

2009年7月15日

# 中期経営計画

 三協・立山ホールディングスグループ

# 中期経営計画(HD7~9期)の位置づけ

HD7~9期 (2009/6 ~ 2012/5)

## Phase 1

**建材事業の再生  
構造改革から利益ある成長軌道へ**

### 1. コスト戦略

国内市場の縮小に対応し、適正規模への  
構造改革を進め、安定した収益基盤を確立

### 2. 成長戦略

各事業でナンバー1・オンリー1エリアへの足固め

### 3. 基盤整備

戦略を実現する経営基盤整備(PDCAサイクル)  
健全な企業経営の仕組み構築

2012/6 ~ 2015/5

## Phase 2

**更なる成長と  
新たな価値創造**

### 方向性

1. ナンバー1・オンリー1エリアを  
確立し、M&A、海外進出、新商品  
新事業など“攻め”の体制へ
2. 各事業の“強み”を活かし、  
更なる事業発展と企業価値の  
向上を図る

# 中期経営計画(HD7~9期)における重点戦略

## 1. コスト戦略

### 事業構造改革による経営資源の最適化

- ・人員削減、人件費抑制
- ・工場再編
- ・グループ子会社の再編
- ・調達先の集約

### 継続的な合理化の推進

- ・生産コストダウン
- ・調達コストダウン
- ・経費削減

## 2. 成長戦略

### 各事業でナンバー1・オンリー1エリアへの足固め

#### 環境・省エネ関連分野

- ・建材事業 環境・省エネ対応の改装・リフォーム事業などへの注力 等
- ・非建材事業 ソーラー、LED照明、アルミ・マグネシウムによる軽量化対応 等

#### 商品開発力、技術力

- ・安全・安心対応商品、改装・リフォーム向け商品、空間提案商品、デザイン性を重視した感性訴求型商品、環境配慮型商品 等
- ・高難度押出、特殊メッキ技術 等

#### 営業体制強化

- ・成長分野、強化分野への人材を含めた資源の集中投入 等

建材事業(三協立山アルミ)は、縮小する市場に対応し確実に収益を上げられる体制への変革を重視。  
非建材事業(三協マテリアル・タテヤマアドバンス)は、中期的な成長領域として引き続き伸ばしていく。

グループ全体 収益確保と成長領域へのシフトを確実に行う。

単位: 億円

		グループ 連結		三協立山 アルミ		三協 マテリアル		タテヤマ アドバンス	
HD6期	売上高	2,778		2,010		242		257	
	経常利益	▲ 93	-3.3%	▲ 70	-3.5%	▲ 12	-5.0%	2	0.7%
HD7期	売上高	2,610		1,880		183		259	
	経常利益	34	1.3%	36	1.9%	▲ 10	-5.5%	4	1.5%
HD9期	売上高	2,770		1,950		248		295	
	経常利益	68	2.5%	44	2.3%	10	4.0%	13	4.4%

## 中期達成目標

◆売上高	HD9期	2,770億円
◆経常利益(率)	HD9期	68億円 (2.5%)
◆配当性向		30%

## 管理指標

◆自己資本比率	HD6期末	19.2%	→	HD9期末	25%
◆有利子負債	HD6期末	912億円	→	HD9期末	800億円
◆ROA	HD9期末	4.2%			
◆グループ人員	HD6期末	11,239人	→	HD9期末	9,600人

### 【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。そ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。