

2003年2月26日

各位

会社名 ユニチカ株式会社
代表者 取締役社長 平井雅英
(コード番号 3103)

中期経営3ヵ年計画について
- グループ・プログラム『飛躍05』 -
(2003年4月～2006年3月)

ユニチカグループは、この度、2003年4月より始まる中期経営3ヵ年計画『飛躍05』を策定いたしました。新経営計画は、収益力強化と連結経営体制の確立のために進めて参りました前経営計画『変革21』を引継ぎ、「集中と強化」を一層推し進め、「飛躍」の実現を目指すグループ・プログラムとなります。ユニチカグループは、この新経営計画において、総力を結集し収益強化・体質強化の戦略・施策を推進していく所存です。

～新経営計画策定の考え方とポイント～

1 経営基本方針

経営のビジョン

顧客の信頼と期待にスピーディに応える
ユニークで存在感のある企業

～テラマック・カンパニーを目指して
「人と共に、地球と共に」～

テラマックとは「地球の息子」の意

経営基本方針

1. 「個」客との共生
「個」客ソリューションを強め、共に生きる企業集団へ
2. ユニークで価値ある商品の提供
ユニークな技術やシステムを創出する
3. 「環境」、「健康」への貢献
環境・健康ニーズに応える商品を提供する
4. 変化する国際マーケットへの積極対応
中国を主とするアジア・オペレーションを強化する

2 経営目標

1) 目標指標

(金額 億円)

	02見込	05年度	増減
売上高	2,360	2,400	40
営業利益	90	200	110
経常利益	40	150	110
経常ROA	1.1%	4.5%	3.4%

2) セグメント別

(金額 億円)

	売上高			営業利益		
	02年度	05年度	増減	02年度	05年度	増減
高分子	575	650	75	76	105	29
環境・機能材	380	400	20	26	45	19
繊維	1,115	1,050	65	18	35	17
生活健康、他	290	300	10	30	35	5
全社・共通				60	20	40
合計	2,360	2,400	40	90	200	110

3) 財務目標

(金額 億円)

	02年度	05年度	差異
有利子負債	2,550	2,250	300
総資産	3,580	3,350	230

4) 経営資源投入計画

- ・設備投資 3年累計 200 億円 減価償却費 245 億円

戦略事業への重点投資

(金額 億円)

	投資額	比率
高分子	130	65%
環境・機能材	30	15%
繊維	15	7.5%
生活健康 他	25	12.5%

- ・研究開発費 3年累計 105 億円

- ・連結グループ人員

03年3月末	⇒	06年3月末
6,000人		5,000人

3 前経営計画「変革21」の総括

1) 成果

- ・収益基盤が安定してきた。
- ・有利子負債は計画通りに削減できた。
- ・単体は繰越損失解消の見込。
- ・選択と集中(統廃合・機能集約)が進んだ。
- ・資産活用が積極的に展開できた。

2) 計画との差異 (2002年)

(金額 億円)

	02計画	02見込	差異
売上高	2,860	2,360	500
経常利益	90	40	50
経常利益 ROA	2.5%	1.1%	1.4%

【差異理由】

売上高の未達 (500億円)

- ・関連会社の統廃合 (200億円; 連結子会社7社減少)
- ・繊維事業の縮小及び市況悪化 (200億円)
- ・高分子、機能材、不動産関連事業のデフレ影響とIT不況 (100億円)

経常利益の未達 (50億円)

- ・退職給付費用の負担増 (40億円)
- ・上記売上減少によるもの (10億円)

【反省】

- ・経営環境の変化にコスト削減等の施策が追いつかなかった。
- ・高付加価値商品の市場への浸透が十分にできなかった。
- ・重点育成事業と位置づけた「生活・健康」が伸び悩んだ。
- ・繊維事業の収益が安定しなかった。

3) グループの現状

- ・トータルコストの削減により収益基盤は整ってきた。
しかし退職給付費用の負担が大幅に増加した。
- ・重点分野「環境」での品揃えが充実した。
- ・業界内優位事業の維持・強化策を推進している。
- ・事業の選択と集中については、単体では進んだが、
グループ全体では所期のレベルに達していない。
- ・デフレ進行により売上高は減少した。
- ・連結ベースでの繰越損失が残り、復配体制の構築が継続課題である。

4) 新経営計画への課題

- ・デフレに打ち勝つためのスピーディなコストダウンと営業力の強化
- ・事業収益力のさらなる強化、高位安定化
- ・繊維事業における人的資源のコア事業や新事業での活人化
- ・連結経営の強化と連結繰越損失解消による復配体制の確立

4 新経営計画の基本戦略 ~ 4つの強化、5つのコストダウン ~

1) 4つの強化

トップシェア、シェア優位事業の維持・拡大

フィルム、スパンボンドなどトップシェア事業に資源を優先配分し、事業領域の拡大・強化をはかる。また植物由来の生分解性ポリマー“テラマック”の総合展開（フィルム、不織布、繊維、樹脂）を推進し、生分解性ポリマーのトップブランドを築く。

新事業の創出・育成

独自（固有）の技術力に基づく商品とマーケットニーズをベースとして、土壌浄化ビジネスへの参入、生活健康事業の拡大、IT・エネルギー関連素材の拡大ならびに新規事業化を推進する。

組織力、営業力の強化

「個」客の課題解決を目指し提案型営業に力点を置き、「個」客と共に生きるカルチャーへの転換をはかる。また「1人当り指標（売上高・利益）」の活用により組織を活性化する。さらに、グループ企画機能を強化し、経営課題ごとに迅速に対応できる組織運営を行う。

アジア戦略の強化

グループ全体でGMI（グローバル・マーケティング・イニシアティブ）プロジェクトを推進する。02年10月に設置した上海事務所を核に、中国市場から広くアジア全域へのオペレーション（製品購入、市場開拓）を積極的に進める。

2) 5つのコストダウン

繊維事業では再構築をさらに進め、スリム化により収益改善をはかる。またコスト競争力を高めるため、グループ全体（生産ならびに管理部門）でトータルコストダウンに取り組む。

- 繊維事業のスリム化
- エネルギーコストダウン
- 生産性向上による製造原価低減
- 間接部門のスリム化
- 財務体質の改善

【戦略と主要施策】

	強化施策	高分子	環境機能材	繊維	生活健康その他
4つの強化	トップシェア シェア優位事業	フィルム スパンボンド	ガラスクロス 活性炭繊維	バインダー-繊維	カテーテル (抗血栓性)
	新事業の創出・育成	高機能樹脂	土壌浄化	エコ繊維	ハナピラタケ セラミド アラビノース
	組織力、営業力	全社共通			
	アジア戦略	中国を主とするアジア市場での積極展開			

~ 5つのコストダウン ~

5 事業戦略とグループ戦略

1) 事業戦略 (事業施策)

高分子

「資源を優先配分し、グループのコアコンピタンスの強化・拡大をはかる」

<フィルム事業>

エンブレムアジアにナイロンフィルム生産機を増設し、高成長する東南アジア・中国のナイロンフィルム市場に対応するとともに、国内においては差別化商品を投入し収益拡大を行う。

<不織布事業>

ポリエステルスパンボンドについては生産能力アップを行うとともに独自ポリマー技術を駆使した新素材商品を投入・増販する。また、スパンレースについては、新素材リヨセルシート等の投入により、販売を拡大する。

<テラマック事業>

フィルム、不織布、繊維に新たに耐熱性、成形性をもつ樹脂を加えた総合素材展開により、植物由来の生分解性ポリマー“テラマック”を飛躍的に拡大する。

<樹脂事業>

独自のポリアリレート（Uポリマー）とナノコンポジット技術をもとに、自動車部品分野ならびに電機・情報機器分野への展開をはかる。

環境・機能材

「ニッチ市場のニーズに即した商品力の強化により、事業拡大を行う」

<環境事業>

繊維ろ過技術や高度処理技術などユニークな水処理技術を活かして、上下水道ビジネスを拡大する。また、水処理や重金属除去など当社保有のエンジニアリング技術を活かして、拡大する地下水・土壌浄化ビジネスに参入する。

<機能材事業>

活性炭繊維では、高機能商品をさらに開発することにより、環境分野ならびに住宅分野でのビジネス拡大を行っていく。また、グラスファイバーでは耐火スクリーンなど産業資材分野において新戦略アイテムを投入し、販売を拡大する。さらに、ワニス用ポリイミド樹脂や燃料電池セパレーターなど、電機・情報・エネルギー分野での新商品を投入し事業を拡大する。

織 維

「徹底したコストダウンと量から質(差別化)への転換により収益体制を確立する」

<合織事業>

衣料から産業資材へのシフトを進める。設備集約を実施しナイロン繊維事業の再構築を行う。またポリエステル繊維事業については、環境貢献型商品の拡販を行っていく。

<天然繊維事業>

コストダウンを進めるとともに、中国とのオペレーション(製品購入・販売)をフルに活用して収益改善を行う。

生活健康・他

「グループ保有のバイオ・ケミカル技術を駆使した新商品で事業拡大をはかる」

<メディカル事業>

医療材料(抗血栓性カテーテルなど)の自社販売体制構築による売上拡大をはかる。

<生活・健康事業>

-グルカン高含有のハナビラタケ、コンニャク芋由来のセラミドや、血糖値抑制甘味料のアラビノースなど大型商品の拡販を行い事業拡大を行う。

2) グループ戦略 (共通施策)

生産革新「ユニチカラ」活動

グループ全体で製造部門の生産性向上活動を展開し、製造現場のムダを徹底的に排除する。そして、リードタイム短縮、物流改善、在庫削減、人員の効率化を進め、トータルコストダウンを達成し、コスト競争力基盤を確立する。

財務体質の改善

遊休土地の活用や子会社M&Aなど資産活用を進める。また、在庫削減による運転資金の圧縮やグループ資金の一元管理などにより有利子負債を削減する。

繰越損失については計画期間内に解消予定

退職給付費用の負担減

厚生年金基金の解散により、収益を圧迫している退職給付費用を減額する。

以上

(本件に関するお問合せ先)
ユニチカ株式会社 社長室IR広報グループ
TEL: 06-6281-5695

(ご参考)

ユニチカファイバー(株)

<主要施策>

資材分野の比率アップ (70% 80%)
 新素材・新商品の重点強化 (エコロジー繊維、生活資材分野)
 中国ビジネスの強化

<目標指標>

	(億円)	
	2002年度	2005年度
売上高	370	330
営業利益	1	8

ユニチカテキスタイル(株)

<主要施策>

製品ビジネスの強化
 開発強化のための国内生産体制見直しと再編
 (自家工場、関連グループを含めて)

<目標指標>

	(億円)	
	2002年度	2005年度
売上高	250	280
営業利益	1	8