

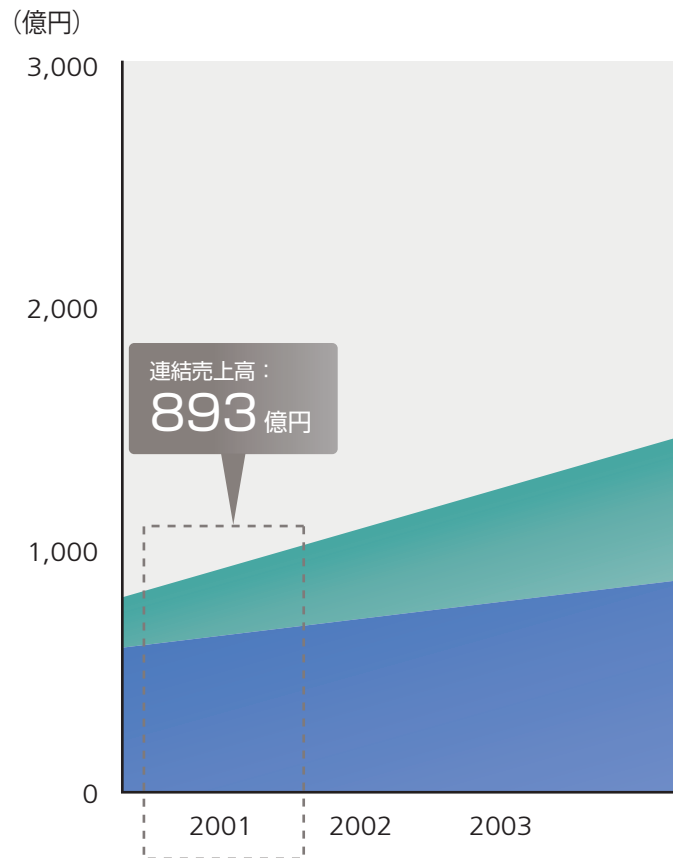
長期経営目標と中期経営計画

長期経営目標「2010年度ビジョン」

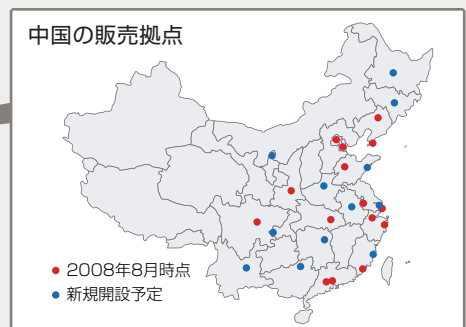
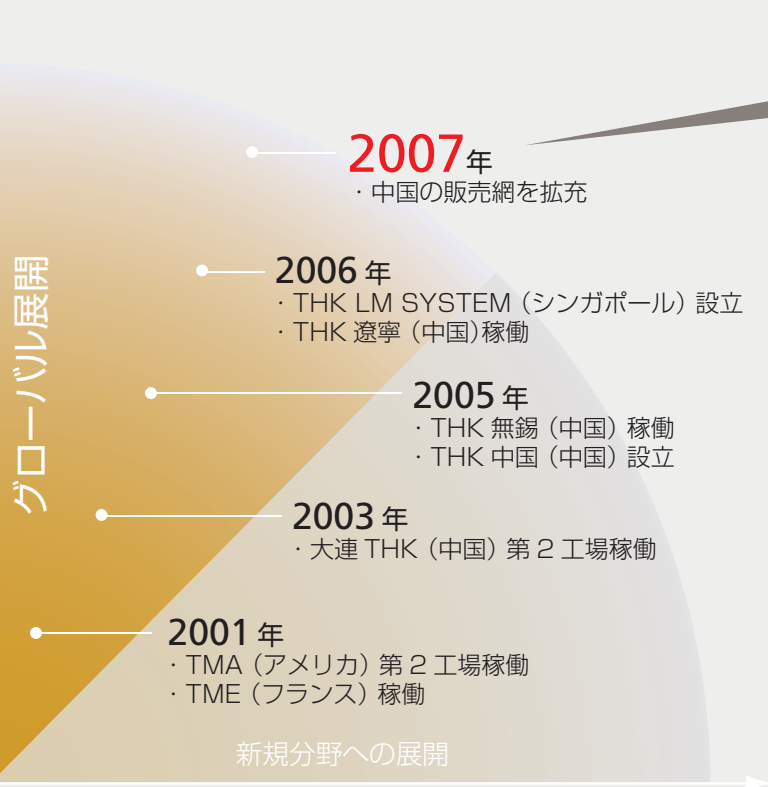
- 「2010年度ビジョン」は、設立30周年の節目を目前に控えた2000年度に、以後10年間の会社の方向性を示すべく設定した長期経営目標であり、フィックスプラン
- 特定の地域・業界の動向に左右されることなく安定的に売上高を増加させるべく、「グローバル展開」と「新規分野への展開」によりビジネス領域を拡大し、連結売上高3,000億円、海外売上高比率50%の達成を目指す
- 「グローバル展開」では、需要地生産こそが最適地生産との考えのもと、日本、米州、欧州、アジアの4極において製販一体体制の強化を図る
- 「新規分野への展開」では、資本財中心のビジネス領域を、消費財（民生品分野）に近い分野にも広げることを狙う

中期経営計画

- 中期経営計画は、長期経営目標の達成に向け、事業環境の変化を踏まえて作成する3年単位のローリングプラン
- 2008年5月に発表した中期経営計画では、当社グループを取り巻く事業環境の急激な変化を踏まえ、最終年度である2010年度の売上高計画を2,750億円とし、3,000億円の達成が1年遅れる見通しとした

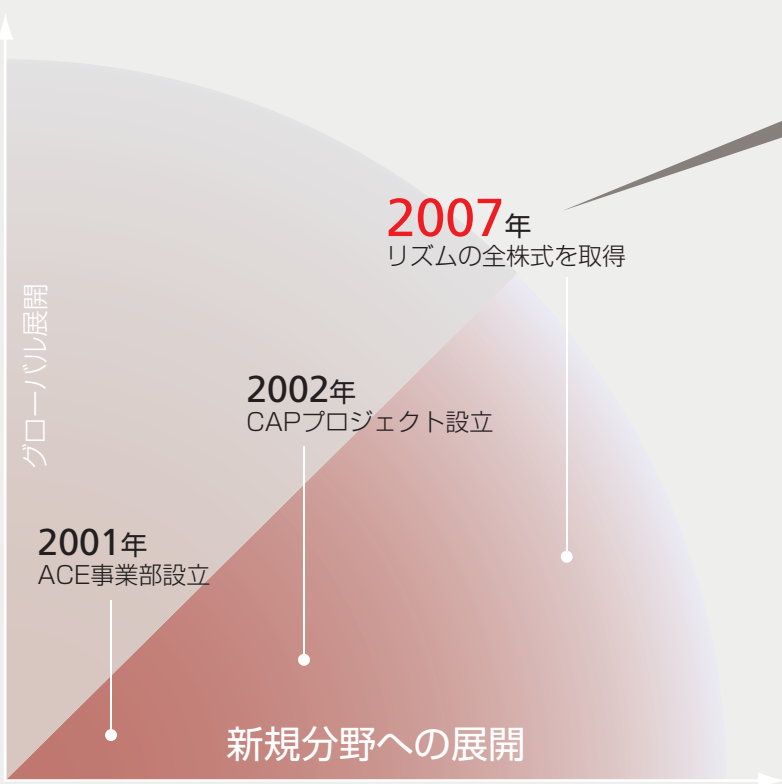
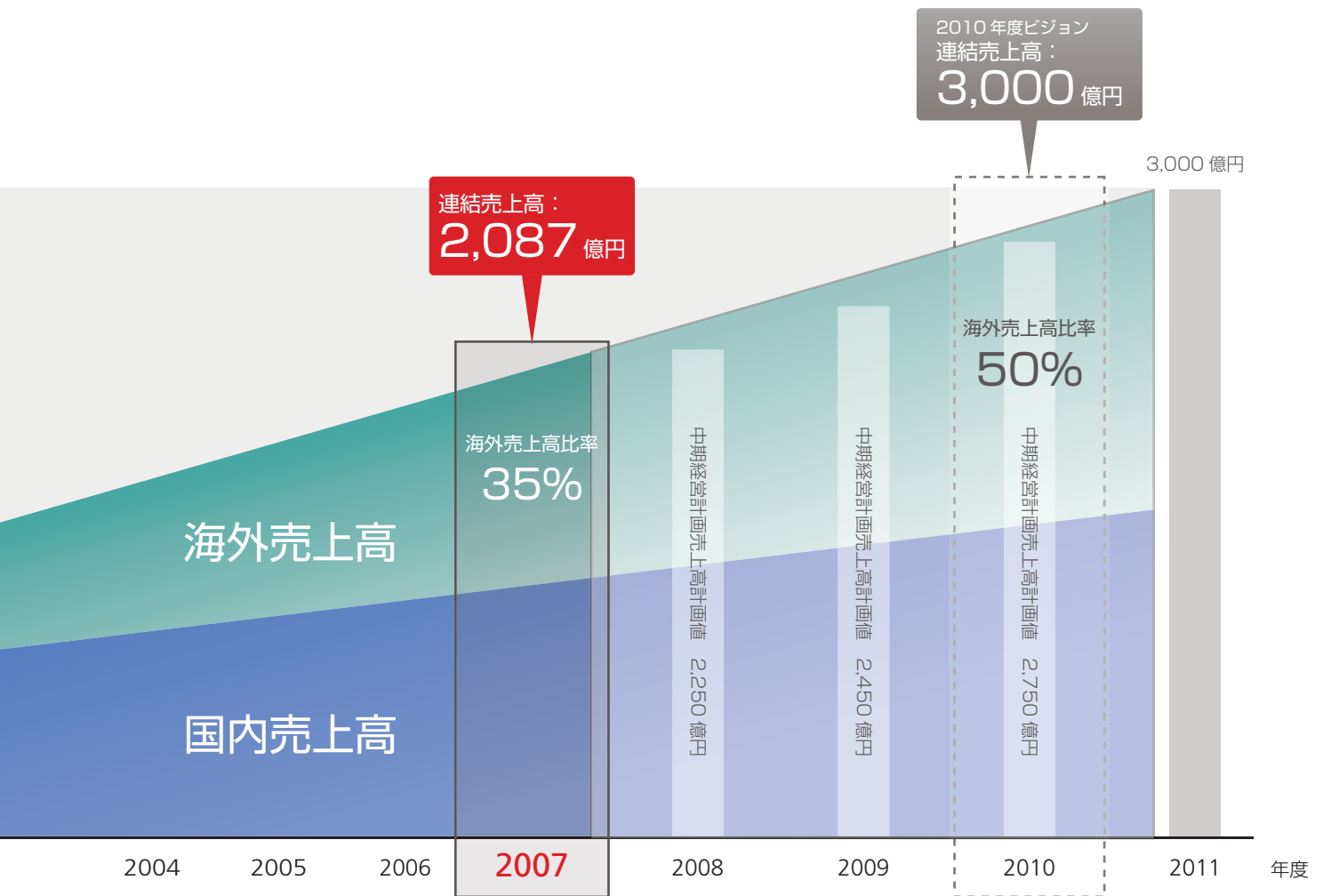


「グローバル展開」と「新規分野への展開」



グローバル展開

- 需要地生産こそが最適地生産との考えのもと、日本、米州、欧州、アジアの4極において製販一体体制の強化を図る
- 海外売上高比率50%を目指す
- 米州・欧州・アジアの生産拠点が本格稼働
- 米州・欧州に続き、中国においても販売網の整備が進む



新規分野への展開

- 工作機械や産業用ロボット、半導体製造装置など資本財中心のビジネス領域を、消費財(民生品分野)に近い分野に広げることを目指す
- 既に自動車部品、免震・制震装置、家電部品などでの採用を果たしている
- 新規分野への展開をさらに加速させるべく、2007年5月に自動車部品メーカーであるリズムの全株式を取得し、連結子会社化