

コベルコ建機グループ 中期経営計画<2016~2020年度>

コベルコ建機グループは、「中期経営計画<2016~2020年度>」を策定致しました。

《前中期についての総括（2013~2015年度）》

（ショベル事業に関して）

2013~2015年度の前中期では、欧米への事業再参入を遂行、全世界でのコベルコブランド価値の最大化を図るとともに、一定シェアを獲得できているエリアは収益重視の戦略を行い収益最大化を目指し、いかなる事業環境変化にも追従できる強靱な事業体への変貌を遂げるといふ基本方針のもと、経営課題に取り組みました。

具体的には、開発・生産面では、開発リードタイム短縮を推進し、重機・ミニそれぞれ開発期間をいままでの約1/2に短縮することに成功しました。また、生産トータルリードタイムについても大幅な期間短縮を達成しました。広島沼田工場においては、部品工場としての競争力強化と高付加価値メニューの内作化に取り組みました。

営業面では、欧米への事業再参入として、欧米ともに代理店流通網の構築を着実に進め地歩を固めており、北米工場の立ち上げについても1年前倒しでの実施を決め、間もなく稼働を開始いたします。

（クレーン事業について）

2013~2015年度の前中期では、12年度まで続いた3期連続連結最終赤字という状況下での13年度黒字化の必達、安定収益を確保するための事業基盤の確立と事業拡大・発展に向けた基礎固めという2つの基本方針のもと、経営課題に取り組みました。

結果として、概ね好調な市場環境にも恵まれ収益は拡大、13年に経常黒字化を達成、以後増収を続けており、成果を出すことができました。事業の選択と集中という観点からは、不採算メニューの見極めをおこなう一方、大型LBCC市場への再参入を意思決定しました。

《今中期について（2016~2020年度）》

今中期は、ショベル事業とクレーン事業を有する新たなコベルコ建機としての中期経営計画となります。統合効果を出すとともに、両社の強みを生かしたシナジー効果を生み出し、発展・継続させてまいります。

市場ごとに環境が大きく変化する中で、中国事業の立て直しやICT推進、大型クローラクレーン事業への再参入など、それぞれの市場にあったエリア戦略を製販で進めていくとともに、前中期から継続してきたグループ内の体制や仕組みの構築、改善を継続・発展させ、より強靱な事業基盤の確立を進めることで、グローバル市場で成長し続けることを目指します。

中期的な経営方針は以下の通りです。

《中期経営方針》

○業界のチャレンジャーとして、「商品」と「ものづくり」さらに「流通・サービス」の差別化を推し進め、グローバル市場で成長し続ける。

○建機ビジネスを通じて、新たな価値を創造し、豊かな社会の発展に寄与する。

また、具体的には以下の基本戦略に基づいて、事業活動を展開してまいります。

《中期経営計画基本戦略》

(ショベル事業の戦略)

1. 欧米と次なる成長エリアでのプレゼンスを高め、世界におけるグローバルショベルメーカーとしての存在感を確立する

- 守る市場・攻める市場・拓く市場に分け、メリハリのあるエリア戦略
- エリアへの商品対応力強化に向けたマーケティングマネージャの設置
- エリア固有情報を的確に掴み対応するカスタムエンジニアを配置

守る市場	日本、東南アジア、中国
攻める市場	北米、欧州、インド
拓く市場	中東、アフリカ

2. 他社の追随を許さぬ差別化商品・サービス、ITを活用したソリューションを提供、「顧客」と「流通」から選ばれる企業体となる

- i-Construction対応による商品価値の創出とユーザーとのオープンなシステム構築
 - ICTプロダクト推進センター設置による戦略情報の一元管理と発信
 - 工場のSmart_Factoryへの深化
 - 内製化によるコア技術の獲得と次世代技術の獲得
- ※情報通信技術（ICT）への取り組みについては別紙を参照ください。

3. いかなる事業環境変化にも追随でき、安定的に収益を確保できる強靱な事業基盤への進化を遂げる

- フィールドからの情報による仕込精度向上と営業活動への展開
- 全生産拠点の負荷バランスを考慮した部品・本体のソーシング体制構築
- 更なる開発・生産リードタイムの短縮による競争力の強化

(クレーン事業の戦略)

4. 安定収益確保に向けたオペレーションの質の向上

- 重点エリア毎の特性に応じた顧客対応力の強化
- 生産変革の進化による更なるリードタイム短縮と機会損失の最小化

5. 事業の成長に向けた基盤構築

- 新商品・新機種発売（フルモデルチェンジ）のタイムリーな市場投入
- ブランド力強化とトップランナーを目指した技術力向上
- 大型クローラクレーンの事業基盤確立

(共通の戦略)

6. グローバル人材の効率的な育成とスピリットの浸透によるグローバル展開力を強化する。

- 全世界のコベルコ建機グループへのスピリット（コベルコらしさ）の浸透
- 若手からOJT/OFF-JTによるGKパーソンの育成

《経営目標》 【中期経営計画 経営目標イメージ（連結ベース）】 単位：億円

	2015年度 (2社計)	2016年度 見通し	2020年度 イメージ
売上高	3,446	3,350	4,000 以上
経常利益	△121	80	300 以上

《重要な経営数値目標（2020年度）》

- グローバルシェア（重機ショベル+ミニショベル）：10%
- グローバルシェア（クレーン）※中国を除く：40%
- 業界売上高全世界：10位以内
- ROA（経常利益÷総資産）：5%以上

以上