

## 2. 経営方針

### (1) 経営の基本方針

当社は、2001 年度より 2010 年度までの 10 年間を対象としたグループの経営施策の基本方針「グランドデザイン 2010」（以下、GD2010）に基づき、「企業は社会の公器である」という当社の基本理念のもと、「企業価値の長期的最大化」を通じた 21 世紀企業の創造を目指しております。企業のありたい姿として「Small but Global」を目指しており、経営目標として「企業価値の最大化と収益を伴った成長企業」を目指してまいります。

### (2) 利益配分に関する基本方針

当社はつぎの基本方針に基づき、株主の皆様へ利益を配分させていただきます。

- ①「企業価値の最大化」に向け、将来の事業拡大に必要な研究開発、設備投資などの成長投資を第一優先とし、そのための内部留保を確保いたします。
- ②成長のための内部留保を確保したあとの余剰資金につきましては、フリーキャッシュ・フローのレベルも勘案のうえ可能な限り株主の皆様へ還元していく所存です。
- ③毎年配当金につきましては、各年度で必要とする内部留保のレベルにもよりますが、連結当期純利益の 20%前後相当の配当性向を維持するよう努力いたします。このように連結業績により連動した配当方針とする所存ですが、万一当社業績が悪化する場合にも長期安定配当として年間 10 円の配当金は最低限維持する所存です。これは長期に保有していただく株主の皆様のご期待にお応えすると同時に、不断の構造改革を推進し成長への基盤づくりを確かなものとし、業績悪化という不測の事態を未然に回避するという経営の確固たる意思表示でもあります。
- ④長期にわたり留保された余剰資金につきましては、今後とも自己株式の買入れなどにより機動的に株主の皆様へ還元していく所存です。

### (3) 投資単位の引下げに関する考え方および方針など

当社は株式市場での流動性を高め、より投資しやすい環境を整え、より広範な投資家の参加を促進するという観点から株価水準と最低投資金額を考慮し当社株式の 1 単元の株式の数を 100 株としております。

### (4) 目標とする経営指標

GD2010 第 2 ステージにおいて、成長と収益の両面を捉えた「事業価値の総和を 2003 年度比倍増」を中期経営目標とするとともに、収益性目標として ROIC（投下資本利益率）10%以上の目標を設定しております。

### (5) 中長期的な会社の経営戦略

当社は GD2010 において、当初 2001 年度から 2004 年度までを第 1 ステージと設定し ROE 10%を目標としておりましたが、2003 年度において 1 年前倒しで達成することができました。そこで当社は 2004 年度から 2007 年度までの 4 年間で新たな第 2 ステージと設定し、企業価値の向上へ向けて、収益体質づくりにウエイトを置いた第 1 ステージから、第 2 ステージでは成長へとギアチェンジすることといたしました。具体的には、狙いとする成長市場と技術を定め、事業領域を組替えていくための「事業ドメイン改革」として、中国での売上成長による事業価値の拡大およびコア技術を基軸とした新規領域での事業価値創造を目指します。

また「運営構造改革」として、引き続き事業のあるべき収益構造を設定し、より強靱な収益構造の実現に向けた改革を推進してまいります。2005 年度(前期)、2006 年度(当期)は 2007 年度(2008 年 3 月期)目標にいたるマイルストーンをそれぞれ設定しており、そのマイルストーンを目指して事業運営をしてまいります。

(添付資料)

## (6) 会社の対処すべき課題

当社は、GD2010 第2ステージにて 2007 年度で目指す収益構造、成長構造を目標に定め、2005 年度、2006 年度の各中間年度それぞれを、2007 年度目標実現へ向けて到達すべきマイルストーンと位置付け、不断の構造改革を推進しております。その中で、2005 年度は増収増益を達成し 2007 年度の目標達成に向けてのマイルストーンをクリアし、2006 年度は、年度方針を「増益基調での成長加速」、副題を「2007 年度業績目標に成長前倒しで迫る」とし、増益を前提として各事業の成長を加速し、第2ステージ最終年度である 2007 年度の目標達成を確実にするために必要な投資を実行しております。

全社重点戦略の一つと捉えております中国での成長については、世界で最も成長している市場であり、また世界中の企業の参入に加え、中国ローカル企業との生き残り競争も激しさを増しており、まさにグローバル競争の縮図が現実化してきております。このような状況認識のもと、中国での勝ち残りが GD2010 第2ステージの目標達成に向けて重要であるとの認識に変化は無く、引き続き中国を重点エリアとして、積極的な先行投資を集中的に行いながら新たな事業への取り組みや戦略的な営業を展開し、2007 年度目標である 2003 年度比売上高 1,000 億円増を確実なものにしていきたいと思っております。

技術を基軸とした成長については、これまで全社レベルで強化するコアの技術領域と成長領域を定め、技術を着実に展開するプロセスとして技術とアプリケーションのマップを精緻化し、成長構造の確立を進めてきました。新たにエネルギー、環境、セキュリティおよびセーフティを取り組み領域として加え、2007 年度目標を「2003 年度比売上高 500 億円増の 680 億円」から「2003 年度比売上高 640 億円増の 820 億円」の目標に増額し、その実現に向けた投資を着実に実行しており、GD2010 第3ステージの 2010 年までをも視野に入れた成長を加速していきます。

既存事業における収益構造の見直しについては、売価ダウンや原材料価格の高騰などの影響はあるものの、引き続き販管費構造改革と生産構造改革の取り組みを継続しており、2007 年度で目指す収益構造へ前進させていきます。なお当下期からは「ものづくり革新本部」と「グローバル調達・購買センタ」を新規に設置しました。「ものづくり革新本部」は、評価を起点としたものづくりの強化および品質統括や各事業の生産技術・管理技術の支援に取り組んでいきます。一方、「グローバル調達・購買センタ」は、グループの購入部材やサプライヤーに関する情報を集中管理し、最適な調達・購買システムの共有化をグローバル規模で推進し、グループにおける調達・購買機能の強化に取り組んでいきます。

## (7) 親会社などに関する事項

当社は親会社などを有していないため、当項目に記載すべき事項はありません。