

第3章 価値創造への取り組み

事業別戦略



「機械加工品事業」「電子機器事業」「ミツミ事業」の3つの事業に加え、2019年4月から新たに「ユーシン事業」が加わりました。

もともとは、ボールベアリング専門メーカーとして創業した当社は、機械加工で培った超精密加工技術を電子機器事業へ応用。

その結果、現在の売上高比率は、電子機器事業が機械加工品事業を上回っています。

機械加工品事業

前期比
16.4%増益

ボールベアリングの年間の外販数量は過去最高を更新。自律成長とM&Aの両輪で増収増益。

SWOT分析

強み
超精密加工技術
高品質・大量生産技術
製品供給のスピード
ニッチで高シェア

弱み
一部製品で相対的に低収益

機会
製品のイノベーション
製品の高級化・高機能化
省エネ志向の高まり

脅威
新技術による代替
(HDD向けなど一部製品)
低価格品へのシフト

成長戦略

- 需要拡大への対応
- 生産性の改善
- 航空分野の強化、新分野への進出
- 新技術の開発
- ポートフォリオの拡充

電子機器事業

前期比
29.8%減益

家電、OAを中心とする中国需要の減速を主因に減収減益。

SWOT分析

強み
高品質・大量生産技術
製品供給のスピード
ニッチで高シェア
幅広い製品ラインナップ

弱み
一部製品で低収益
新製品の販売チャネル不足

機会
製品のイノベーション
製品の高級化・高機能化
省エネ志向の高まり

脅威
新技術による代替
競争環境の激化
原材料・部品価格の高騰

成長戦略

- モーターとセンシングデバイスを中心とするコアビジネス
- 自動車向けラインナップの拡充
- 旧ミツミの技術との相合
- 新技術の開発

ミツミ事業

前期比
11.0%増益

年度後半に一部製品で大幅な生産調整も増収増益。

SWOT分析

強み
研究開発力・提案営業力
大量生産対応能力
製品供給のスピード
コネクテビリティ(IoT)関連技術

弱み
一部製品で低収益
需要動向に影響を受けやすい
製品ポートフォリオ

機会
省エネ志向の高まり
コネクテビリティ関連製品の需要増
革新的な商品の登場
製品の電子化進展

脅威
新技術による代替
競争環境の激化
主な取引先の動向の変化

成長戦略

- 開発力を活かした新製品の創出
- 自動車向け製品ラインナップの拡充
- さらなる生産性の改善
- 単品ではなくモジュールとしてのビジネス展開

ユーシン事業

2019年4月に
経営統合

SWOT分析

強み
世界的な主要OEMとの取引実績／グローバルな製造拠点／部品の内製化や新製品開発

弱み
欧州における強みや関係性の分散／業績低迷による投資不足

機会
経営統合による大きな成長機会／ロックシステムの電動化／スマートハウス化による事業拡大

脅威
競合他社による攻勢の強化
世界自動車出荷台数の低迷

成長戦略

- 生産性の改善
- 歩留まりの改善
- 明確な拠点戦略の遂行
- 競争力のある製品の確立