



平成 23 年 1 月 20 日

各 位

会 社 名	株式会社キトー	
代 表 者 名	代表取締役社長	鬼頭 芳雄
コード番号	6409 (東証 第一部)	
問 合 せ 先	専務取締役 専務執行役員 経営管理本部長	野村 博
	TEL : 03-5371-7345	

中期経営計画に関するお知らせ

～ 2011 年度から 2015 年度の 5 ヶ年計画 ～

当社は、「真のグローバル No. 1 のホイストメーカー」となることを目指しております。そのビジョン達成に向けた次期 5 ヶ年（2011-2015 年度）の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

1. 中期経営計画策定の背景

当社は、2007 年 8 月に東証一部に上場し、翌年 2008 年 5 月に 5 ヶ年中期経営計画を発表いたしました。しかしながら 2008 年 9 月の金融危機に端を発する世界同時不況から計画の見直しを余儀なくされました。2009 年、2010 年と世界的な財政出動により、世界経済も底打ちから回復の傾向にあります。とりわけ中国をはじめとしたアジアやその他新興国の経済成長が回復を支えている状況となっております。今後も世界経済を牽引するものと見込まれるこれらの地域に対し、世界中の企業が経営資源を集中しており、これまで以上に厳しい競争環境になることが想定されます。

係る環境下、当社が世界中のお客様に最も信頼される「真のグローバル No. 1 のホイストメーカー」となるためには、グローバルな企業体制を確立し、世界の競合相手との競争に耐え得る企業の体質と規模を追求することが必要であると認識しております。そこでこの度、いわゆる日本企業から世界各地のリソースを活かすグローバルな共同体企業へ変革を進め、売上高 1,000 億円の事業規模を目指す中期経営計画を策定いたしました。

当社には、中国・インドを含めたアジアにおける大きな市場成長を優位に獲得できるチャンスがあります。このアジア地域における今後数年間の市場成長が当社のグローバル成長にとって極めて貴重な機会であると捉え、オーガニック成長と M&A を軸に、世界の主要市場および今後の成長市場にキトーブランドをより一層浸透させ、同時に企業規模の飛躍的な拡大をこれからの 5 ヶ年で目指してまいります。

2. 中期経営計画の骨子

2015年度の業績目標として、既存事業のオーガニック成長による売上高 580 億円に加え、積極的な M&A を推進し、売上高 1,000 億円を目指します。売上高 1,000 億円を超える規模になることは、世界市場におけるキトーブランドのプレゼンスが確立されるとともに、グローバル規模の厳しい競争における優位性と地域的な為替や景気などの経済動向の影響を極小化し強固な企業構造を可能にします。世界の主要市場ならびに成長市場において、お客様の安全性および生産性向上という付加価値を実現するベストパートナーとして、最高の品質の製品とサービスを競争力の高いグローバルなサプライチェーンを通じて提供してまいります。1,000 億円に向けた規模の拡大について、国内市場の回復・成長には過度に期待せず、北米・中国に続き、アジア・南米等に積極的に注力し、日本のみならず、アジア全域および、米州全域においてもマーケットリーダーとなることを目指します。

〔2011-2015 連結数値目標〕

	2010 年度 (見込)	2015 年度 目標
連結売上高	280 億円	580 億円
連結営業利益	11 億円	70 億円
営業利益率	4%	12%

〔地域別売上計画〕

単位：百万円

	2010 年度見込		2015 年度目標	
	金額	構成比	金額	構成比
米州	7,100	25.4%	15,000	25.9%
中国	7,100	25.4%	15,000	25.9%
日本	9,950	35.5%	13,500	23.3%
アジア	1,700	6.0%	10,000	17.2%
欧州	1,150	4.1%	2,500	4.3%
その他地域	1,000	3.6%	2,000	3.4%
合計	28,000	100.0%	58,000	100.0%

〔地域・製品・生産戦略 / 経営管理〕

- **地域戦略**：当面の成長牽引市場を北米・中国と位置づけ、サプライチェーンの現地化を推進してまいります。また、次期成長市場であるインド・タイ・インドネシア・ベトナムへの積極投資を進め、各市場におけるマーケットリーダーを目指します。同時に、南米、その他地域への将来的な進出に向けた体制づくりも進めてまいります。

- **製品戦略**：成長市場においても、お客様にとって高い付加価値が実現される最高の品質の製品とサービスを提供してまいります。商品ラインの構成として、ワイヤーロープホイスト市場に本格的に参入し、既存製品の電気チェーンホイスト、手動チェーンホイストと合わせ総合ホイストメーカーを目指すとともに、新興国のボリュームゾーンを意識した品揃えの拡充を進めてまいります。また、クレーンシステムを拡充し、併せて、お客様の作業現場における生産性と安全性向上を支援するサービス事業の再構築を進めます。さらに、中長期的な新製品・事業分野の開拓にむけた研究開発を強化してまいります。
- **生産戦略**：商品の需要地の構成に即したグローバル生産体制を確立していきます。現在の日本・中国に北米・アジアを加えた四極の生産体制を充実させ、各地のお客様へのデリバリーの向上と製造原価の低減と利益率改善を実現するグローバルサプライチェーンを構築します。この中で、山梨工場はグローバルスキルセンターへと改革し、各生産拠点の指導、スキル育成ならびに、新技術および新製品の研究開発を担う体制の充実を図ってまいります。
- **経営管理**：グローバルな企業体制への質的変革を促進するために、人材のグローバル化と効果的な経営管理の導入により、グローバルな企業としての生産性向上と経営品質の向上を目指します。また、M&A 推進に向けたチーム体制とそれをバックアップする財務・資本戦略を推進してまいります。

3. 補足説明資料

中期経営計画の詳細につきましては、添付補足説明資料「中期経営計画 2011－2015」をご参照ください。

以 上

本資料の計画は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した予想であり、リスクや不確実性を含んでおります。従いまして、実際の業績は今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。

KITO



*For the Global
Next Stage*

KITO group global unified slogan

Jan 20, 2011

中期経営計画 2011—2015

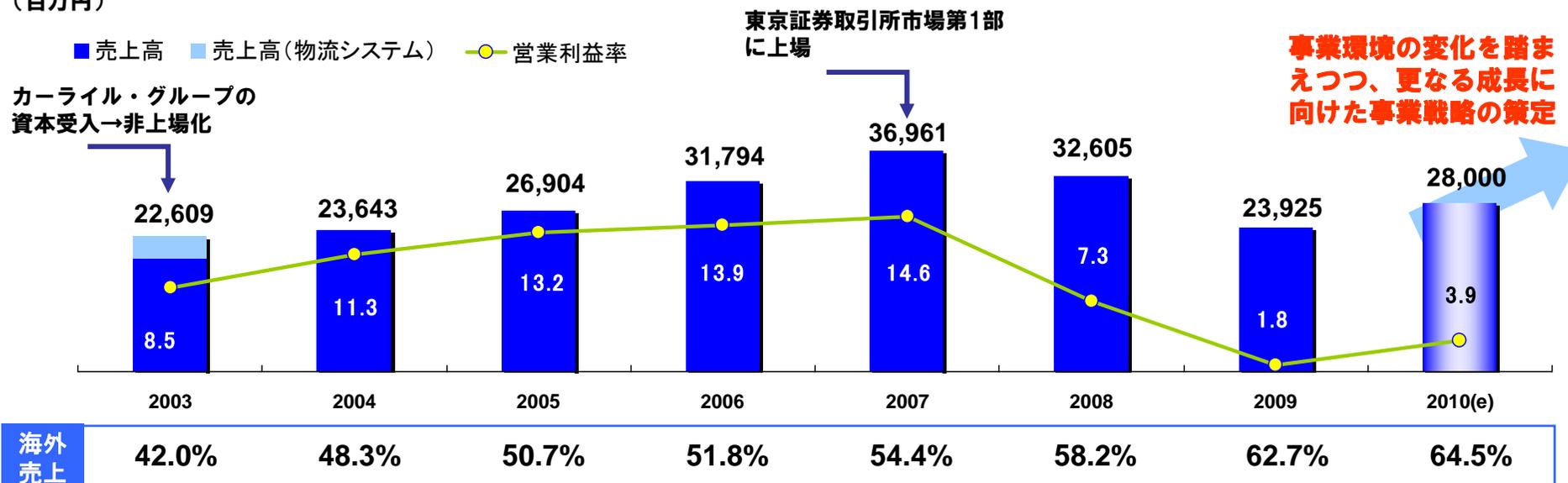


KITO CORPORATION (TSE 1st Section: 6409)

<http://www.kito.co.jp/>

	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
中期経営計画	中期経営計画Ver.36		中期経営計画 2005-2007			中期経営計画 2008-2012		
	2009年度売上 208億円 利益率12% 7ヵ年計画をわずか 2年足らずで達成		2007年度売上250億円、利益率12% (M&A含めて、売上高300億円) 北米、中国を中心に、海外売上を 拡大			2012年度売上565億円、利益率15% リーマンショックにより、期間的な 目標を変更せざるを得ない状況		
戦略			<ul style="list-style-type: none"> ■ グループ企業の連結を強化 ■ 成熟市場における事業の安定化 ■ 製品・地域における新分野に挑戦 			<ul style="list-style-type: none"> ■ 製品戦略 WRHを加えた総合ホイストメーカー ■ 地域戦略 成熟市場におけるシェアアップ 成長市場における拡販 		

(百万円)



【 従 来 】

【 将 来 】

市 場

先進国と中国が世界経済の
発展を牽引

中国、アジア、南米等の新興国
が本格的に世界を牽引

競 合

日本、北米、欧州、中国の市場
でメインプレイヤーが存在
地域を越えたグローバル競争は
限定的

成長市場において、グローバル
プレイヤーとローコストプレー
ヤーが直接競合
より厳しい競争環境になる

当 社

日本企業として、日本を基点に
北米、中国をメインに海外事業
を展開してきた

グローバル企業として世界各地
のリソースを活かす共同体と
し、成長機会を獲得する

ビジョン

真のグローバルNo.1のホイストメーカーとなる

～安全性と生産性向上のベストパートナー～

ミッション

すべてのお客様に満足と感動をお届けする

～お客様の安全かつ効率的な作業環境づくりを追求～

真のグローバルNo.1のホイストメーカーとなる

～安全性と生産性向上のベストパートナー～

中期経営目標

- **日本企業から真のグローバル企業となる**
～世界各地のリソースを活かす共同体企業へ～
- **グローバル売上1000億円企業となる**
～グローバルな成長機会を確実に捉える～

最高の製品・サービスでグローバルシェア15%を超える

- 成長市場においても、最高の製品・サービスのブランドを確立する
- お客様の現場オペレーションにおける価値（生産性向上と安全への信頼＝”Lifecycle Value”）を訴求・実現

アジアへ積極的に資源投入

- 今後の主要な成長市場となるアジアの成長機会を積極的に獲得

人材のグローバル化

- 世界各地のスキル人材を採用・育成し、グローバルな事業拡大を実現するオペレーション体制を整備

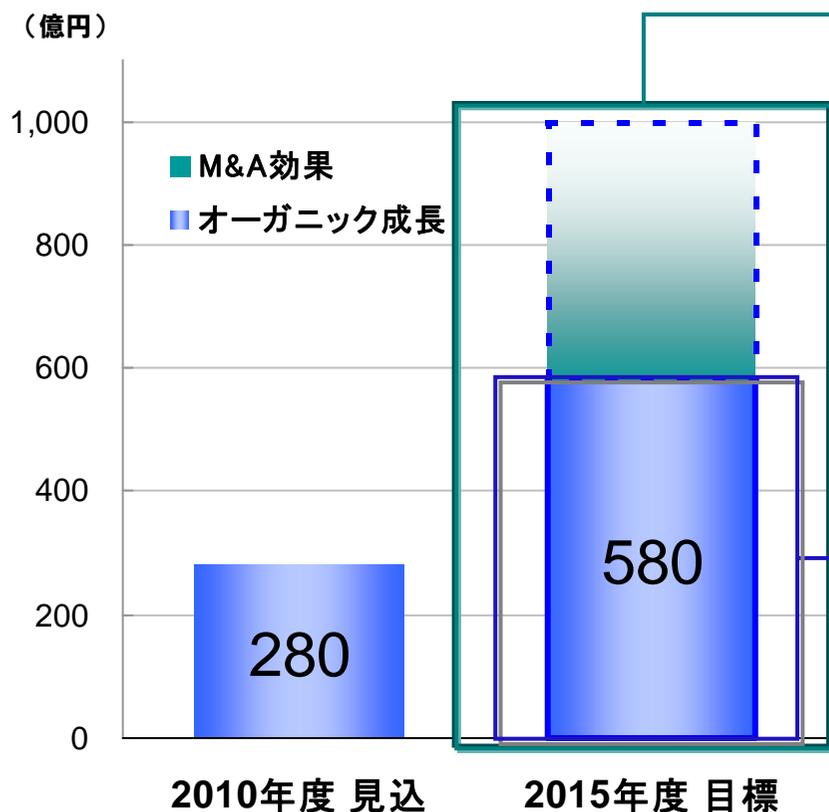
M&Aの積極活用

- 人材、販売網、生産拠点、事業領域の獲得・拡大を加速

中期目標

- 日本企業から真のグローバル企業へ
- グローバル売上1000億円企業となる

売上見込および目標



グローバル売上1,000億円企業となる

オーガニック成長の売上580億円に加え、積極的なM&Aによるさらなる拡大を進め、売上1000億円を超える企業となる

日本企業から真のグローバル企業へ

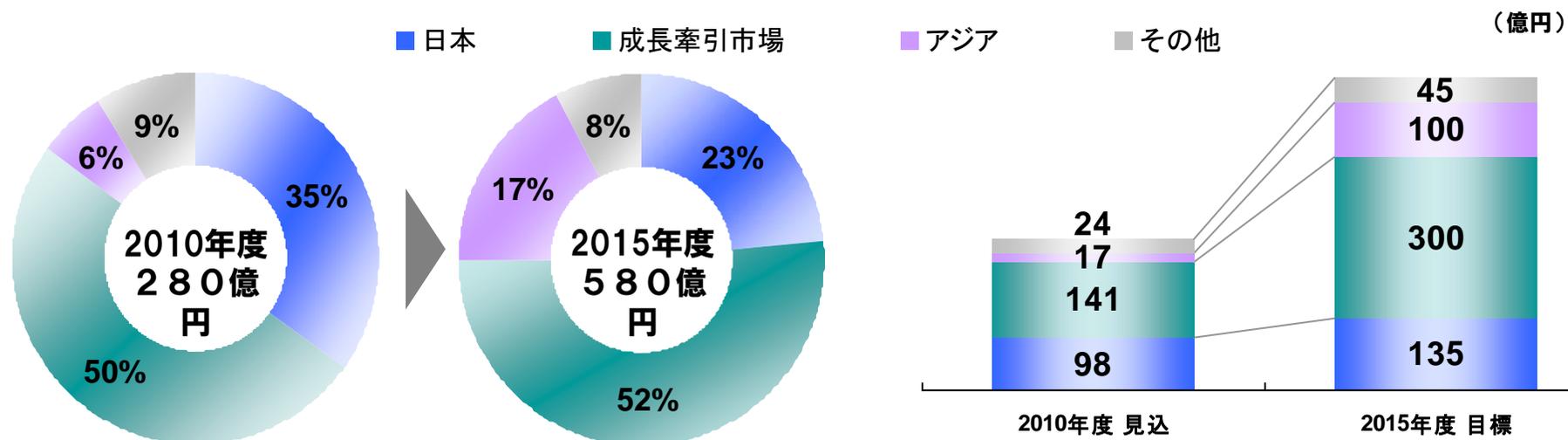
キトーがグローバルNo.1のホイストメーカーになるために、今後の5年間は事業規模拡大の大きなチャンスである。日本発の海外事業拡大から、世界各地のリソースを活用した事業拡大へと転換していく

(億円)	2010年度 見込	2015年度 目標
連結売上高	280	580
北米・中国 *成長牽引市場	141	300
アジア	17	100
売上高の海外比率	65%	75%以上
営業利益率	4%	12%
マーケットシェア	10%	15%
製造コストの海外比率	36%	55%以上

目標数値 : M&Aによる効果を含まないオーガニック成長による目標として設定

アジア : タイ、インド、インドネシア、ベトナムなど (日本・中国を除く)

主な市場別の売上見込および目標



経営戦略に基づく個別戦略

地域戦略

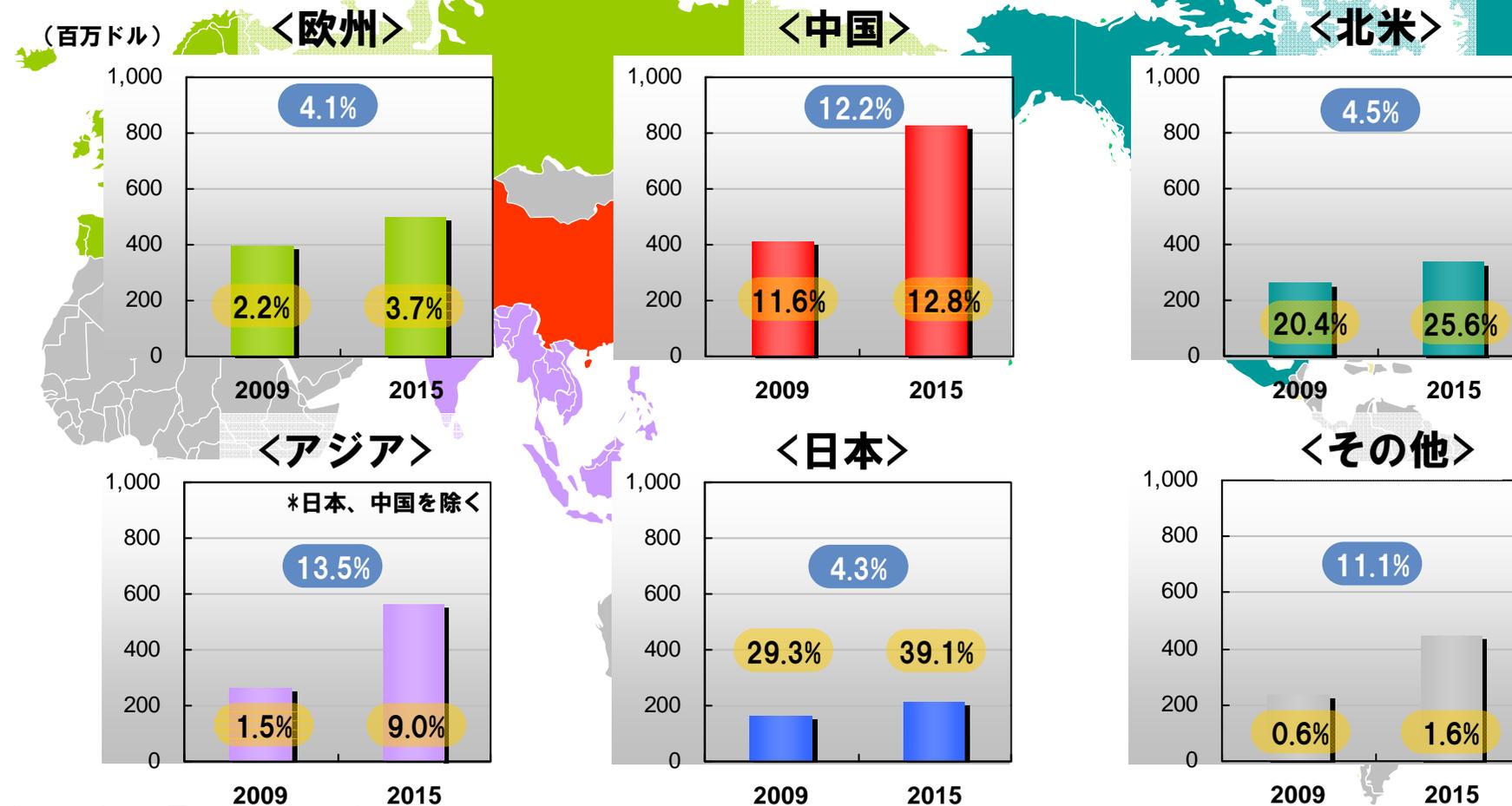
製品戦略

生産戦略

経営管理

市場展望

- 世界市場は緩やかな成長。中国、アジアは2桁以上の高い成長率で拡大
- 成長市場における競争環境は混沌。今後2－3年で勝ち組が明らかとなる
- 成長市場の需要は価格指向からより安全・信頼の品質指向へ進む



グラフ内%：年平均成長率と市場シェア

北米・中国

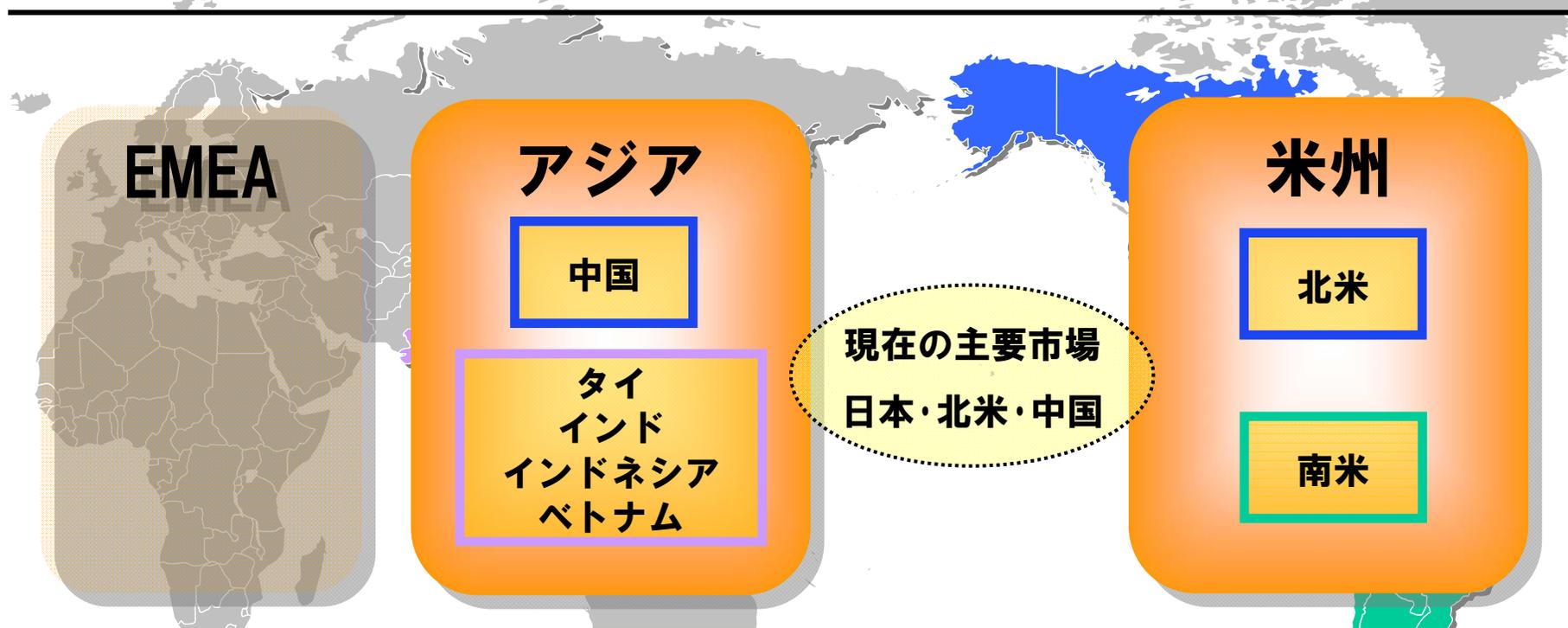
当面の成長牽引市場を北米、中国と位置づけ、事業を拡大
サプライチェーンの現地化を推進

アジア

積極的にリソース投入を進め、成長機会を獲得
各市場におけるマーケットリーダーとなる

新規開拓市場

市場浸透にむけた橋頭堡を確立し、将来の成長機会を獲得

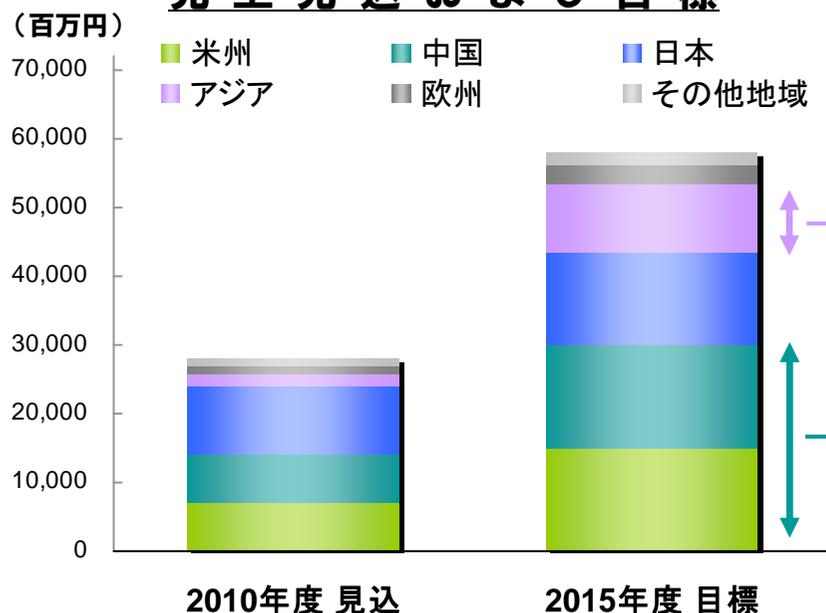


営業部門組織再編

営業部門の業務効率を向上
スキル人材を積極的に成長市場に再配置

(百万円)	2010年度 見込		2015年度 目標		増額	
		構成比		構成比	増減額	増減率
連結売上高	28,000	100.0%	58,000	100.0%	30,000	2.1倍
米州	7,100	25.4%	15,000	25.9%	7,900	2.1倍
中国	7,100	25.4%	15,000	25.9%	7,900	2.1倍
日本	9,950	35.5%	13,500	23.3%	3,550	1.4倍
アジア	1,700	6.0%	10,000	17.2%	8,300	5.9倍
欧州	1,150	4.1%	2,500	4.3%	1,350	2.2倍
その他地域	1,000	3.6%	2,000	3.4%	1,000	2.0倍

売上見込および目標



アジア：タイ、インド、インドネシア、ベトナム

目標：アジア売上高

100億円 (2010年度×6倍)

米州、中国：成長牽引市場

目標：米州、中国売上高

各150億円 (2010年度×2倍)

- 基幹製品の競争力強化 → 新興国のボリュームゾーンを意識した品揃えの拡充
- ロープホイスト市場へ本格参入 → チェーンホイストにロープホイストを加えた総合ホイストメーカー
- クレーンシステムを拡充 → ホイストクレーンにおけるワンストップサービスを実現
- サービス事業を再構築 → 安全性と生産性の向上を具現化する Lifecycle Value を訴求・実現
- 新事業領域を開拓 → ワークステーションのマテハンを中心とした新製品を開発・獲得

～ 多様な産業分野に展開～

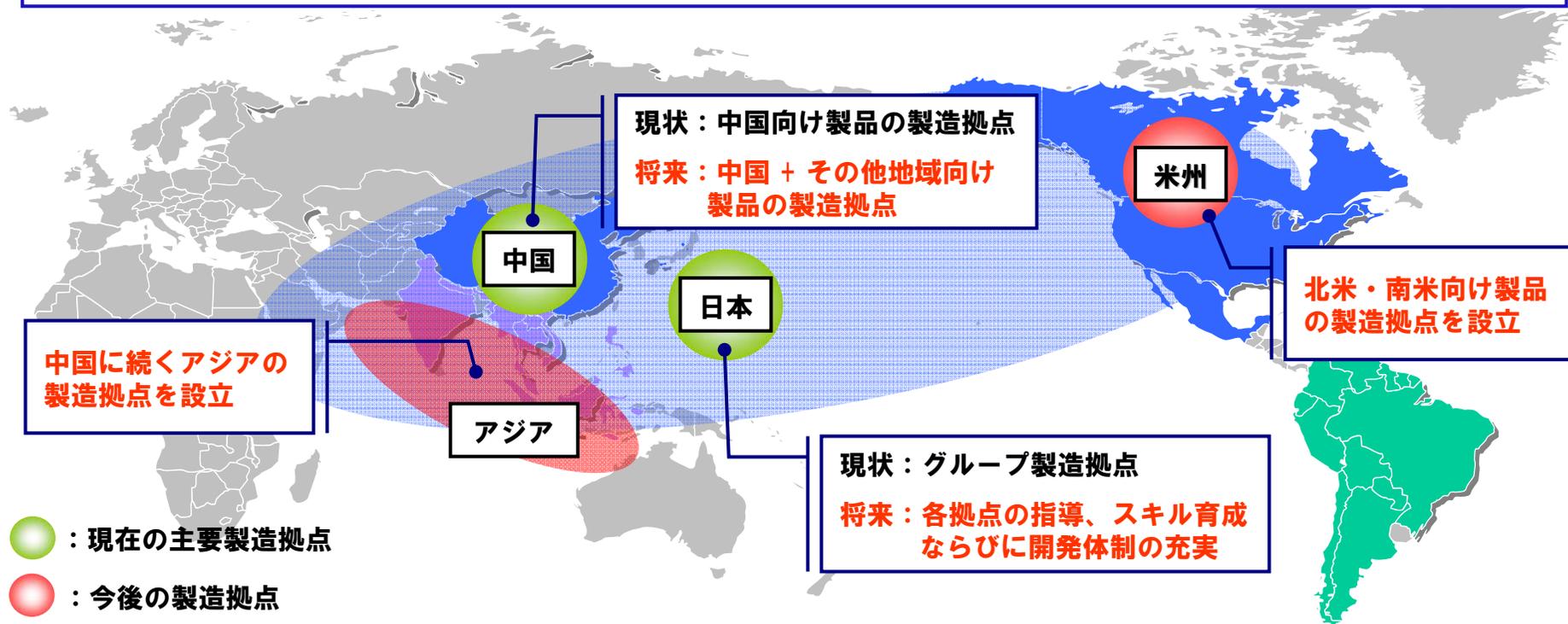


■ グローバル生産体制の確立

部品生産・調達の最適化と、消費地近傍での最終組立で生産コストを分散
日本・中国・北米・アジアにおける四極の生産体制を充実させる

■ 山梨工場をグローバルスキルセンターへ改革

海外生産オペレーションの指導的役割、生産技術および工程の開発・展開を担う
スキルセンターへ変容



グローバル組織 へ質的変革 を推進

- グローバル機能の充実（経営企画、財務・経理、人事、生産技術、品質管理、開発、マーケティング、ITなど）
- 地域組織の再編＋各地域に事業責任者を任命

KITO Wayの確立

- 企業理念の浸透
- 人材のグローバル化、スキル育成を推進
- グローバルに展開できる業務標準を充実

M&Aの推進体制 を充実

- 専門スキルを持つチームを組成し、常に案件発掘・実行出来る体制を充実

積極的な 財務戦略の活用

- M&A、グローバル生産体制整備のために、営業キャッシュフローに加え、積極的な資金調達を進め、成長機会を捉える

地域戦略

既存市場の拡大
(北米、中国)

成長市場への本格進出
(アジア、南米)

製品戦略

製品ラインナップの拡充

サービス事業の再構築

新製品分野の開拓

特定分野に依存しない多面的な事業展開

(地域、製品、生産、組織)

環境変化への機敏な対応で更なる成長を追求!

生産戦略

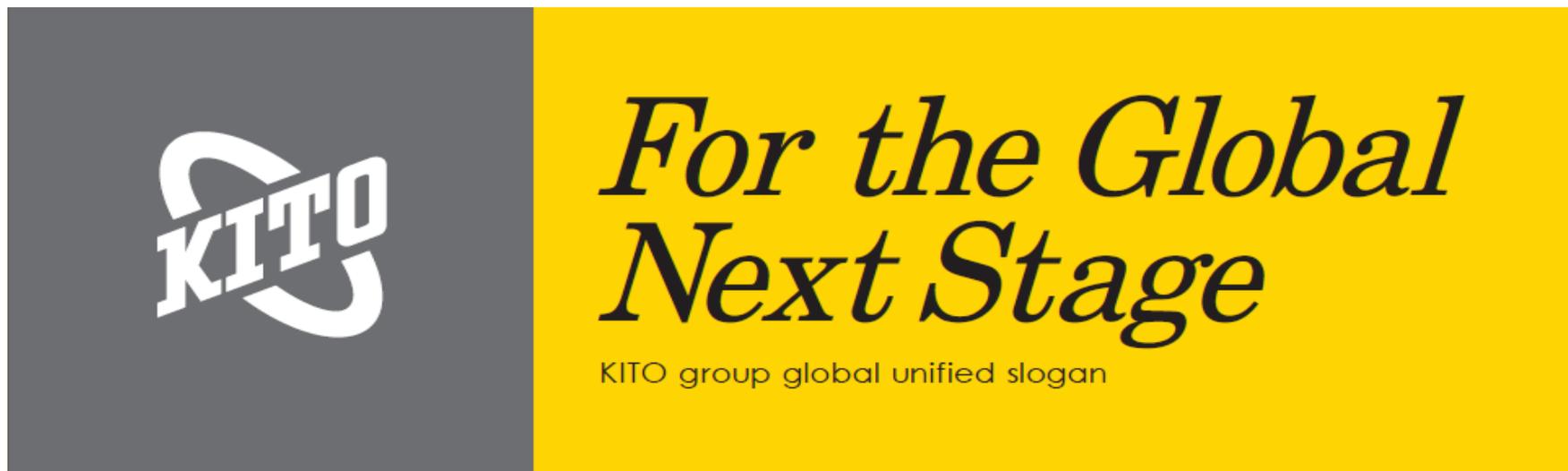
グローバル生産体制の確立

山梨工場のグローバル
スキルセンター化

経営管理

グローバル組織への質的変革

財務戦略の活用



計画の着実な実行により、更なる飛躍を遂げ、
企業価値の更なる向上に努めてまいります。

本資料の計画は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した予想であり、リスクや不確実性を含んでおります。従いまして、実際の業績は今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。