日野自動車の主力商品であるトラック業界は、物流の効率化や車両使用期間の長期化などの需要構造の変化で、市場規模は低位横ばいが続いています。2002年4月に策定した「02中期経営計画」では、収益・販売台数・シェアの“三立”を目指して、コスト削減や新規市場開拓に対する諸施策を進めました。特にグローバルなベンチマーキングによる戦略目標達成によって、コスト構造の改革を目指したHCC21（日野コストコンペティティブネス）および部品点数削減による原価低減、国内事業の収益体質の改善、海外事業基盤強化に向けた努力等を行ってきました。

これらの取組みの結果、当社の2003年3月期の業績は、前期に引き続き好調で、売上高は前期比12.1%増の8,503億円と過去最高を計上、営業利益は前年比113.4%増の192億円と大幅増加となりました。また営業利益率は、計画値の1.8%を上回り2.3%にまで上昇しました。当期は、投資有価証券の評価損の計上を行った上、固定資産売却益の前年比減などがあったことから、当期純利益は前期比40.7%減の50億円となりました。しかし当期において、評価損の計上、減損会計処理、有利子負債の大幅圧縮など財務基盤の整備が進んだことは大きな収穫であったと考えております。

2010年に目指す姿

日野自動車は長期ビジョンとして、2010年の「目指す姿」を、「グローバル市場で存在感のある日野ブランドの確立と、世界市場におけるGVW6t以上のトラック販売台数15万台、世界シェア5位以内」として描いております。近年進めてきたグローバル市場への戦略構想を具体的に展開していけば、この目標は十分に到達可能な範囲にあると考えています。革新性に富み、商用車に対する多様なニーズにプロとして応えられる商品とサービスを提供できるメーカーとして「日野ブランド」の価値を確立し、販売台数拡大を図りたいと考えています。

世界市場における展開に当たっては、トヨタグループとの連携を図るとともに、日産ディーゼル工業への中型エンジン供給、スウェーデンのトラック・バスメーカーであるスカニア社との商品相互補完や技術交流、いすゞ自動車とのバス事業における協業など、アライアンスを多角的に推進し、効果の最大化を図ります。

03中期経営計画

2010年に向けた長期ビジョンに基づき、当社では2003年4月からの3カ年に対する新中期経営計画「03中計」を策定しました。2006年3月期において、2003年3月期の業績に対し、連結売上高を3.5%増の8,800億円、連結営業利益を2.2倍の420億円、営業利益率を2.5ポイント増の4.8%へと引き上げることを目標としています。「03中計」は基本戦略を「商用車ビジネスの基盤確立」「地域別戦略の推進」「商品力強化」に置いています。

「商用車ビジネスの基盤確立」の目的は、当社製品であるトラック、バス事業において、地域別の戦略を固め、各事業をきちんと展開していくことで事業基盤を堅固にし、今後の戦略展開のベースを固めることです。

「地域別戦略の推進」では、世界のトラック市場に対し、ホームマーケットである日本市場では販売、サービス両面でNo.1の確立を目指し、コア市場としているアジアでは収益力の回復を図ります。

代表取締役会長
大木島　巖

代表取締役社長
蛇川　忠暉

北米と中国を今後の戦略地域として新コア市場と位置付け、これらの市場への浸透を重点的に高めていきます。

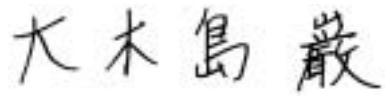
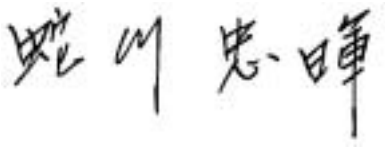
「商品力強化」については、2005年には、日本においてディーゼル車の排出ガス規制が大幅に強化されることが決まっており、当社では、規制強化を顧客獲得の好機と考え、規制適合車をタイミング良く投入し、シェア拡大を狙います。

これらの基本戦略のもと、国内事業、海外事業、受託事業、ユニット事業の各事業別方策展開を図っていきます。具体的には、国内事業では「トラックビジネスの収益構造改革」「完成車ビジネスへの取組み」、海外事業では「北米事業」や「中国事業」等に対する方策を展開していきます。

さらなる飛躍を目指して

当社は、戦略や経営計画の策定のゴールを長期的な将来像の実現に向けておりますが、現在、足元で必要なのは、ドラスチックに原価を低減し、ターゲットをグローバルな市場に広げて販売台数を拡大させ、利益を拡大して財務基盤を強化することです。今後も一層の飛躍を目指して努力を続けて参ります。今後とも皆様のご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

2003年8月
代表取締役会長
大木島　巖



代表取締役社長
蛇川　忠暉