

エレクトロニクスのシステムコーディネーター

RYOSAN

第8次中期経営計画

(2011～2013年度)

2011年7月20日
株式会社リョーサン
代表取締役社長
三松 直人

基本姿勢

基本戦略

- 「成長戦略」
- 「セグメント戦略」
- 「インフラ戦略」

【第8次中期経営計画の基本姿勢】

「企業環境の不確実性が高まる中で、堅実経営を探求すると共に、グローバルな多様性を受け入れ、経営を進化させる」

【普遍的な姿勢】

「経営の本質を探究し、経営の革新を進め、経営の成果を挙げる」
ことを基軸に「オープンでクリーンな企業経営」と「創造性豊かな
事業活動」を実践する

システムコーディネーターとしての
「成長戦略」

システムコーディネーターとしての
「セグメント戦略」

「成長」と「事業」を支える
「インフラ戦略」

成長戦略

追加

1. 海外半導体デバイス事業等の
更なる強化

2. 急成長する新興国市場
(中国・インド)への取り組み強化



3. グローバル化する日系顧客
への対応強化

4. 成長分野(カーエレクトロニクス・
社会インフラ等)の開拓強化

成長戦略

追加

1. 海外半導体デバイス事業等の更なる強化

・新規リソース開発プロジェクトの推進

目的：当社の持続的成長を果たすための新規リソースの発掘

- 目標：・当社グループ全体に展開できる新規リソースで早期に業績貢献する
・新規リソースによって当社の事業拡大が可能かどうか判断する

・海外半導体デバイス事業の更なる強化

目的：海外半導体デバイスビジネスを成長戦略として、再チャレンジする

- 目標：海外半導体をメインで取り扱う各子会社（サクシス、ジャイロニクス）で
数百億円規模の売上高を目指す

2. 急成長する新興国市場（中国・インド）への取り組み強化

(1) 中国市場での拡販強化

- ⇒ 上海現地法人を中心とした中国の統括拡販体制の強化
- ⇒ 現地デザインハウスとの協業によるソリューション力の強化

(2) インド市場への進出

- ⇒ 現地の車載電装、デジタルAV市場を開拓
- ⇒ 当社保有のソリューション提案
デザインハウスとの協業

3. グローバル化する日系顧客への対応強化

- (1) ワンランク上のCS活動によるパートナーシップの強化
⇒ ワールドワイドでの顧客生産情報の一元管理
- (2) ヨーロッパ市場への進出
⇒ 欧州進出日系企業へのサービス・サポート体制の構築
- (3) 北米市場での対応力強化
(ミシガン、カリフォルニア、イリノイに拠点設置済み)
- (4) ラインカード(取り扱い商品)の拡充とシステム技術力の強化

4. 成長分野(カーエレクトロニクス・社会インフラ等)の開拓強化

(1)カーエレクトロニクス

⇒当社の強さ「カーエレクトロニクス分野での販売／技術支援、サポート」
の更なる拡充

⇒中国車載電装メーカーの攻略

(有効ポテンシャル:3,000億円以上)

⇒韓国大手自動車メーカーへの集中攻略

(有効ポテンシャル:1,000億円以上)

(2)社会インフラ・スマートコミュニティ

⇒電気自動車・省エネ自動車関連、スマートグリッド関連、太陽光発電、
LED照明関連 等

セグメント 戦略

半導体事業戦略（日系半導体）

■ルネサスビジネスの事業構造変化への対応力を高め、収益体質の再構築と事業成長を果たす

⇒大手顧客の徹底攻略と成長分野である車載電装分野の集中攻略

⇒車載電装市場を主軸に、中国・韓国、インドの現地企業への事業拡大

⇒中国・韓国の現地デザインハウスとの協業による戦略市場攻略の実効力UP

（中国：車載電装、インバータ、STB、韓国：車載電装）

セグメント 戦略

半導体事業戦略（海外半導体）

■海外サプライヤーの期待に応える機能強化と利益貢献事業への 転換を果たす

- ⇒基軸サプライヤー(6社)での強固な事業基盤を確立し、ワールドワイド
ビジネスの展開（NXP、インターシル、マクロニクス、サイプレス、
ウィンボンド、STマイクロ）
- ⇒分社化子会社の自立性を高め、健全経営を実践
- ⇒新規リソースを開拓

半導体事業戦略（技術）

■システム技術力と開発力を付加価値とした半導体売上と利益極大化への貢献

⇒得意分野の拡大とシステム技術力の深耕

⇒成長市場に向けた技術の拡充とグローバル展開

＜売切る技術の強化策＞

1. 受託開発(ASIC・ソフト開発)を通じた開発力の強化
2. システム技術力(要素技術含む)と提案力の強化
3. サプライヤーを補完する技術サポート力(デバイス応用技術力)の強化
4. アナログ(ミックスドシグナル)技術者の育成と拡充

電子部品事業戦略

■ 品揃えの拡充と海外市場の展開

⇒ 品揃えの拡充

(LED、LCDモジュール、2次電池、センサー)

⇒ 海外市場の展開強化

- ・ 日系顧客のシフトビジネスのサポート継続
- ・ ローカルビジネス展開

⇒ 成長分野の開拓強化

(車載電装、社会インフラ、情報通信、デジタル機器)

電子機器事業戦略

■新規ビジネスモデルへの取り組みと成長分野の攻略による 事業規模の拡大実現

- ⇒システム機器：海外（台湾）サプライヤー、OEM／ODM事業の強化
- ⇒設備機器：事業構造改革による成長分野へ拡販リソースの集中

セグメント 戦略

生産事業戦略

■事業拡大と収益力強化の実現

- ⇒地産地消＋総合力でのグローバル生産体制の強化
- ⇒車載電装・環境分野の売上シェア拡大
- ⇒熱ソリューションプロバイダーとしての機能強化

インフラ 戦略

1. 事業インフラの強化

(1) 中国の拠点体制の改革

⇒上海現地法人の中国親社化による中国事業統括力の強化

- ・上海現地法人の支店を北京、長春、青島、成都に設置し、更なる営業体制を拡充

(2) 欧州進出

⇒ドイツ(ミュンヘン)に拠点を新設し、欧州の営業体制を確立

(3) インド進出

⇒インド(バンガロール)に拠点を新設し、バンガロール、プネー、デリーでの営業体制を確立

2. 経営の質的強化

(1) コーポレートガバナンスの強化

- ⇒ 独立社外取締役の選任(1名以上)
- ⇒ 役員報酬制度の概要(主旨及び仕組み)の開示

(2) CSRの取り組み強化

- ⇒ 環境マネジメント(REACH規制対応等)の実効力強化
- ⇒ BCP及び災害対策プログラム刷新
- ⇒ CSRレポートによる定期的な情報発信と周知

(3) グローバル事業環境でのリスク対応力の強化

- ⇒ 法務、税務面での対応力強化

(4) 財務報告に係る内部統制の有効性評価の徹底

(5) IRの強化

3. 企業価値向上を目指した財務戦略の実践

(1) 基本経営指標の設定

- ① 毎年：連結配当性向50%以上
- ② 2013年度：株主資本配当率(DOE)2.5%以上

(2) 自社株買いの実践

⇒ 2013年度までに300万株予定

資料取扱い上のご注意

このプレゼンテーションで述べられている見通しは、将来の予想であって、リスクや不確定要素を含んだものであり、実際の業績と大きく異なることがあります。その要因のうち、主なものは以下のとおりです。

- ・主要市場（日本、アジア等）の経済状況、消費動向及び製品需給の急激な変動
- ・ドル等の対円為替相場の大幅な変動
- ・資本市場における相場の大幅な変動等