



平成18年5月18日

各位

奈良県磯城郡川西町大字吐田 150 番地 3
G M B 株式会社
代表取締役社長 松岡信夫
(コード番号：7214 大証第二部)
問合せ先 執行役員経営管理室長 阪口有一
(TEL 0745-44-1911)

新中期経営計画「HEAT2008」策定に関するお知らせ

当社は、2006年度（平成19年3月期）から2008年度（平成21年3月期）までの中期経営計画「HEAT2008」を策定しましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 新中期経営計画の概要

当社グループは、補修用部品を製造販売する拠点とOEM(※注)向けの拠点とに二局化しておりますが、各拠点が補修・OEMの両方のニーズに対応してまいります。

本中期経営計画期間中において、補修用部品製造拠点のOEM供給への機能アップと、新たな製品への対応が可能となる海外投資を積極化することで売上を拡大すると同時に、生産効率を改善し、さらなるCR(コスト削減)を実現することで利益率の向上を目指します。

その結果、2008年度には、連結ベースで売上額460億円、営業利益31億円、当期純益11億円、1株当り当期純利益211円を目標としております。

【 中期経営計画の基本戦略 】

- | |
|--|
| (1) 事業ポートフォリオの最適化
(2) OEM供給体制を整える積極的な海外投資
(3) 補修用マーケットにおける価格競争力強化
(4) R&D・品質管理システムの強化 |
|--|

(※注:相手先ブランドによる製品供給のこと。完成車メーカー・TIER1と呼ばれる一次部品メーカー向けのことをさす。)

2. 中期経営計画策定の背景と方向性

当社はこれまでグローバルな生産・販売体制を構築し、海外に生産を移管することで売上を拡大してまいりました。

近年の海外拠点展開ではタイ子会社の設立や青島(中国)子会社の拡張などにより、当社グループの主要製品でありますユニバーサルジョイント・ウォーターポンプの海外生産が拡大し、今後のグローバル展開の布石を着実に打つことができました。

また、研究開発面では、日本と韓国に分散した機能を韓国技術研究所へ統合・集約化をすすめ、次世代の製品開発を効果的におこなう体制づくりが整ってきております。

着実に成果を上げつつある半面、補修用市場向け販売とCRに課題も残りました。結果として、好調なOEM用部品に牽引され売上が拡大したにもかかわらず、収益計画達成には至らず、営業利益率の低下に至りました。

この課題を解決するためには、各拠点の機能を見直し、CRを強化することが不可欠であります。そのため、当社グループが目指す戦略は、「日本が補修用専門・韓国子会社がOEM専門」といわれる拠点別ブティック化ではなく、各製造拠点においての「OEM・補修のダブル対応化」が相応しいと判断いたしました。特に、需要が強まっているOEM用部品の供給を早期化するため、補修用部品製造拠点のOEM供給への機能アップと、新たな製品への対応が可能となる海外投資を積極化してまいります。

3. 目標とする経営指標等

	2005年度 (実績)	2006年度 (計画)	2007年度 (目標)	2008年度 (目標)
売上高(百万円)	37,258	39,200	42,500	46,000
営業利益(百万円)	1,968	2,250	2,510	3,100
当期純利益(百万円)	627	780	870	1,100
営業利益率(%)	5.3	5.7	5.9	6.7
E P S (円)	115	150	167	211
設備投資(億円)	39	3年間で約100億円を計画。		

4. 「HEAT2008」

この経営計画の土台は、人材【Human Resources】であり、日韓共同研究やOEM供給拡大は人材育成にかかっています。また、環境変化に対応した固定資産(機械設備等)の最適化【Efficiency of Fixed Assets】を図り、先進の技術【Advanced Technology】を製品に活かすことで企業価値を高めようと考えております。

5. 経営目標達成のための基本戦略

(1) 事業ポートフォリオの最適化

成長が見込める製品への適切な経営資源の配分を実施してまいります。OEM供給の増強と生産キャパの拡大を図るため、日本ではハンドルジョイントの80万個月産体制の確立、韓国ではバルブスプール関連の設備投資強化など、成長性・収益性を見込む分野への重点投資と効率化をすすめてまいります。

(2) OEM供給体制を整える積極的な海外投資

OEM先への製品供給に繋がる投資を積極化していきます。現代自動車グループの海外進出への対応として、米国アラバマ州への新会社設立やタイ子会社による現地進出OEM先への供給対応など行います。

(3) 補修用マーケットにおける価格競争力強化

北米の補修用部品シェア回復のために、海外生産によるCR効果を高めてまいります。アジア地域においても、中国製品等への対応のため、当社グループの中国拠点を積極活用と海外生産委託先の開拓により、ブランド力を維持しつつ価格競争力をアップする方針であります。

(4) R&D・品質管理システムの強化

モジュール化や新製品開発によりOEM先への供給増加、日韓共同研究の推進、次世代車種への対応できるウォーターポンプなどのエンジン系統部品の開発に注力いたします。また、品質管理面を強化し、GM標準を達成できる拠点整備に注力してまいります。そのためにも、各拠点において人材育成を進めていく必要があります。

以上