



平成 18 年 3 月 24 日

各 位

会社名 石原産業株式会社
代表者名 取締役社長 田村 藤夫
(コード番号 4028 東・大 第1部)
問合せ先 取締役 経営企画管理本部長
炭野 泰男
(TEL . 06 - 6444 - 1850)

第三次中期経営計画 (2006 ~ 2008 年度)
~ 復興と成長への挑戦 ~

当社グループは、2006 ~ 2008 年度を計画年度とする「第三次中期経営計画」(復興と成長への挑戦)を策定いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

【前中期経営計画の総括】

当社グループは、コア事業である有機化学、無機化学の各事業の基盤強化による成長性ある企業への変革を主要課題とした前中期経営計画「新三カ年中期経営計画」(2003 ~ 2005 年度)で掲げた目標達成に取り組んでまいりました。

この結果、事業収益面では概ね所期していた利益計画を達成しうる見通しにありますが、前中期経営計画の最終年度である 2005 年度においてフェロシルト問題が発生し、フェロシルトの回収に巨額の費用を要する見込みで、この費用を一括引当計上することから、同年度の最終損益が大幅に悪化するという遺憾な結果となりました。

< 前中期計画業績対比 >

(金額：億円)

	前中計計画 (A)	実績見込み (B)	差異 (B - A)
売上高	2,964	2,942	22
経常利益	187	230	43
当期純利益	137	24	161

【第三次中期経営計画の概要】

今回の中期経営計画は、「復興と成長への挑戦」をキーワードに企業体質の改革と各事業の成長戦略を推進します。

先ずフェロシルト問題に鑑み、フェロシルトの早期回収に全力を尽くして取組むとともに、今後二度と不祥事を起こさないよう社内のコンプライアンス体制を真に確立し、社会の信頼と企業価値の回復を図ることを最重点課題として取組みます。

各事業については、研究開発と生産に主体を置いたメーカーとしての成長を目指し、よりアクティブな企業活動、攻めの経営を遂行し、企業価値の持続的な向上を実現してまいります。

1. 経営目標

「顧客本位と環境を重視した企業活動を実践し、社会に真に役立つ商品を提供し、利益ある成長を続ける」

- (1) 顧客本位の徹底、環境保全、ISKブランドの構築
 - (2) R&D型企業として、差別化した技術、オンリーワン商品の開発によりグローバル競争へ対応
 - (3) 高付加価値、独創的な商品を継続的に提供することで、持続的な成長を実現し、企業価値を向上
- 成長性のある企業への変革・挑戦

経営数値目標（連結ベース）

（金額：億円）

	平成17年度見込み	平成20年度目標
売上高	1,040	1,208
営業利益	126	158
経常利益	103	135
当期純利益	118	84
ROE（株主資本当期利益率）	23%	13%
ROA（総資本経常利益率）	7%	9%
株主資本比率	27%	44%
有利子負債	597	476
為替レート 円/USドル	113.5	105.0
(期中平均) 円/1-0	139.0	130.0

2. 経営方針

- (1) 社会からの信頼回復、フェロシルトの早期回収、コンプライアンス体制の確立
- (2) “攻めの経営”による企業価値の増大
- (3) 国際競争力に勝ち抜く事業の総合力強化
- (4) コーポレートブランドの構築

3. 事業戦略

(1) 農薬事業

世界マーケットでの Tier 1、国内トップ3入り

“ 第二次成長期 ” の目標売上高 700 億円の早期達成

研究開発に特色のある農薬事業を推進し、持続的な成長・拡大を図り、プレゼンスを強化

コストダウン対策を強化して利益と競争力を創出

他社剤の買収、導入によるプロダクトラインの拡大

安全・安心への取り組み強化

既存提携先との関係維持・強化、及び自主推進体制の拡充、提携戦略の促進、

M&A も視野に入れた業容拡大

(2) 酸化チタン事業

国内・アジアのトップサプライヤーの地位堅持、世界シェア 5 % の確保

塩素法を主体としたメーカーへの転換、国際競争力のある製品の提供

コア事業として事業収益力の更なる改善、業容・事業価値の拡大

技術・品質・コスト・サービスの面において、顧客からの信頼獲得

硫酸法は、既存ユーザーへの供給責任を果たすことを前提に、特徴ある高付加価値製品を指向

(3) 機能材料事業

第三のコア事業、開発型高収益事業として、無機事業の成長と事業価値の向上に貢献

売上高 150 億円への挑戦

先端技術を駆使し、顧客のニーズを先取りした、価値のあるスペシャリティ商品を市場に提供

成長性のある分野（IT、エレクトロニクス、環境生活関連など）で、チタン及び非チタン系素材の世界トップレベルのメーカーとしての地位を確保

各製品の価値を最大化する事業戦略を実行

(注) 上記の業績予想、事業計画につきましては、種々の前提に基づき作成したものであり、今後の業績等は業況の変化等により異なる場合があります。

以上