

2007年8月28日

いすゞ「中期経営計画」の策定について

いすゞ自動車株式会社（代表取締役社長：細井 行、以下いすゞ）は、企業ビジョンである「商用車、ディーゼルエンジンにおける、グローバル・リーディング・カンパニー」実現のための持続的な成長を目指し、2011年3月期目標収益を連結売上高2兆円（2008年3月期予想比約21%増）、営業利益1,500億円（同約50%増）とする、新たな中期経営計画(2008年4月～2011年3月)を策定いたしました。

いすゞは2004年11月に、確固たる企業基盤の確立を目指した「中期経営計画(2005年4月～2008年3月)」を発表し、グループを挙げて各施策の取り組みを進めてきました。これにより、2007年3月期に1年前倒しで最終目標値を達成し、国内全需低迷下の今期も引き続き目標値を達成できる見込みです。

この結果を踏まえ、今回策定した新たな中期経営計画では、2011年3月期までの3ヵ年を収益基盤の拡大と強化による「飛躍」の期と位置付け、海外拠点の拡大と強化、商品強化とラインナップ拡大および基礎技術力の強化を目指していきます。

具体的には、今回、中長期の商品・市場戦略、ディーゼルエンジン事業戦略、アライアンス戦略を策定しました。この中長期戦略実現のマイルストーンとして、2011年3月期までの実行計画と定量目標値を設定しております。

以上の施策を遂行することにより、いすゞはこの3年間で企業ビジョン実現に向けた布石を打つとともに、事業規模の拡大を行っていきます。

I. 経営目標

2011年3月期

連結売上高	2兆円
連結営業利益	1,500億円
営業利益率	7.5%以上

ROE	17%以上
連結配当性向	20%以上

II. 中長期戦略

1. CV（商用車）、LCV（ピックアップトラックおよび派生車）商品市場戦略

【商品展開】

- ・ 中・小型トラック統合新商品であるグローバル戦略車（新型エルフ、新型フォワード）は、既に完成。今後はグローバル拡販のステージへ。
- ・ 大型トラック及びピックアップトラック次世代車の投入
- ・ グローバルに需要規模の大きい軽量LDを新規開発

【市場戦略】

- ・ 大規模成長市場（中国、ロシア、インド）及び資源国等（中南米、アフリカ、中近東、アセアン）での商品フルラインアップ展開と生産・販売機能の強化

2. DE（ディーゼルエンジン）事業戦略

- ・ 環境面からのニーズの高まりに対応し、より小排気量・高出力を推進
- ・ 量産セグメントである小型DEのラインアップを拡大し、CV用に限らず、乗用車用・産業機械用へと広く拡販。

3. アライアンス戦略

- ・ 他社との事業提携により、CV、LCV、DE戦略を更に効率的・効果的に遂行
- ・ 従来の「商品補完型」提携に加え、生産・開発協業に踏み込んだ提携にも拡大

III. 中期実行計画（商品・市場別計画）

主要3事業（CV、LCV、DE）体制の下、海外CVを原動力に飛躍的な成長を実現する。また、DE事業は将来戦略事業として布石を打つ期間という位置付け。

1. 国内CV事業

【目標】

- ・ 販売シェア： 普通トラックシェア35%、小型トラックシェア43%を目指す。
- ・ 周辺ビジネス売上高： '08年3月期比15%増

【実行計画】

- ・ 次世代HD投入及び顧客ライフサイクル事業の基盤整備

2. 海外CV事業

【目標】

- ・ 販売台数： '11/3期で350千台（'08年3月期比+64%）

【実行計画】

- ・ 新開発MD/LDのグローバル展開に合わせ、成長市場への重点投資を実行

3. LCV事業

【目標】

- ・ 販売台数： '11/3期で420千台（'08年3月期比+19%）

【実行計画】

- ・ 次世代LCV投入に合わせ、成長市場参入拡大・生産機能強化

以上