

タダノグループ中期経営計画(17-19)

創業1919年8月29日
2019年 タダノは創業100周年を迎えます。

I 部 事業の全体像

- －1. 事業の全体像
- －2. 経営理念
- －3. 企業の社会的責任(CSR)
- －4. ビジョン・コアバリュー
- －5. 事業領域・長期目標
- －6. 事業特性

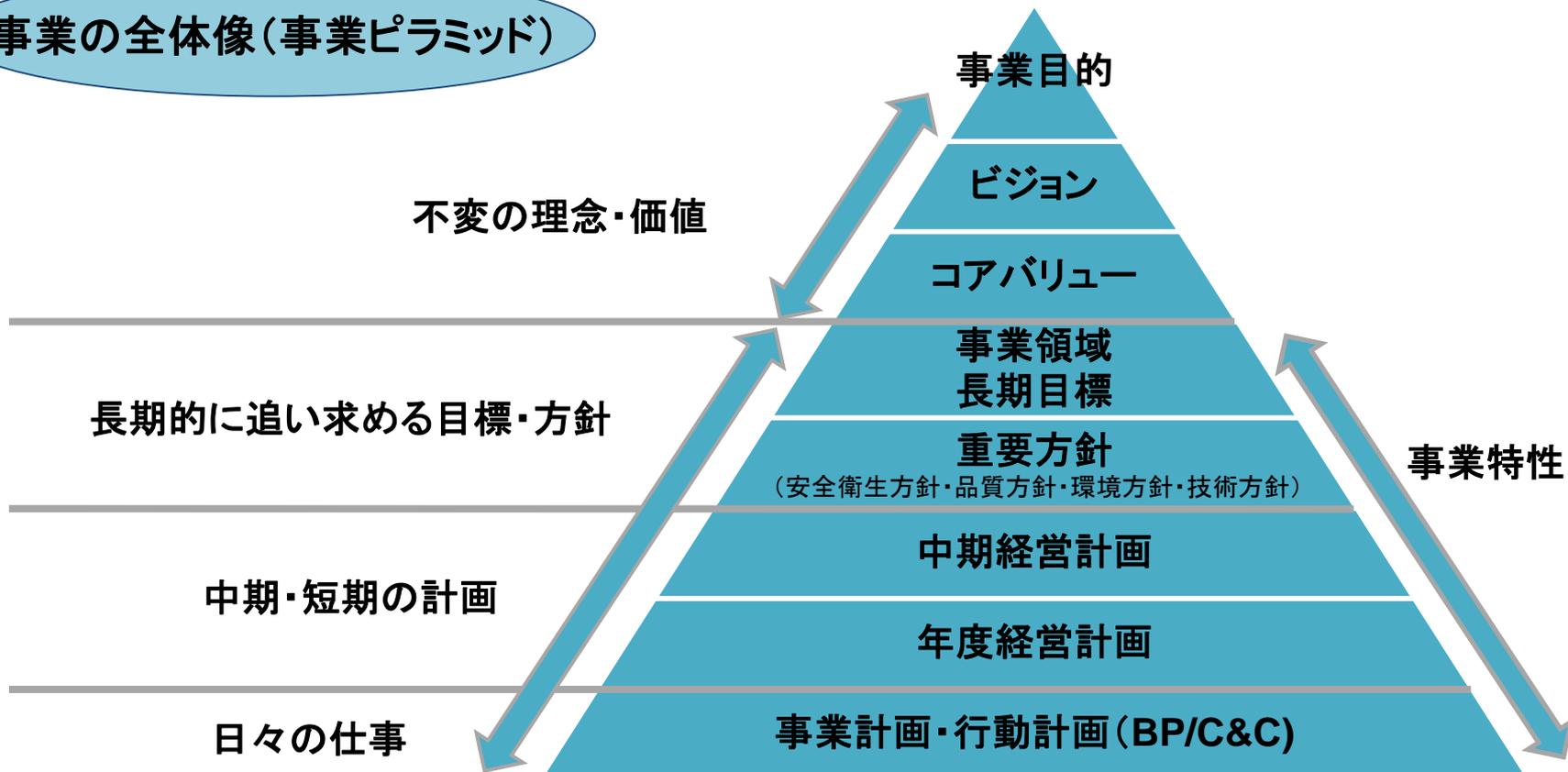
II 部 中期経営計画(17-19)

- －1. 中計(17-19)の位置づけ
- －2. 基本方針・重点テーマ
- －3. 赤い矢印
- －4. 青い矢印と赤い矢印
- －5. 更なるグローバル化
- －6. 耐性アップ
- －7. 競争力強化
- －8. 戦略
- －9. 数値目標

(参考) 創業からの業績推移

I 部 事業の全体像

事業の全体像(事業ピラミッド)



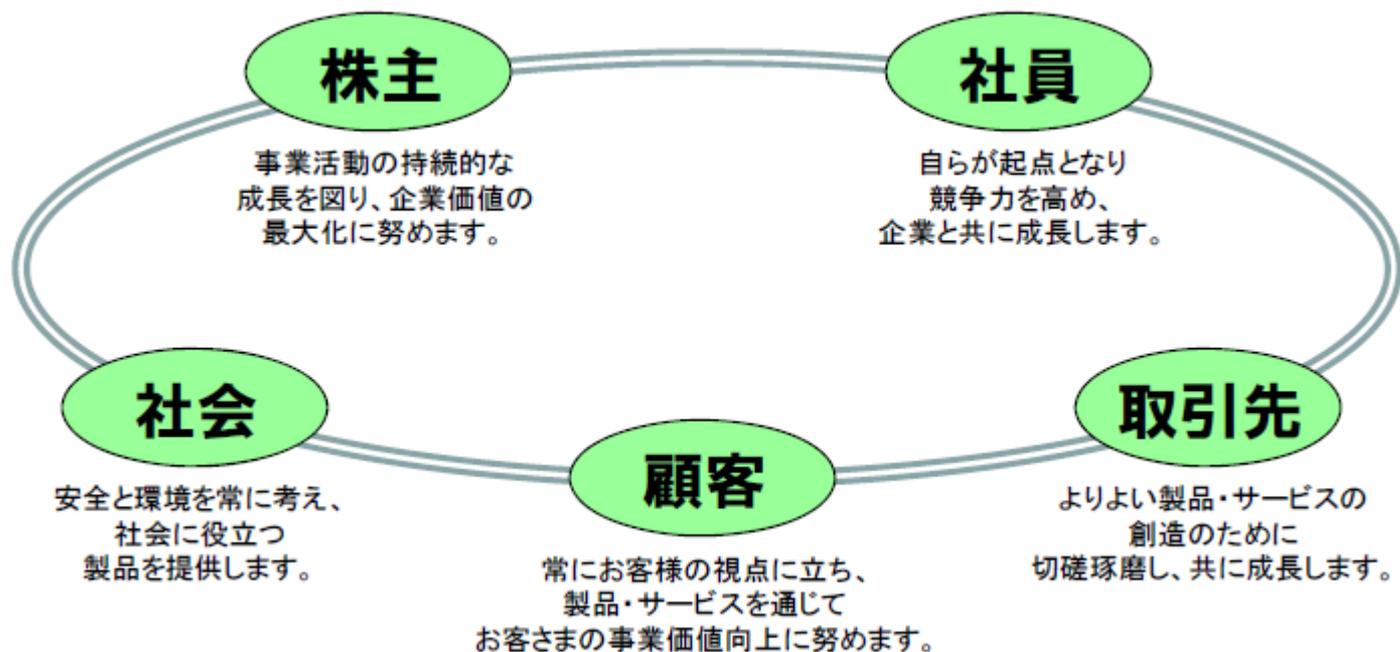
創造 工夫による前進と誇りうる品質のために創造しましょう

奉仕 顧客の利益と住みよい社会の建設のために奉仕しましょう

協力 私達の幸福と堅い心の結びつきのために協力しましょう

私たちタダノグループは、経営理念「創造・奉仕・協力」の実現を【事業目的】と位置づけ、それを「到達点のない永遠に目指すべきゴール」として、より高みを目指します。

全てのステークホルダー(利害関係者)の期待に応え、Win-Win の関係で調和を図り、企業価値を最大化します。



世界に、そして未来に誇れる企業を目指して

私たちタダノグループは、

- ・全てのステークホルダーの期待に応え、企業価値を最大化します。
- ・「学習し、成長し続ける組織文化」を構築します。

コンプライアンス

Compliance 【C】法令・ルールを遵守し、高い倫理感をもって、公正・誠実に行動します

安全 Safety 【S】つくる人、扱う人、そして社会の人々の全ての安全を最優先します

品質 Quality 【Q】質の向上を追求し、製品・サービス・業務の品質を高めます

効率 Efficiency 【E】業務効率を向上させるとともに、顧客の経営効率改善に寄与します

コンプライアンスは、すべての土台であり、法令や企業倫理の遵守だけでなく、広くは社会的な規範や要請に従うことです。

安全第一・品質第二・効率第三という優先順位はどんな時も変わりません。

但し、三番目の効率を抜きにして企業経営は成り立ちません。

そのためにも「安全第一」・「品質第二」を何としても確保しなければなりません。

安全も、品質も、効率も、コンプライアンスという土台がないと確保できません。

【事業領域】

(移動機能付)抗重力・空間作業機械
= Lifting Equipment (LE)

【長期目標】

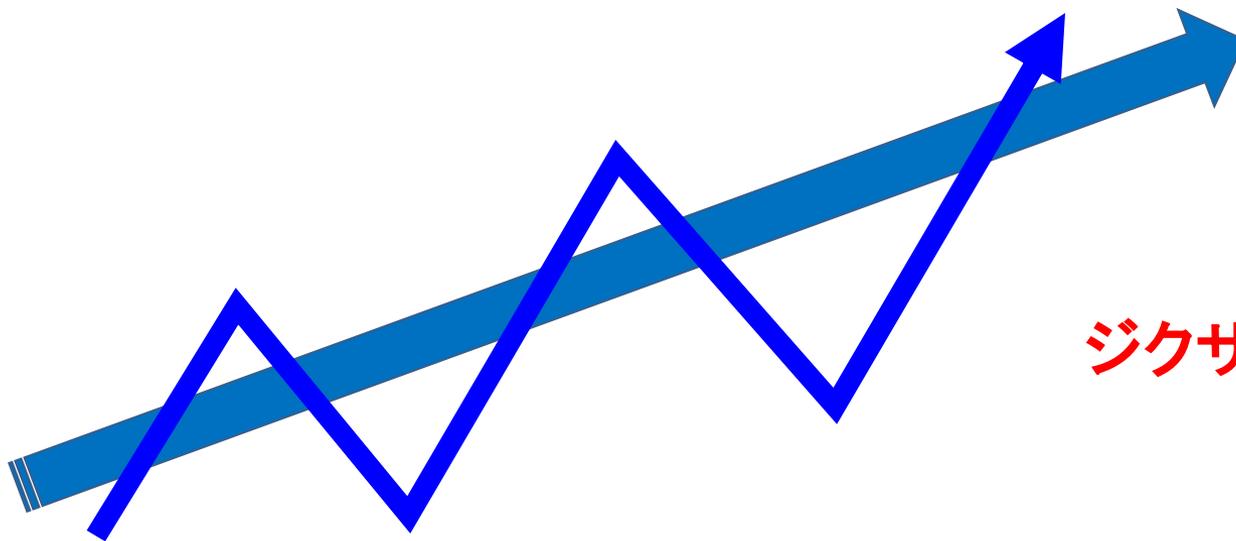
- ・LE世界No.1
- ・海外売上比率 80%
- ・安定的高収益企業(平時の営業利益率 20%)

世界の人口動態を考えれば、LEは成長産業

LE業界もタダノもポテンシャル 大

長期的には右肩上がりだが...

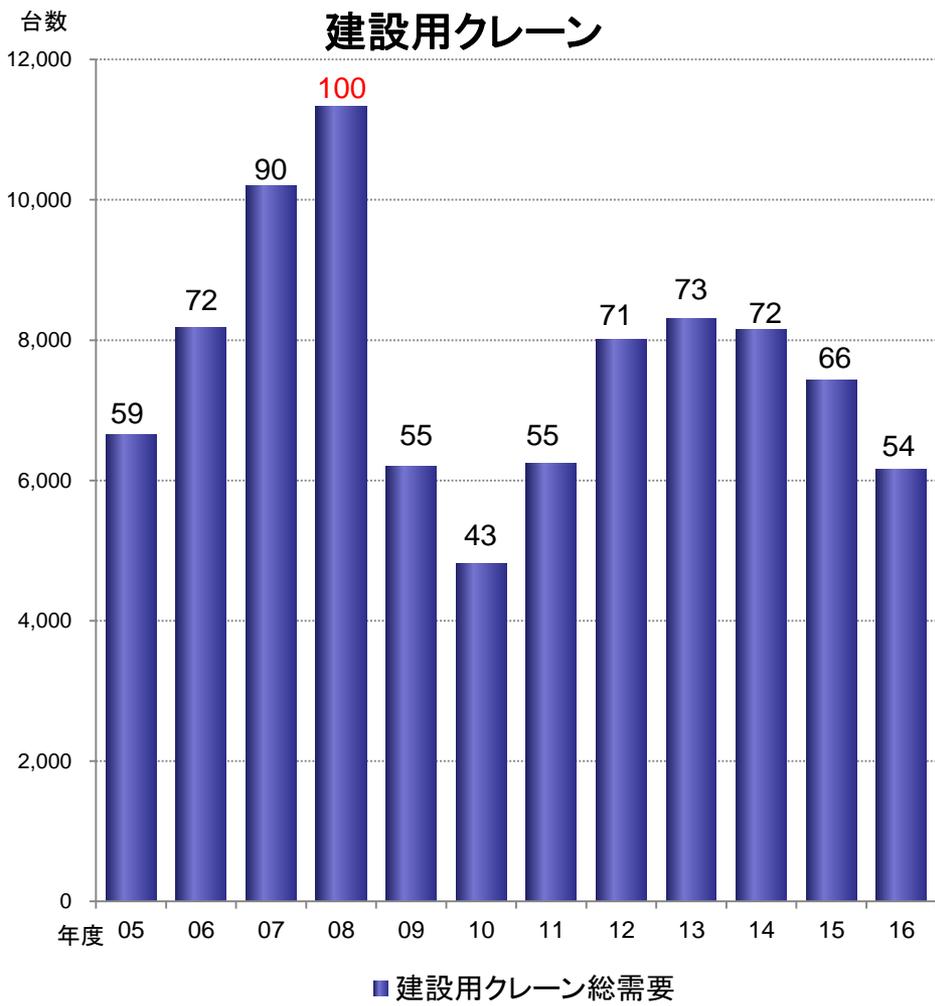
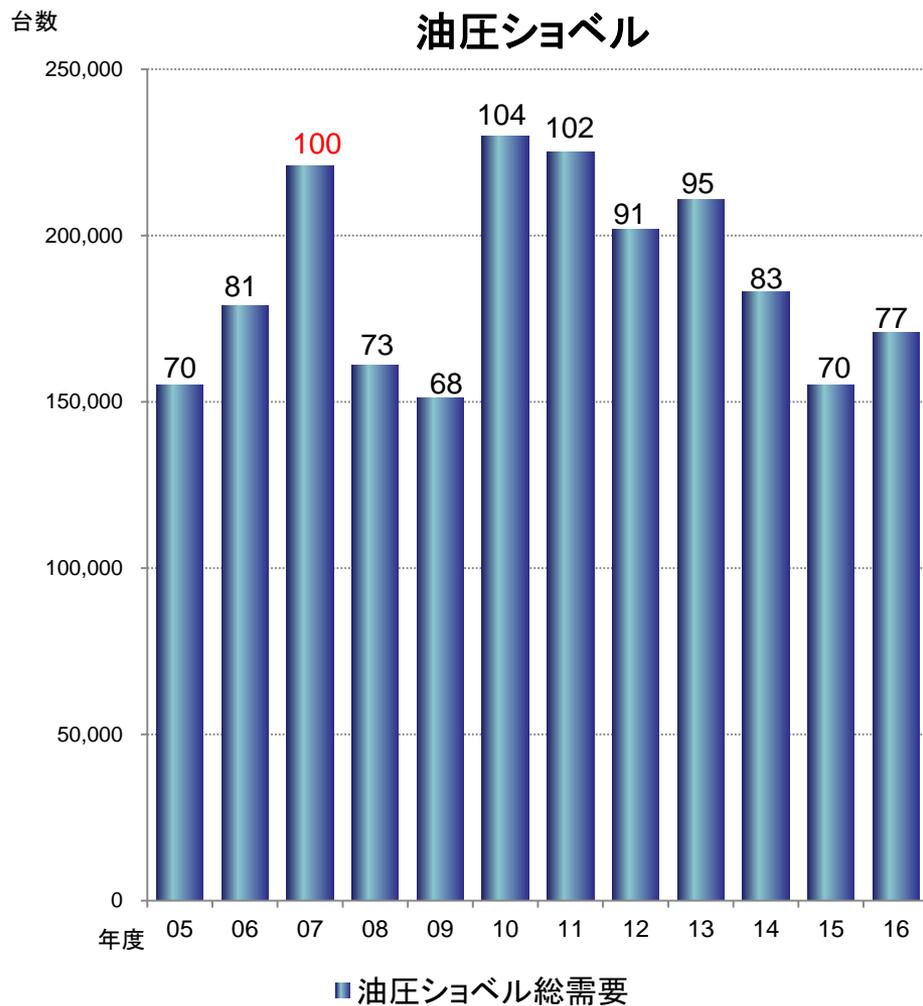
短中期的には需要はUp&Downを繰り返す



ジクザグ走行

▪ 複雑で難しい機械	部品点数	多
	加工精度	高
▪ 需要	山谷の差	大
▪ 部品売上比率		低
▪ 中古車価値		高

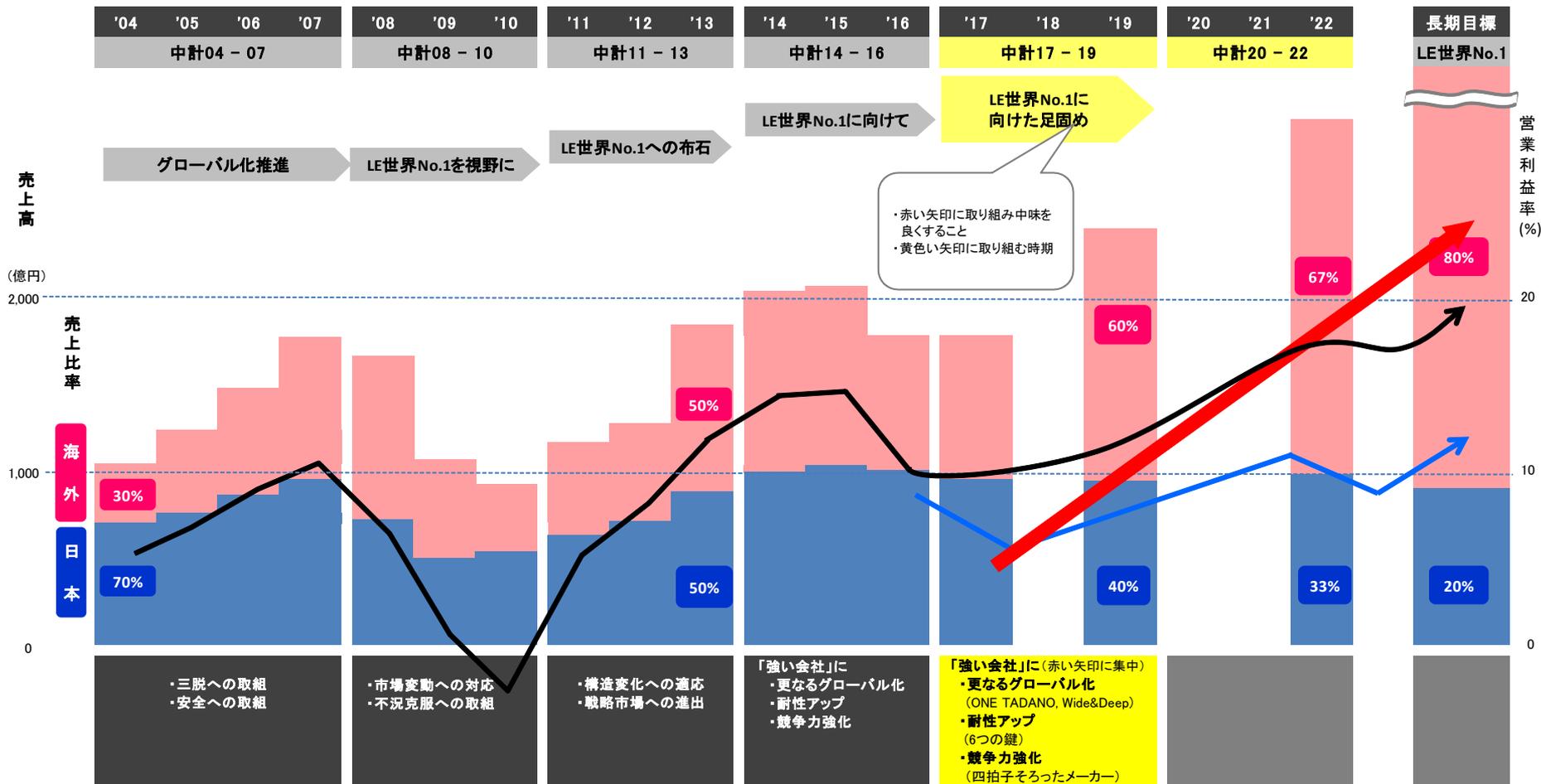
I-7. 事業特性(3) 総需要推移の比較



*当社調べ。建設用クレーンは中国・ロシア国産除く

Ⅱ部 中期経営計画(17-19)

II-1. 中計(17-19)の位置づけ



中計(17-19)基本方針

「強い会社」に(赤い矢印に集中)

「強い会社」とは、いかなる外部環境にあらうとも、
「利益を出す」・「人を育てる」を每期継続することができる会社

3つの重点テーマ

- ・ **更なるグローバル化**
(ONE TADANO, Wide & Deep)
- ・ **耐性アップ**
(6つの鍵)
- ・ **競争力強化**
(四拍子そろったメーカー)



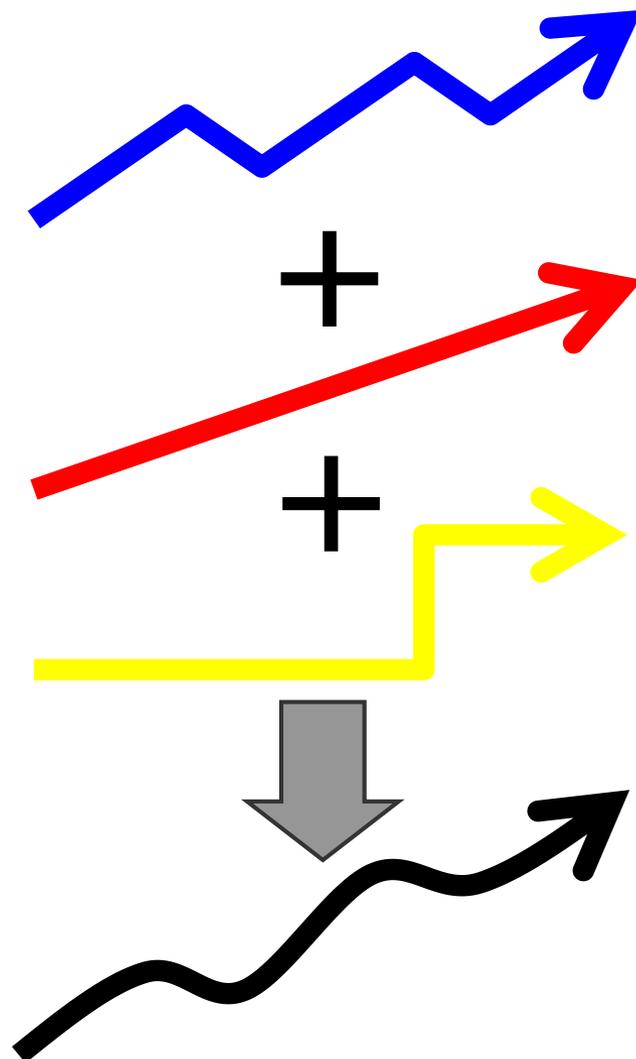
赤い矢印に集中

市場(需要・為替)

自助努力

投資(新工場・M & A)

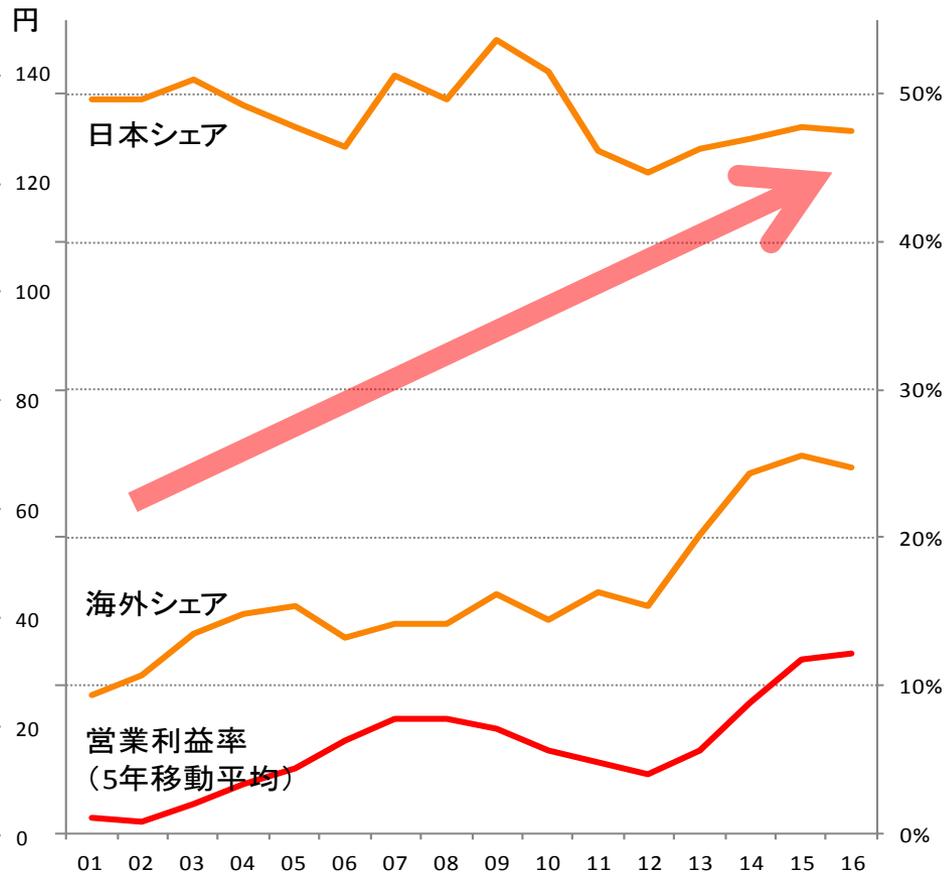
業績



青い矢印(総需要・為替)



赤い矢印(シェア・営業利益率)



ONE TADANO

グループ全体が共通の価値観を持った一つのチームになる

Wide & Deep

広くグローバル展開し、バリューチェーンを深掘りする

6つの鍵

ふところ深く

需要の急激な減少に備えるためにも、常日頃から利益を大切にし利益率を高めること。

身軽に

適正在庫を維持しながらも、たな卸資産を出来る限り圧縮することで、常日頃から身軽にしておくこと。

柔軟性

固定費を可能な限り変動費化するとともに、リードタイムを短縮し、需要の急激な変化に柔軟に対応出来るだけの伸び縮み力を身につけること。

分散

製品セグメント・エリア・販売先や調達先など、各方面で一点集中を避けること。

俊敏

常日頃から感度を高め、予測・準備を怠らず、両様の構えで、常にプランBを用意し何かあれば即時対応できるように体制を整えること。

質の向上

製品品質・業務品質・人質(じんしつ)の向上を図ること。
特に製品品質は企業の総合力そのものであり、維持向上には困難を伴う分、大きな武器となる。

四拍子そろったメーカー

商品力

+

製品品質

+

部品を含めた
サービス力

+

中古車価値

・継続的に磨きこみ、
長期にわたって獲得していく
競争優位性

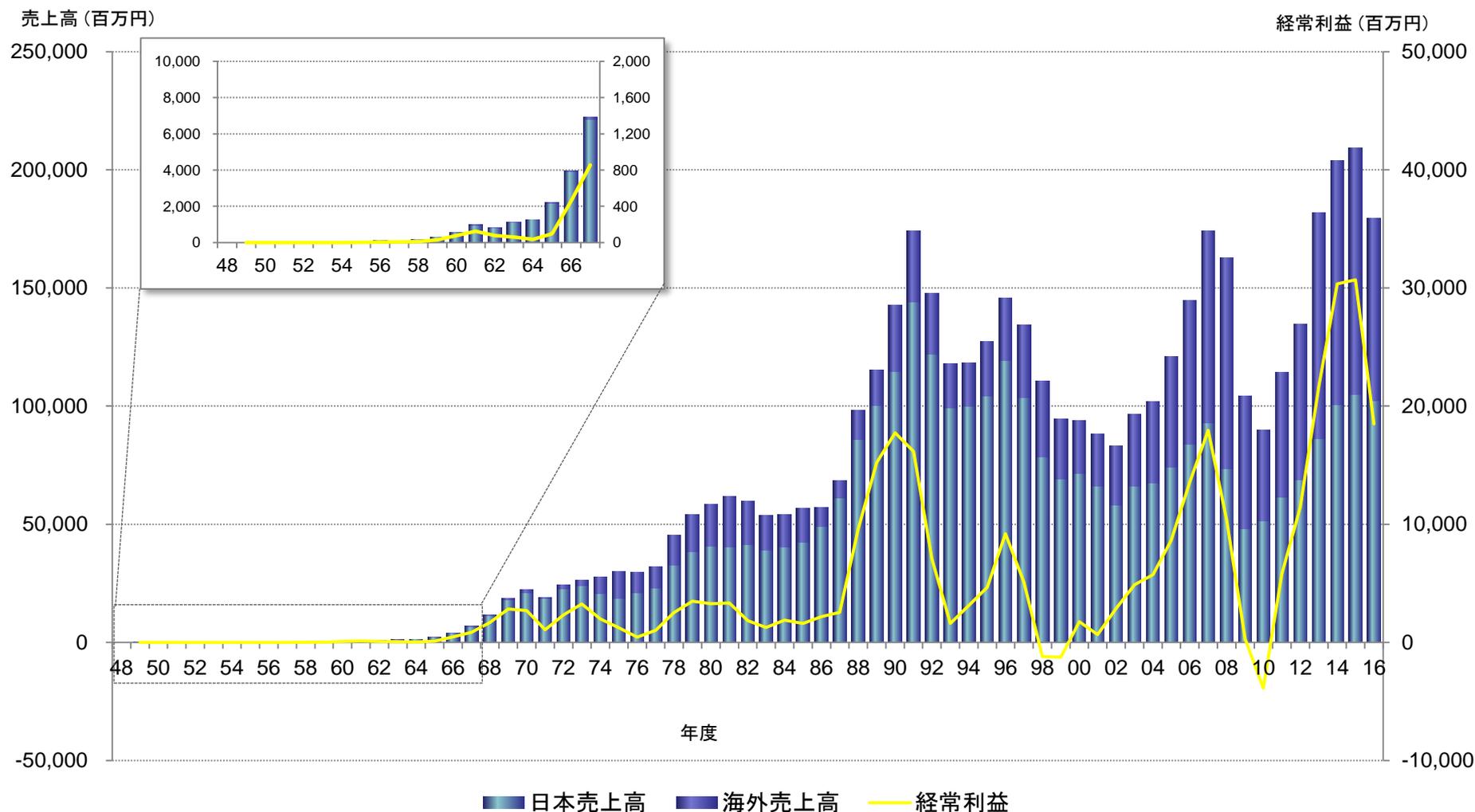
・四拍子そろったメーカーに！

中計(17－19)の戦略

- ① 市場ポジションアップ
- ② 商品力強化
- ③ グローバル&フレキシブルものづくりへの取り組み
- ④ 感動品質・感動サービスの提供
- ⑤ ライフサイクル価値の向上
- ⑥ ソリューションビジネスへの取り組み
- ⑦ 収益力・資産効率のレベルアップ
- ⑧ 成長基盤の確立
- ⑨ グループ&グローバル経営基盤の強化

	16年度	19年度目標	中間目標(22年度)
売上高	1,796億円	2,400億円	3,000億円
日本向け	1,022億円	960億円	1,000億円
海外向け	774億円	1,440億円	2,000億円
海外売上高比率	43.1%	60.0%	66.7%
営業利益	184億円	360億円	500億円
営業利益率	10.3%	15.0%	16.7%
たな卸し資産回転率	3.3回転	4.8回転	
ROA(営業利益/総資産)	7.9%	13.0%	

為替前提: USD110円・EUR120円



・年度は期の開始年を示す 1986年までは9月～8月、1987年は8月～3月の7か月決算(上記は12カ月換算)、1988年以降は4月～3月
・1989年度からはグループ連結決算

ご安全に！