



中期経営計画 2022

- VISION2030に向けて -

(2020～2022年度)

2020年5月28日

旭ダイヤモンド工業株式会社



1937年の設立以降、総合ダイヤモンド工具メーカーとして幅広い業界・地域に対し製品供給しバランス良く業務展開を行ってきた

当社の歩み

- 1937年 旭ダイヤモンド工業設立
- 1944年 旧三重工場竣工
- 1965年 玉川工場竣工
- 1968年 現 台湾旭ダイヤモンド工業設立
- 1972年 現 山梨旭ダイヤモンド工業へ経営参加
- 1989年 千葉鶴舞工場・技術研究所竣工
- 1993年 現 旭ダイヤモンドヨーロッパ取得
現 旭ダイヤモンドオーストラリア取得
- 1999年 千葉第二工場竣工
- 2002年 旭ダイヤモンドアメリカ設立
旭ダイヤモンドインドネシア設立
上海旭ダイヤモンド工業設立
- 2006年 三重工場竣工
- 2011年 旭ダイヤモンドタイランド取得
- 2013年 現 是村旭ダイヤモンド工業取得
- 2015年 旭ダイヤモンドメキシコ設立
旭ダイヤモンドマレーシア設立
- 2020年 千葉新工場竣工(予定)

当社の特徴

安定した経営基盤

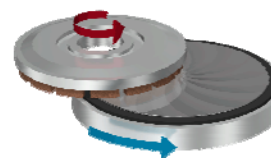
- ⇒電子・半導体、輸送機器、機械、石材・建設等、幅広い業界へ製品供給(環境変化に耐えうる顧客基盤)
- ⇒強固な財務体質(自己資本比率約80%)

着実な海外展開

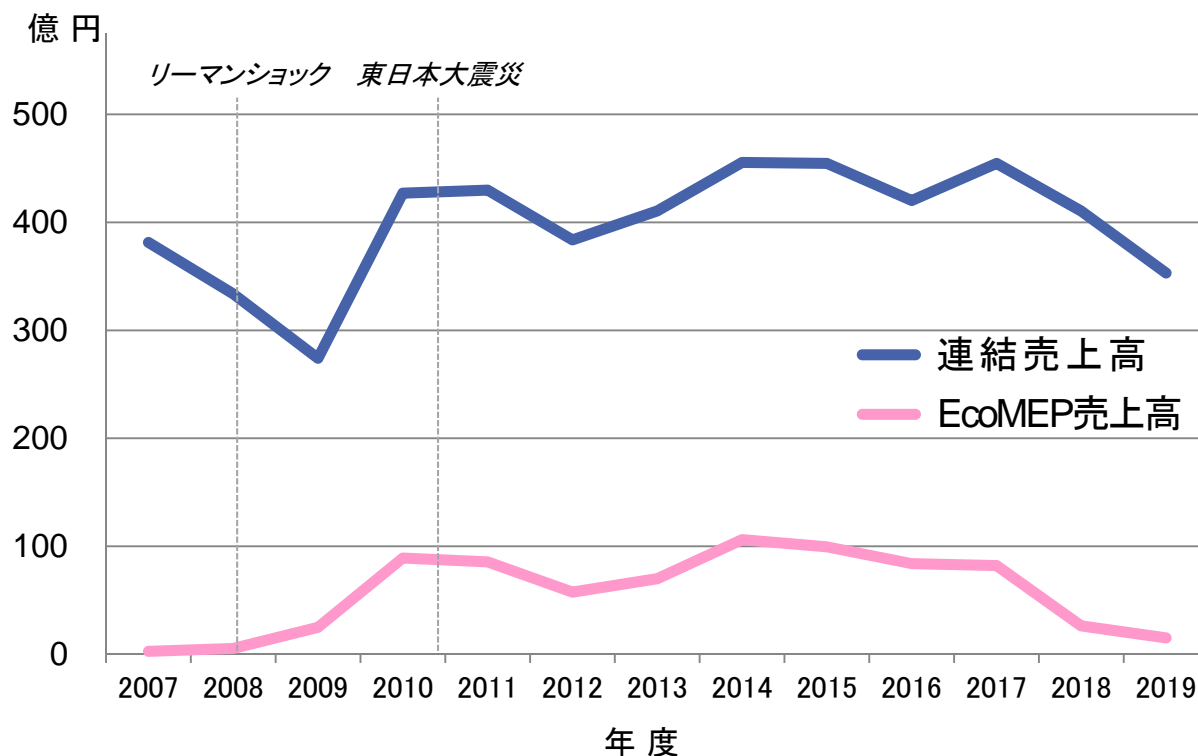
- ⇒12カ国に子会社・関連会社を展開
- ⇒売上の約50%は海外向け

柔軟な製品展開(国内製造拠点6ヶ所)

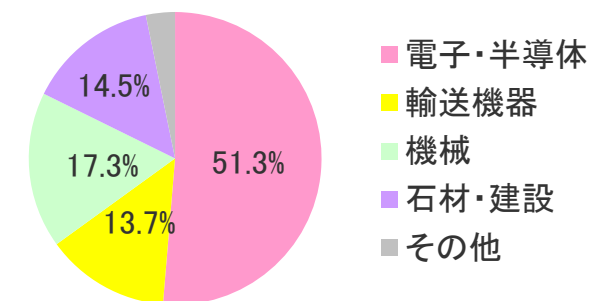
- ⇒時代・顧客ニーズに合わせた製品提供
- ⇒高速通信普及等(5G化、メモリ需要増)
- ⇒歯車・軸受関連(ロボット、EV化)



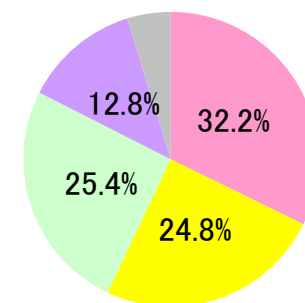
当社連結売上高の推移と概況



業界構成比(2010年度)



業界構成比(2019年度)



- ◆ 近年までは電子・半導体業界向け電着ダイヤモンドワイヤ(EcoMEP)で売上高を拡大
- ◆ 最近は、価格競争激化による同製品の売上減に伴い、輸送機器、機械業界に再注力

10年単位で見ると、時々^々の景気の影響を受けつつも、幅広い業界へ製品供給することで、全体として安定した売上を確保してきた

市場環境

1. 国内市場の成熟化

- 電子・半導体、輸送機器業界を中心に生産拠点の海外移転が進展
- 顧客ニーズの高度専門化

2. 海外市場の成長

- ASEAN・中国・インド等新興国を中心に市場が変化・拡大

競合環境

1. 国内市場

- 安価な海外製品の流入
- 競合メーカーは技術営業で高度専門化する顧客ニーズに対応

2. 海外市場

- 工作機械メーカーの再編が進む中、ダイヤモンド工具業界も再編が進行

当社の課題

- 高度専門化する業界・製品軸競争への対応強化
- グローバル化に対応した最適地生産・販売体制の再構築
- 経営インフラと管理体制の強化

⇒環境変化に対応した成長機会・収益機会を獲得し、売上・利益の拡大へ

グループ経営理念

モノづくりをもっと面白く

「VISION2030」で目指す当社のあるべき姿

「地域×業界」軸で戦略的な製品展開を行う
グローバルダイヤモンド工具メーカー

競争力を発揮できる領域の見定め

市場リサーチと顧客からの情報収集により、市場動向や顧客ニーズを的確に把握
開発・製造・営業の情報連携を強化し、顧客の求める製品を高い競争力のある形で提供

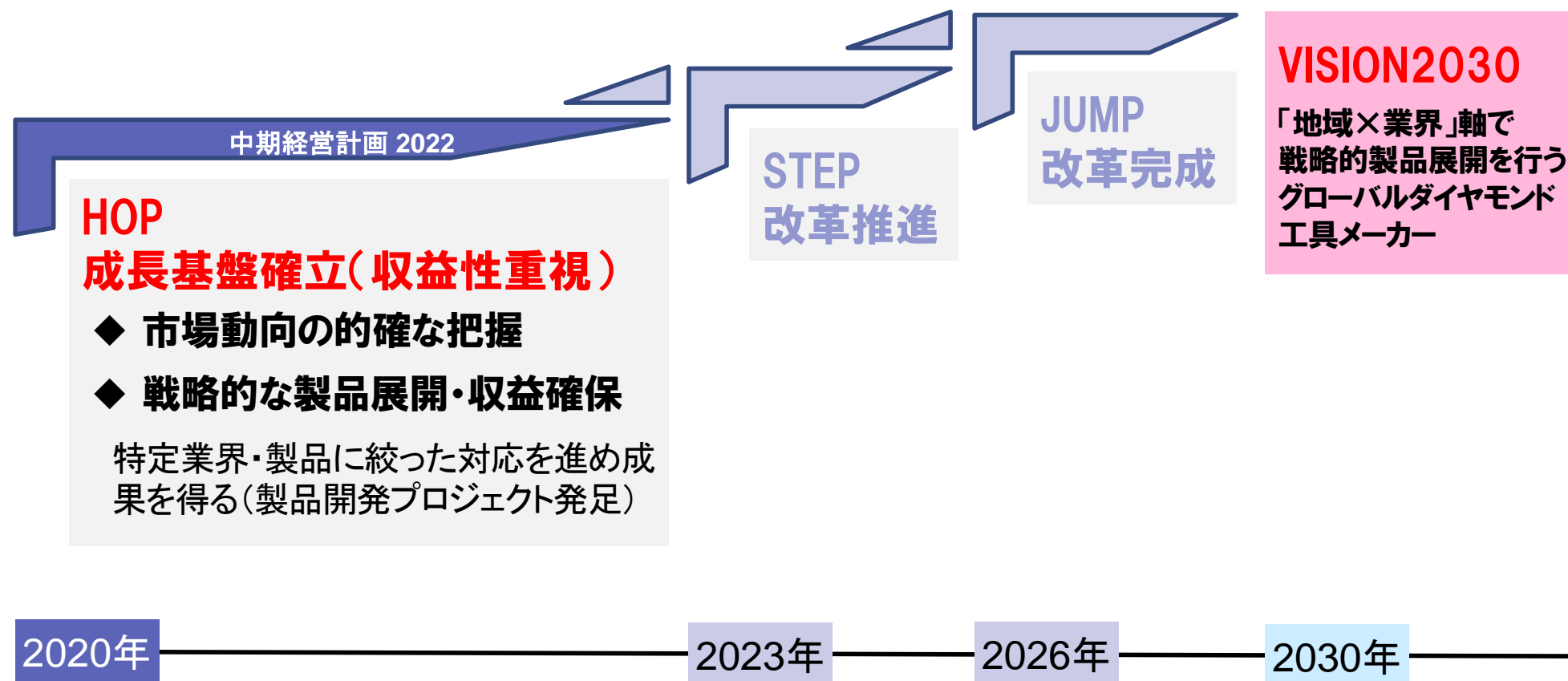
×

経営資源の集中配分

ターゲット領域にヒト・モノ・カネを重点配分
そのために、戦略的提携やOEMを活用し、社外リソースを含めグローバルベースで製造・販売の最適化を図ることで、当社の強みを最大限に活かす

グローバルでの持続的成長と高収益を実現し、企業価値を高め続ける

本中期経営計画は、「VISION2030」までの期間を3分割(HOP・STEP・JUMP)した中の第一段階としての位置付けで、「成長基盤を確立する期間(HOP期間)」



① 高度専門化する顧客ニーズへの一貫対応

② グローバル展開の最適化と加速

③ 経営インフラと管理体制の強化

重点テーマ① 高度専門化する顧客ニーズへの一貫対応

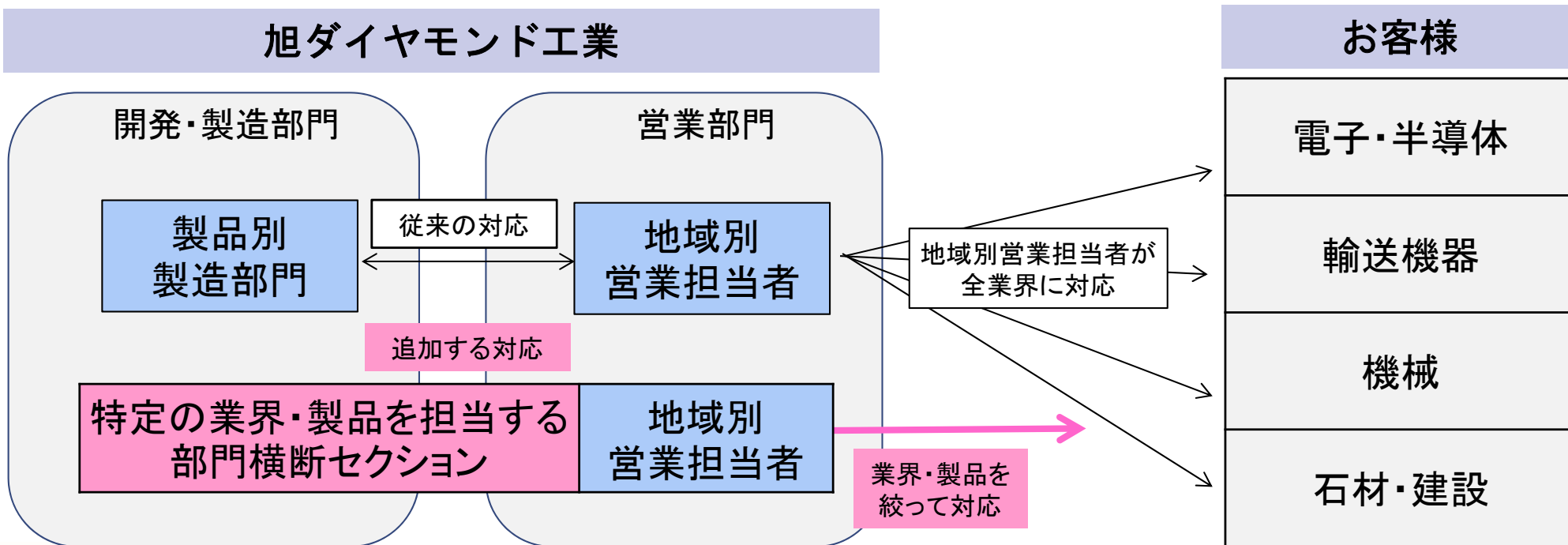
地域中心から業界中心へマネジメントの軸を移し、それに合わせて営業・開発・製造等の各機能を強化・再編することで、業界・製品軸での競争力を高める

従来の対応(地域営業中心)

地域営業担当者が
製品別の開発・製造各部門と連携し
担当地域の全業界の顧客に営業

今後目指す対応(地域×業界)

地域別営業担当者に加え**業界単位or製品単位の部門横断セクション**を設置、開発・製造・営業の各業務部門に横串を刺して対応し競争力強化につなげる
⇒お客様にとって無くてはならない存在を目指す

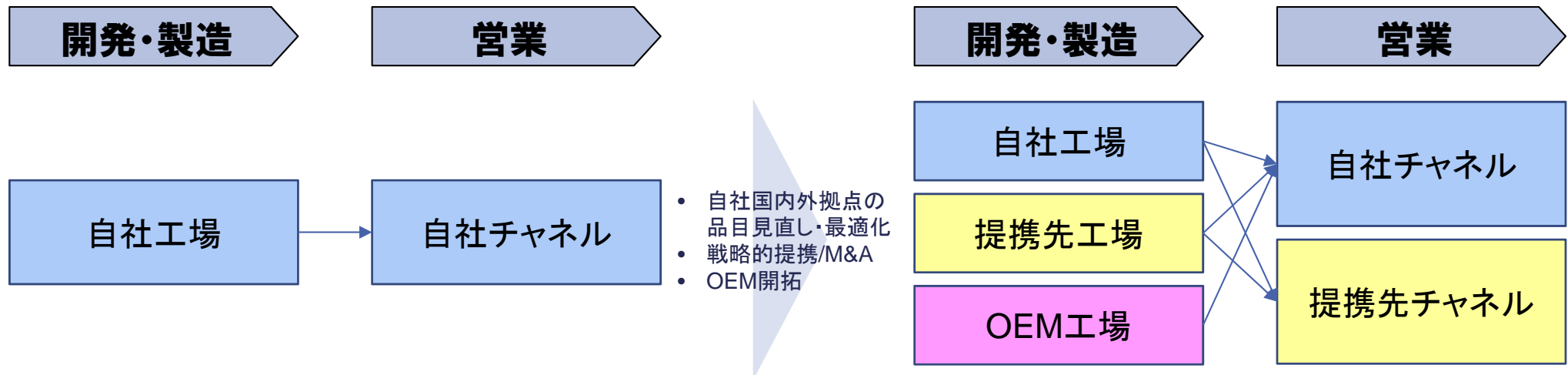


重点テーマ② グローバル展開の最適化と加速

戦略的提携やOEMを活用したグローバルのサプライチェーン最適化により、製品競争力を向上させ、各地域でのシェア拡大を図る

従来：自社単独での製品ライン拡充・拡販

今後：社外提携を活用した製品ライン拡充・拡販



- 自社単独での製品開発・製造や拡販では、グローバル展開の速度に限界がある

- 自社の国内外工場の品目見直しに加え、戦略的提携先やOEMを活用し、生産を最適化することでQCD(品質・コスト・納期)を改善し、製品競争力を高める
- 販売面でも外部チャネルを活用することにより、海外展開を加速



管理会計手法の見直し・人事制度の再構築・ITシステムの改修・経営管理体制の強化の4項目を軸に、経営インフラの再構築を進める

管理会計手法の見直し

管理会計ルールの特準化によるグローバルデータ活用体制構築(以下検討事項例)

- ◆ 原価制度見直しとグローバル導入・展開
- ◆ 営業・製造の目標・責任の明確化
- ◆ 共通フォームでの部門別損益管理のグローバル導入・展開 等

人事制度の再構築

働き方改革、人財育成、人財リソースマネジメント強化(以下検討事項例)

- ◆ 新人事制度の導入(能力・個性を活かした当社グループに貢献できる体制の整備)
- ◆ 人財育成スキームと経営戦略に合致した配転ルールの構築
- ◆ 人事データ管理体制構築 等

ITシステムの改修

システムの再構築と統一的な運用(以下検討事項例)

- ◆ グローバル共通システムの導入・運用
- ◆ ITコミュニケーションツールの刷新
- ◆ ITシステム管理体制の構築 等

経営管理体制の強化

経営管理体制の強化・高度化(以下検討事項例)

- ◆ グローバル経営管理体制の再構築(法務・経営監査・コーポレートガバナンス[子会社管理を含む]・会社法関連)
- ◆ コンプライアンスマニュアル改修・文書管理体制構築・グローバル法令やノウハウ集積体制構築
- ◆ グループ資金管理体制の構築 等



テーマ別の施策とマイルストーン(到達目標)

重点テーマ

到達目標
(2023年3月)

目標到達に向けた施策

高度専門化する
顧客ニーズへの
一貫対応

開発・製造・営業の各部門に跨る
業界別・製品別のマネジメント体制が機能し、併せて営業・製造の
体制改革が進められている

- ・特定の業界・製品に係るプロジェクトチーム(製品開発プロジェクト)の発足
- ・営業効率化等の営業体制改革の検討実施
- ・製造工程改革等の原価低減策の検討実施(千葉新工場製造品目を中心に検討開始)

グローバル展開の
最適化と加速

各エリアの業界別外部環境と自社の強み、他社との提携を踏まえたグローバル戦略が機能している

- ・業務提携の推進(既存案件推進中)
- ・海外マーケットリサーチ体制強化
- ・エリア別の製造・営業・マネジメント機能評価の実施
- ・グローバルベースでの最適地生産体制への移行の検討実施

経営インフラと
管理体制の強化

管理会計手法見直し・人事制度再構築・ITシステム改修・ガバナンス体制強化の各項目の課題への対応がスケジュールに沿って進められている

- ・左記各項目毎に分科会立上げ
- ・各々の分科会において設定した、到達目標、検討スケジュールに沿って検討実施

モノづくりを もっと面白く

唯一無二 One and Only

世界の変化を先取りし、革新的技術とグローバルな組織力で、当社にしかできない製品・ソリューションを提供し続けます。

永続的な成長 Eternal Growth

モノづくりに携わる全世界のお客様から最も頼られる存在となり、永続的に成長する企業を目指します。

働きがい Job Satisfaction

仕事のやりがいを個々の成長に結び付けて持ち味を引き出し、全従業員がいぎいきと働く企業を目指します。

本資料には、過去の事実以外に今後の業績見通しや計画が記載されていますが、これらの見通しや計画は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

