

都市開発システム事業戦略

2010年6月9日

株式会社 日立製作所
執行役常務／都市開発システム社 社長

高橋 秀明

日立グループ100周年



確かな技術でつぎの100年へ

都市開発システム事業戦略

[目次]

1. 事業概要
2. 市場動向・事業戦略(日本)
3. 市場動向・事業戦略(海外)
4. 業績動向・業績目標

ビルFM*1事業他(29%)

セキュリティ

映像監視システム
入退室管理システム

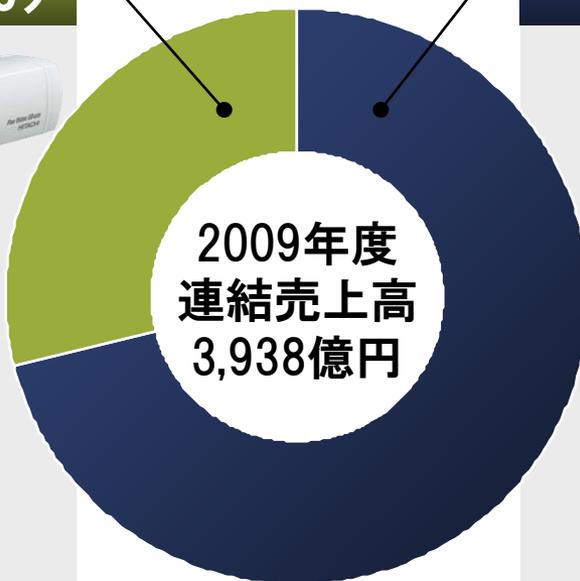


省エネルギー

省エネ診断
省エネ制御
ESCO*2事業

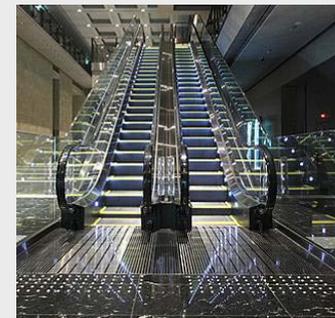


ビル内設備保全



昇降機事業(71%)

昇降機製造・販売
工事・保全・改修



*1 FM: Facility Management *2 ESCO: Energy Service Company

ビル設備製品の事業ライフサイクル

開発

受注

設計

製造

工事

保全

改修

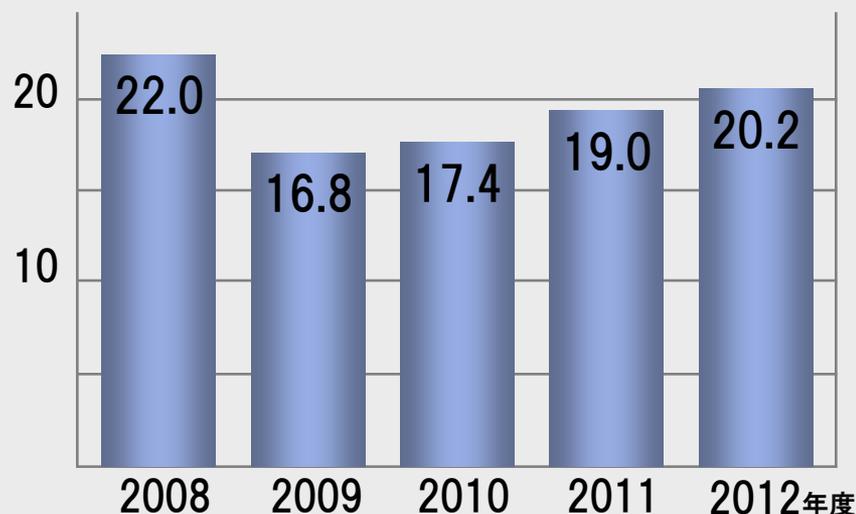
都市開発システム事業戦略

[目次]

1. 事業概要
2. 市場動向・事業戦略(日本)
3. 市場動向・事業戦略(海外)
4. 業績動向・業績目標

昇降機新設市場規模(千台)

* 日立調べ



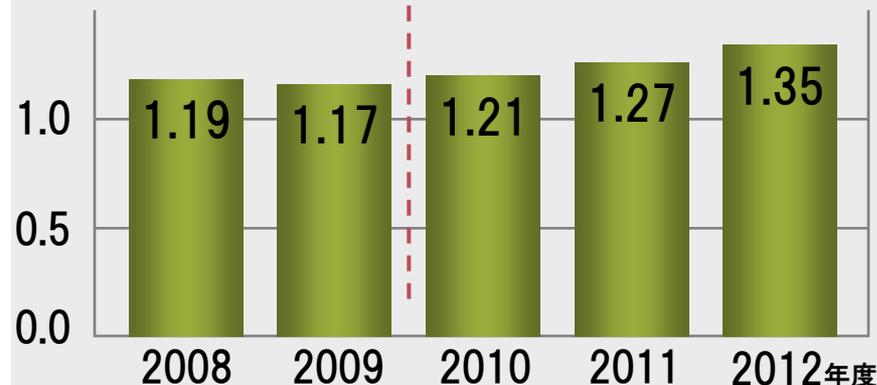
ビルFM市場規模(兆円)

* 日立調べ

2010年4月

市況悪化により縮小

改正省エネ法施行により需要増加



■ 昇降機事業 : 改修事業の強化・拡大と保全事業強化

■ ビルFM事業 : 昇降機サービスインフラを活用した

ビルまるごと高付加価値サービスを強化・拡大

昇降機事業

- 継続的な新設受注確保
 - ・大型プロジェクト受注でのトップシェア確保
- 新設需要減少に対応した改修事業強化
 - ・改修工期短縮工法の市場投入
- 保全事業強化による安定した収益確保
 - ・保全台数:約18万8千台(2010年度目標)

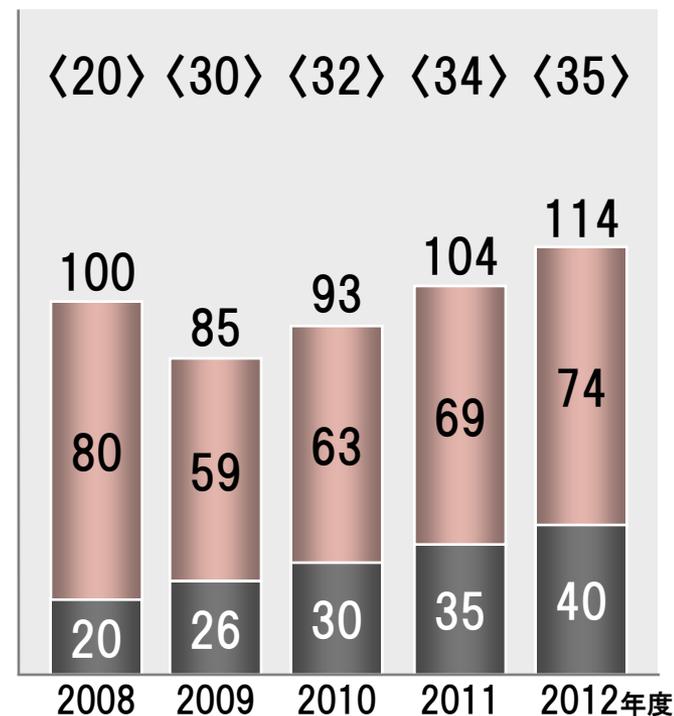
ビルFM事業

- 環境に配慮したビルまるごとサービスの提供
 - ・省エネサービス展開
(診断、制御、改修、メンテナンス)
 - ・さらなる付加価値サービスの提供
(入退室管理、監視カメラなど)

日立昇降機 改修・新設受注台数比率

* 2008年度を100とした時の台数推移

■ 改修 ■ 新設 < > 改修比率



中之島フェスティバルタワー



【事業主】
(株)朝日新聞社
(株)朝日ビルディング

【建物高さ】
200m
地上39階 地下3階

【延床面積】
約146,000㎡

【用途】
オフィス、ホールなど

【竣工予定】
2012年秋

エレベーター28台 エスカレーター11台

横浜三井ビルディング



【事業主】
三井不動産(株)

【建物高さ】
153m
地上30階 地下2階

【延床面積】
約90,187㎡

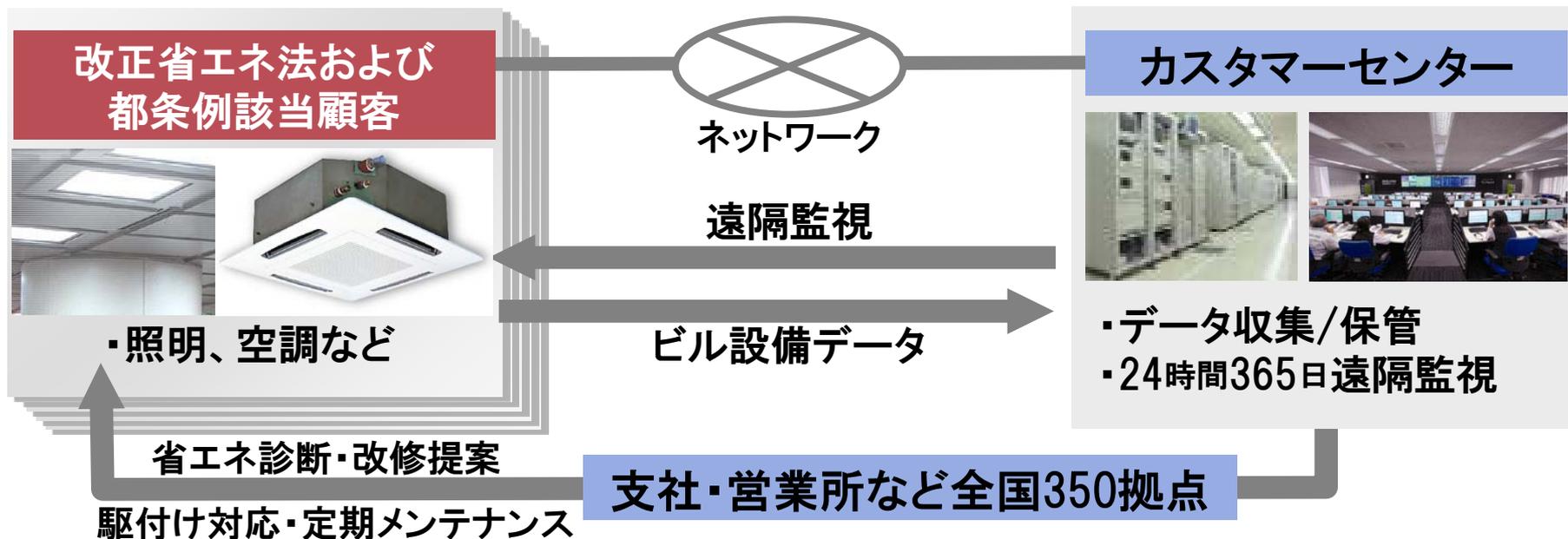
【用途】
オフィス、博物館
商業施設等

【竣工予定】
2011年末

エレベーター30台 エスカレーター2台

省エネルギーを核としたビルまるごとサービス事業拡大

- 改正省エネ法および東京都条例該当顧客への拡販強化
- 既存サービスインフラ(カスタマーセンター・サービスネットワーク)最大活用



省エネを切り口に昇降機・セキュリティなどを含めた
ビルまるごとFM事業を強化・拡大

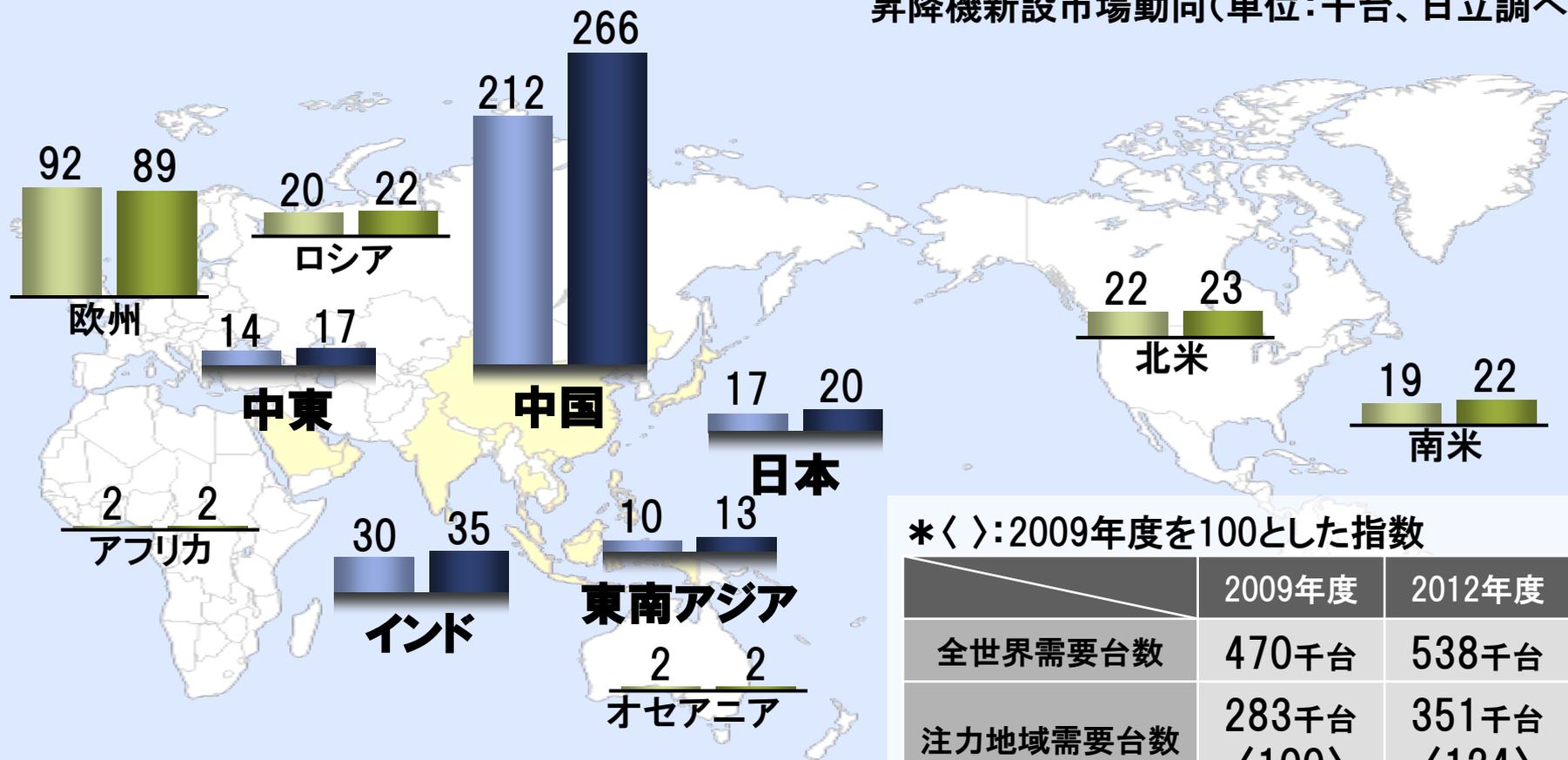
都市開発システム事業戦略

[目次]

1. 事業概要
2. 市場動向・事業戦略(日本)
3. 市場動向・事業戦略(海外)
4. 業績動向・業績目標

3-1. 市場動向(グローバル昇降機)

昇降機新設市場動向(単位:千台、日立調べ)



*〈 〉:2009年度を100とした指数

	2009年度	2012年度
全世界需要台数	470千台	538千台
注力地域需要台数	283千台 〈100〉	351千台 〈124〉
日立受注台数	〈100〉	〈136〉

アジアベルト地帯の需要の伸びを上回る受注拡大をめざす

中国:リスクを考慮した成長戦略

- 地域統括会社制(日立電梯(中国)有限公司)による事業強化
- 沿岸部～内陸部での受注・生産体制強化と保全事業強化

東南アジア・インド・中東:収益性を重視した成長戦略

- アジア事業統括会社設立による事業強化・拡大

開発・生産・供給体制

- グローバル高効率事業体制の構築

中国およびアジア地域統括機能強化による
現地ニーズへの迅速な対応と利益率向上を実現

中国における事業拡大



販売・工事・保全拠点

地区	拠点数
東北・華北	16
華東・華中	16
華南	19
西北・西南	12
香港・マカオ	3

2009年度48拠点→2010年度66拠点

■ 需要の伸びに対応した生産体制強化

2012年度内陸部に工場新設(2009年度 3万5千台→2012年度 4万5千台)

■ 保全事業強化(保全台数 2009年度 7万0千台→2012年度 12万5千台)

アジア地域統括会社による事業拡大施策

■ 東南アジア

経年エレベーター増加地域におけるリニューアル事業強化(シンガポール)
代理店連結子会社化による販売力強化(フィリピン、インドネシア、ベトナム)

■ インド

既進出地域(デリー、ムンバイ、チェンナイ)での受注拡大

■ 中東

需要堅調なサウジアラビア・UAE(アブダビ)に注力地域をシフト
UAE、サウジアラビア、クウェート代理店との連携強化による受注拡大

■ 北アフリカ(マグレブ* 諸国)

2010年度～進出に向けた検討開始

* マグレブ: アルジェリア、モロッコ、チュニジアなど北西アフリカ地域

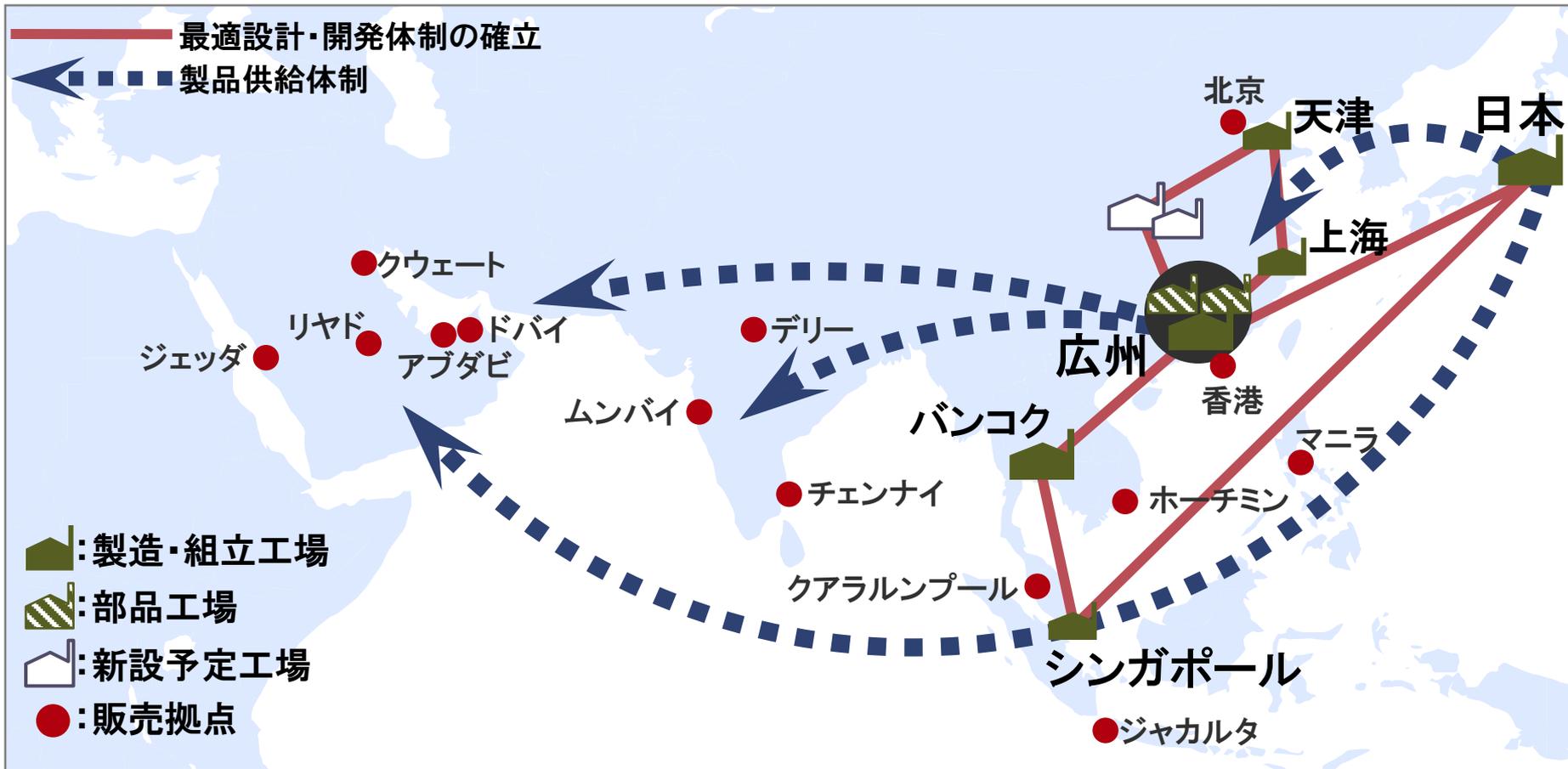
4拠点(日本・中国・シンガポール)での高効率開発体制

■ 世界No.1製品・コスト競争力ある製品の開発加速



拠点	役割
日本	<ul style="list-style-type: none"> ■ 世界No.1製品の開発 ・世界最高速エレベーター ・高速大容量エレベーター
中国	<ul style="list-style-type: none"> ■ 量産機種開発 ・コスト競争力ある製品 ■ 高速エレベーター開発 ・中国市場向けアレンジ
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> ■ 東南アジア、中東インド向け機種開発 ・各国市場対応アレンジ

グローバル高効率生産・供給体制の構築



日本・中国・シンガポール連携によるインド・中東での事業拡大

3-7. 大口受注案件(海外昇降機)

空中華西大樓

- ・600m/分エレベーター:3台
- ・480m/分エレベーター:2台
- など合計33台昇降機



無錫(中国)



アブダビ
(UAE)

ADIC HEAD QUARTERS

- ・エレベーター :25台
- ・エスカレーター : 4台

MRCB LOT348 LOT-A

- ・エレベーター:44台



クアラルンプール
(マレーシア)

深圳証券交易所

- ・エレベーター:54台



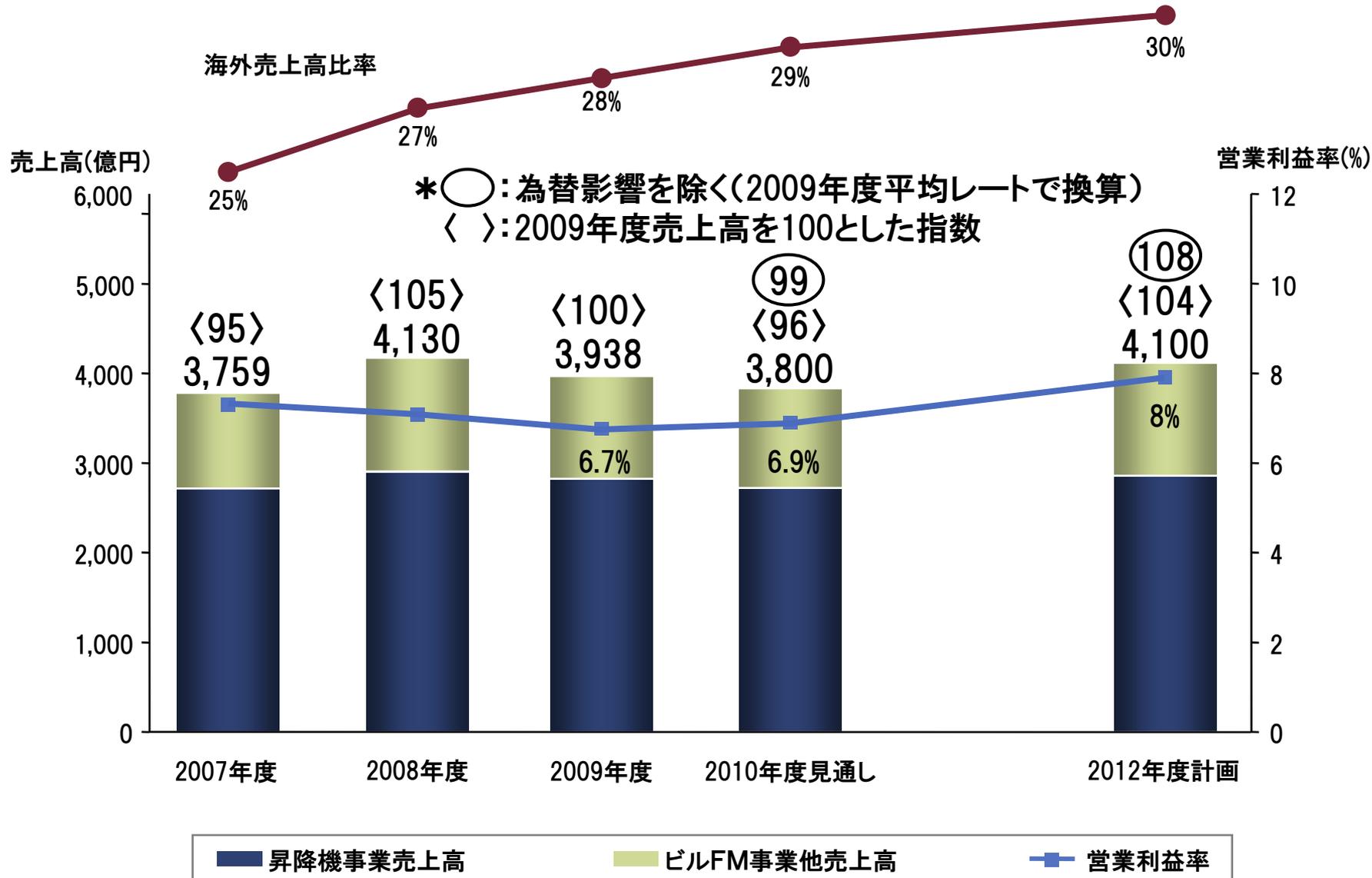
深圳(中国)

都市開発システム事業戦略

[目次]

1. 事業概要
2. 市場動向・事業戦略(日本)
3. 市場動向・事業戦略(海外)
4. 業績動向・業績目標

4-1. 業績推移



2009年度の業績(実績)

	2008年度(実績)(億円)	前期比	2009年度(実績)(億円)	前期比
売上高	4,130	110%	3,938	95%
昇降機事業	2,876	106%	2,803	97%
ビルFM事業他	1,254	119%	1,135	91%
営業利益	292	106%	264	90%

売上高

中国昇降機事業が堅調に推移したものの、日本昇降機事業およびビルFM事業が市況悪化影響を受け事業全体では前年度を下回った。

営業利益

原価低減等による収益改善施策の実施、中国での売上増加による利益増加はあるものの、日本昇降機およびビルFM事業の売上減少に伴う利益減少により、事業全体では前年度を下回った。

2010年度の業績見通し

	2009年度(億円)	前期比	2010年度(見通し)(億円)	前期比
売上高	3,938	95%	3,800	96%
昇降機事業	2,803	97%	2,700	96%
ビルFM事業他	1,135	91%	1,100	97%
営業利益	264	90%	264	100%



売上高

中国昇降機事業は堅調に推移する見込み(前年度並)だが、日本昇降機事業およびビルFM事業が市況悪化影響の継続により、事業全体では前年度を下回る見通し。

営業利益

昇降機事業、ビルFM事業とも物量減少や価格下落による利益減少を見込むが、原価低減等により前年並みの収益確保に努める。

2012年度目標

- 売上高 4,100億円
- 海外売上比率 30%
- 営業利益率 8%

日本は昇降機を含めたビルまるごとFM事業の強化・拡大、海外は中国を中心としたアジアベルト地帯での昇降機事業を強化する。

本資料における当社の今後の計画、見通し、戦略等の将来予想に関する記述は、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等の結果は見通しと大きく異なることがあります。

その要因のうち、主なものは以下の通りです。

- 主要市場(特に日本、アジア、米国およびヨーロッパ)における経済状況および需要の急激な変動
- 為替相場変動(特に円/ドル、円/ユーロ相場)
- 資金調達環境
- 日本の株式相場変動
- 持分法適用会社への投資に係る損失
- 価格競争の激化(特にコンポーネント・デバイス部門およびデジタルメディア・民生機器部門)
- 新技術を用いた製品の開発、タイムリーな市場投入、低コスト生産を実現する当社および子会社の能力
- 急速な技術革新
- 長期契約におけるコストの変動および契約の解除
- 原材料価格の変動
- 製品需給の変動
- 製品需給、為替相場および原材料価格の変動に対応する当社および子会社の能力
- 社会イノベーション事業強化に係る戦略
- 事業構造改善施策の実施
- 主要市場(特に日本、アジア、米国およびヨーロッパ)における社会状況および貿易規制等各種規制
- 製品開発等における他社との提携関係
- 自社特許の保護および他社特許の利用の確保
- 当社、子会社または持分法適用会社に対する訴訟その他の法的手続
- 製品やサービスに関する欠陥・瑕疵等
- 地震、その他の自然災害等(特に日本)
- 情報システムへの依存および機密情報の管理
- 退職給付債務に係る見積り
- 人材の確保

HITACHI
Inspire the Next 