



平成 27 年 5 月 12 日

各 位

会 社 名 株式会社ダイヘン
代 表 者 代表取締役社長 田尻 哲也
コード番号 6622
上場取引所 東証・福証

2017 年度中期経営計画 —DAIHEN Value 2017—

ダイヘングループは、この度、2015 年度から 2017 年度までの 3 ヶ年中期経営計画
“DAIHEN Value 2017”を策定いたしましたので、お知らせいたします。

詳細につきましては、添付の資料をご参照下さい。

以 上

お問い合わせ先：I R 部 (Tel : 06-7175-1493)

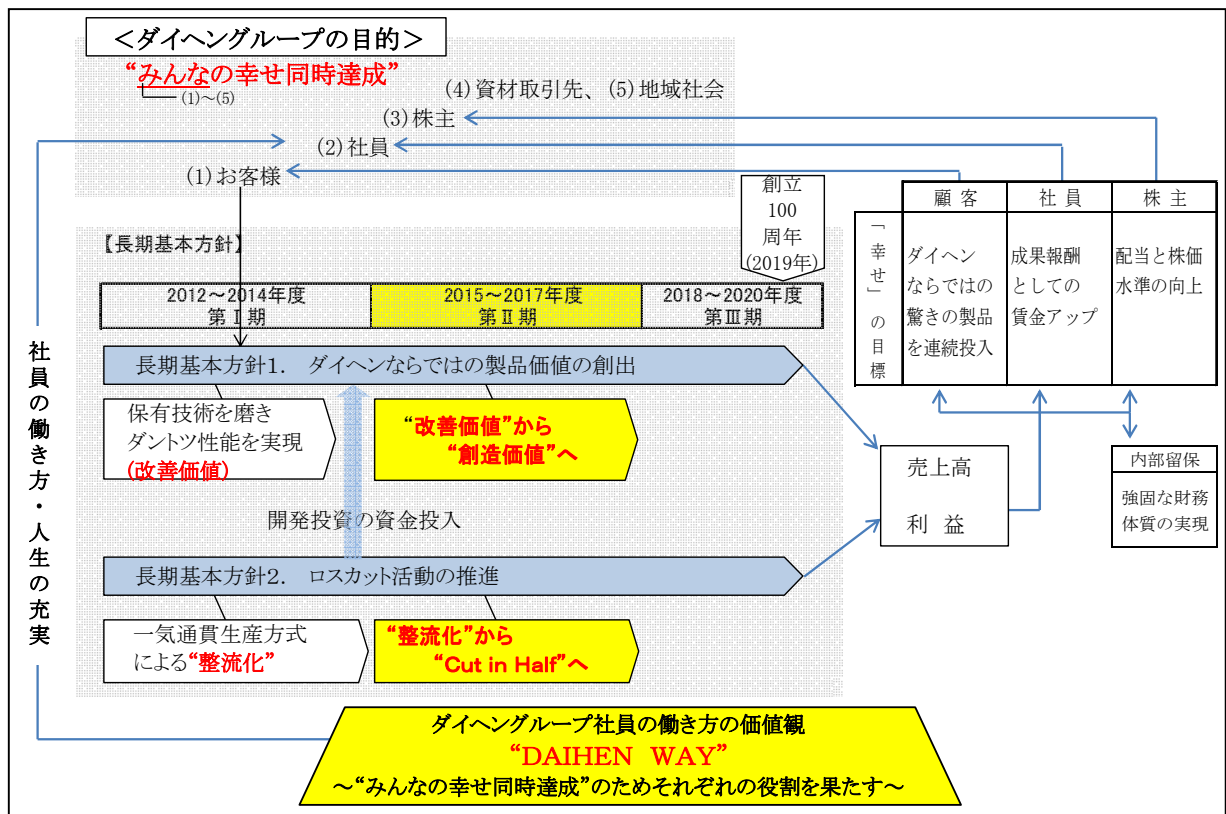
2017年度中期経営計画 “DAIHEN Value 2017”

1. 基本的な考え方

- ・前中期経営計画は、お客様に喜んでいただき、世の中のお役に立つ「ダイヘンならではの製品価値」の創出を最重点とする「開発中計」と位置付け、保有する技術を磨き上げることでダントツ性能を備えた製品を多数開発・市場投入した。
- ・また、開発強化に必要な資金を内部から生み出す目的で取り組んだ「ロスカット活動」では、「一気通貫生産方式」を軸とした業務の“整流化”により、大幅なコストダウンを実現した。
- ・これら2つの取り組みの成果により、中期経営計画の最終年度である2014年度業績は売上高・営業利益率・ROEの全てにおいて目標を達成した。

	2014年度中計目標	2014年度実績
売上高	1,100億円	1,220億円
営業利益率	6%	6.9%
ROE	8%	9.8%

- ・新中期経営計画(2015～2017年度)では、「開発中計」の第Ⅱ期として世の中になかった“初”の製品開発にこだわり、“創造価値”を備えた製品を創出していく。
- ・また、「ロスカット活動」については、業務の“整流化”から間接業務における単純繰返し作業の撲滅、生産部門での自動化・外作化を推進することで“Cut in Half(単純作業時間の半減)”を目指す活動へと進化させる。
- ・その結果、売上高・利益の増加につながり、景気の波に左右されず開発投資を継続できる強固な財務基盤を構築するとともに、社員への成果報酬増額、株主に対する配当と株価水準の向上等の“みんな*の幸せ(1985年小林啓次郎 元社長)同時達成”を実現させる。
※お客様、社員と家族、株主、資材取引先、地域社会



2. 2017年度中期経営計画’ “DAIHEN Value 2017” の概要

■基本方針

- ①ダイヘンならではの製品価値の創出
－ “改善価値”から“創造価値”へ －
- ②ロスカット活動の推進
－ 業務の“整流化”から“Cut in Half(単純作業時間の半減)”へ －

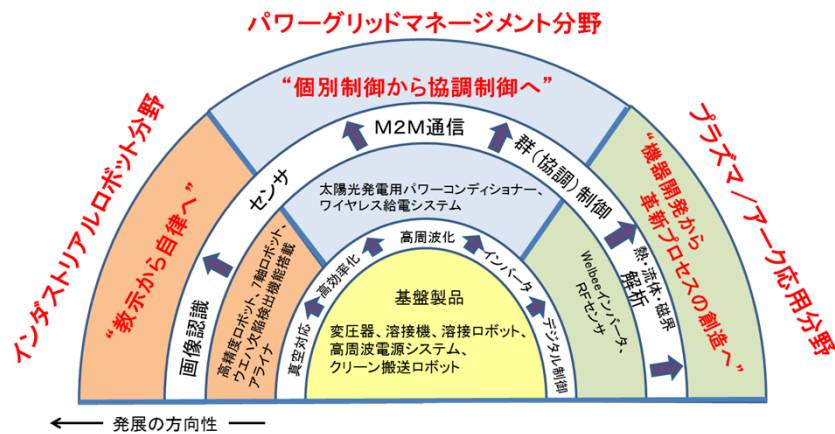
■基本目標

	2017年度目標	(2014年度実績)
◇売上高	1500億円以上	(1220億円)
◇営業利益率	8%以上	(6.9%)
◇ROE	10%以上	(9.8%)
◇ならではの製品売上高	400億円	(190億円)
◇ロスカット活動の成果	90億円以上	(49億円)・・・2011年度比

3. 基本方針の解説

①ダイヘンならではの製品価値の創出 － “改善価値”から“創造価値”へ －

- ・前中計では、業界最高水準の電力変換効率を達成したパワーコンディショナーや、溶接品質を飛躍的に向上させる溶接機専用チップを内蔵した「Welbeeインバーター」の品揃えの充実など、ダントツ性能を備えた製品を多数開発・市場投入した。また、来るべき電気自動車の普及を見据えて開発した「高周波ワイヤレス給電システム」は、位置ズレに対する圧倒的な強さと車載コイルの小型・軽量化につながる世界初の技術を採用し、走行中給電実用化の可能性を高めた。
- ・本中計では、技術ドメインを再定義するとともに、それぞれの分野ごとに発展の方向性を定め、世の中にない“初”の製品開発にこだわり、“創造価値”を備えた「ならではの製品」を創出していく。



【技術ドメインと発展の方向性】

②ロスカット活動の推進 － 業務の“整流化”から“Cut in Half(単純作業時間の半減)”へ －

- ・前中計では、業務プロセスのムダを徹底的に排除する「ロスカット活動」の第Ⅰ期として、「一気通貫生産方式」を軸とした業務の“整流化”により、製造部門の生産性向上とコストダウンにおいて大きな成果を得た。また、FAロボットの生産拠点では“ロボットがロボットを作る”というコンセプトのもと、生産の自動化を推進した。
- ・本中計では、単純作業の半減を目指す“Cut in Half活動”として、間接部門において業務プロセスの可視化を行い、ムダ排除・システム化・外部委託を進め単純作業時間の半減を図る。また、直接部門では自動化・外作化を推進することにより、ロスカット活動取り組み前の2011年度比半減レベル(40%減)と、リードタイム半減を実現できるレベルにまで生産性を向上させる。
- ・これにより、増員に頼らず増産対応できる強い体質を構築するとともに、お客様に近い営業・設計部門への人材シフトを加速させ、「ならではの製品」の販売拡大を図る。