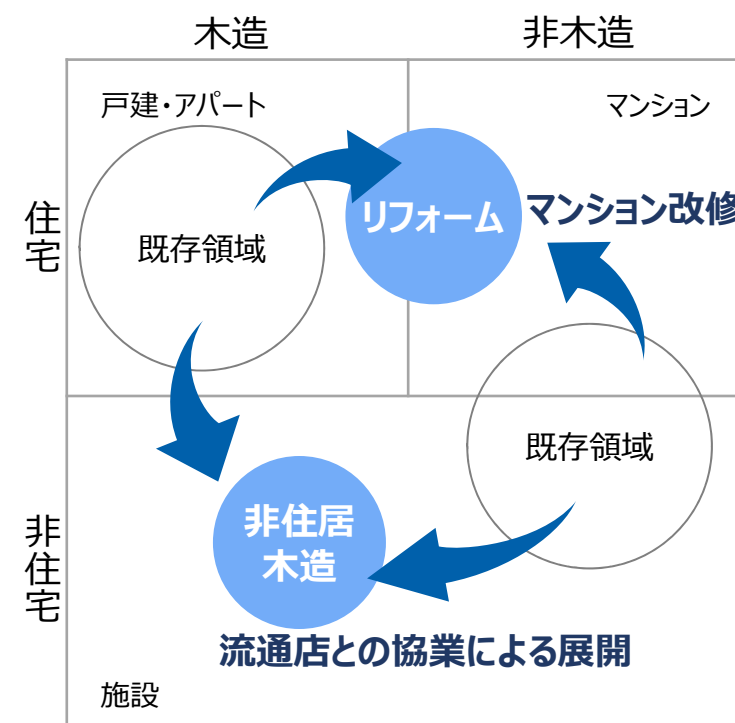
出典：国土交通省推計（2022年）

非住居木造市場



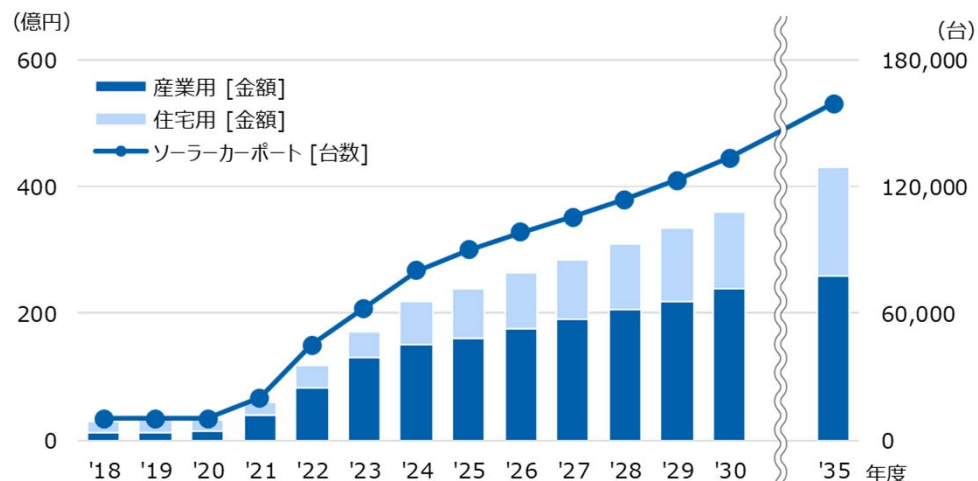
出典：矢野経済研究所予測（2022年）

戦略領域



市場予測

カーポート架台推移（太陽光パネル除く）



※当社予測

戦略領域

ソーラー・EVポート分野

- 市場の伸びが期待されるソーラーカーポート架台の需要獲得
- カーポートにEVの充電機能を搭載し高付加価値化・必需品化推進



土木インフラメンテナンス分野 アルミ化によるローメンテ・長寿命化

- 河川・高速道路など橋梁用のアルミ製防護柵や検査路の新設および取り替え需要獲得
- 港湾や河川沿いへのアルミ製防護柵の拡販



土木インフラ市場環境

- 恒久足場を含む検査路市場規模 ➡ 1兆円
(出典：日本アルミニウム協会)
- 橋梁検査路市場 ➡ 年間150億円
(うちアルミ製20億円、鋼製100億円、FRP製30億円)
- 国交省からの通達
 - ・2014年 全国約70万橋 ➡ 5年に一度の点検義務化
 - ・2017年 道路示方書 改定 ➡ 予防保全管理 を重視
- 既存鉄製品からアルミ製品への取り替え需要
➡ ライフサイクルコストの面からアルミ比率が増加

公共領域以外への展開 集合住宅や非住居建築物まわり物件

- 意匠性の高いカーポート、フェンス、デッキを高強度化・仕様アップし、戸建以外へ販売拡大
- 木材とアルミを組み合わせた商品の拡販



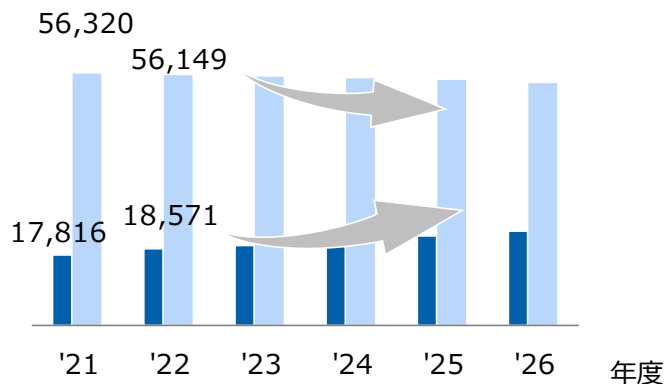
⑤事業ポートフォリオの最適化 戦略 | 新たな領域への展開【商業施設事業】 三協立山株式会社

事業環境

- 国内の小売市場は物価上昇によって成長するも、実質消費は減速
- 人手不足や資材価格の高騰もあり店舗着工棟数は減少傾向
- 人手不足による店舗オペレーション効率化などシステム投資の増加
- 省人化・無人化技術など隣接領域や新たな領域へ拡大

市場予測

■ ドラッグストア店舗数（店） ■ コンビニ店舗数（店）



※当社予測

戦略領域

新技術

店舗・隣接領域に展開



既存領域

既存技術

既存業態

〈事例〉

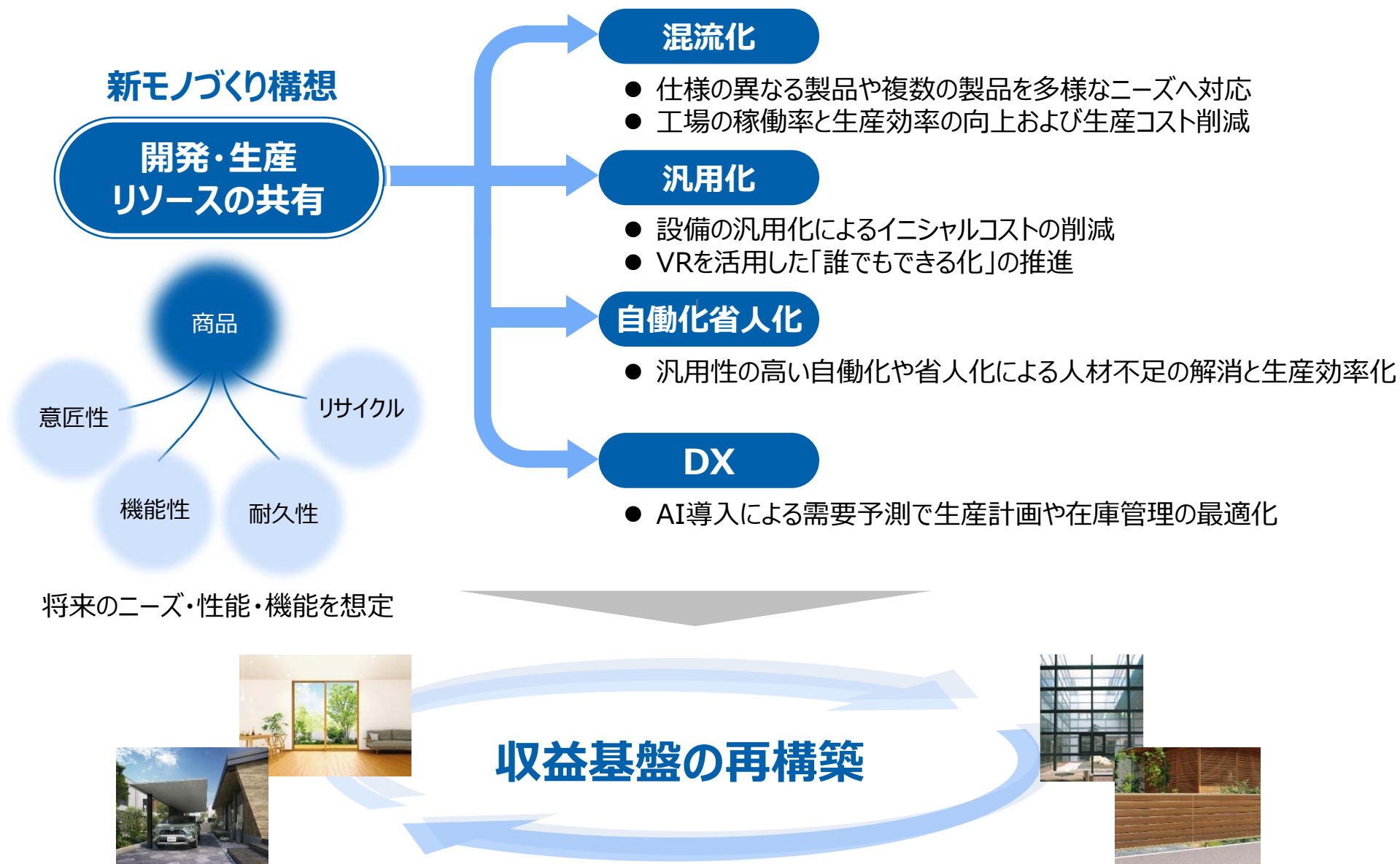
ソーラーエネルギーと蓄電池を活用したポール看板（実証実験）



新たな領域への展開

新業態

将来を見据えた新しいモノづくりの実現



新しいモノづくりによる収益構造改革

商品の集約

第1弾2025年夏頃発売

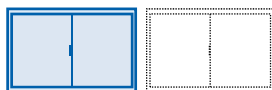
- マディオ、アルジオを新サッシへ統一
- 省エネ義務化適合以上の断熱性能値の実現
- 現行のハイスペックサッシを継承した機能性とレジリエンス性

サッシ 2 シリーズ



集約

1 シリーズ



生産拠点の集約

現行商品の廃止に合わせて 2028年目途

- 新技術導入による住宅用・ビル用サッシの混流化
- 汎用設備による設備転用率拡大
- ロボット化推進による自動化率向上

建材事業 7 工場



集約

5 工場



固定費圧縮

- 間接業務の効率化
- 固定資産のスリム化
- 人員配置適正化

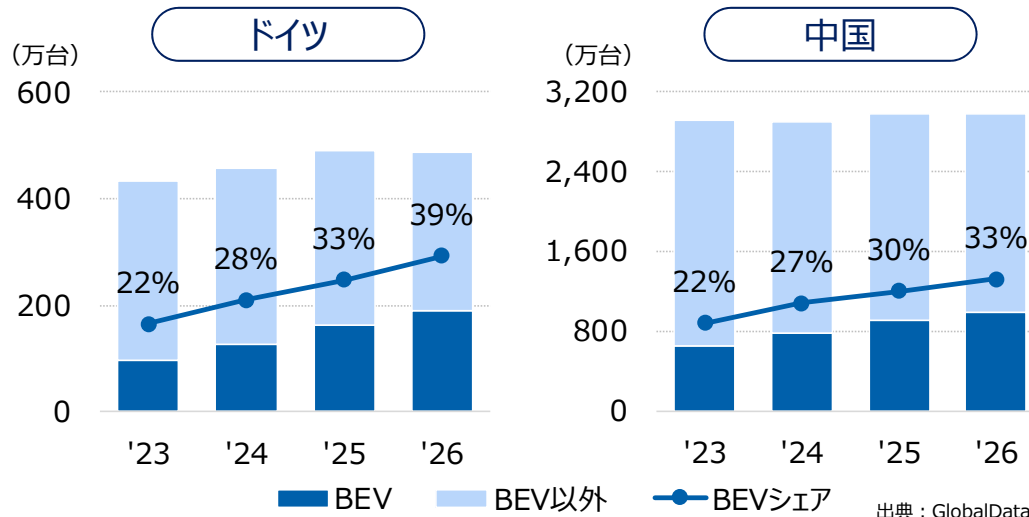
コスト改善

- 生産性向上、生産安定化による改善
- 部品の集約・共通化
- SCMの最適化による原価低減

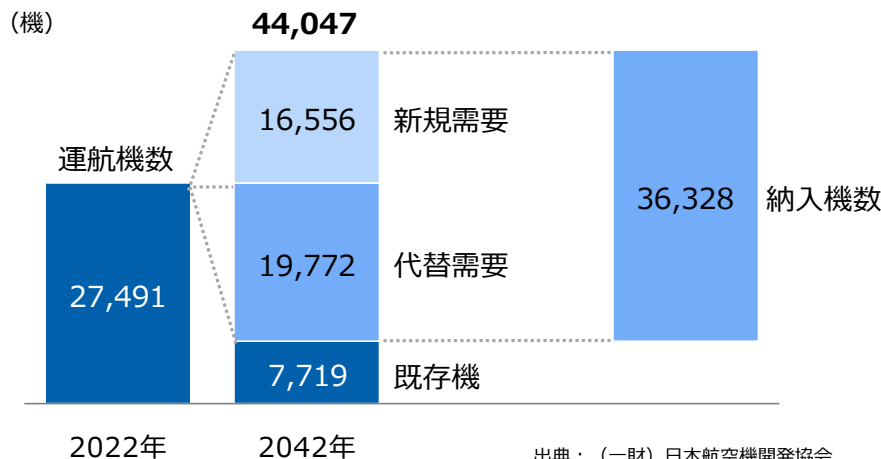
さらなる構造改革の推進

市場予測

自動車生産台数



ジェット旅客機・貨物機需要予測



主な取り組み

自動車・鉄道・航空向けアルミ押出型材に強み

EVを軸に高収益体質の確立と事業の安定化

収益改善

- 価格適正化
- シナジー効果の追求
- 高付加価値案件の獲得

ポートフォリオの最適化

- 自動車の需要変動リスクへの対応
- 需要変動時の短期案件獲得能力の強化
- 顧客市場の多様化の促進

固定費圧縮

- 継続的な製造原価低減の取り組み
- 販売管理費の抑制・最適化

アルミリサイクル率の向上により、循環経済への移行を進める

建材向けアルミリサイクル率

2022年度実績値

52%



2030年度目標値

80%

- *1 個別製品ごとの指標を表すものではありません
- *2 対象とする拠点は、国内鋳造拠点
- *3 社内の製造工程で生じた端材を含みます

課題への対応によりリサイクル率100%を目指す

- スクラップの安定的確保
- アップグレードリサイクル技術の確立

※アルミリサイクル率 算出の定義（日本サッシ協会の定義）

$$\text{アルミリサイクル率} = \frac{(C + D + E)}{(A + B + C + D + E)}$$

A : 新塊 新地金
B : 母合金 添加金属
C : 再生塊
D : スクラップ 社内、自社工場
E : スクラップ 市中、社外購入

● リサイクル能力向上

分別回収の促進
スクラップ溶解炉の増強
設備投資 20億円

● リサイクル技術の確立

産学官共同による研究・実装

再資源化

生産プロセス

技術構築

循環経済
の実現

製品・サービス

● 3R推進

アルミ、樹脂、梱包資材の
再資源化

● 排出削減

高断熱商品投入による
製品使用時のCO₂排出削減貢献

	Scope1 + 2	Scope3
削減目標 (基準年)	2030年度 50%削減 (2017年度)	2030年度 25%削減 (2022年度)

人的資本経営強化への基盤整備／人的資本への投資

人材育成

- グローバル人材育成のための制度設計・運用実施
- デジタル人材育成
- 次世代リーダー育成・管理職研修の充実

多様な人材の活躍

- 女性活躍推進に向けた風土改革・制度見直し
- シニア世代の活躍に向けた処遇・意欲向上
- タレントマネジメントシステム導入

人材確保・定着

- 従業員エンゲージメント向上活動強化
- 賃金水準引き上げ

健康・安全・働き方

- 健康経営への取り組み推進
- 男性育児休業取得率向上
- 労働環境・条件改善

従業員エンゲージメント向上

- 人材能力を最大限引き出す
- 人材への投資

会社



従業員



- 従業員が望む自己実現
- 個の能力発揮

安全・品質をすべてに優先／コンプライアンスの徹底

安全第一

- 働きやすい職場環境づくり
- 安全に強い人づくり
- 危険・有害性の低減活動
- 継続的なBCPの改定・災害対応訓練

品質本位

- 製品安全・品質の向上
- 品質リスクの見える化と恒久対策
- 品質教育の充実による人材育成推進
- 法令、規制、JISの遵守

コンプライアンス・ガバナンス強化

- コンプライアンス研修の実施
- 全役職員への法令遵守と企業倫理の浸透によるコンプライアンス意識・知識の向上
- ガバナンスの一層の充実・強化

職場環境整備・信頼獲得・企業価値の向上



労働災害
環境事故
ゼロ



重大製品事故
ゼロ



コンプライアンス
・ガバナンスの
さらなる強化

DXを支える3つの基盤整備

人材育成

- 全社的なデジタル人材の育成
- デジタル化を牽引するリーダーの育成
- 自律的変革風土の醸成

組織・体制

- 専任組織によるDX戦略の推進
- デジタル投資の最適化

デジタル基盤

- 整理されたデータ基盤の構築と有効活用
- AIなどの新技術を活用したデジタル基盤構築
- 高まるセキュリティリスク、BCPへの対応

デジタル化推進による競争優位性の向上・業務効率化

事業を革新するDX

- データおよびAIなどの新技術を活用した経営・事業・生産活動
- Scope3を目指した排出量管理、トレーサビリティの環境

お客様とつながるDX

- お客様とのデジタルでの情報連携
- お客様にとって利便性の高いデジタル環境提供
- 顧客満足が向上する価値のあるデジタルコンテンツ提供

働く基盤をつくるDX

- 誰もが活用できるデジタル環境
- 自動化・省人化で効率化された業務

		2024/5期 実績	2025/5期 計画	2026/5期 計画	2027/5期 計画
業績	売上高	3,530億円	3,600億円	3,700億円	3,800億円
	営業利益／率	38億円／1.1%	40億円／1.1%	75億円／2.0%	110億円／2.9%
資本収益性	自己資本比率	33.2%	30%	30%	30%
	ROA	▲0.4%	0.5%	1.3%	2.0%
	ROE	▲1.1%	1.7%	4.0%	6.0%
	D/Eレシオ	81.3%	100%	115%	115%
株主還元	配当	20円	1株あたり25円を下限とする 安定的かつ継続的な配当		
	配当性向	—			

●前提条件

		2024/5期 実績	中期期間 計画前提
為替	アルミ地金価格（円/kg）	404	435
	米ドル（円/\$）	144.6	150
	ユーロ（円/€）	156.7	160
	タイバーツ（円/THB）	4.1	4.0
	人民元（円/元）	20.1	21.0

(1) 前中期経営計画の振り返り 2022/5期～2024/5期

(2) 外部環境認識

(3) 長期的に目指す姿

(4) 中期経営計画 2025/5期～2027/5期

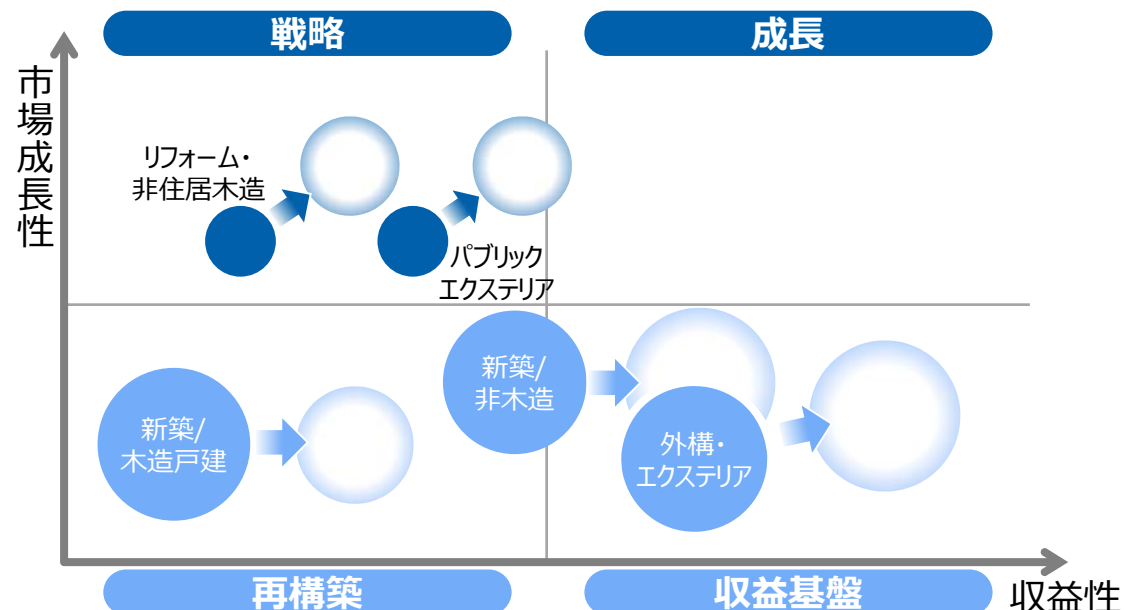
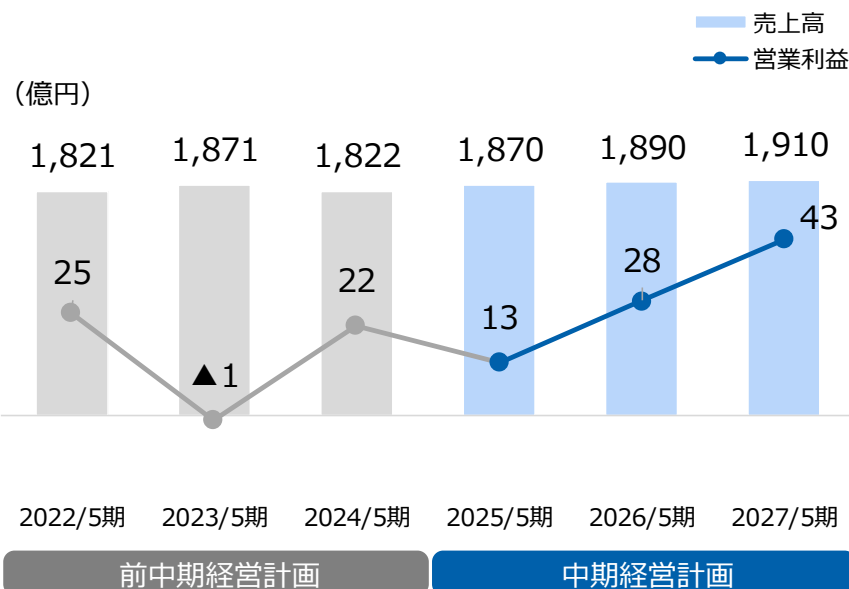
- ① 中期経営計画の位置づけ
- ② 数値目標
- ③ 基本方針
- ④ 財務戦略
- ⑤ 事業ポートフォリオの最適化
- ⑥ カーボンニュートラルに向けた取り組み
- ⑦ 人材戦略
- ⑧ 安全・品質・コンプライアンス
- ⑨ DX戦略
- ⑩ 経営指標

(5) 参考：事業別の戦略

- ① 建材事業
- ② マテリアル事業
- ③ 商業施設事業
- ④ 国際事業

(5) 事業別戦略 | ① 建材事業

市場縮小を見据えた抜本的な構造改革と質的変革による収益基盤の再構築、
戦略領域での積極的なチャレンジによる安定した規模での収益率改善を目指す



抜本的な収益構造の変革

- 生産体制の再構築
- 新しいモノづくりの実現

基幹事業の強化

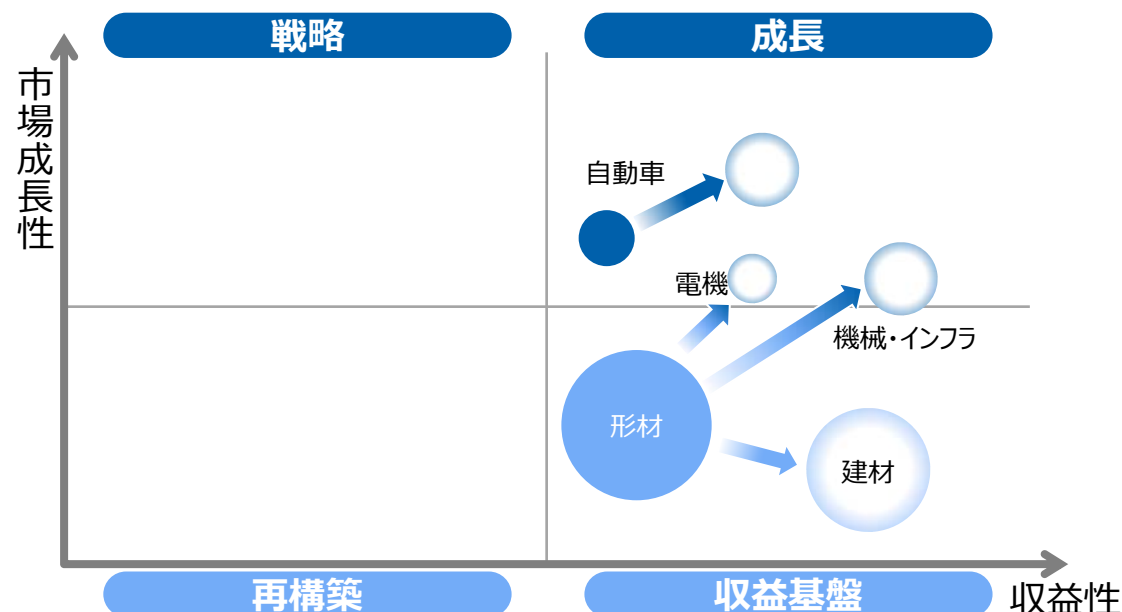
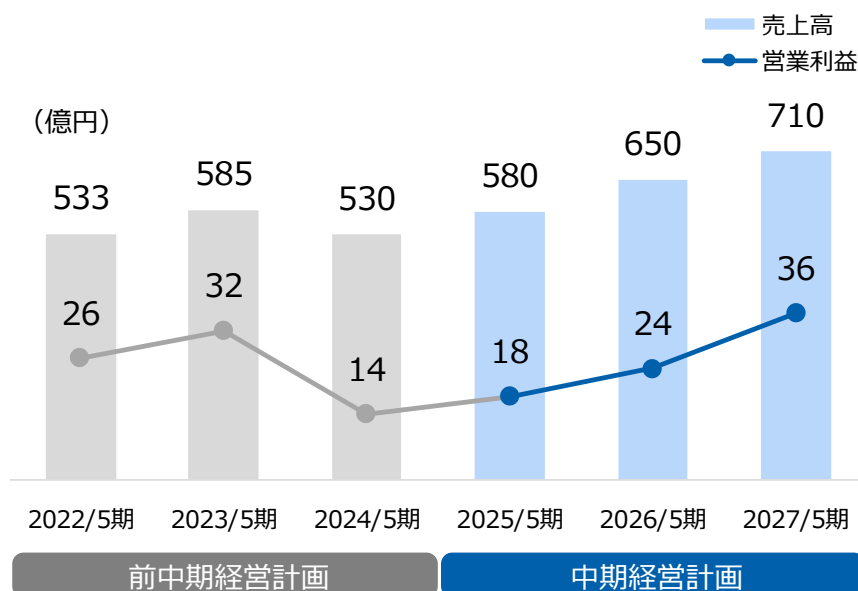
- 高断熱サッシの投入

戦略領域の育成・成長

- リフォーム、非住居木造の獲得



既存領域での収益基盤の確立、成長に向けた自動車分野拡大のための体制構築と投資
アルミリサイクルの推進を重点課題として取り組む



既存領域の収益基盤強化

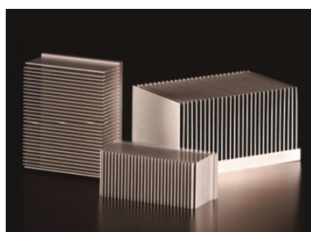
- 成長が見込まれる一般機械、インフラの需要取り込み
- 他素材からアルミへの置換推進

自動車分野の拡大

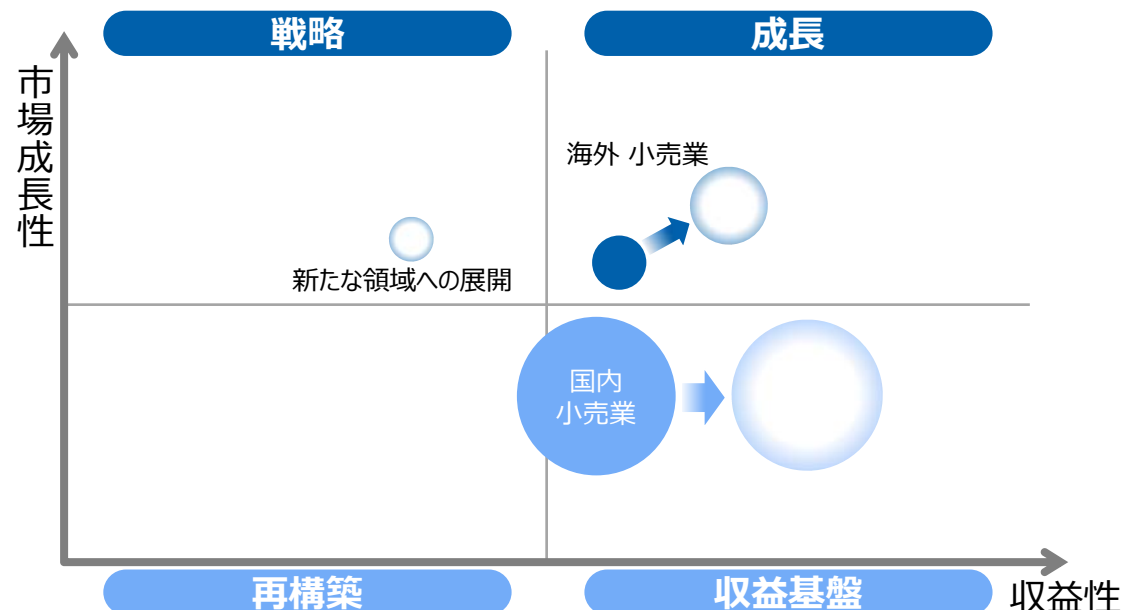
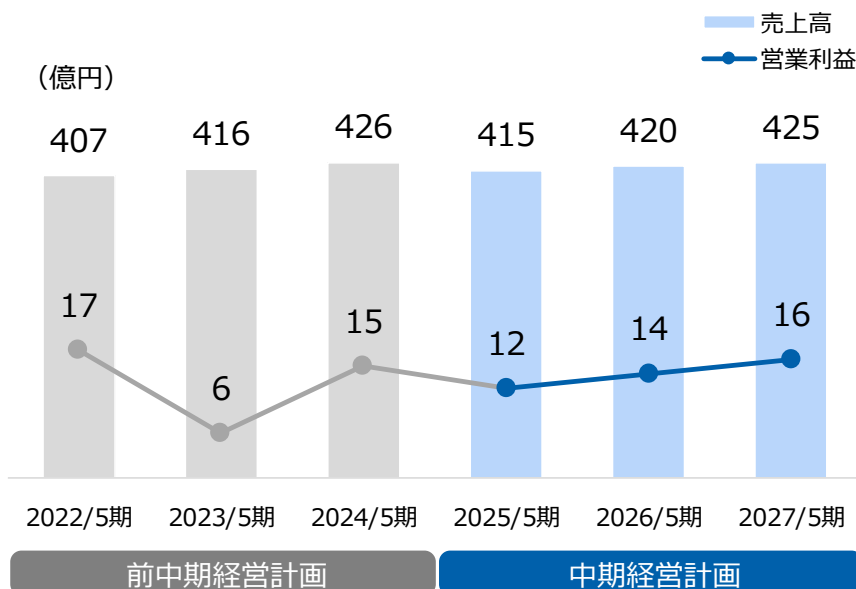
- EVを主とした需要の取り込み
- 大型押出機の導入着手
- 専門人材の確保と育成

アルミリサイクルの推進

- アルミリサイクル率向上に向けた体制構築
- 産学官共同による研究・実装



業界トップクラスのシェア、顧客要望を具現化できる営業対応力と商品開発力、全国一律のサービスを提供できるネットワークによって、時代と共に進化する小売業市場に対応したソリューション型事業を目指す



既存領域の深化

- 新商材の開発やサービスの展開
- 生産・物流拠点の最適化

新たな領域への展開

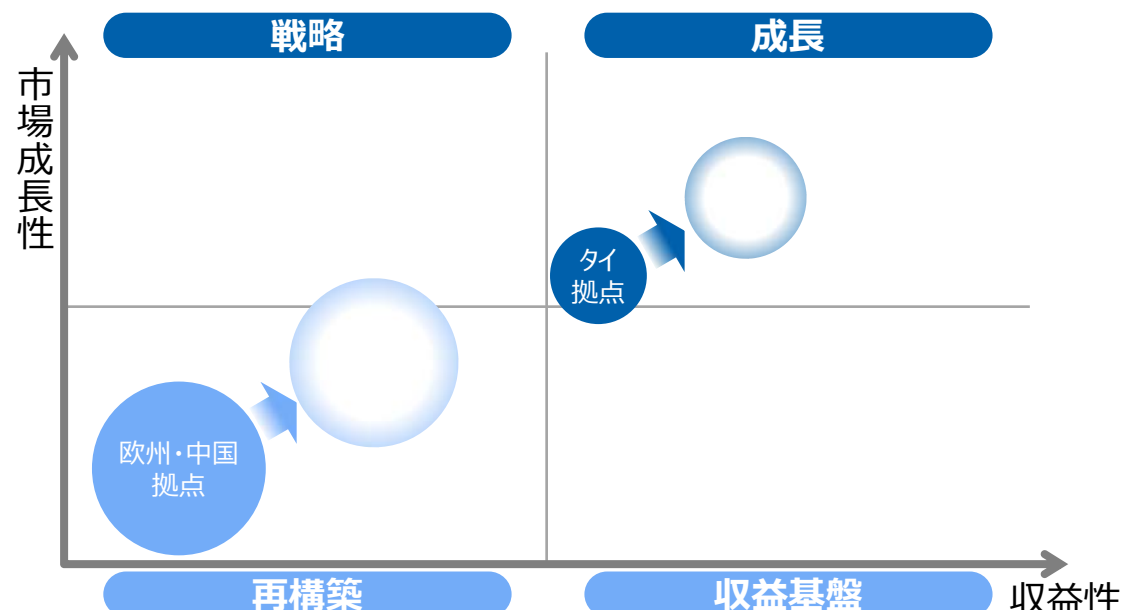
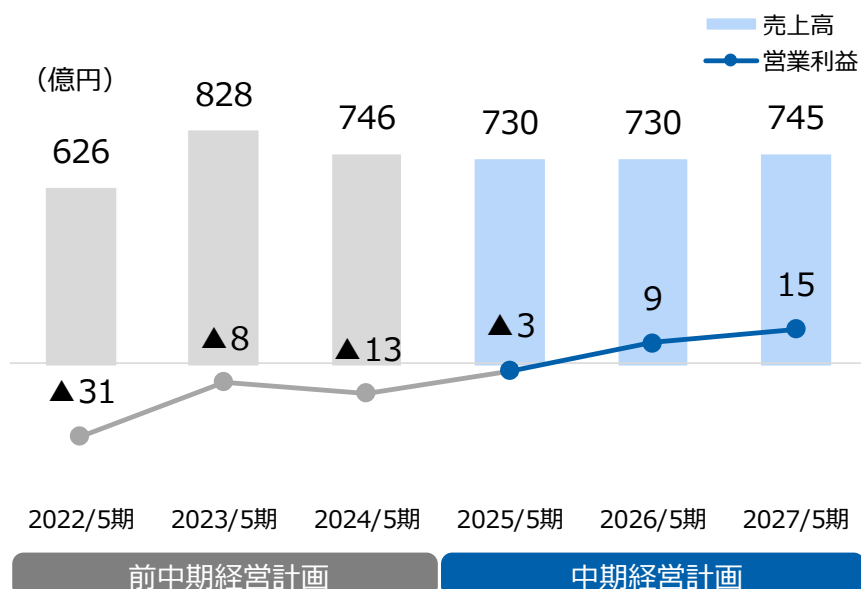
- 次世代技術との融合
- クラウド活用サービスへのチャレンジ

海外事業拡大

- 調達・販売のASEAN拡大
- グローバル小売業への輸出拡大



国際事業セグメント全体で安定的に収益を確保できる体質に変革し、収益貢献事業へ進化する



拠点別戦略による展開

ST Extruded Products Group 【STEP-G】

- 自動車、鉄道、航空分野など、付加価値領域へ注力
- 自動車依存度を抑えたポートフォリオの変革による安定化
- 固定費圧縮

Sankyo Tateyama Alloy(Thailand) 【STAT】

- 1000系から7000系ビレットの製造技術による販売拡大
- 市場ニーズを見据えた省資源・リサイクル率の追求
- TMAとの連携強化による事業拡大への相乗効果

Thai Metal Aluminium 【TMA】

- ASEANトップクラスの技術力・品質で需要の取り込み
- 自動車、電機分野などの新規案件獲得
- 旺盛な需要に合わせた生産能力増強

Thai-Aust Aluminium 【TA】

- 製造から販売、施工の一貫体制をさらに強化
- 継続的な高級・中間層への販売拡大
- 持続的な利益率向上とCF創出の継続・安定化

■ 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、三協立山株式会社および連結子会社（以下、総称して「三協立山グループ」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、現時点で入手可能な情報から得られた三協立山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、不確実性およびその他の要因が内在しています。それらの影響により、三協立山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、不確実性およびその他の要因としては、三協立山グループの事業領域を取り巻く経済情勢、三協立山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、為替相場、アルミ地金など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。