



平成 31 年 1 月 29 日

各 位

会社名 株式会社 小野 測 器
代表者名 代表取締役社長 安井 哲夫
(コード番号 6858 東証第一部)
問合せ先 取締役常務執行役員 濱田 仁
(TEL. 045-476-9706)

中期経営計画「Challenge Stage II」策定に関するお知らせ

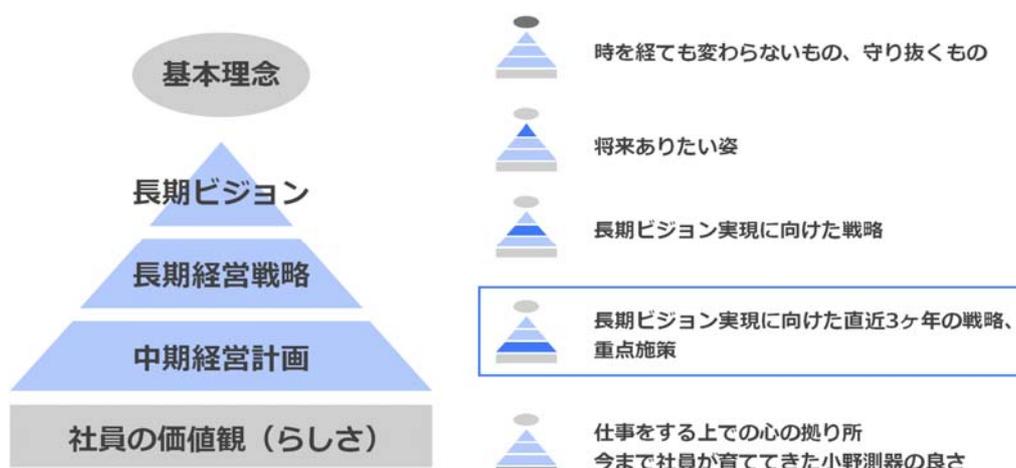
当社グループは、2019 年度を初年度とする中期経営計画「Challenge Stage II」を策定いたしましたのでお知らせいたします。

当社グループを取り巻く事業環境は、主要顧客であります自動車業界における CASE や MaaS に代表される大きな変革の時代を迎え、これまでにない速さでめまぐるしく変化しております。この変化に対応し、更なる成長を遂げるため、当社グループの長期ビジョン（将来ありたい姿）、またこのビジョンを実現するための戦略を合わせて策定し、ビジョン実現に向けてこの 3 年間で実施すべきことは何かとの視点を取り入れて計画を策定いたしました。

※ CASE : Cononnected、Autonomous、Shared、Electric

MaaS : Mobility as a Service

当社グループにおける中期経営計画の位置付けは、以下の通りです。



1. 長期ビジョン（将来ありたい姿）

「はかる・わかる・つながる」技術でお客様と共創し、社会に安心を提供する

当社グループでは、創業の精神である「誰もやらないから挑戦する価値がある」、また経営理念である「産業のマザーツールで、社会に貢献します」「『先義後利』で、社会と共に歩みます」、および「らしさ」である「はかる（数値に真面目）・わかる（専門家の集まり）・つながる（柔軟な現場対応）」を、時を経ても変わらないもの、守り抜くものとして、基本理念と位置付けております。これらを基に、当社グループが社会へ具体的に提供できる価値を「安心」と見定め、お客様をはじめとしたステークホルダーと共に創り上げていく、そのような企業でありたいとの思いから、長期ビジョン（ありたい姿）を定義いたしました。

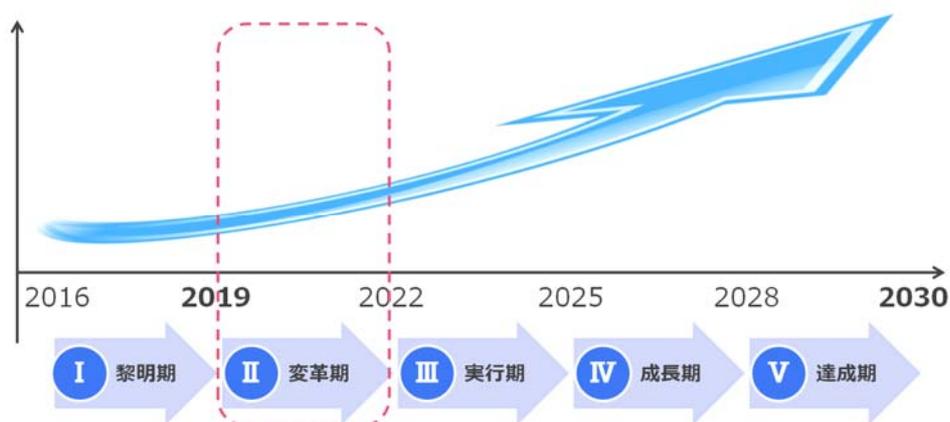
2. 長期経営戦略（長期ビジョン実現に向けた戦略）

モノ→コト→モノの循環による顧客価値創出

現在、デジタル化、モジュール化、および技術のコモディティ化がグローバルに進行しております。このような中、当社グループの長期ビジョンを実現するためには、これまでの機能、性能、品質といった「製品（モノ）の機能的価値」の追求から、体験や主観的価値、またはソリューションをはじめとした「サービス（コト）による付加価値」へとシフトすることが重要となってまいります。こうした「モノからコト」への流れに加え、お客様との共創の中で得た知見を再び技術や製品へフィードバックすることで、更なる顧客価値の創出を行います。このような、「モノ→コト→モノの循環」によって長期的な成長を目指してまいります。

3. 中期経営計画「Challenge Stage II」概要

本 Stage II は、将来を見据えた上での「変革期」と捉え、以下を強力的に推進してまいります。



(1) 経営目標

	2018 年度実績	2021 年度目標
連結売上高	14,440 百万円	16,000 百万円
連結営業利益	962 百万円	1,600 百万円
ROE	4.7 %	8.0 %
海外売上高比率	15.9 %	25.0 %

(2) 基本方針

One Stop Solution で次の 10 年も必要とされる共働パートナーに

中期経営計画 Challenge Stage I では、「One Stop Solution」を合言葉として掲げ、これに沿った活動を展開し、一定の成果を上げてまいりました。Stage II では更なる深化を目指します。

(3) 基本戦略

基本方針を達成するため、今後 3 年間で挑戦すべき基本戦略を定めました。

① 新市場への挑戦

マーケティング力の強化と、保有技術をベースとした課題解決型アプリケーションの展開により、新市場開拓に取り組みます。また、エンジニアリング領域でのスキル向上によりまして、新規ニーズ開拓を進め、ブランド優位性を確立いたします。

② 新技術への挑戦

現在保有している技術と、社外から取り込んだ先進技術を一体化し、開発リソースを集中させることで、当社独自の技術を創造し、新商品、および新サービスを開発してまいります。

③ コト事業への挑戦

計測、解析、課題解決、ベンチ運用等をエンジニアリングすることでコト事業を確立し、同時にそこから得られる市場情報を、いち早く商品へとフィードバックする体制を整えてまいります。

④ 挑戦する組織

従業員が各種施策へ果敢に挑戦していくための組織力の向上に取り組みます。同時に、素早い情報の展開と共有により、組織全体のパフォーマンスの向上を目指します。

(4) 重点施策

基本戦略で掲げました4つの挑戦を具現化するため、以下に掲げます6つの重点施策を推進してまいります。

① 新市場進出への取組み

将来ありたい姿を実現するため、新たな柱の確立を目指してまいります。現在の事業の柱である音響振動分野、自動車試験機分野に加えて、既存技術の展開が可能な市場の開拓、および新しい技術を活用した商品の素早い展開による有望市場への進出を推進してまいります。

② グローバル市場への拡販

現在の主力である国内販売に加え、アジア地域を中心とした成長性が高いグローバル市場での拡販のため、現地への支援体制の構築や、人事施策（採用、教育）等を推進してまいります。

③ 価値共創による新技術・新商品開発

これまで進めておりました機能的価値の追求からの脱却を図り、お客様と共に新たな価値を創造してまいります。更には、素早い商品化、および新しい分野での素早い事業化へとつなげる仕組みを構築し、「モノ→コト→モノ」の循環がスムーズに行われるよう推進してまいります。

④ エンジニアリング領域強化による「コト」ビジネスの推進

従来対応しております「音響振動コンサルティング」、「自動車開発分野での受託試験」、および「保守・メンテナンスサービス」等のエンジニアリング領域でのビジネスモデルを再構築することで、収益力の強化を目指してまいります。

⑤ 生産性・働き方改革による従業員エンゲージメントの醸成

作業効率の向上や自動化による生産性改革の推進、働き方改革の実現、また従業員の自由で積極的な発想を引き出すことで、従業員エンゲージメントを高め、組織全体のパフォーマンスを高めてまいります。

⑥ 社外連携の強化

自社のみでは対応できないことや、先進的なことなど、社外の「知」、および「リソース」を活用することで、競争力の向上につなげてまいります。

これらの重点施策を具体的なアクションプランへと展開し、推進してまいります。

以 上