



平成 27 年 5 月 13 日

各 位

会 社 名 株式会社立花エレクトック
 コード番号 8 1 5 9 (東 証 第 1 部)
 代 表 者 名 取締役社長 渡邊武雄
 問 合 せ 先 取締役常務執行役員 管理部門担当 住谷正志
 電 話 (06) 6539-2718

中長期経営計画「C.C.J 2200」について

—Change, Challenge, Jump-up 2200—

株式会社立花エレクトック（東証一部上場、本社・大阪市西区、渡邊武雄社長）は、創立 100 周年を迎える 2021 年 3 月期を最終年度とする 6 カ年中長期経営計画をスタートしました。国内で築いた「技術商社」としての地位を中国・東南アジアを中心とする海外でも確立し、アジアの産業界を支える「一大技術商社」を目指します。企業理念『電機・電子の技術商社として、優れた商品を最新の技術と共に産業界のお客様にお届けすることを通じて、社会の発展に貢献する』のもと「チェンジ（変革）」「チャレンジ（挑戦）」を継続することによって大きく「ジャンプアップ（飛躍）」し、連結売上高 2200 億円を目指します。

【C.C.J 2200 の目標】

2021 年の創立 100 周年に向け、『確固たる基盤を持った電機・電子の一大技術商社』になる

(数値目標)

		2015 年 3 月期	2021 年 3 月期	増加額 / 増加率
	単体	1,109 億円	1,400 億円	291 億円 / 26.2%
	国内子会社	227 億円	460 億円	233 億円 / 102.6%
	海外子会社	237 億円	440 億円	203 億円 / 85.7%
	消去	▲99 億円	▲100 億円	
連結売上高		1,474 億円	2,200 億円	726 億円 / 49.3%
連結営業利益		49 億円	75 億円	26 億円 / 53.1%

(その他目標)

2021 年 3 月期末の従業員数 1530 人 (2014 年度比 338 人増)
 6 年間の総投資額 (中計の人件費累計) 87 億円 (52 億円、子会社 35 億円)
 2021 年 3 月期の株主資本利益率 (ROE) 8%以上

※) 計画は年度終了後見直しを行い、修正を加えることがあります。

【基本戦略】

① 地域のサービスレベルの均一化

今後の成長が大きく期待される関東、中部地区において、弊社の営業担当である東京、名古屋支社の商品力・提供サービス力を本社レベルまで引き上げることで、潜在需要を確実に取り込んでいきます。特に施設並びに産業メカトロニクスなどのポテンシャルの高い分野に注力していくため、人材のシフトも含めて必要な経営資源を投入していきます。

② 半導体デバイス事業をグローバル事業として強化

今後の国内半導体市場はさらに海外シフトによりグローバル化が進むことから、国内外一体化した組織体制で特に海外での徹底したローカル化を推進してまいります。

③ 自社保有技術の蓄積によるシステムソリューションビジネス強化

名実ともに「技術商社」になるべく、自社保有技術の蓄積・システム商材の開発に努め、ロボットなど次世代のシステム販売を得意とする「革新的技術商社」へと進化いたします。

④ 施設事業を第三の柱として主要事業化

今後の著しい成長が期待される関東、中部地区を担当する東京、名古屋支社の施設事業において人材を積極的に投入し営業能力を引き上げ、弊社営業の第3の柱となる事業に育てます。

⑤ 子会社とのシナジー効果アップ

相互の商品、技術、顧客などの検証を行い、グループとしての相乗効果をあげます。

【主要事業戦略】

◆FA システム事業 717 億円/2014 年—1070 億円 (149.2%)

「三菱FAといえば立花」から「FAといえば“立花”」を目指す。

- ① 関東、中部地区の電気機器と産業機械（産業メカトロニクス）販売について東京支社・名古屋支社の営業力をアップし、全社のFAシステム事業の均一化を推進。
- ② 自社保有技術による『システムソリューションビジネス』を推進。
- ③ 中国市場においてFA技術センターの充実により中国製造業の自動化ニーズに積極対応。

◆半導体デバイス事業 533 億円/2014 年—700 億円 (131.3%)

- ① 「半導体海外技術センター」の充実拡大を図り、今後進むと思われる日系企業の現地開発に対応する一方、技術を付加したローカル顧客開拓営業を強化。
- ② 海外市場においてすべてをローカル人材に任せた「ローカル営業組織」を2015年度に立ち上げ、ローカル顧客開拓を積極的に展開。
- ③ 既存商材を補完する目的で海外半導体メーカーを中心とした新規調達先を開拓し商材の品揃えと充実を図る。
- ④ 国内市場は中堅中小マーケットを対象とした新規顧客開拓の専門部署を立ち上げる。

◆施設事業 126 億円/2014 年—230 億円 (182.5%)

東京支社と名古屋支社に人員を戦略的に投入し、早期に本部クラスの組織に拡大し、本社レベルまで販売力を高め、第3の柱となる事業を目指す。

◆海外事業 (TOH) 237 億円/2014 年—440 億円 (185.7%)

拠点拡張策から既存拠点の充実策に軸足を移す。

ローカル営業マン増員と教育につとめ、他方FAE(フィールドアプリケーションエンジニアリング)人員の強化を図る。

以 上