

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はじめとするコア技術を電子機器事業へ応用。多角的な事業ポートフォリオが世界でも類を見ない「相合精密部品メーカー」としてユニークなポジションを構築し、リスク分散にも寄与しています。

機械加工品事業

前期比 **16.5%減益**
 マクロ減速の影響を受け減収減益

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
 低価格品（ハイエンド以外）への対応

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
- 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 **3.7%増益**
 多様化した製品ポートフォリオで増益確保

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 **16.3%減益**
 実質的に前期と同水準の収益確保

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

- 新製品の開発に注力
- 車載向け製品の拡充
- アナログ半導体におけるエイブリックとのシナジー創出
- 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

前期比 **62.9%減益**
 自動車市場減速の影響を受けて減収減益

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 / 限定的な顧客層

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