

新中期経営計画「V04」

株式会社フジユニバース

代表取締役社長 鈴木 一和雄

2002年6月17日

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



目 次

- ・ 中期経営計画 V 0 3 の概要と成果
- ・ 新中期経営計画 V 0 4 の概要



・ 中期経営計画 V 0 3 の概要と成果

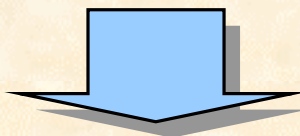
・ 中期経営計画 V 0 3 の概要と成果



1. 中期経営計画V03の概要

基本的な考え方

NRPに対応し、販価下落・売上横ばいの想定下でも収益を確保するための事業戦略



(2000年3月20日決定)

戦略的中期課題

- ① 拡販の推進
- ② 連結資産圧縮
- ③ 技術力の向上
- ④ 人員規模の適正化
- ⑤ 海外子会社の自立化

V03の成果



2. V03の成果 拡販(1)

- ・ 日産圏外、国外メーカーへの販売促進
- ・ 自社開発商品の拡販

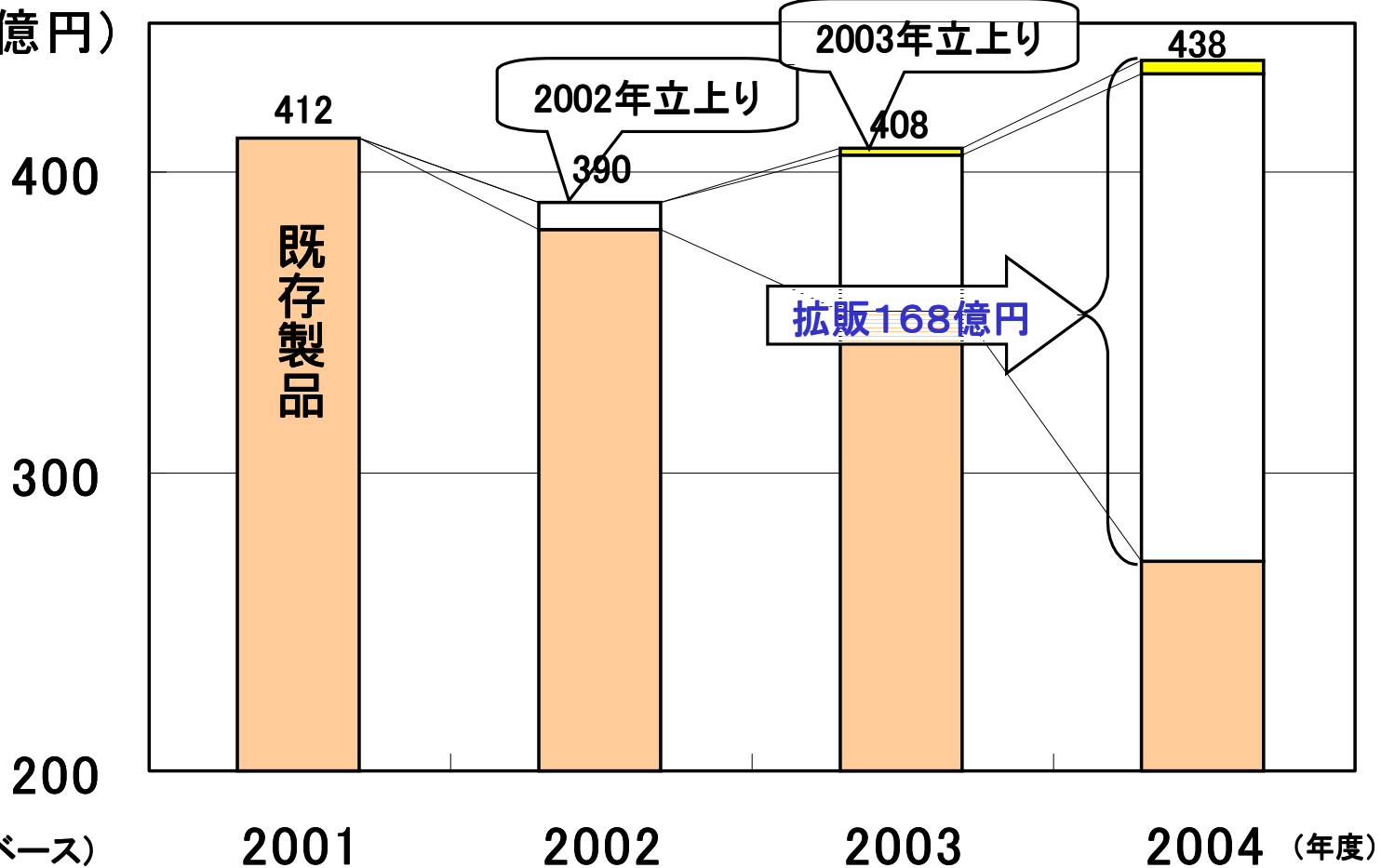
セグメント	商品名	立上時期			2004年度 売上高予測
		2002	2003	2004	
M/T	商用車 M/T		→		168億円
四駆	SAV T/F	→			
	SUV,ピックアップ T/F		→ → →		
	軽,小型 カップリング	→			
AT・部品	国内 ワンウェイクラッチ	→ →	→		
	海外 ワンウェイクラッチ			→	
産機	コンバイン ギアボックス	→			
	小型芝刈機 T/M	→			
	フォークリフト ATM		→	→	
	バッテリーフォーク リダクション		→	→	



2. V03の成果 拡販(2)

売上高予測

(億円)



(注: 単独ベース)



3. V03の成果 有利子負債圧縮

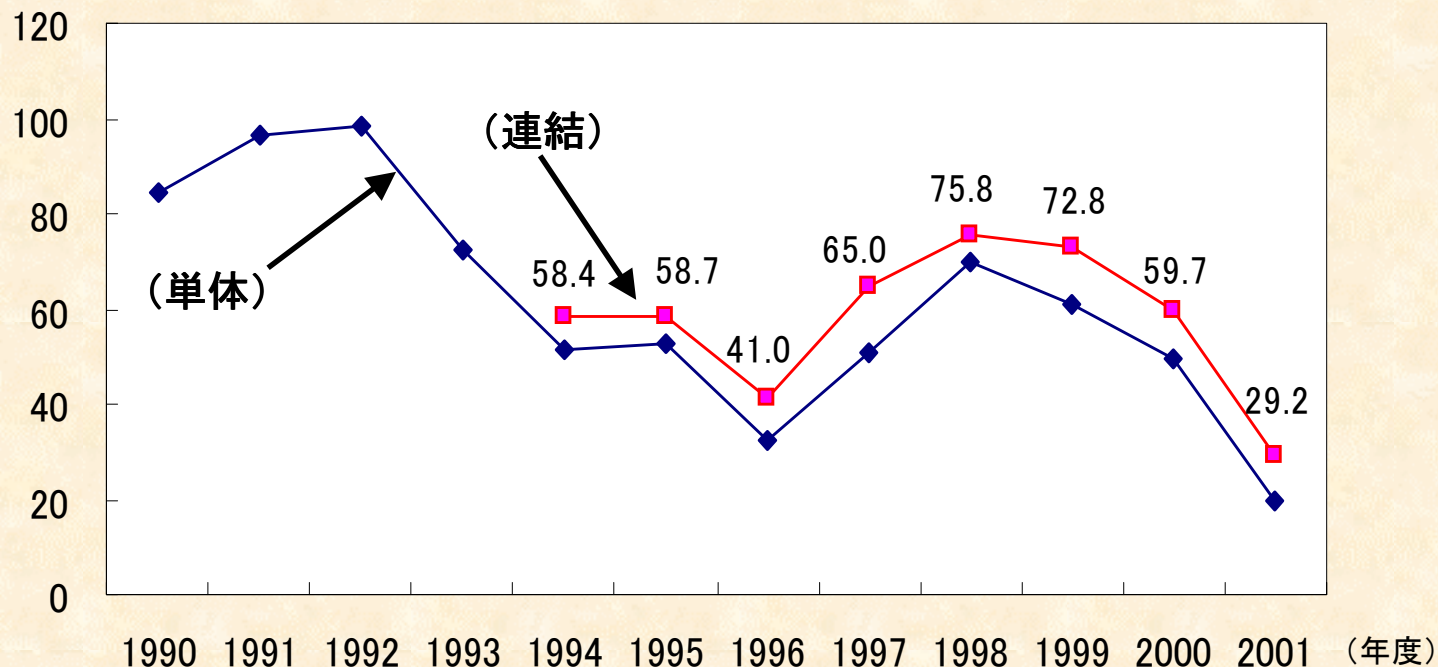
有利子負債の圧縮

中期計画V03の目標値を上回るペース

- ・ 2000年度中に、有利子負債を約13億円削減し、2001年3月期残高は約59.7億円
- ・ 2001年度7月に、社債を全額償還
- ・ 2001年度末有利子負債残高は約29.2億円(当初目標55億円)に圧縮

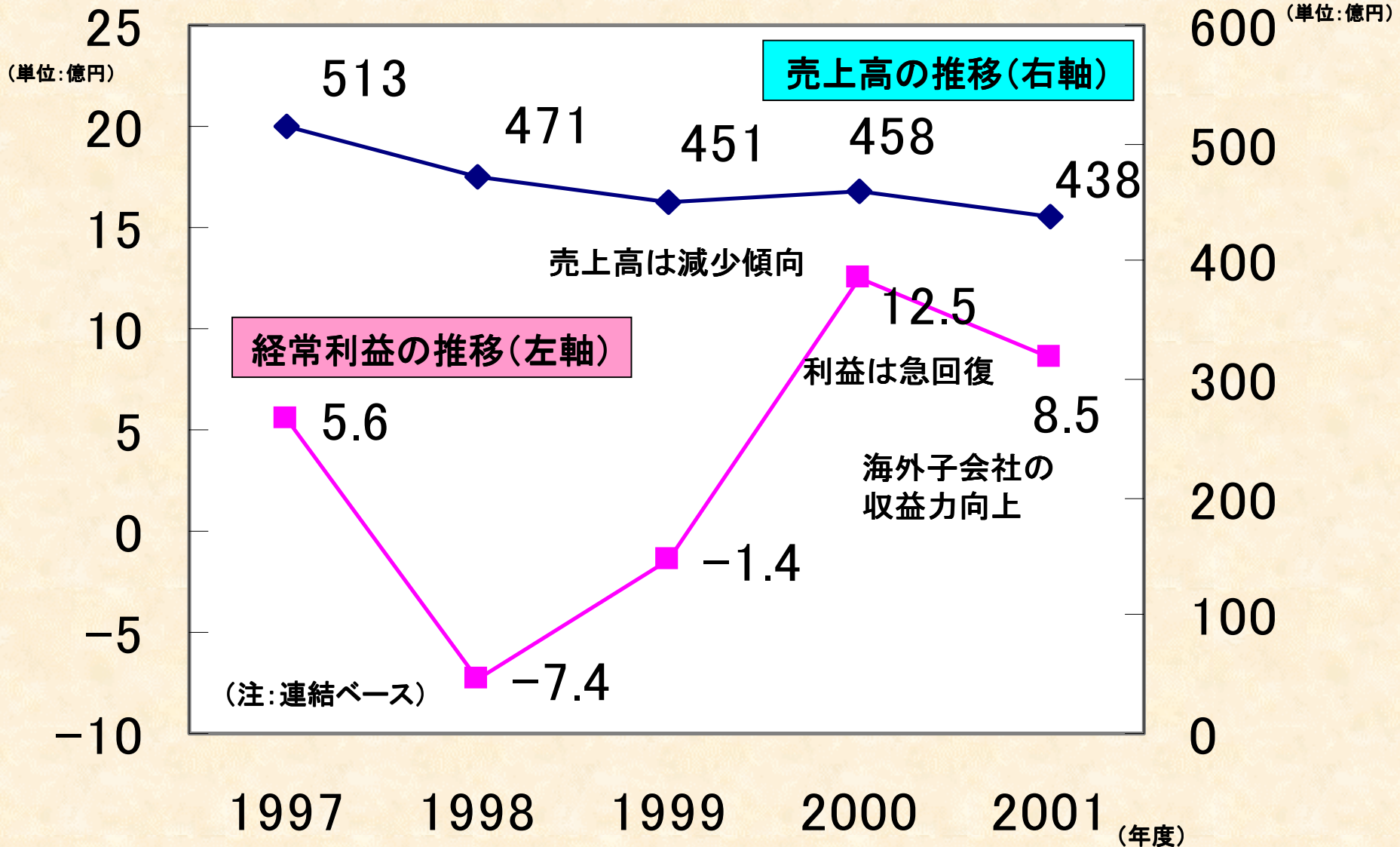
(単位:億円)

有利子負債残高





4. V03の成果 V字型の利益回復





・新中期経営計画V04の概要

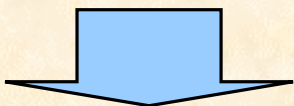
・新中期経営計画V04の概要



1. 経営環境の認識

経営環境

自動車メーカーにおけるノンコア分野でのグローバル競争力のある
サプライヤーからの調達の加速



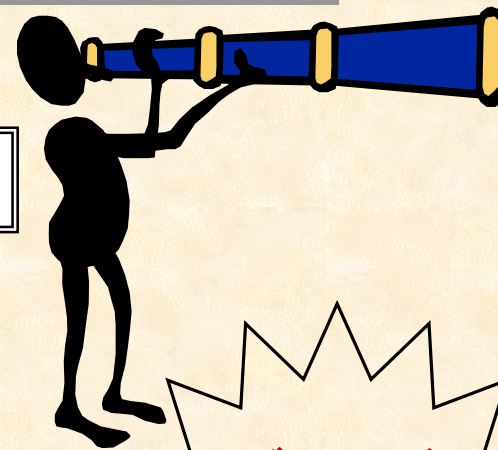
グローバル・サプライヤー間の競争激化



V03戦略製品トランスファケースの例
北米市場のグローバル競争に勝った



新中期経営計画V04



グローバル競争の
相手が見えて来た



2. 経営ビジョン

経営ビジョン

駆動系のグローバルプレイヤーを目指す

系列を超えたグローバル競争の勝ち残り ⇒ 新中期経営計画 V04
グローバルNo. 1 競争相手の市場、商品力、技術力を意識した戦略

日産リバイバルプラン ⇒ V03

事業の枠組みは大きく変化させずにNRP対応の為の合理化戦略



3. ①V04経営目標

連結経営目標

・ 営業 R O A 7 % 以上

2 0 0 4 年度：総資産回転率 1 . 7 5 以上

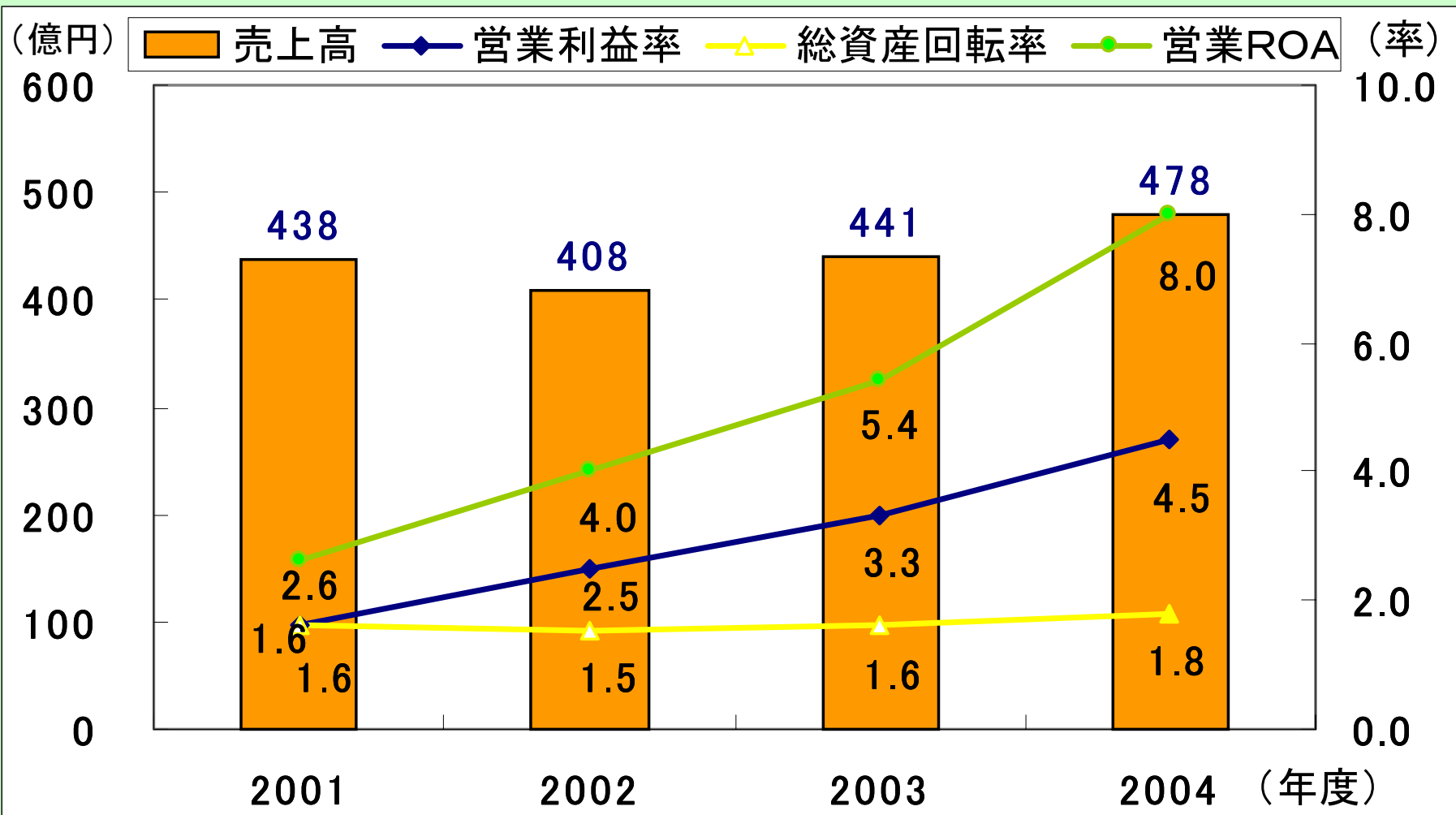
営業利益率 4 % 以上

・ 2 0 0 6 年度 売 上 高 500億円以上

(2 0 0 4 年度末までに 2 0 0 6 年度売上高500億円以上になる受注契約を達成する)



3. ②V04中期目標





4. V04戦略課題

新中期経営計画 V04

グローバルNo. 1競争相手の市場、商品力、技術力を意識した戦略

グローバルコンペチターに勝てる商品力
(品質を第1としたモノづくり)、
自社技術のレベルアップ

戦略製品の市場開拓によるビジネスチャンスづくり

V04戦略推進の為の人材開発





4. V04戦略課題①

グローバルコンペチターに勝てる商品力
(品質を第1としたモノづくり)、
自社技術のレベルアップ

開発技術力

開発期間、開発コスト、
要素技術、評価技術

最適工順

海外子会社の位置
付け、活用、内外
工順の設定

グローバル
No.1
商品力

生産技術力

100%品質保証、生産リードタイム、
面積生産性

最適調達

サプライヤパネル
の整備

グローバルNo.1を目指すベンチマーキング



4. ①-1 グローバルNo. 1製品開発力

戦略内容

グローバル競争相手のベンチマーキングに基づく

- ・ 製品品質
 - ・ コスト
 - ・ 開発リードタイム
- } の革新



4. ①ー2 グローバルNo. 1生産技術力

戦略内容

- ・品質を第1としたモノづくり
- ・グローバル競争相手のベンチマーキング活動
- ・世界トップ水準のモノづくりの構築



4. ①ー3 グローバル最適生産の推進

戦略内容

- 各拠点の位置付けを明確にし、主要製品の
コストオリエンテッドの生産拠点と新市場
での販売を狙いとしたグローバル生産工順
の最適化を推進



4. ①ー4 グローバルNo. 1調達力

戦略内容

- ・ グローバル調達品のベンチマーキング
- ・ QCDを勘案したサプライヤパネルの整備
- ・ ベンチマーク達成の為のサプライヤとの共同作業



5. V04戦略課題②

戦略製品の市場開拓によるビジネスチャンスづくり

戦略内容

- ・ 成長性の期待できる地域の市場開拓
- ・ 自動車メーカー、システムメーカーへの戦略的営業活動
- ・ アライアンスを含む品揃え、グローバル販売の体制づくり



6. V04戦略課題③

V04戦略推進の為の人材開発

戦略内容

戦略執行に対応した人材開発

ビジネスプランニングのスキル向上

人材育成

- ・キャリアパスのしくみ作り

ビジネスモデル転換に必要とする人的資源

開発と再配分

- ・企業グローバル化の水準向上
- ・中核人材の人材開発企画の展開



7. 企業価値向上から事業セグメント価値向上へ

経営目標
営業ROA:7%以上



各事業セグメント価値向上のためのビジネスプラン

M/T セグメント	四駆 セグメント	AT・部品 セグメント	産機 セグメント
製 品	開	発	戦 略
生 産	技	術	戦 略
生 産	工	順	戦 略
市 場	開 拓	・ 拡 販	戦 略



7. ①M/Tセグメント戦略

製品開発戦略

顧客ニーズ及び地域に適合したM/Tのシリーズ化

生産技術戦略

現地生産、現地販売に適合した生産方式の構築

中型以下の商用車用M/T に特化したビジネス展開

- ・ピックアップトラック(1tクラス)
- ・商用車(1t~4t)
- ・トラック(4t~8t)
- ・RV(SUV)

生産工順戦略

生産アライアンスを含めたビジネス拡大と競争力強化のための生産工順の最適化

市場開拓・拡販戦略

アセアン、中国市場の開拓、新顧客プロジェクト参入



7. ②四駆セグメント戦略

製品開発戦略

新ユニットの玉成と新開発
商品への取り組み

生産技術戦略

先進技術の開発
熱処理技術
超高速・高精度化技術

トルク伝達装置を事業の柱に グローバルでのビジネス展開

- ・SUV用トランスファケース
- ・駆動力配分装置
- ・バギー用デフユニット

生産工順戦略

北米、インドネシアの生産
拠点を活用した最適生産工
順の展開

市場開拓・拡販戦略

アセアン、中国市場の開拓、
新顧客プロジェクト参入、
FF車四駆システムの強化



7. ③AT・部品セグメント戦略

製品開発戦略

選択製品に対する改良設計
による商品の優位性確保

生産技術戦略

コア技術の選択と集中、
生産リードタイムの短縮

自社開発商品の拡販強化と OEM製品のコスト競争力の強化

自社開発商品(オーバーランニングクラッチ)

- ・国内:ATユニットメーカー、2輪メーカー
- ・海外:ATユニットメーカー への拡販

生産工順戦略

生産工順の最適化、シンプ
ル化とグローバルな視点に
立った生産工順

市場開拓・拡販戦略

国内、海外市場への拡販活動



7. ④産業機械セグメント戦略

製品開発戦略

大型農建機、フォークリフトのコア技術の確立

生産技術戦略

少量変動生産への機動的な対応

**ニッチな大型農機、建機、産機での
ユニットビジネスのグローバル展開**
開発～生産までの一貫対応できる強みを生かしたモノづくりと拡販

生産工順戦略

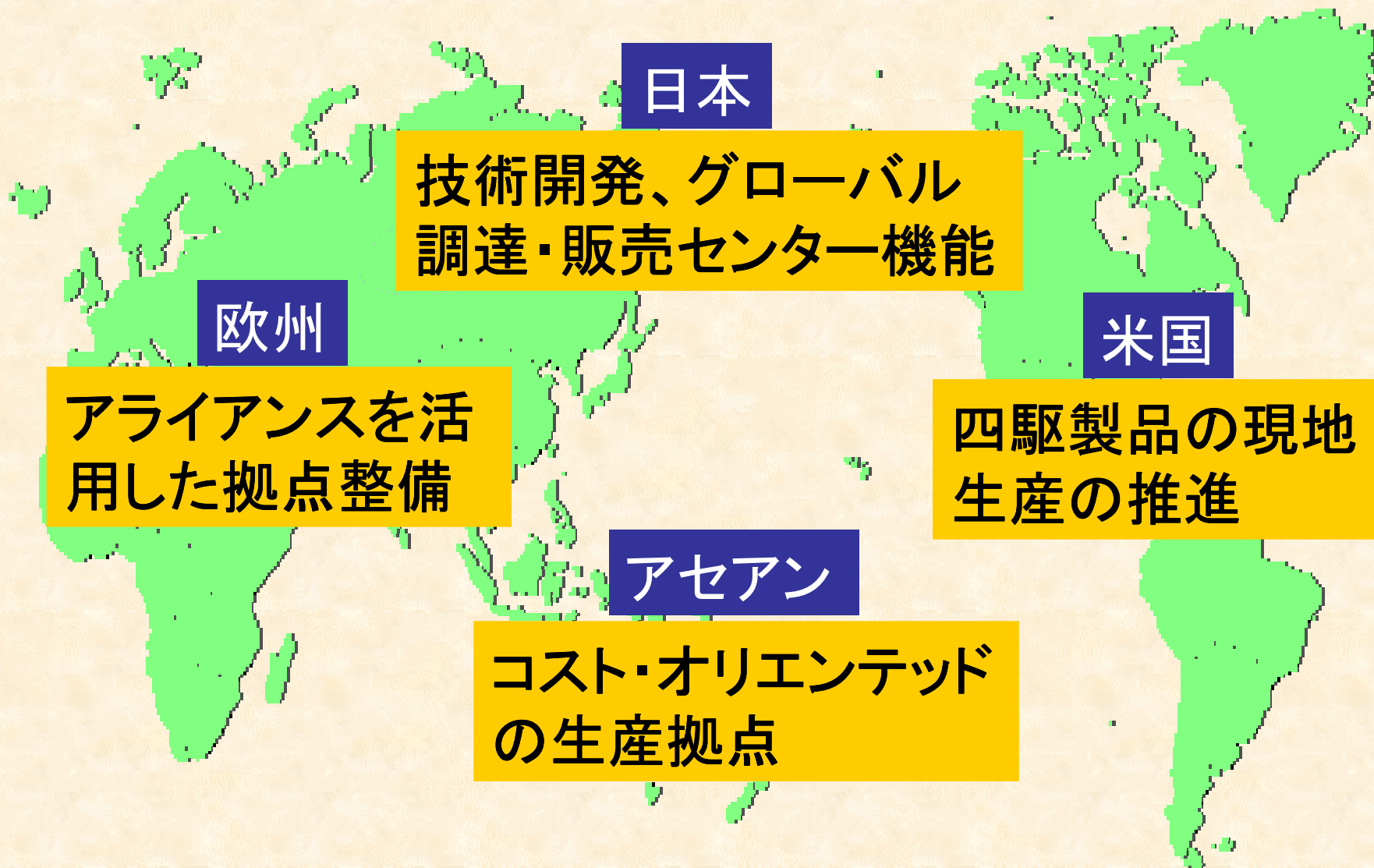
海外生産拠点活用と新規調達先開拓によるグローバル生産工順の最適化

市場開拓・拡販戦略

欧州、アジアを中心としたフォークリフトビジネスの開拓

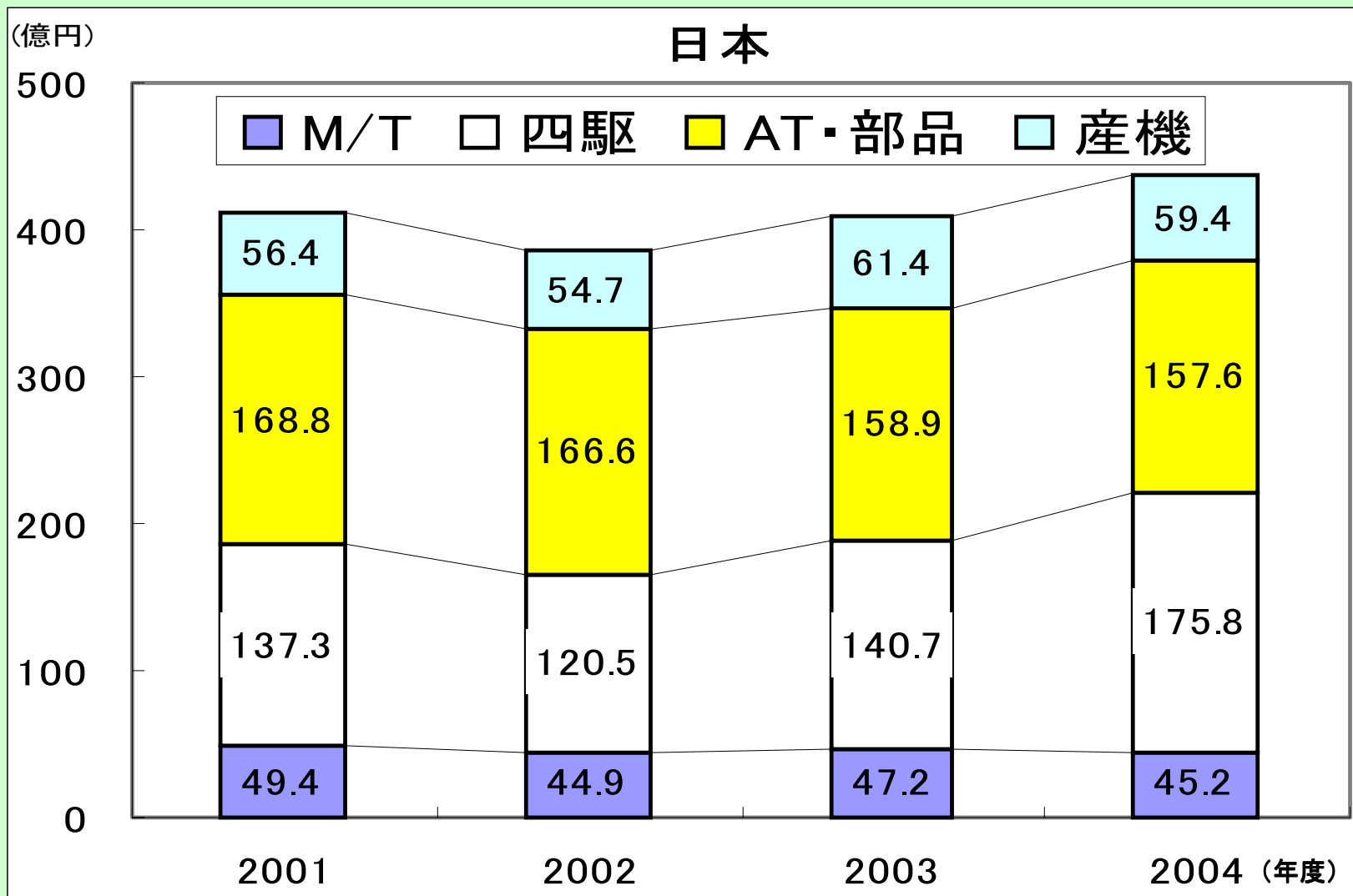


7. グローバル地域戦略



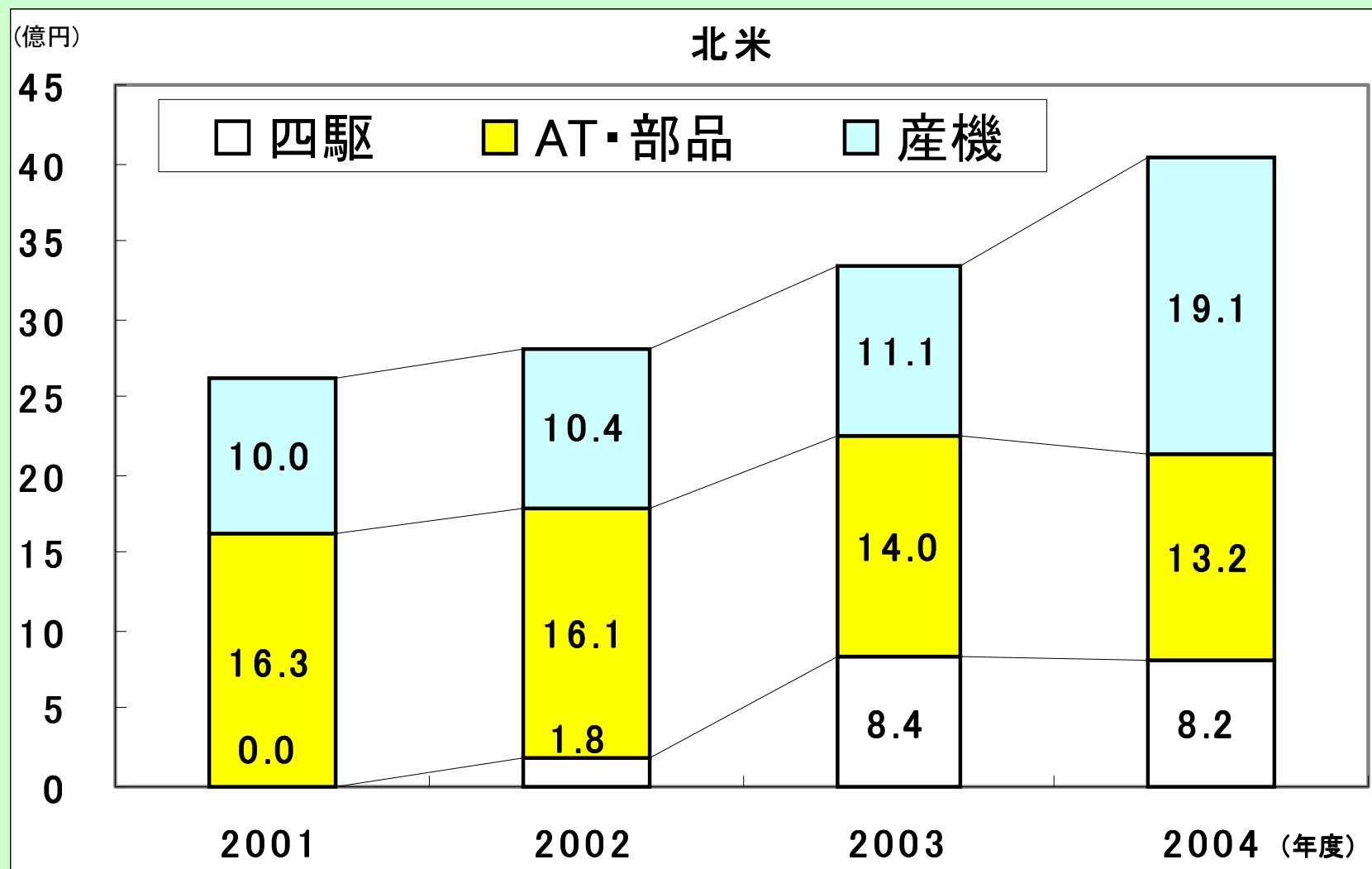


7. 生産地域別売上計画 日本



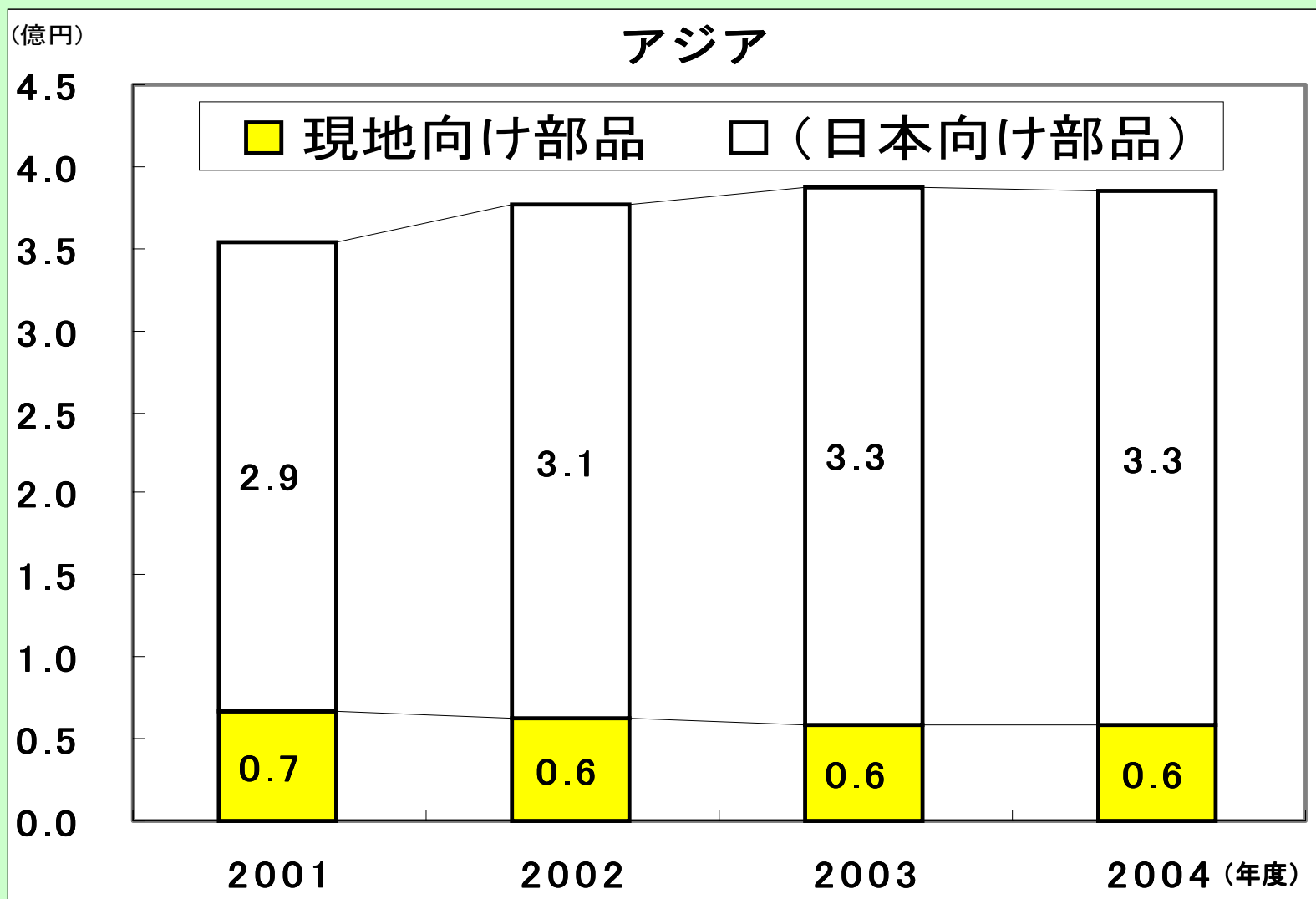


7. 生産地域別売上計画 北米





7. 生産地域別売上計画 アジア



Unique Advancement in Human Resources and High Technologies

FUJI UNIVANCE CORPORATION

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