

いすゞ自動車 中期経営計画 2008年4月～2011年3月

# 「収益基盤の拡大と強化」による 飛躍の3年間

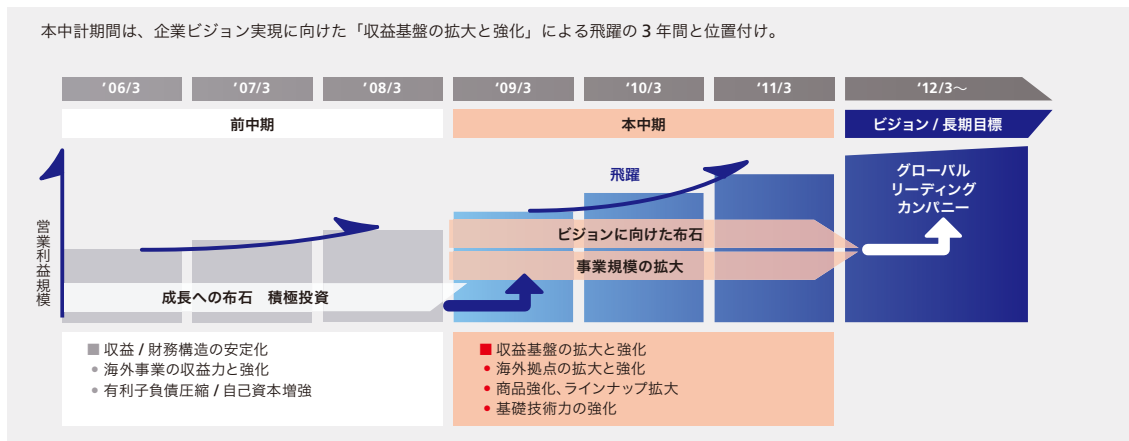


いすゞは、2006年3月期～2008年3月期の中期経営計画で、「成長への布石としての積極投資」をテーマに、グローバル戦略商品の開発・投入に全力を注ぐと同時に、収益・財務基盤の安定化を進めてきました。その結果、2007年3月期の連結決算で、中計の数値目標を1年前倒しで達成し、国内需要が低迷した2008年3月期も連結営業利益は目標値の1,000億円をクリアしました。

2008年4月からスタートした3カ年の新中期経営計画は、長期ビジョンである“商用車とディーゼルエンジンのグローバル・リーディング・カンパニー”を目指し、「収益基盤の拡大と強化」を実現する飛躍の3年間と位置付けています。

①海外拠点の拡大強化、②商品力強化とラインアップ拡大、③基礎技術力の強化などを柱に、ビジョン実現に向けた布石を打ち、事業規模を拡大し、グループの総力を挙げて持続的成長を確固たるものにしてまいります。

中期経営計画の位置付け





## 市場動向とポジション

### 世界の成長市場で優位性のあるポジションを確保

トラック、バスなど商用車の需要は、中国、インド、ロシア、資源国などの成長市場を中心に、引き続き順調に拡大するものと予想されます。

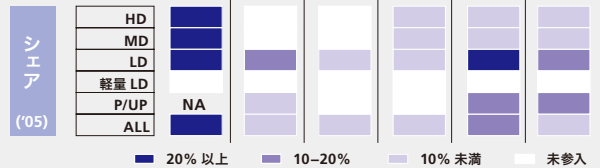
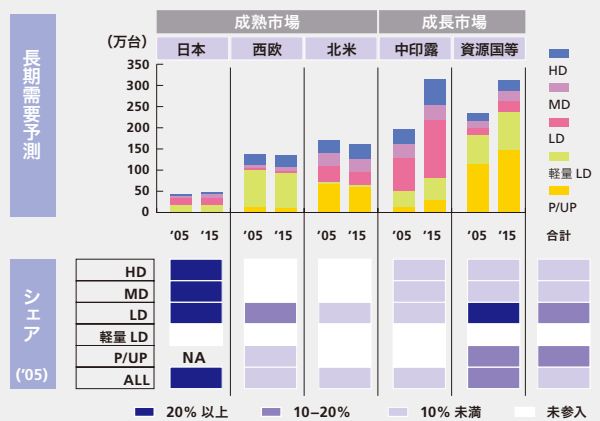
その中で、いすゞは世界の小型トラック市場をリードしてきた「エルフ」を主力に世界120カ国以上に商品を提供し、とくに国内及び成長市場で高いシェアを堅持しています。

また、ディーゼルエンジンは、最新技術による低燃費・低公害の利点が評価され、省資源意識の高まりとともに世界中で関心を集めています。いすゞは、世界最高水準のディーゼルエンジン技術を持つとともに、生産台数の面でも世界No.4のポジションにあり、乗用車用から大型トラック向けまでフルラインアップを有し、かつ日欧米の厳しい排出ガス基準に適合している極めてユニークな存在です。

このように、先進のディーゼルエンジン技術と、グローバルなブランド力、商品力などを背景に、いすゞは世界の成長市場で優位性のあるポジションを確保していきます。

## 市場動向とポジション CV/LCV

- CV/LCV 需要は成長市場中心に引き続き拡大と予測。
- いすゞはグローバルLD（エルフ）を主軸に、国内と成長市場で高シェア。



市場動向	
■	世界需要 800万台→950万台
■	成長市場が拡大のキードライバー (60%増)

ポジション	
HD	国内トップクラス
MD	成長市場が中心に拡大傾向
LD	国内含む21カ国でNo.1 軽量LDクラス未参入
LCV	タイ含む資源国で高シェア

Note) 数字はいすゞ調べ 資源国等：中近東 / 中南米 / アフリカ / 豪亜 / CIS / 東欧の合計  
中印露：中国 / インド / ロシア HD：GVW 15t up, MD：GVW 6-15t, LD：GVW 3.5-6t, 軽量LD：GVW 2-3.5t, P/UP: Small Pick-up Truck

\*CV：商用車 HD：大型トラック MD：中型トラック LD：小型トラック  
LCV：ピックアップトラックおよび派生車 DE：ディーゼルエンジン

## いすゞ自動車 中期経営計画 2008年4月～2011年3月

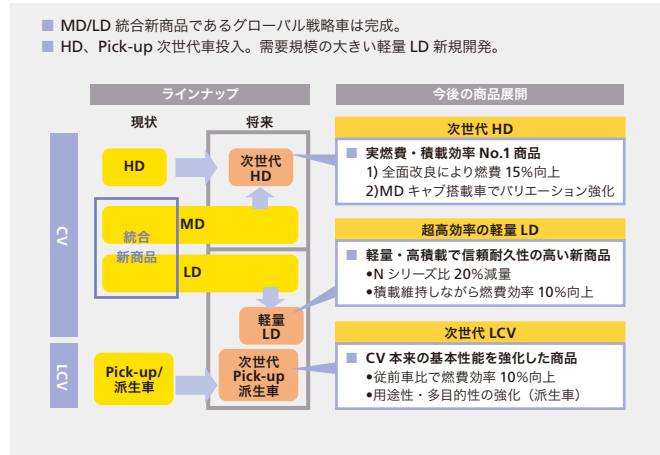
### 商品戦略

#### 次世代のグローバル戦略車を投入

いすゞは2006年12月、世界に通用する安全性、経済性、環境性能を実現した小型トラックの戦略商品「エルフ」を発売。翌2007年5月には、「エルフ」とプラットフォームを共有化し、大幅なコストパフォーマンスと経済性の向上を両立させた中型トラック「フォワード」を発表しました。これにより、小型・中型トラックを統合したグローバル戦略車がラインナップされました。

今後は、残る大型トラックとピックアップトラック及び派生車の次世代車の投入に注力します。同時に、市場ニーズ、販売規模ともに大きい軽量・小型トラックの分野で超高効率な高性能車の導入を進めています。

CV/LCV 商品・市場戦略 -商品展開-



### 市場戦略

#### 海外拠点の拡大と機能強化を推進

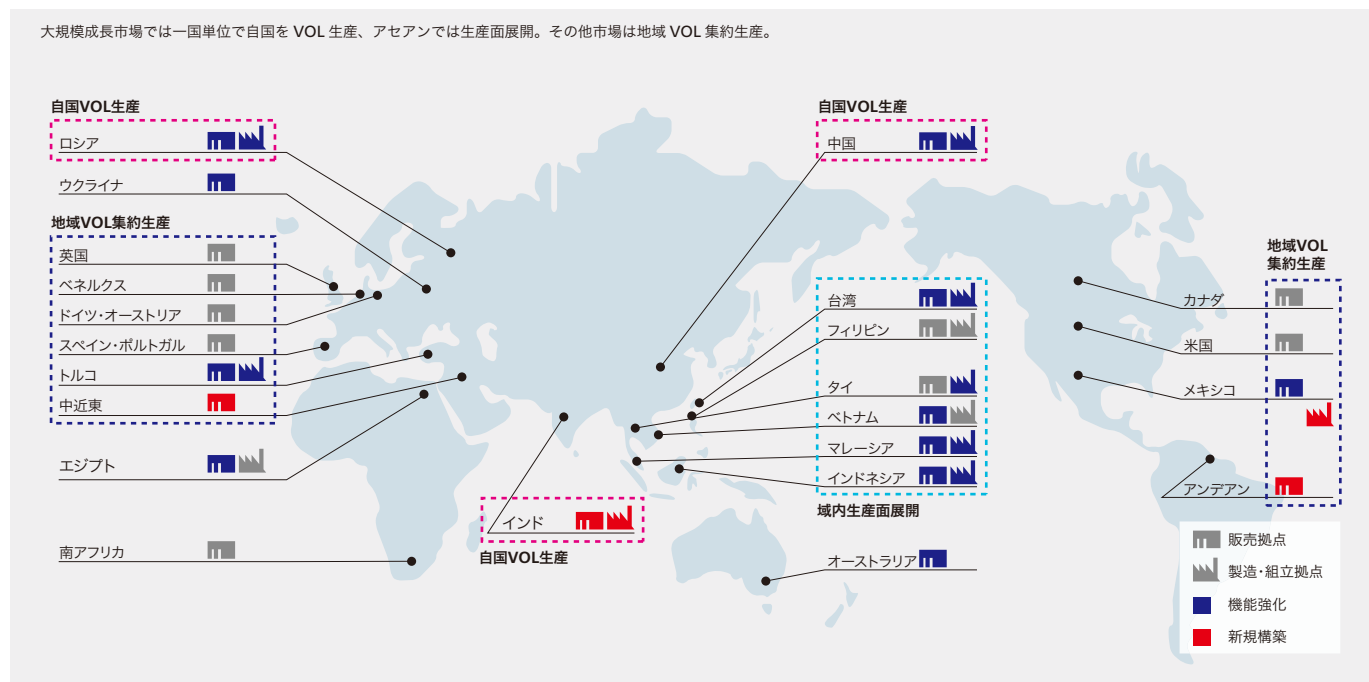
持続的成長のためには、今後も大きな成長が見込まれる海外市場での販売拡大が鍵となることから、国や地域ごとの実情や将来を見ずえた市場戦略を展開します。

中国、ロシアなどの大規模成長市場では、国単位での生産・販売機能の強化を進めており、インドには新規拠点を設置しま

した。ASEAN 諸国では、エリア内での生産を面展開し、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナムの拠点機能を強化します。

北米、南米、カナダ、欧州では、地域集約型の生産体制を強化していきます。また、南米・アンデアン、中近東に販売拠点を新設する計画です。

大規模成長市場では一国単位で自国を VOL 生産、アセアンでは生産面展開。その他市場は地域 VOL 集約生産。



## 商品・市場別の計画

### 海外 CV(商用車)を原動力に飛躍的な成長へ

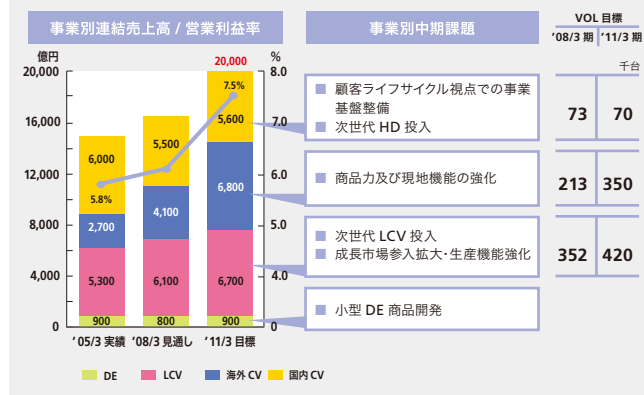
中期経営計画を実現するためのマイルストーンとして、最終年度の2011年3月期までの実行計画を策定しました。

商品・市場別の計画では、国内 CV、海外 CV・LCV 事業の主力3事業体制のもと、需要の低迷が予想される国内 CV 事業では、7万台をキープし、勢いのある海外 CV 事業では35万台へと、前中計比64%の飛躍的な成長を目指します。そのため、海外市場における商品力と現地機能を強化します。

ピックアップトラック及び派生車についても、42万台と前中計比19%の成長を見込んでいます。また、ディーゼルエンジン事業については、小型ディーゼルエンジンのラインアップ拡大により、将来的な戦略事業としての布石を打ちます。

## 商品・市場別計画

主要3事業体制のもと、海外 CV を原動力に飛躍的な成長を実現。  
DE は将来戦略事業としての布石



## 投資計画

### 事業規模拡大のため、積極的な投資を実施

ビジョン実現のため、設備、研究開発、海外投融資などに積極的な投資を行います。設備投資では、製品開発、生産関連を中心に、3年間で2,300億円(前中計比58%増)を計画しています。

研究開発は、ディーゼルエンジンと商用車にフォーカスし、2,000億円(前中計比14%増)の投資を実施します。海外投融資については、大規模成長市場への投資に重点を置き、360億円(前中計比67%増)と大幅に拡大します。

## 投資計画

		(億円)		
		'06/3-'08/3 期	'09/3-'11/3 期	伸び率
設備投資	製品開発	440	900	
	生産関連	684	1,200	
	販売その他	332	200	
	合計	1,456	2,300	58%
研究開発費	CV	620	700	
	LCV	267	300	
	DE	868	1,000	
	合計	1,756	2,000	14%
海外投融資	大規模成長市場	130	250	
	資源国等	55	80	
	成熟市場	30	30	
	合計	215	360	67%

## 経営目標

### 連結売上高2兆円、営業利益1,500億円を目指して

2011年3月期の数値目標は、連結売上高2兆円(※2008年3月期比12%増)、連結営業利益1,500億円(※同期比47%増)、営業利益率7.5%以上(※同期比1.8%増)としました。

また、ROE17%以上を目指すとともに、連結配当性向20%以上を目標として、株主、投資家の皆様のご期待にお応えしてまいります。

注：上記は、07年8月公表時の資料であり、経済環境の変化により、見直しを行うことがあります。

## 経営目標

	'11/3 期目標	'08/3 期実績*
売上高	20,000 億円	17,916 億円
営業利益	1,500 億円	1,020 億円
営業利益率	7.5% 以上	5.7%
ROE	17% 以上	20.6%
連結配当性向	20% 以上	11.2%

※アセアン決算変更影響を除く