

## 中期経営計画2025 (2021～2025年度)

2021年度から中期経営計画2025をスタートさせました。持続的な成長のために、前中期経営計画で進めてきた「注力すべき市場」でのビジネス拡大を継続するとともに、社会価値についてのKPI(数値目標)も設定しています。経済価値と社会価値の両面から企業価値向上を目指す計画です。

### 前 中期経営計画の振り返り

前中期経営計画は、持続的成長の実現を目指して、需要変動の影響を受けにくい事業構造への進化に向けた取り組みを行いました。安定的に成長を続けている自動車市場、情報インフラ・産業機器市場を「注力すべき市場」と定義し、特にこの市場向けの売上を増加させていくことを中心とした戦略を立案・遂行しました。

最終年度であった2020年度には、主力商品である積層セラミックコンデンサ(MLCC)を中心として自動車向けなどで大きな成果を得て、注力すべき市場の売上構成比を43%にまで伸ばすことができました。その結果、2020年度の実績は売上高3,009億円、ROE12.6%となり、それぞれ目標を達成することができました。営業利益率については大幅に改善したものの、目標とした15%には届かず13.5%とな

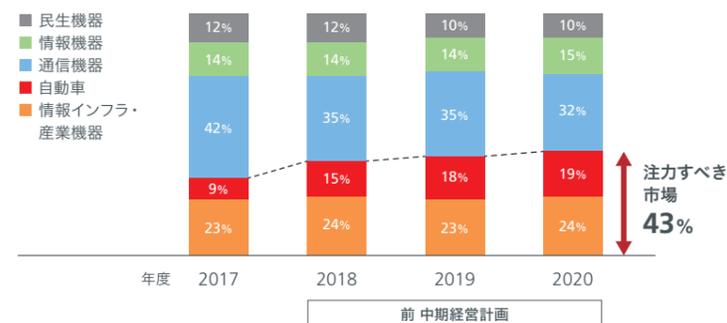
りました。

業績目標はほぼ達成しましたが、MLCCの貢献度が大きい状況です。2021年度からスタートした中期経営計画2025では、MLCC、インダクタ、通信デバイスの3つをバランス良く成長させることを目指します。

#### 前 中期経営計画(2018～2020年度の3年間)

	目標	2020年度実績
売上高	3,000億円	3,009億円
営業利益率	15%	13.5%
ROE	10%以上	12.6%

用途分野別売上構成



### 中期経営計画2025策定の背景と基本方針

中期経営計画2025は、2021年度から2025年度までの5カ年の計画です。策定にあたっては、まず激変する外部環境を踏まえて10年先の未来を見据え、社会や人々の生活の変化、エレクトロニクス技術の進化を想定しました。その想定に基づいた上で、10年後に電子部品メーカーとして存在意義のあるポジションを獲得するためにはどうすべきかという視点で計画を立案しています。

基本的な方針は、経済価値、社会価値の両面で企業価値

向上を目指すことです。計画の軸には4つの重点施策を掲げました。注力すべき市場向けの売上増加、売上構成比向上については、前中期経営計画に引き続き取り組んでいきます。また、定量的な視点で価値向上の進捗を図るため、経済価値に関しては売上高4,800億円、営業利益率15%以上、ROE15%以上、ROIC10%以上という指標を設定しました。社会価値についても、E(環境)とS(社会)のKPIを設定しています。

### 重点施策

#### 経済価値と社会価値を両輪とした企業価値向上を目指す

#### 1 商品戦略

積層セラミックコンデンサ(MLCC)のさらなる成長に加え、インダクタと通信デバイスを強化し、コア事業として確立—ハイエンド商品、高信頼性商品を中心とした高付加価値な電子部品を創出

#### 2 市場戦略

注力すべき市場(自動車+情報インフラ・産業機器)の売上比率を50%へ

#### 3 財務戦略

1. 電子部品の需要拡大に対応するため、継続的な能力増強を実施  
2. 株主還元の充実、安定的な配当性向30%実現へ

#### 4 ESGへの取り組み

数値目標を掲げて取り組みを加速、社会価値向上へ  
—(E)気候変動への対応、(S)安全第一で健康経営と働き方改革、(G)経営品質の向上

### 経営指標

#### 企業価値(経済価値+社会価値)

経済価値		社会価値	
売上高	4,800億円	GHG排出量	■ 絶対量 2030年度 <b>25%削減</b> ※2020年度比
営業利益率	15%以上	廃棄物水使用量	■ 原単位(販売数量) 2025年度 <b>10%削減</b> ※2020年度比
ROE	15%以上	安心安全な職場 拠点機能最適化	■ 安全性・快適性・環境性能を兼ね備えた職場づくり ■ 傷病率 < <b>0.016</b> ■ 度数率 < <b>0.08</b>
ROIC	10%以上	働き方改革 ダイバーシティ	■ ワークエンゲージメント <b>2.5</b> 以上 ■ 新卒女性採用率 <b>30%</b> 以上

※為替前提：1US\$=¥105