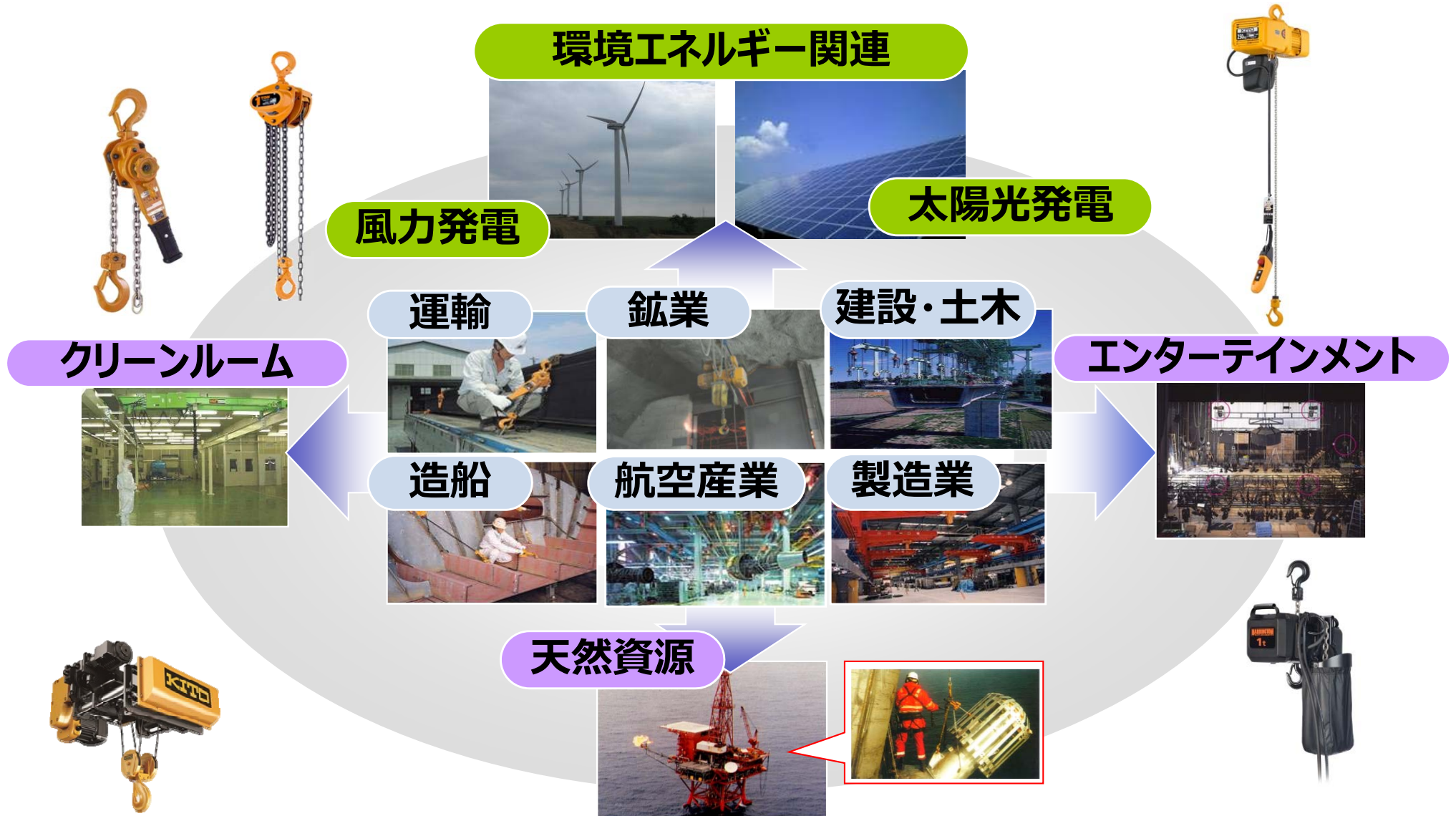


事業構造の補足説明と 中期経営計画の進捗



2019年5月20日

幅広い産業分野に顧客基盤



製品領域と取り組み

クレーン



2018年1月

フィンランド エリキラ社（ライトクレーンの製造販売）買収
欧州、日本において販売開始、グローバル展開の推進

巻上機
（ホイスト）



2018年4月

オランダ ヴァン・ルースデン社（ホイストのカスタマイズ）
高付加価値製品のラインナップ拡大、欧州での差別化



2019年5月

ロープホイスト：米国内での販売開始

スリング
吊り具など



2014年8月

北米最大級チェーン製造会社を買収（ピアレス）

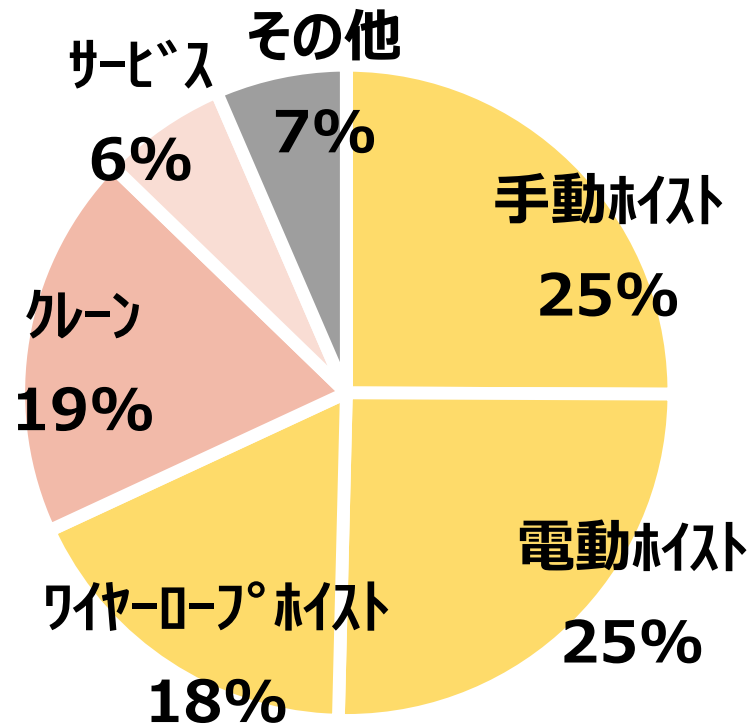
2016年2月

イタリア チェーン製造会社を買収（キトーイタリア）

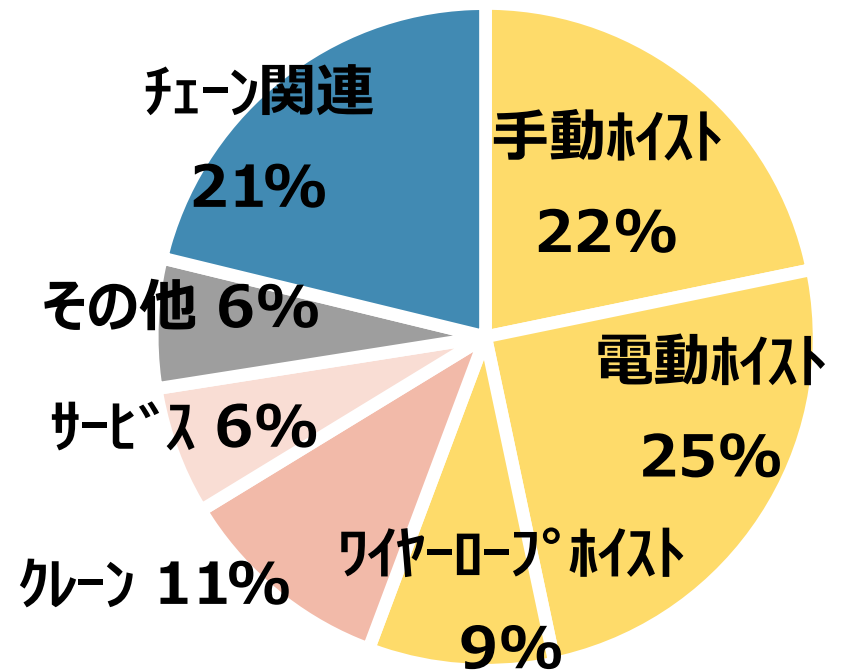
製品ポートフォリオの進化

- オーガニック成長に加え、2014年以降の米・欧・豪でのM&Aにより、製品ポートフォリオを拡充。ホイスト周辺分野の製品獲得で製品の多様性が進化

FY 2013



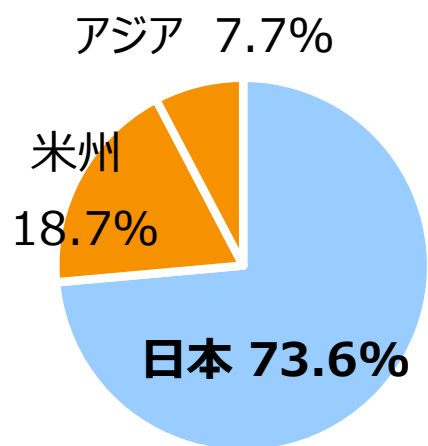
FY 2018



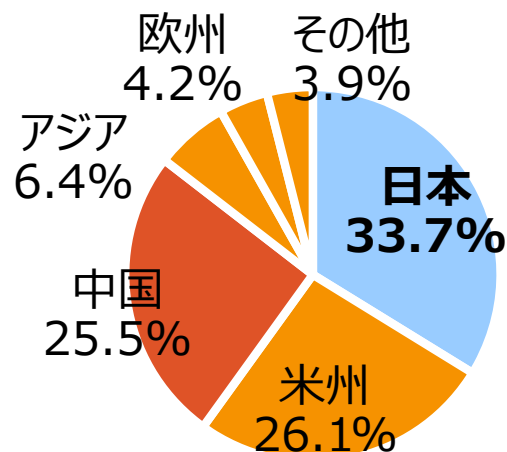
海外市場での成長

- 海外市場での成長により、地域分散の効いた事業ポートフォリオ構築
- 特定地域の需要動向に振られることなく、着実な成長を実現

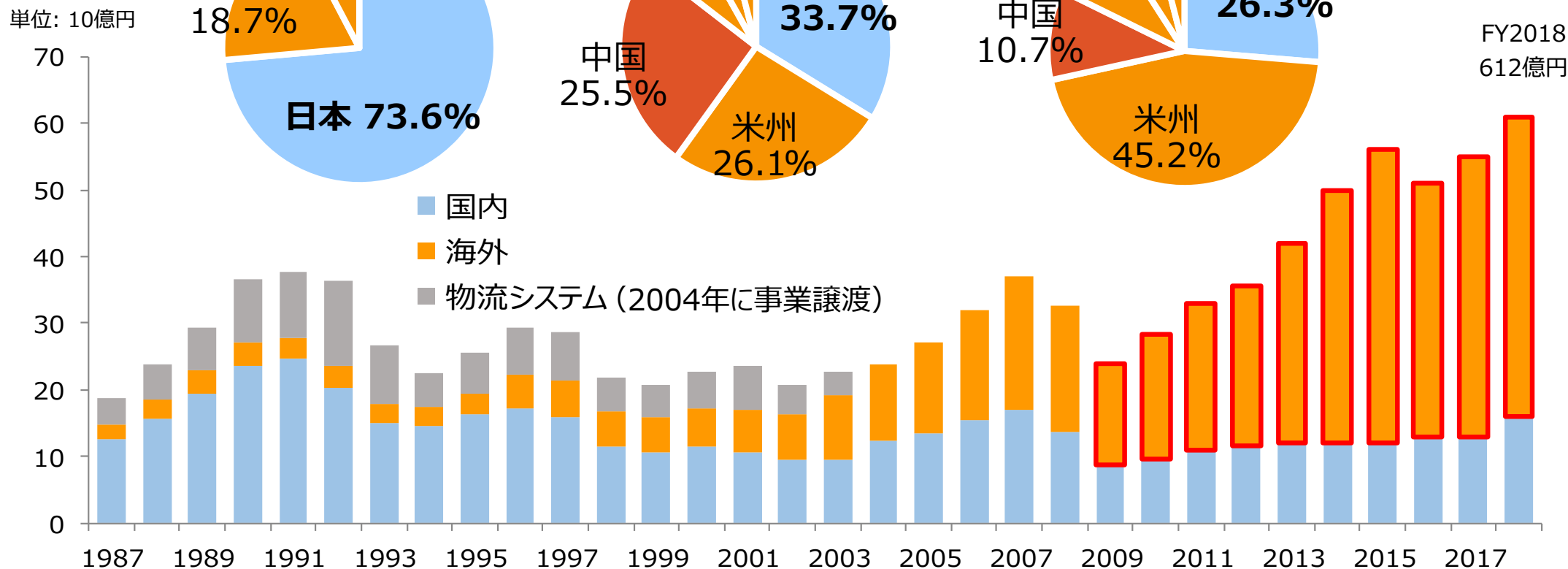
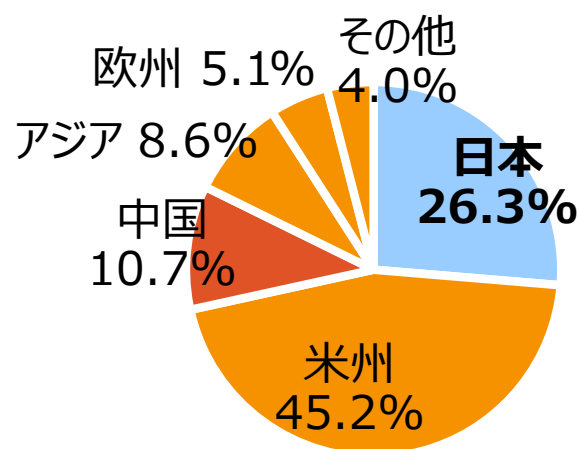
FY2000 売上高227億円
海外売上比率 26.4%



FY2010 売上高280億円
海外売上比率 66.3%



FY2018 売上高628億円
海外売上比率 73.6%



海外市場での成長（中国事業について）

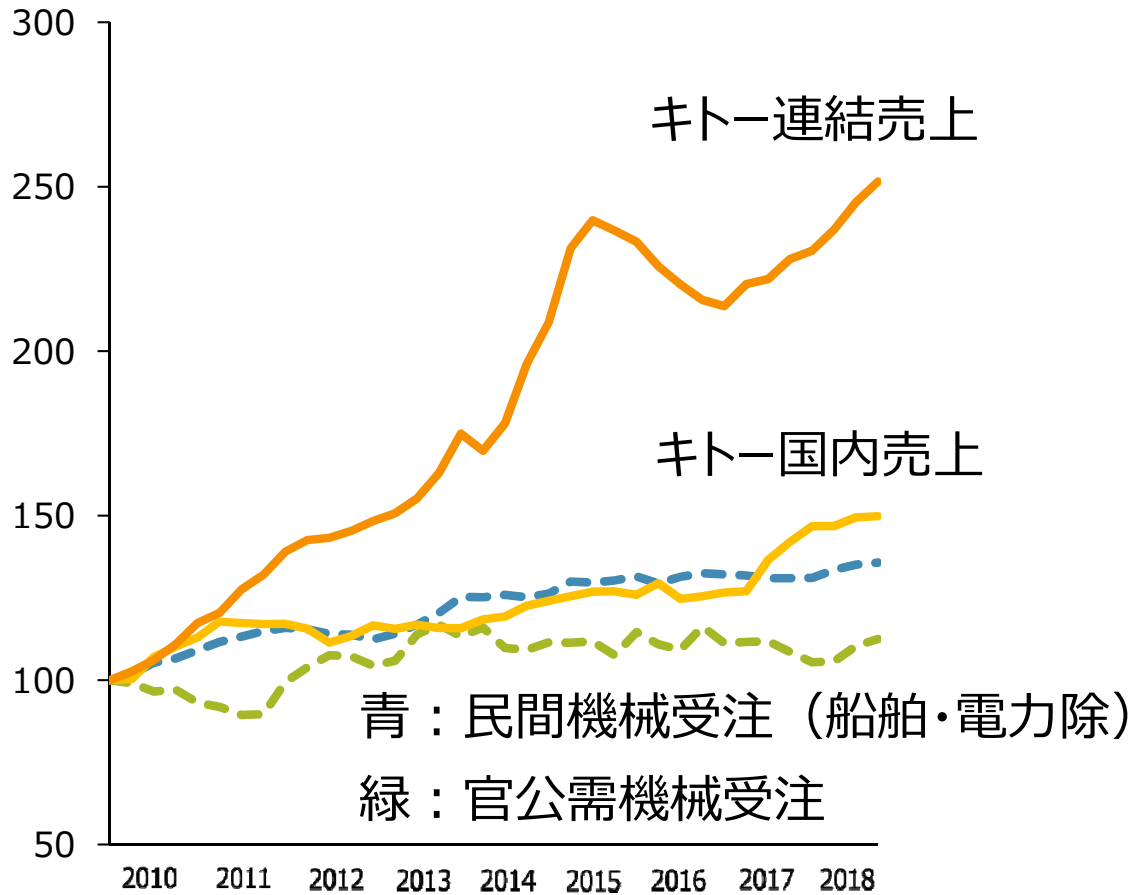
- 景気減速が懸念されるなか、成長産業のニーズを開拓
- 市場における安全意識・品質意識の高まりにより、シェアが拡大
- 高い利益水準を安定的に確保、過去7期の営業利益率は平均10.8%
- 中国生産の90%以上を、中国国内市場向けに販売

	江陰キトー（1995年 設立）	上海キトー（2004年 設立）
製品	ワイヤーロープホイストを中心に、 現地生産・現地販売	日本製チェーンホイスト製品の輸入販売
ターゲット	現地の製造業一般	日系を含む外資系企業、中国大手企業
事業構成比	80～85%	15～20%

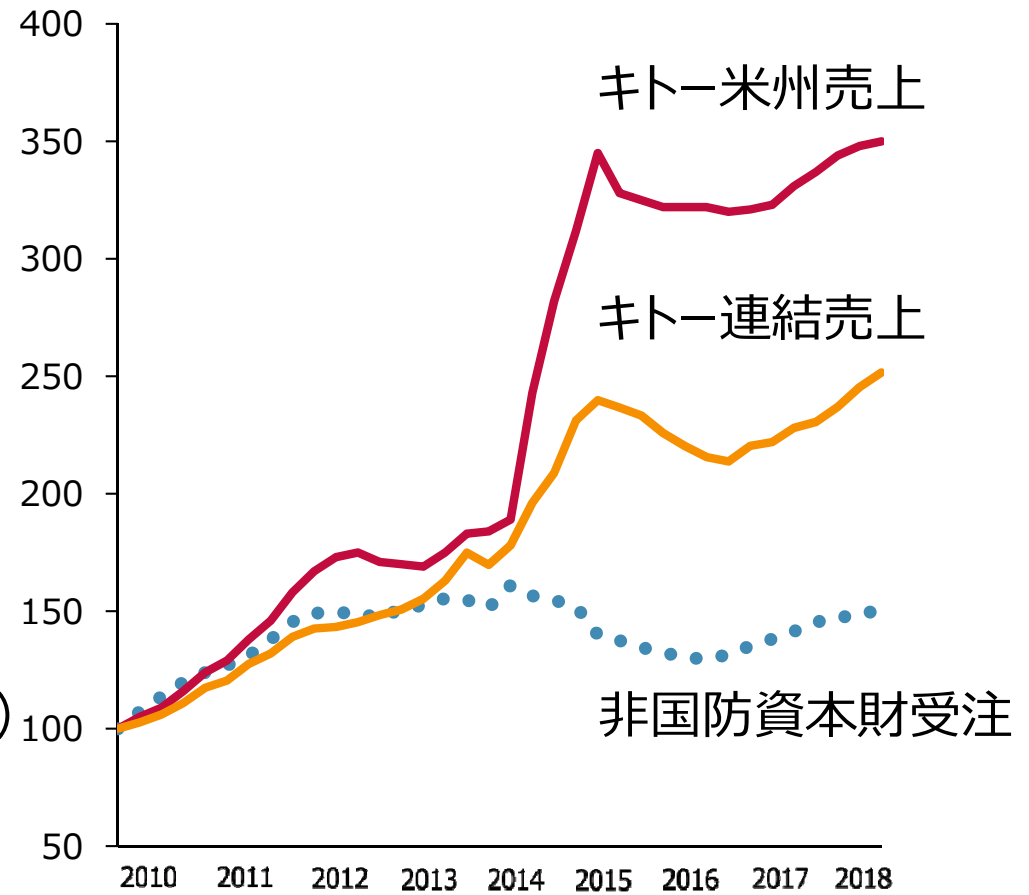
キトーの事業特性

- 多様化された事業構造により、主要な市場統計を上回る成長を実現

日本



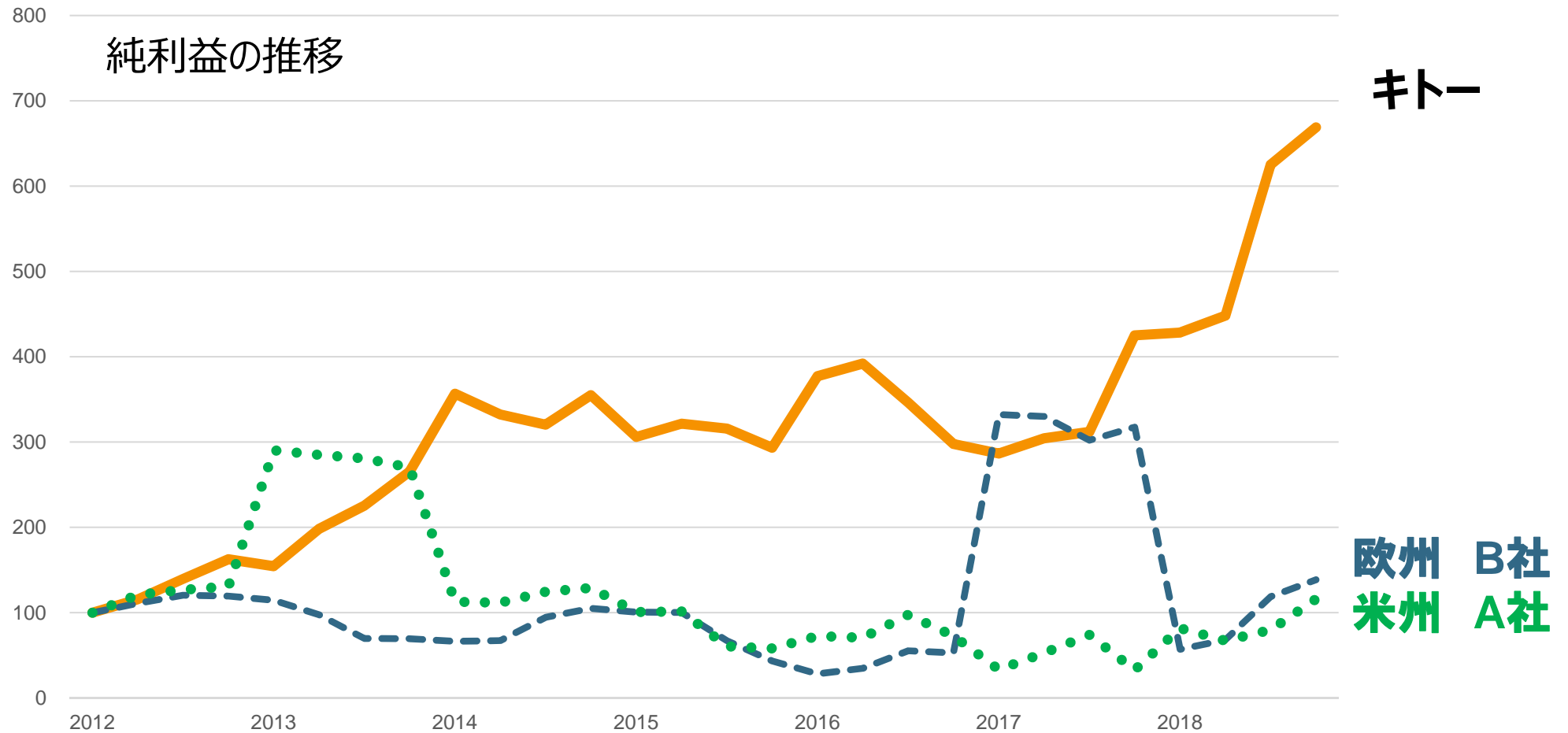
米州



注：直近12か月平均で作成。2009年4Qをそれぞれ100とする

キトーの成長力

- 地域分散、業種分散の効いたポートフォリオで、着実な利益成長を実現
- 同業他社に比べて利益面での成長が顕著



※直近12ヶ月平均で作成 2012年1月をそれぞれ100とする

3つの経営目標に向け 収益倍増を目指す

1 高収益体質への回帰

- ・生産設備リニューアル
- ・高収益事業への集中

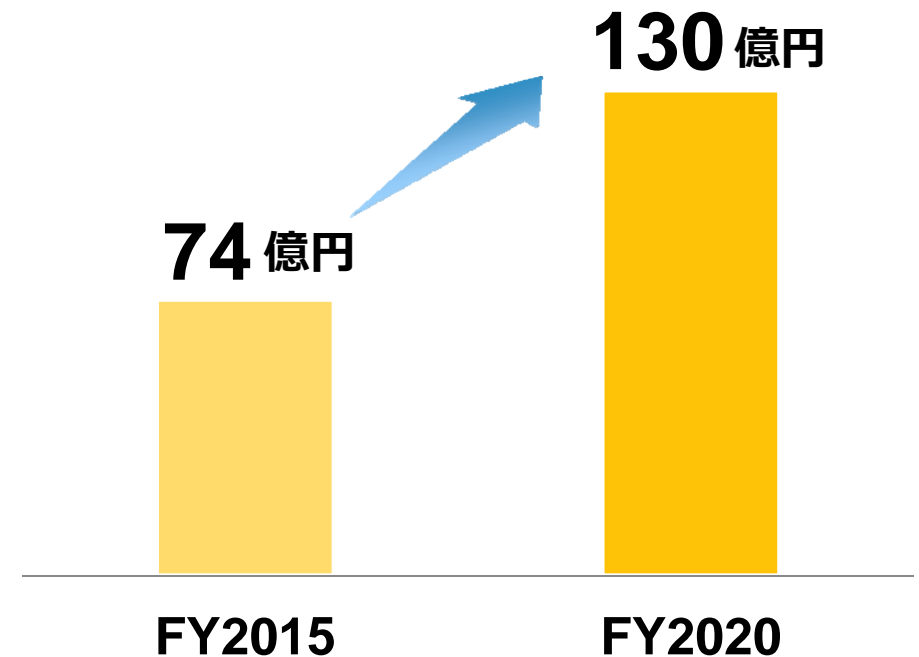
2 製品ポートフォリオ拡充による成長

- ・新製品の投入
- ・M & Aによる拡充
- ・既存製品の新市場への投入加速

3 真のグローバル企業への組織進化

- ・グローバル人材の採用と育成
- ・主要拠点における統一基幹システムの導入
- ・グループ内統一マーケティング・データベースの構築

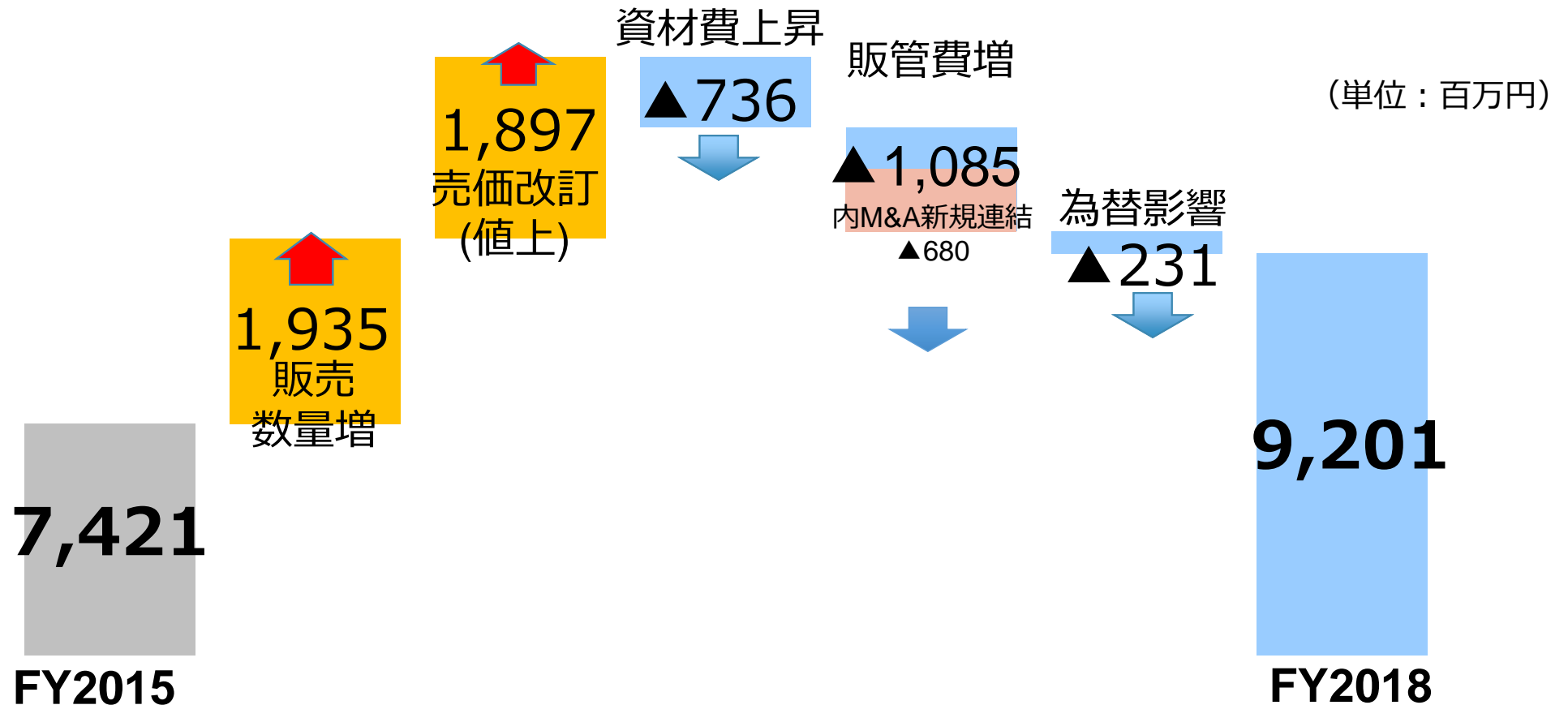
Financial Target



Phase1(基盤強化) から Phase2(本格的成長) へ

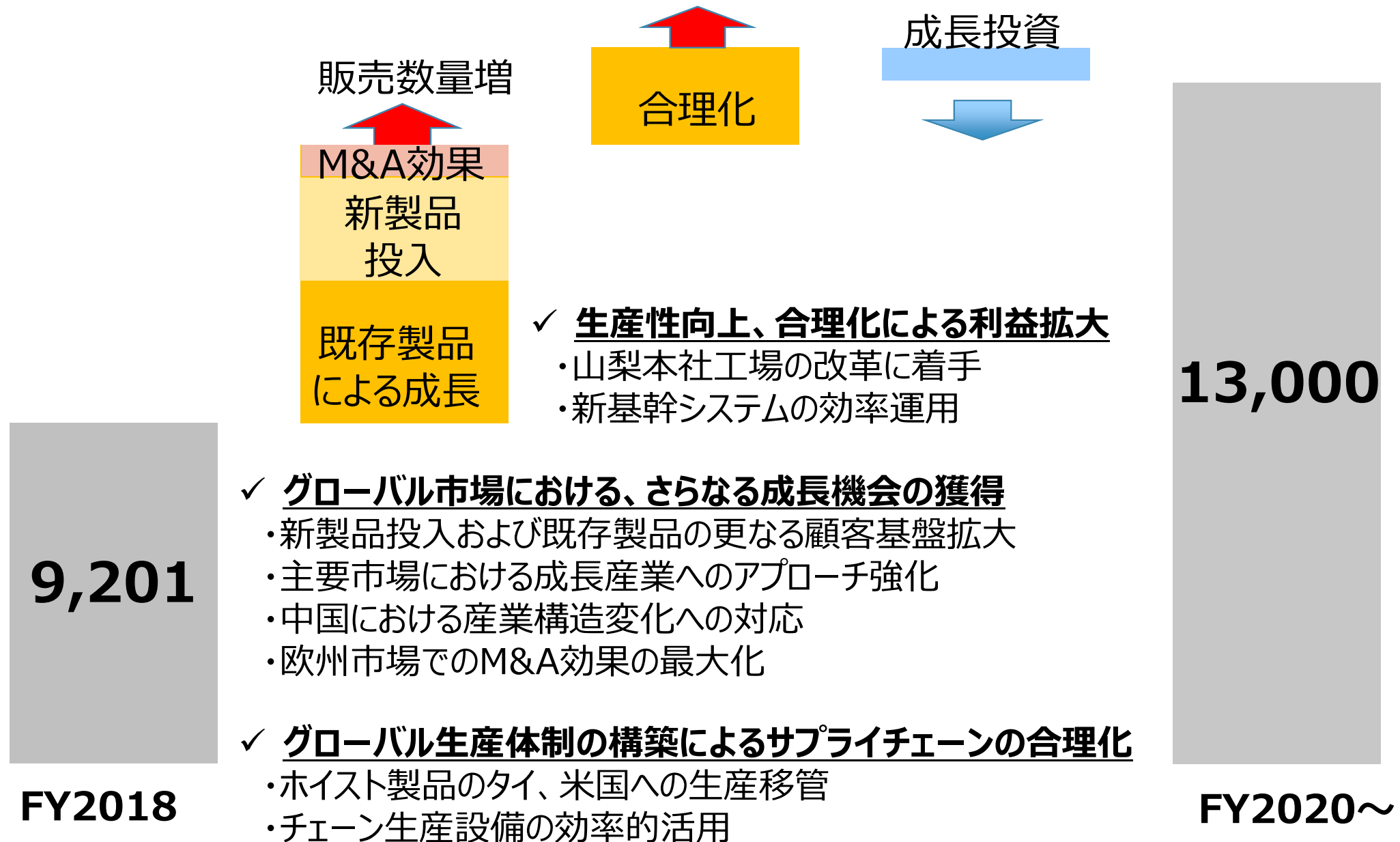
中期経営計画 Phase1 (基盤強化) のEBITDA推移

- 基盤強化に向けたIT投資 (基幹システム刷新) を完了。
安定稼働～業務効率化実現へ
- 中期経営計画は、Phase1 (基盤強化) から Phase2 (本格的成長) へ



中期経営計画 達成に向けた施策

(単位：百万円)



“Lifting Expectations”

