

事業概況

自動車電池事業(国内)

事業部長メッセージ

国内市場では、少子高齢化の進行による免許人口減少により車両台数が減少に転じ、自動車用電池の需要も中長期的には減少すると予測されることは、当社にとってリスクであると認識しています。一方、電動化は以前想定していたスピードより進捗が遅く、鉛蓄電池需要ははまだ堅調に推移しており、当面は鉛蓄電池の需要は底堅く続くと見込んでいます。

第六次中期経営計画では、持続的経営を意識し、将来を見据えた最適供給体制構築と安定的に利益を稼ぎ続ける事業への変革を進めています。2023年度は新車、補修向けともに安定供給と適正売価への是正活動を展開したことで、確実に収益を確保することができました。

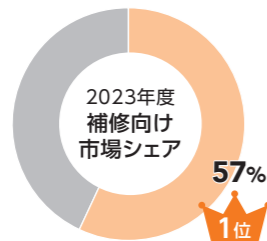
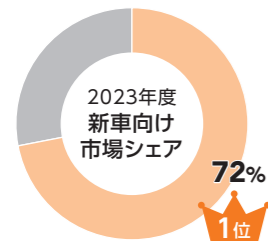
2024年度以降も、原材料の高騰、人件費、物流費の高騰は

(株)GSユアサ 取締役
自動車電池事業部長
大前 孝夫

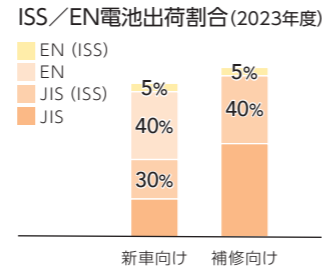


継続すると推測しています。新車向けでは、適正な利益の獲得活動を継続し、補修向けでは、競合状況を確認しつつ、拡販に努めてまいります。今後は市場へさらなる付加価値をお届けできるよう、代理店や顧客との対話を強化するとともに、高付加価値商品の拡販やタイムリーな販促施策を実施することで、需要を着実に獲得していきます。

基本情報



(注)シェアは自社調べ(輸入電池を含まず)



拠点数(2024年3月31日時点)

生産 4拠点
販売 4,000力所以上の取扱店

SWOT分析

<ul style="list-style-type: none"> 100年にわたって積み重ねてきた鉛蓄電池に関する高い技術力、品質、経験値 安定的な供給を実現する生産体制 代理店と培ってきた販売ノウハウ、強固な顧客基盤 国内シェアNo.1のブランド力 <p>強み S</p>	<ul style="list-style-type: none"> 売価は正による価格面での競争力低下 多品種生産によるコスト高 <p>弱み W</p>
<ul style="list-style-type: none"> 電動車の補機電池としての需要増加 車両電動化の転換スピードの鈍化 <p>機会 O</p>	<ul style="list-style-type: none"> 継続的な原材料、人件費、物流費の高騰 少子高齢化による自動車需要、車両の電動化による鉛蓄電池需要の減少 コモディティ化による価格競争の激化 環境や地政学リスク上昇によるサプライチェーンへの影響 <p>脅威 T</p>

第六次中期経営計画の事業戦略

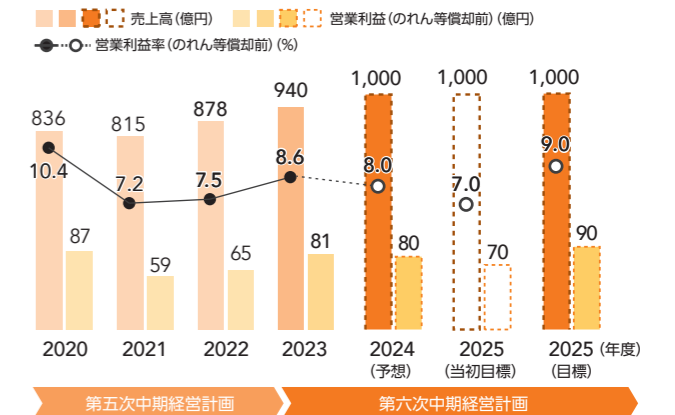
方針

事業環境の変化に対応した最適供給体制構築と収益率の向上

戦略および重要課題

- | 生産 | 販売 |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 需要変動への迅速な対応と在庫削減を両立する供給体制の構築 | <p>【新車向け】</p> <ul style="list-style-type: none"> 原材料価格などの適正な売価反映による収益率の向上 <p>【補修向け】</p> <ul style="list-style-type: none"> マーケティング戦略の再構築と高シェアの維持 IoT・DXによる効率化 |
| <p>▶ 今後の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 中長期生産体制ビジョンの策定 BCPに対応した最適生産・安定供給体制の整備 | <p>▶ 今後の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> さらなる収益力の強化に向けた取り組みの継続 |

売上高・営業利益・営業利益率



2025年3月期の見通し

- 新車向け**
- 適正利益の確保に向けた活動を継続
- 補修向け**
- 高付加価値商品の拡販と販促施策の実施による確実な需要の獲得

TOPICS 機関投資家・アナリスト向けに自動車用鉛蓄電池事業説明会を開催

2024年3月15日に、機関投資家・アナリスト向け「自動車用鉛蓄電池事業説明会」を開催しました。今後の国内外のマーケット動向や中長期戦略について、自動車電池事業部長(当時)の阿部貴志が説明いたしました。ぜひご参照ください。

自動車用鉛蓄電池事業説明会動画
▶ <https://www.youtube.com/watch?v=zXRkeQVyx8>



事業概況

自動車電池事業(海外)

事業部長メッセージ

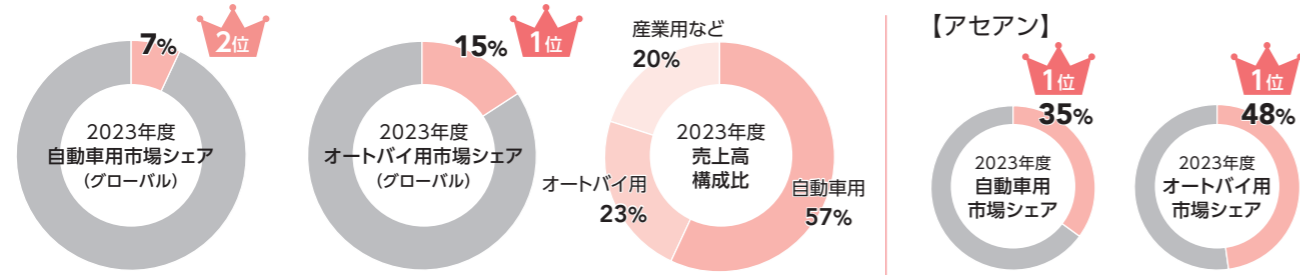
海外市場では、地域ごとに市場動向を注視しながら事業を推進しており、各国での地域密着型のビジネスモデルを基本としています。そのため、現地の市場に通じているパートナーとの良好な関係構築と政策共有が不可欠です。

アセアンでは、欧米より電動化の進捗が遅い一方で、中国の鉛蓄電池メーカーの進出による価格競争激化がリスクであると考えています。確実にリスクに対応するため、拠点のコスト、技術、販売・サービス面での競争力を向上させることが必須となります。自動車用電池はタイ、オートバイ用電池はインドネシアを中核地域としつつ、需要の拡大が見込めるベトナム

ナムを中心に注力していきます。欧州は、世界動向の最先端を行く地域であり、当社にとっては重要な地域です。トルコ拠点を活用しながら欧州と近隣地域への拡販を推進します。自動車用電池では大型AGM[※]バッテリーの開発に注力し、付加価値商品の導入も進めます。また、豪州は安定的な需要が存在しており、豪州唯一の鉛蓄電池メーカーとして、“Made in Australia” マーケティングを展開すべく、自社生産品の販売拡大を進めているほか、自社の小売店網での販売や代理店など流通網へのサービスも推進します。

[※]Absorbent Glass Mat batteryの略。密閉型鉛蓄電池。

基本情報



(注)シェアは自社調べ

拠点数(2024年3月31日時点) **21** 拠点

SWOT分析

<ul style="list-style-type: none"> 地域密着型の販売に即した事業展開と各国のパートナーとの強固な信頼関係 海外での鉛蓄電池の導入・拡販における豊富な事業知識 アセアンNo.1のシェアとブランド力 豪州では唯一の鉛蓄電池メーカーとしてのプレゼンスを確立 	<ul style="list-style-type: none"> 無拠点エリアでの販売力 リソースの分散
<ul style="list-style-type: none"> 車両の電動化の転換スピードの鈍化 中国をはじめとする競合他社への対応を進めることによる競争力の向上 新興国のモータリゼーション 補機用電池市場の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 電動化が急速に進む中国の鉛蓄電池メーカーの進出による価格軟化、シェアの高いアセアンでの競争激化 欧州独自政策などによるサプライチェーンや事業戦略への影響 販売地域における地政学的リスクの高まり、経済情勢の悪化

第六次中期経営計画の事業戦略

方針

選択と集中による将来に向けた経営体制の変革と収益力の強化

戦略および重要課題

【戦略拠点】

東南アジア

- アセアン拠点の強化による利益の最大化

欧州

- トルコ拠点を活用した欧州および近隣地域への販売強化

豪州

- 生産基盤の強化と補修シェアの拡大

今後の取り組み

- リソースの集中による経営基盤の強化とさらなる収益性の向上

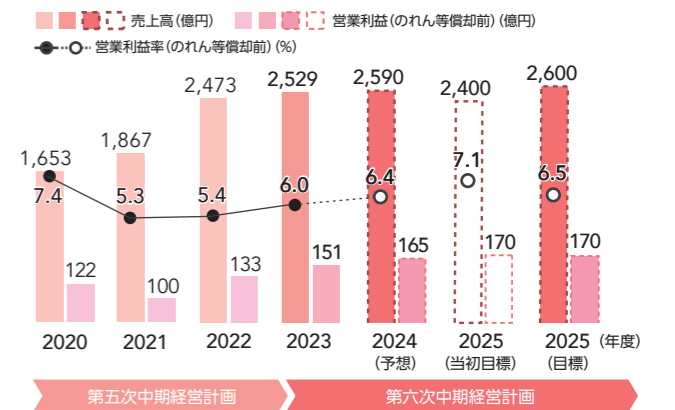
中国

- 事業の抜本の見直しを推進

今後の取り組み

- 中国拠点の持分法化に続く、選択と集中に基づいた戦略を推進

売上高・営業利益・営業利益率



2025年3月期の見通し

東南アジア

- 自動車用：タイを中心に物量増加
- オートバイ用：インドネシアの回復による増加

欧州

- トルコリラ安による輸出堅調を見込む

豪州

- 「Made in Australia」による販売拡大

地域別戦略

欧州地域

トルコ拠点

高付加価値商品を中心とした商品ミックスを形成し、トルコリラ安を背景に、欧州を中心とした周辺地域への輸出拠点として販売拡大

東南アジア

タイ拠点

自動車用鉛蓄電池の中核拠点として、ブランド・商品力を生かして高付加価値商品を拡販

インドネシア拠点

オートバイ用電池の中核拠点として、補修・輸向け電池の拡販強化による利益率改善を進める

生産物量(タイ)

2023年度 **500**万個/年

タイ本国でのさらなるシェア拡大と周辺国への拡販強化

ベトナム拠点

省人化設備導入による生産性向上と営業体制の見直しによる販売拡大