第3次中期経営計画 ―戦略骨子―　具体的な目標・行動計画

コロナ影響を受けて、具体的な目標、行動計画等を抜本的に見直し。新商品売上の拡大と既存ビジネスの伸長及び効率化がテーマとなる。

ビジョン: ONE BENDA 3rd NEXT 組織目標:未来製品売上拡大 / Assy製品610万個 / 売上155億円 / 営業利益15億円

		新商品売上拡大	既存ビジネス拡大		既存ビジネス効率化
財務の視点	KGI	**新製品・新工法売上の拡大** • 新製品開発件数:1件 • 新工法開発件数:2件 • 新製品売上比率:30%以上	**売上(自動車)の拡大** • Assy製品売上610万個 • 新規受注件数15件 • 新規受注額18億円 • 新規取引先数5社(非自動車合算)	**売上(非自動車)の拡大** • 非自動車売上21%増 • 新規受注件数7件 • 新規受注額3億円	**コスト競争力の向上** • 客先納入不良率29.2% • 物流品質クレーム件数▲27.1%
顧客の視点	重要施策	**顧客ニーズの収集と提案** • 試作品を使った提案強化 • 各社のxEV化システムの情報収集と整理 • 試験機活用による顧客提案	**新工法・新製品の提案** • 既存工法の変革、加工レス化 • 新製品、新工法への積極TRY • 既存技術の棚卸を実施、将来への強化技術と新工法の検討	**グループ同一品質・未然防止** • 顧客ニーズを基に海外品質システムの構築 • 未然防止システムの向上	**自動化と最適地生産の実現** • 各拠点の役割、生産品目の最適化(地産地消化) • サプライチェーンリスクの把握と改善 • 自動化の推進
業務プロセスの視点	重要施策	**ベンダ研究所の活用** • 日韓の研究所活用方法の明確化 • 試作品製作能力向上 • 3Dプリンターの導入と活用 • 試験機導入による設計評価 • 開発を管理する体制、仕組み	**協力企業の拡大** • 購入費削減に向けた協力メーカー開拓(M&Aも含めて) • 新工法実現の為の設備メーカーの開拓 • ポスコ材採用による原価低減の推進	**原価管理の仕組み構築** • グループ統一の原価計算確立 • 原価分析による新工法検討の 強化	**間接業務の合理化** • 働き方改革の推進 • 在宅勤務制度の構築 • B-QAS、OZO、奉行システムの活用によるペーパーレス化の推進
学習と成長の視点	重要施策	**人財育成の強化** • ベンダ工業が目標とする人物像の明確化 • 教育体系整備による育成の標準化 • クループ間で人財戦略、ノウハウの共有	**IT活用の強化** • 中期のIT投資計画策定 • E-ラーニングの活用 • 設備稼働状況のモニタリングによる生産性の向上	**経営管理体制の強化** • 連結決算体制の進化 • リスク分析と対策 • 棚卸資産縮減による資金効率の改善 • 遊休不動産処分による総資産圧縮 • 世明産機日本移設によるグループ再編検討	**改善体制の強化** • 標準VS実際原価による改善活動の進化 • 現場見学勉強会の実施による品質改善力向上 • QCDS『道場』の活用