

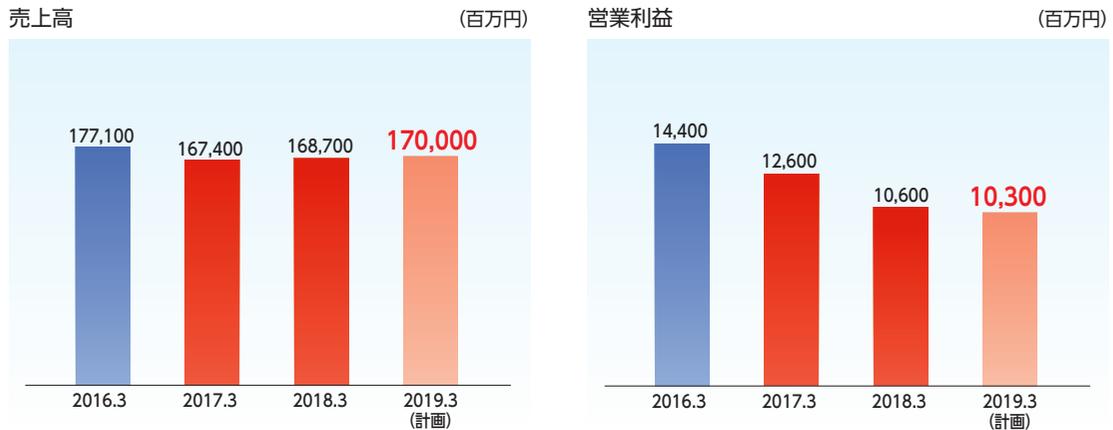
最終年度を迎えた 中期経営計画

目標達成に向けグローバル市場・日本市場で行動ビジョンの下に施策を推進

企業価値の持続的成長を目指して2016年4月からスタートした3か年中期経営計画“*No Limits! Push Forward Together!*”は、2018年度で最終年度となりました。最終目標の達成に向けて、グローバル市場および日本市場において、行動ビジョンの下に施策を進めています。

最終年度の数値目標

最終年度である2019年3月期の経営指標は、連結ベースで売上高1,700億円、営業利益103億円、営業利益率6.1%を計画しています。



セグメント別の目標

2019年3月期は2016年3月期に比べ、日本、北米は増収増益、南アジア、欧州は減収増益、東アジアは減収減益となる予想です。



行動ビジョン

中期経営計画の目標を達成するための行動ビジョンとして、「市場ニーズを捉えたシェアアップ」「商品統一による市場競争力の強化」「全社調達革新とグローバル設計ネットワークの構築」「経営品質の向上」の4つを掲げ、グローバル市場および日本市場において積極的に各種施策に取り組んでいます。

1

市場ニーズを捉えた
シェアアップ

2

商品統一による
市場競争力の強化

3

全社調達革新と
グローバル設計
ネットワークの構築

4

経営品質の向上

1 市場ニーズを捉えたシェアアップ

新興市場においては、マーケットシェアの拡大に努めるとともに、顧客満足度の向上と著名物件の受注による“フジテックブランド”の向上に取り組んでいます。一方、成熟市場におけるモダニゼーションでは、国内外の旺盛な需要に対応するため、積極的にお客様の要望に合った商品提案を行い、拡販に注力しています。

加えて日本では、外国人旅行者数の増加を背景に、拡大している観光関連施設の需要に対応した営業活動の強化も行っています。

フジテックブランドの向上



2022年冬季北京オリンピック・パラリンピック開催地に建設される「新雪国プロジェクト」のエレベータを受注

2 商品統一による市場競争力の強化

日本を含むグローバル生産拠点間で商品を統一し、新型グローバル機種種の投入を図っています。

エレベータは、グローバル標準型エレベータ「ZEXIA(ゼクシア)」(機械室あり)と「REXIA(レクシア)」(機械室なし)に統一し、全世界での本格的な販売を開始します。エスカレータは、既設トラスを残したまま最新のエスカレータに入れ替える新工法「ユニット in トラス工法」を開発し、国内外で販売を開始しました。

また、人間工学やITなどの最新技術を応用する研究開発拠点として2017年に開設した「ウィングスクエア」では、より市場競争力の高いグローバル機種種の開発を進めています。

新型グローバル機種による全世界での
市場競争力の強化



3

全社調達革新とグローバル設計ネットワークの構築

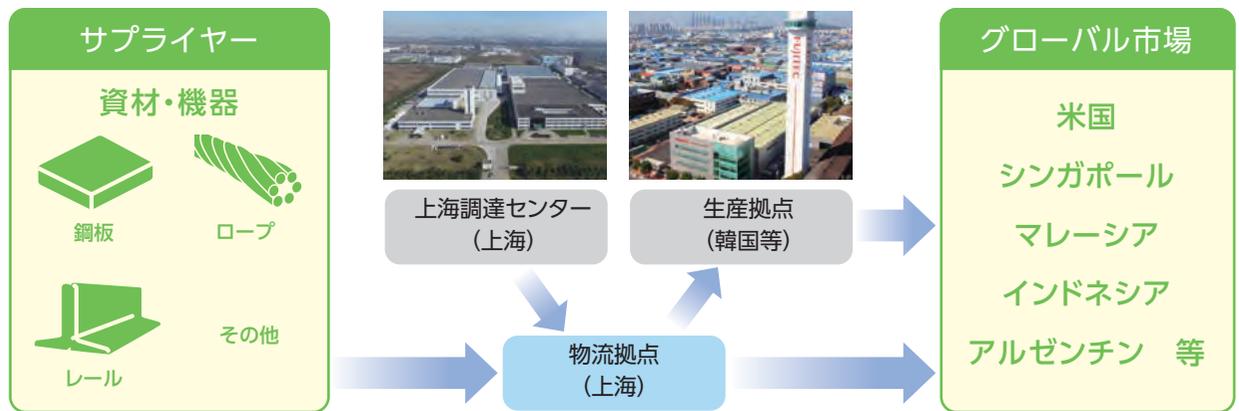
グローバル標準型機種の商品化に伴い、グループでの一元購買・管理体制構築による全社調達革新を推進し、最適な生産体制の確立とコストの低減に取り組んでいます。また、物流コストの低減を図るため、上海に新設した物流拠点を機能的かつ効率的に活用し、グローバルでの新商流の確立を目指しています。

さらに、グローバルでの生産・販売・物流効率の向上を図るため、24の国と地域に置いた営業拠点と10の生産拠点を有機的につなぎ、受発注システムの一元化を進めています。グループ内で蓄積してきた設計リソースについても、最大限に活用するため、各拠点で設計情報が共有できるグローバル設計ネットワークの構築に取り組んでいます。

設計情報のグローバル共有



●グローバル新商流、受発注システムの一元化



4

経営品質の向上

スマートフォンなどのITを活用した働きやすい職場環境の整備に取り組み、経営品質の向上を図っています。例えば、社内で開発した出勤簿アプリケーションや地図アプリケーション、メンテナンス関連のアプリケーションなどとスマートフォンを活用し、業務の効率化を進めています。

スマートフォンを活用した業務の効率化

