



2024年6月5日

各 位

会 社 名 : 大 日 精 化 工 業 株 式 会 社

代 表 者 名 : 代 表 取 締 役 社 長 高 橋 弘 二

(コード番号 4116 東証プライム)

問 合 せ 先 : 専 務 執 行 役 員 最 高 財 務 責 任 者 駒 田 達 彦

TEL 03-3662-1638

(訂正)「新中期経営計画「明日への変革 2027」」の一部訂正について

2024年6月5日に公表いたしました「新中期経営計画「明日への変革 2027」」の記載内容の一部に訂正すべき事項がありましたので、お知らせいたします。

記

1. 訂正の理由

「新中期経営計画「明日への変革 2027」」内、P24 : ① 技術主導による競争優位性の確保 (3/3) -注力アイテムの具体例- において、記載内容の写真、説明文が一部欠落していたため、訂正するものであります。

2. 訂正の内容

訂正箇所については、添付いたします訂正後の「新中期経営計画「明日への変革 2027」」をご参照ください。

以 上



Dainichiseika

中期経営計画



大日精化工業株式会社

2024年6月

■ 前中期経営計画(2022年3月期～2024年3月期)の総括	P3
■ 新中期経営計画(2025年3月期～2027年3月期)の発表	P7
• 新中期経営計画のキャッチコピー	P8
• 10年後のありたい姿	P9
• 長期ビジョン、基本戦略	P10
• 新中期経営計画のグループ数値目標 と セグメント別数値目標	P11
• 外部環境動向	P12
• セグメント別中期戦略	P14
• 中期投資計画	P18
• 新中期経営計画の基本戦略	P21
• ① 技術主導による競争優位性の確保	P22
• ② 事業基盤の強化のための海外事業の拡大	P25
• ③ サステナブル社会の実現に向けたESG重視の経営推進	P27
• ④ HR戦略とDX推進	P29
• ⑤ 資本効率を重視した経営	P31

前中期経営計画(2022年3月期～2024年3月期)の総括

前中期経営計画(2022年3月期~2024年3月期)の総括 (1/3)

振り返り

- 新型コロナウイルス感染症による巣ごもり需要と景気回復を見込んだ実需以上の先行発注に起因する長期の在庫調整
 - ウクライナ情勢等に起因する原材料価格高騰に対する価格転嫁の遅れ
 - 技術主導の新商品開発の遅れ
- 等により前中期経営計画は未達

	2021年3月期 実績	2024年3月期 計画	2024年3月期 実績
売上高	1,066億円	1,250億円	1,198億円
営業利益	49億円	87億円	45億円
経常利益	56億円	95億円	50億円
ROE	6.5%	6.0%	3.2%
ROA	2.9%	4.7%	2.6%
EBITDA [※]	97億円	142億円	97億円

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費



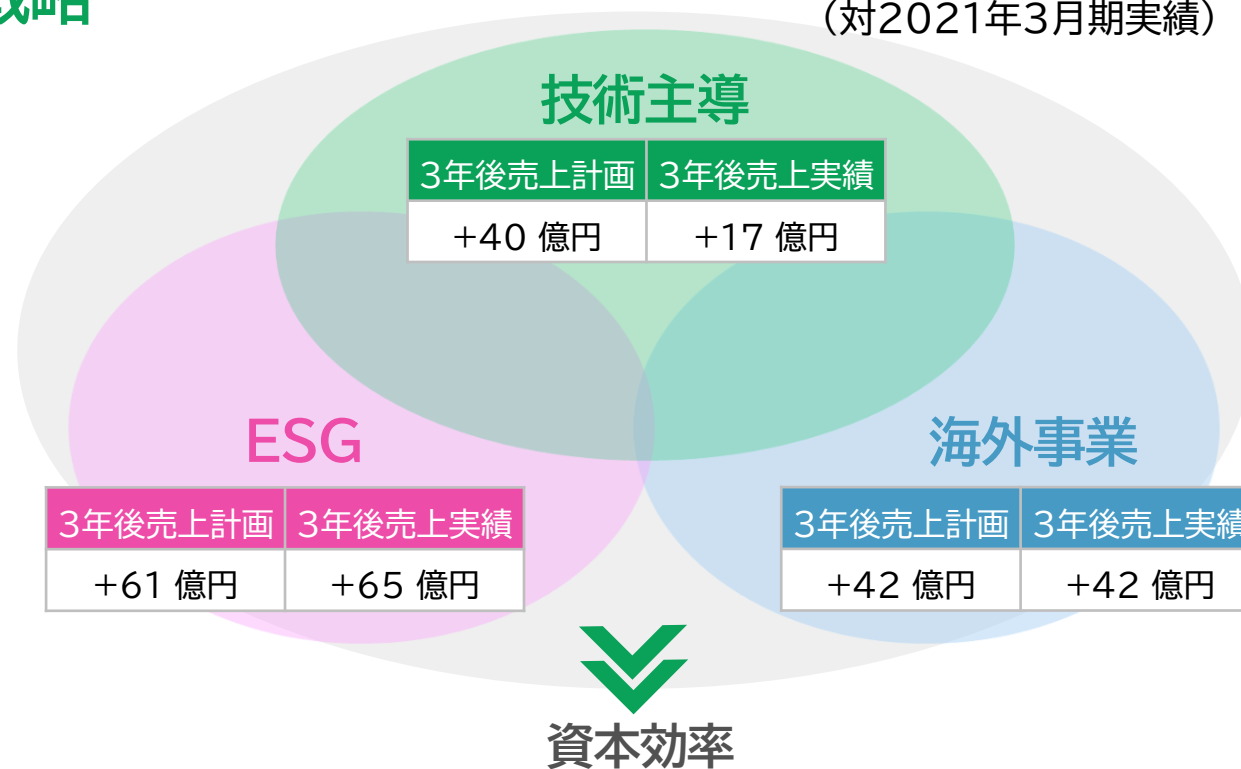
前中期経営計画(2022年3月期~2024年3月期)の総括 (2/3)

前中期経営計画策定時の計画と2024年3月期実績
(対2021年3月期実績)

10年後のありたい姿に向けた基本戦略

(2021年策定)

- 技術主導による競争優位性の確保
- 事業基盤の強化のための海外事業の拡大
- サステナブル社会の実現に向けたESG重視の経営推進
- 資本効率を重視した経営



達成目標
ROE 9%以上
ROA 5%以上



2024年3月期 途中経過
ROE 3.2%
ROA 2.6%



前中期経営計画(2022年3月期~2024年3月期)の総括 (3/3)

技術主導テーマ - 計画と実績

海外事業 - 計画と実績

サステナビリティ貢献製品 - 計画と実績

売上	計画 +40億円 ▶ 実績 +17億円	計画 +42億円 ▶ 実績 +42億円	計画 +61億円 ▶ 実績 +65億円																																				
各種指標	<p>3カ年設備投資額</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>計画</th> <th>実績</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>計</td> <td>150億円</td> <td>115億円</td> </tr> <tr> <td>戦略投資</td> <td>91億円</td> <td>69億円</td> </tr> <tr> <td>通常投資</td> <td>59億円</td> <td>46億円</td> </tr> </tbody> </table>	項目	計画	実績	計	150億円	115億円	戦略投資	91億円	69億円	通常投資	59億円	46億円	<p>各セグメントの売上高</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>セグメント</th> <th>計画</th> <th>実績</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>計</td> <td>367億円</td> <td>367億円</td> </tr> <tr> <td>C&F</td> <td>192億円</td> <td>182億円</td> </tr> <tr> <td>P&C</td> <td>95億円</td> <td>97億円</td> </tr> <tr> <td>G&P</td> <td>80億円</td> <td>88億円</td> </tr> </tbody> </table>	セグメント	計画	実績	計	367億円	367億円	C&F	192億円	182億円	P&C	95億円	97億円	G&P	80億円	88億円	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標</th> <th>計画</th> <th>実績</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CO2排出量 (国内当社グループ) 2013年度比</td> <td>70%削減</td> <td>78%削減</td> </tr> <tr> <td>廃プラスチックリサイクル率 2020年度比</td> <td>3%向上</td> <td>10%向上</td> </tr> </tbody> </table>	指標	計画	実績	CO2排出量 (国内当社グループ) 2013年度比	70%削減	78%削減	廃プラスチックリサイクル率 2020年度比	3%向上	10%向上
項目	計画	実績																																					
計	150億円	115億円																																					
戦略投資	91億円	69億円																																					
通常投資	59億円	46億円																																					
セグメント	計画	実績																																					
計	367億円	367億円																																					
C&F	192億円	182億円																																					
P&C	95億円	97億円																																					
G&P	80億円	88億円																																					
指標	計画	実績																																					
CO2排出量 (国内当社グループ) 2013年度比	70%削減	78%削減																																					
廃プラスチックリサイクル率 2020年度比	3%向上	10%向上																																					
課題	<ul style="list-style-type: none"> コロナによるユーザー評価遅延や、ウクライナ情勢の長期化による一部原材料の調達難の影響を受け、開発が遅れが生じた 先行き不透明感に起因した投資の延期 	<ul style="list-style-type: none"> 値上げや円安が売上増に寄与も、中国景気減速の影響を受ける 競合他社の攻勢や需要構造の変化による数量の減少と新規テーマの遅延 	<ul style="list-style-type: none"> 公表数値は着実に達成したものの、海外事業所の取り組みが不十分と認識 																																				
成果	<ul style="list-style-type: none"> 着実に技術は進歩しており、化粧品材料等における新規採用など進んだ 	<ul style="list-style-type: none"> 不採算事業の整理 新素材の立上げと拡販に向けた生産能力増強 パートナー企業による現地生産の実績化 	<ul style="list-style-type: none"> 廃プラスチックリサイクル率は大きく計画を超えて伸ばした 																																				

新中期経営計画(2025年3月期~2027年3月期)の発表



明日への変革 2027
TRANSFORMATION for TOMORROW

10年後のありたい姿

機能性マテリアル分野のエクセレントカンパニーになる



長期ビジョン、基本戦略

「10年後のありたい姿」

機能性マテリアル分野のエクセレントカンパニーになる 今回、明確化

ミッション

- ✓ 技術力を生かしニッチマーケットで社会に貢献し続ける
- ✓ サステナブル社会の実現に向けた課題解決と新たな価値創造に取り組む

基本戦略

- ✓ 技術主導による競争優位性の確保
- ✓ 事業基盤の強化のための海外事業の拡大
- ✓ サステナブル社会の実現に向けたESG重視の経営推進
- ✓ HR戦略・DX推進 今回、新たに追加
- ✓ 資本効率を重視した経営推進(ROE 9%以上、ROA 5%以上)

新中期経営計画のグループ数値目標 と セグメント別数値目標

グループ数値目標

	2024年3月期 実績	2027年3月期 計画
売上高	1,198億円	1,300億円
営業利益	45億円	78億円
経常利益	50億円	84億円
当期純利益	36億円	58億円
ROE	3.2%	4.6%
ROA	2.6%	4.3%

セグメント別数値目標

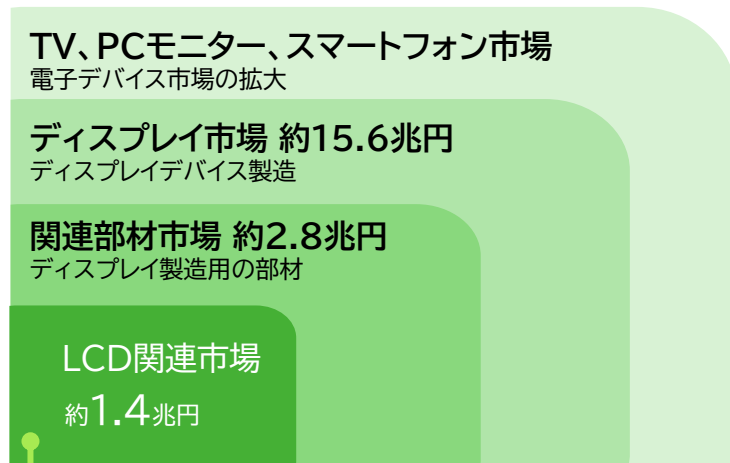
セグメント		2024年3月期 実績	2027年3月期 計画
カラー＆ ファンクショナル プロダクト (C&F)	売上高	655億円	718億円
	営業利益	24億円	34億円
	営業利益率	3.7%	4.7%
ポリマー＆ コーティング マテリアル (P&C)	売上高	239億円	271億円
	営業利益	26億円	41億円
	営業利益率	11.1%	15.1%
グラフィック＆ プリンティング マテリアル (G&P)	売上高	303億円	311億円
	営業利益	△5億円	3億円
	営業利益率	△1.9%	1.0%
合計	売上高	1,198億円	1,300億円
	営業利益	45億円	78億円
	営業利益率	3.8%	6.0%



外部環境動向 (1/2) -関連市場の成長見通し-

カラーフィルター(CF)用顔料、コーティング剤

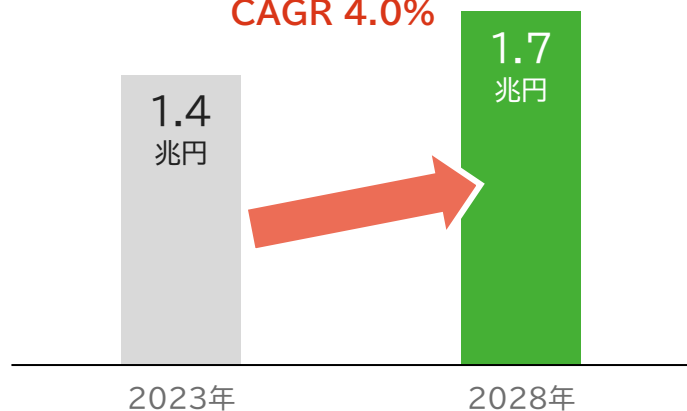
情報・電子業界関連の世界市場規模 ※1



※1 富士キメラ総研レポートを元に当社作成

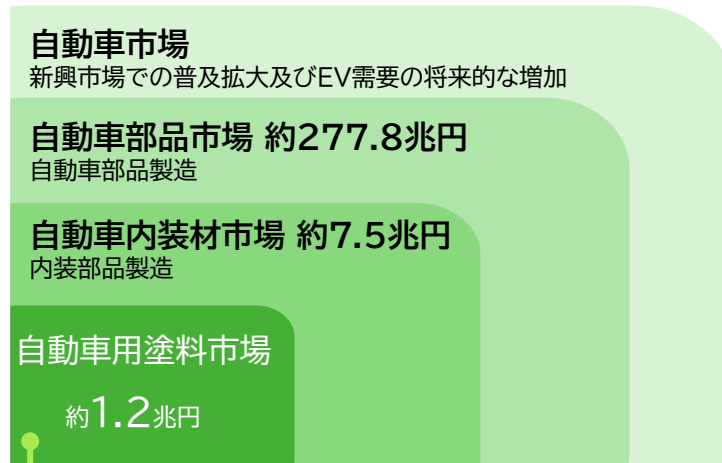
LCD関連市場の成長見通し

CAGR 4.0%



自動車用ウレタン樹脂

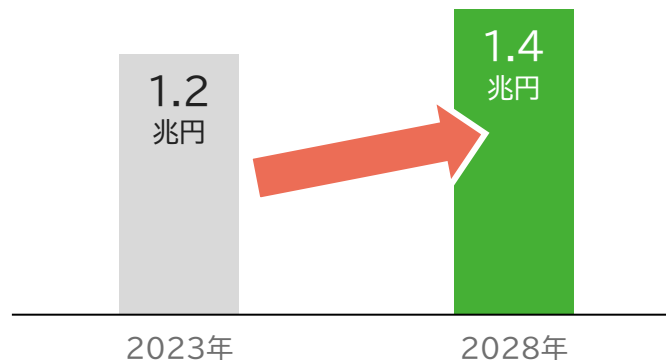
自動車業界関連の世界市場規模 ※2



※2 QY Research, SDKI, MarketsandMarkets レポートを元に当社作成

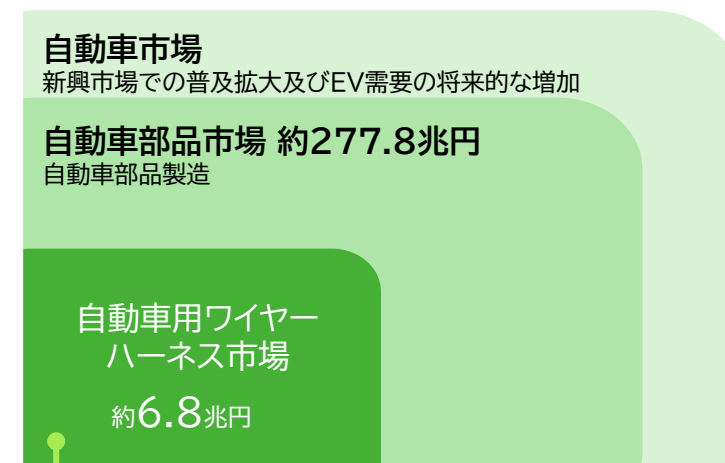
自動車用塗料市場の成長見通し

CAGR 3.2%



自動車向け樹脂コンパウンド・着色剤

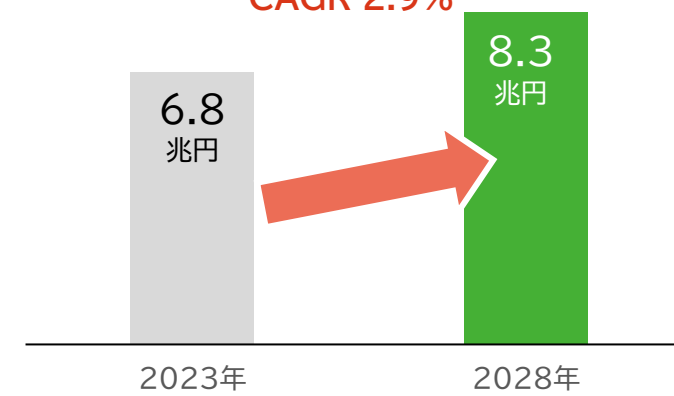
自動車業界関連の世界市場規模 ※2



※2 QY Research, SDKI, MarketsandMarkets レポートを元に当社作成

自動車用ワイヤーハーネス市場の成長見通し

CAGR 2.9%



CAGR:年平均成長率

外部環境動向 (2/2) -業界別の当社の成長率見込み、外部環境と重点施策-

業界	2024年3月期～ 2027年3月期 CAGR	外部環境	重点施策
輸送機器	3.6%	<ul style="list-style-type: none"> 中期的には半導体不足が解消して、グローバルで安定的な成長を見込む。 CASEによる市場の変化があり、電装品は生産台数以上の増加。 	<ul style="list-style-type: none"> コンパウンド・着色剤は、増産体制を整備して、事業機会を国内外で獲得する。 ウレタン樹脂は、北米で新規ユーザーの開拓。水性ウレタン樹脂、水性表面処理剤などサステナビリティ貢献製品の実績化。 自動車用を中心に環境に配慮した加飾フィルムの開発、販売に注力。
情報・電子	2.8%	<ul style="list-style-type: none"> ディスプレイ市場は、テレビの大型化に伴って成長する見通し。 版を持たないインクジェット印刷方式が増加。 電化製品の高機能化、小型化が進行。 	<ul style="list-style-type: none"> カラーフィルター用顔料は、新規アイテムを獲得して、シェアアップを狙う。 アンチグレアハードコート材だけでなく周辺部材の開発及び実績化。 インクジェット分散液は、欧州向けに新規ユーザーの開拓。 耐熱性高機能樹脂の開発及び実績化。
包装	1.8%	<ul style="list-style-type: none"> 国内は、物価高による買い控えとサプライチェーン上の在庫過多による在庫調整が続き需要減少。今後は、在庫調整が進み、実需ベースに回復する。 海外は、堅調な経済成長による市場拡大を見込む。 脱プラスチック、容器簡略化の進展。 	<ul style="list-style-type: none"> 一般包材に加えて、塗加工技術を活用した産業向けのインキ開発と拡販。 増能力投資により、海外の旺盛な需要を取り込む。 機能材や環境に配慮した製品に注力。
産業資材	2.2%	<ul style="list-style-type: none"> 国内の半導体生産が本格化して、導電性コンテナやトレイは需要増加する見通し。 電力ケーブルは、張り替えや再生可能エネルギー需要で、底堅い動きの見通し。 	<ul style="list-style-type: none"> 導電性電子電材向けトレイなど付加価値のある容器のテーマ獲得に注力。 ケーブルの多層化対応や合理化で利益確保を図る。
建材・設備	1.5%	<ul style="list-style-type: none"> 国内の住宅着工件数は、コロナ禍の落ち込みからは回復も、今後は漸減傾向。 リフォーム需要は上昇傾向。 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の海外展開(北米など)に対応してテーマを獲得する。 シェアの維持、合理化を進めつつ、既存事業の体質強化を図る。

CAGR:年平均成長率
売上の単純合算ベース

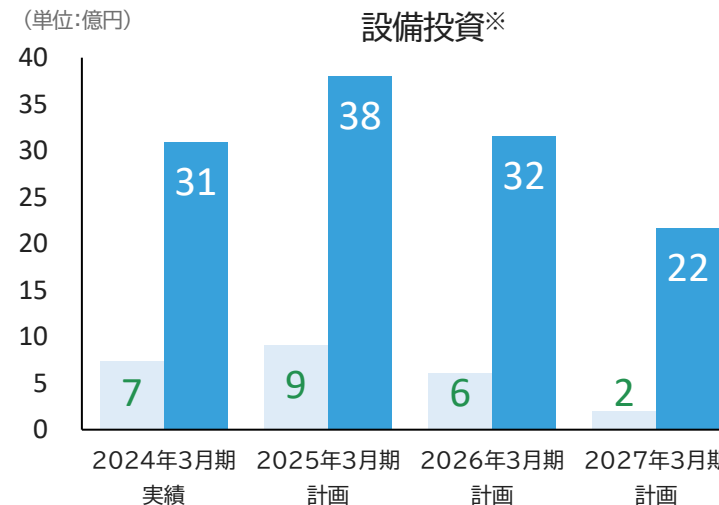
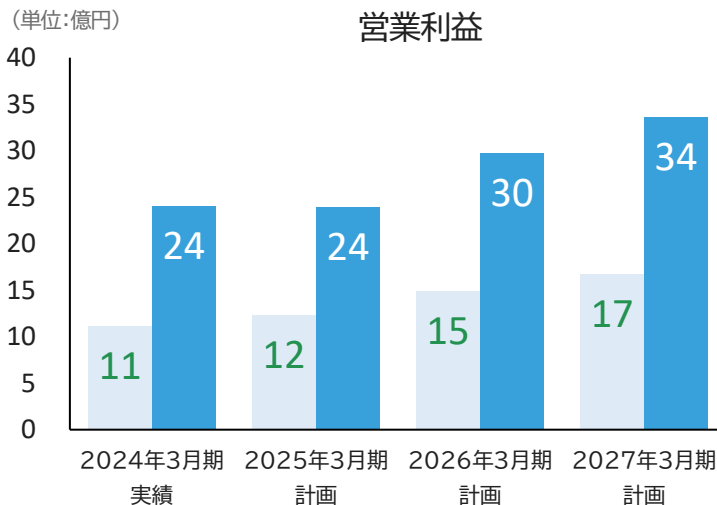
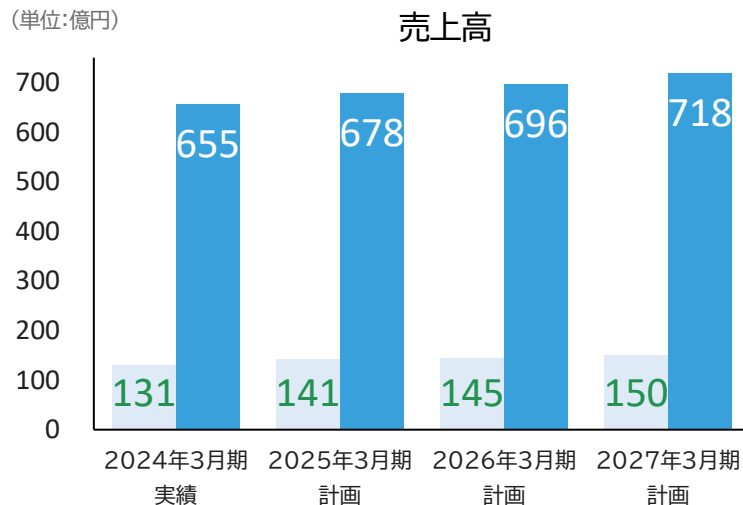


セグメント別中期戦略 (1/4) -戦略製品の中長期対応-

カラー&ファンクショナル プロダクト 顔料及び顔料の2次加工製品

情報・電子業界、輸送機器業界向けを中心に付加価値の高い製品をグローバルに展開

戦略製品	中長期対応
インクジェット用顔料・分散液	デジタル印刷市場の拡大と差別化技術の開発により、販売増を目指す
カラーフィルター用顔料	ディスプレイのグローバル需要が拡大する中で、機能性を向上させ、シェアアップを狙う
自動車用コンパウンド・着色剤	CASEによる市場の変化を見据え、事業機会を国内外で確実に捉える
機能性材料	特徴のある機能性製品や加工難易度の高い製品を開発、販売する



各年度の棒グラフ 左:戦略製品、右:セグメント全体

※ 「R&D イノベーションセンター」の投資は除く
 ※ 設備投資額は発注ベースの数字





セグメント別中期戦略 (2/4) -戦略製品の中長期対応-

ポリマー&コーティング マテリアル

合成樹脂及び特殊コーティング剤

ウレタン樹脂の幅広い品揃えを活かした拡販戦略、特徴のある独自性の高い製品の開発及び展開

戦略製品

中長期対応

高耐久性ウレタン樹脂

需要拡大が見込まれる自動車、アパレル向けを中心に国内外で伸長を見込む

環境対応型ウレタン樹脂

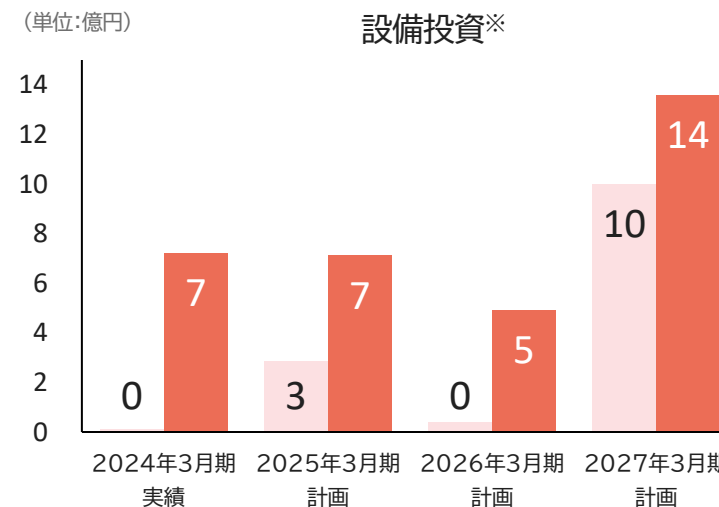
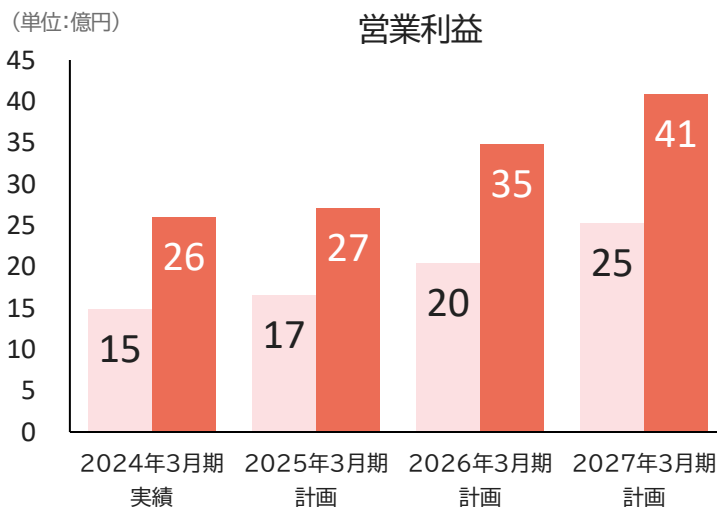
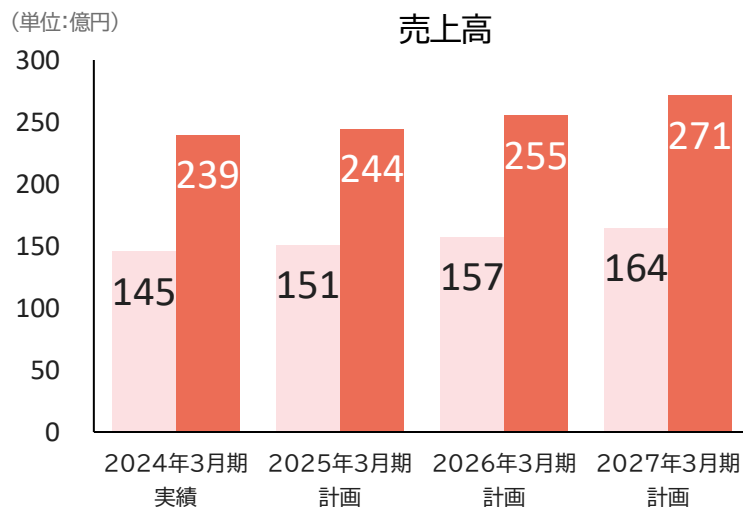
水性・無溶剤型ウレタン樹脂、水系表面処理剤を中心としたサステナビリティ貢献製品を展開する

耐熱性高機能樹脂

高機能化が進む電子機器向け、EVをはじめとする次世代車両向け素材の開発

情報・電子業界向けコート剤

液晶ディスプレイや電子機器向けを中心に独自性の高い製品の拡大を図る



各年度の棒グラフ 左:戦略製品、右:セグメント全体

※ 「R&D イノベーションセンター」の投資は除く
※ 設備投資額は発注ベースの数字



セグメント別中期戦略 (3/4) -G&Pセグメントの収益改善計画-

グラフィック&プリンティング マテリアル パッケージ用及び広告出版用インキ

国内は強力な合理化と共に強みのある製品と成長分野に注力、海外は積極的な拡販策

国内事業の収益改善計画

収益改善施策	2025年3月期 対応
拠点統合	坂東新工場へ拠点統合による合理化(人財の再配置、固定費の削減)
生産合理化	品種統合、生産能力増強による生産工程の効率化など
価格改定	原材料価格の高騰に対する適切な価格改定を実施する

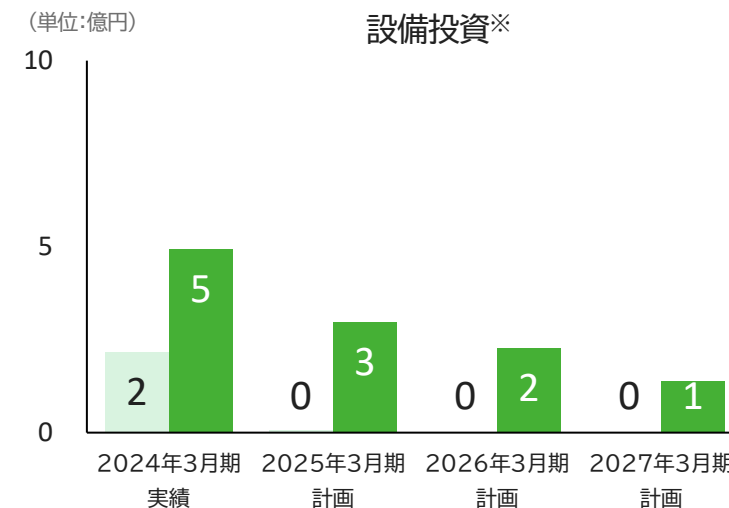
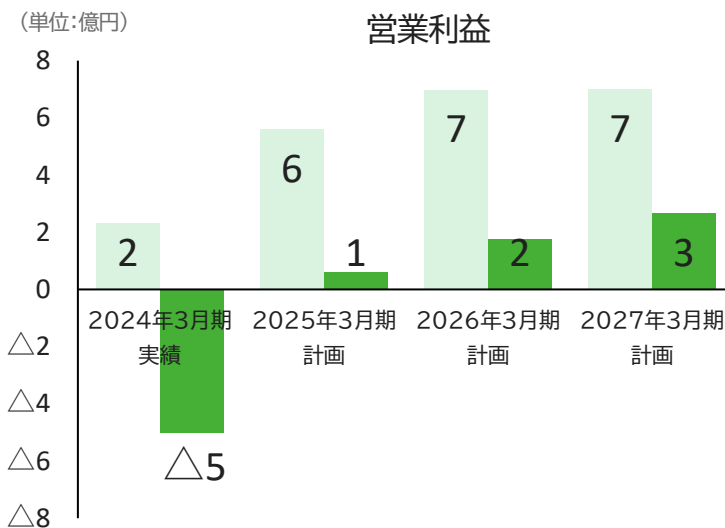
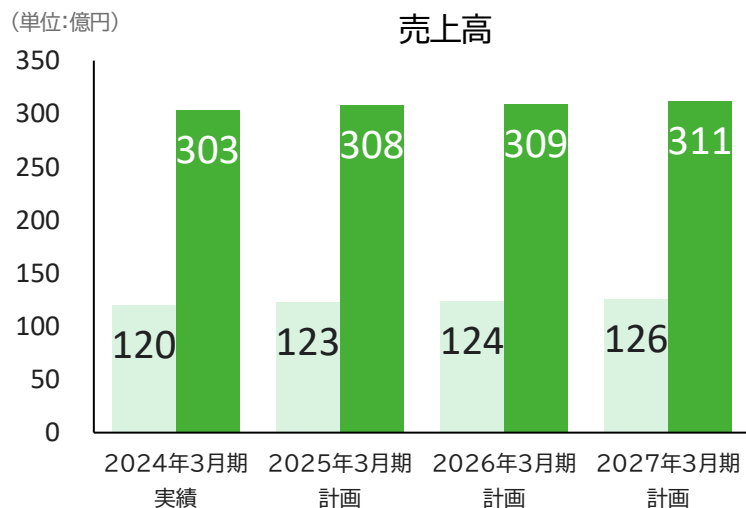
※ 2024年3月期第4四半期において約22億円の減損損失を特別損失に計上

セグメント別中期戦略 (4/4) -戦略製品の中長期対応-

グラフィック&プリンティング マテリアル パッケージ用及び広告出版用インキ

国内は強力な合理化と共に強みのある製品と成長分野に注力、海外は積極的な拡販策

戦略製品	中長期対応
ラベル用インキ、水性フレキソ	強みのあるラベル市場向けインキ、サステナビリティ貢献製品である水性フレキソインキに注力
成長分野への拡販	成長が期待される情報・電子、産業資材業界へ対象市場を広げる
アジア向けインキ	アジア地区の旺盛な需要の取り込みに注力、サステナビリティ貢献製品である水性インキの拡販

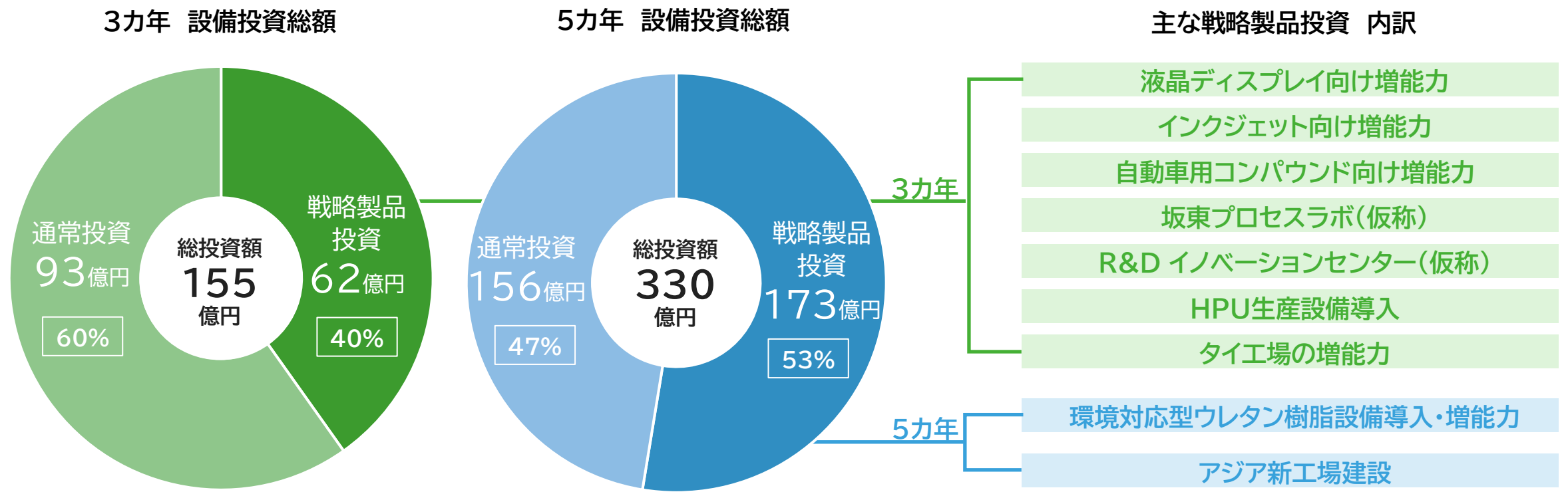


各年度の棒グラフ 左:戦略製品、右:セグメント全体

※ 「R&D イノベーションセンター」の投資は除く
 ※ 設備投資額は発注ベースの数字

中期投資計画(2025年3月期~2027年3月期) (1/3) -設備投資(参考として5カ年の総額を含む)-

- 3カ年の設備投資 ……総額155億円の40%が戦略製品投資、60%が通常投資
- 5カ年の設備投資 ……総額330億円の53%が戦略製品投資、47%が通常投資



※ 上記設備投資額は発注ベースの数字

彩りの、その先へ。
今日の未知は、未来への道

R&D イノベーションセンター構想

R&D機能を集約し、技術融合によるイノベーションを創出

応用開発・製品開発ラボ

連携と結合

コア技術

次世代素材探索ラボ

深化と革新

シナジー効果による新市場・新分野開拓
全社技術連携による技術「結合」

- 高機能素材の開発
- パートナーからの素材提供と最適な技術選択
- 事業部単独では取り組みにくい領域を開拓
- 素材から加工までの連携した開発

ニーズの追求

新素材からの新規事業領域
テーマと人財の質向上による「革新」

- バックキャスト指向のテーマ立案とトライアル
- オープンイノベーション
 - ・ 技術提携・資本参加も視野に新技術創出
 - ・ レンタルラボ・オープンラボによる共創

シーズの探索

アイテム例:化粧品・機能性フィルム材料

ターゲット領域・市場へ
更なる注力

アイテム例:電子材料・波長制御材

中期投資計画(2025年3月期～2027年3月期) (3/3) -成長投資-

150億円規模の合計投資額を見込む

現業とのシナジーなど、投資に対するリターンを精査しつつ実行

M&A

エリア : 海外
 業界/領域 : 輸送機器・情報電子
 完了目標 : 2027年3月期
 投資額 : 40～100億円



M&A/資本提携

エリア : 日本
 業界/領域 : 輸送機器・情報電子
 完了目標 : 2027年3月期
 投資額 : ～30億円～



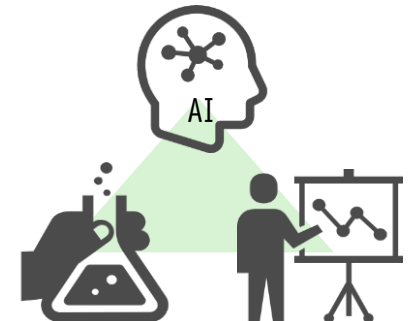
新工場建設

エリア : アジア
 製品 : 樹脂コンパウンド・着色剤
 完了目標 : 2028年3月期以降
 (前倒しも検討)
 投資額 : (30～70億円)



DX投資・人的資本投資

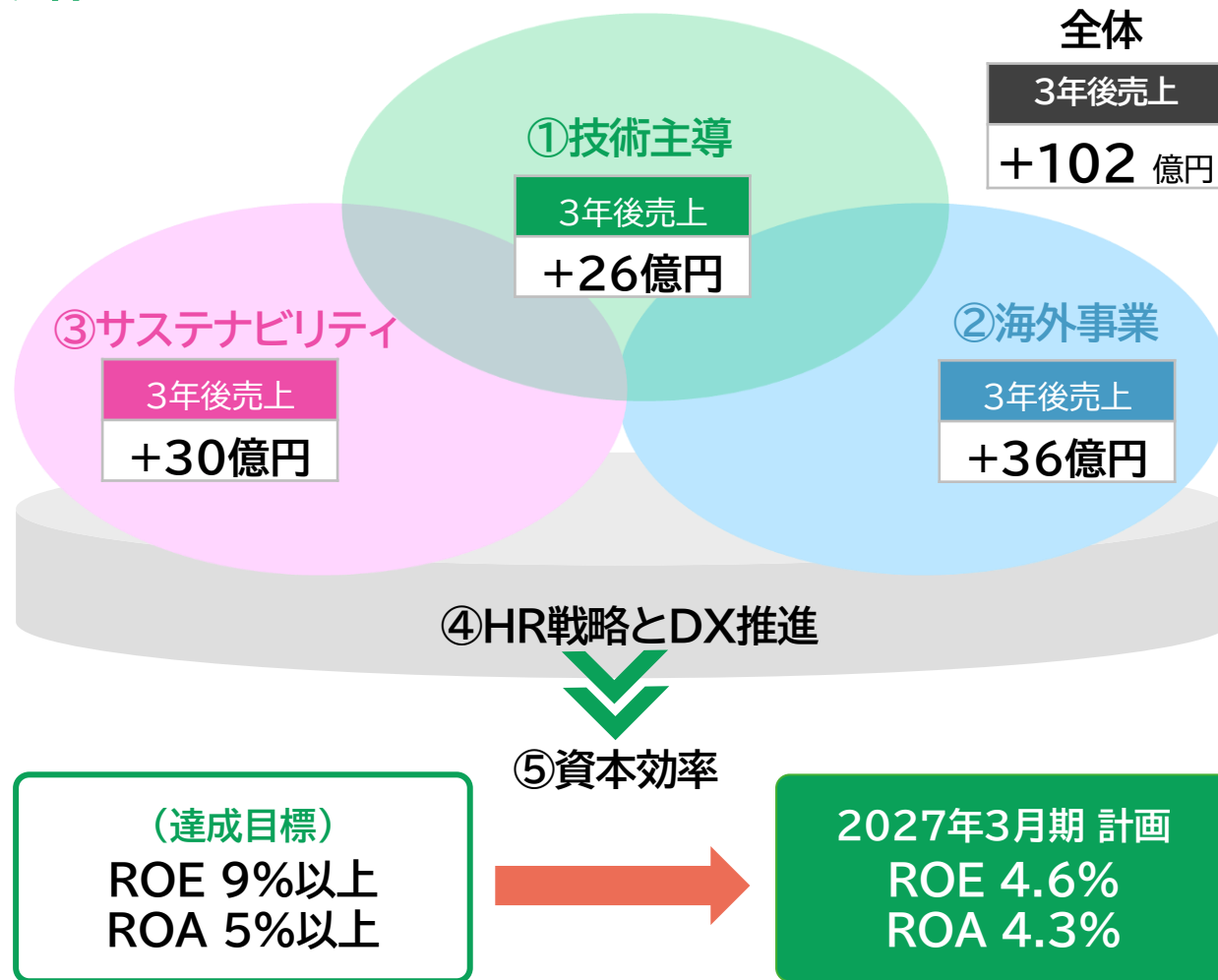
エリア : -
 製品 : -
 完了目標 : 2027年3月期
 (以降も継続)
 投資額 : -



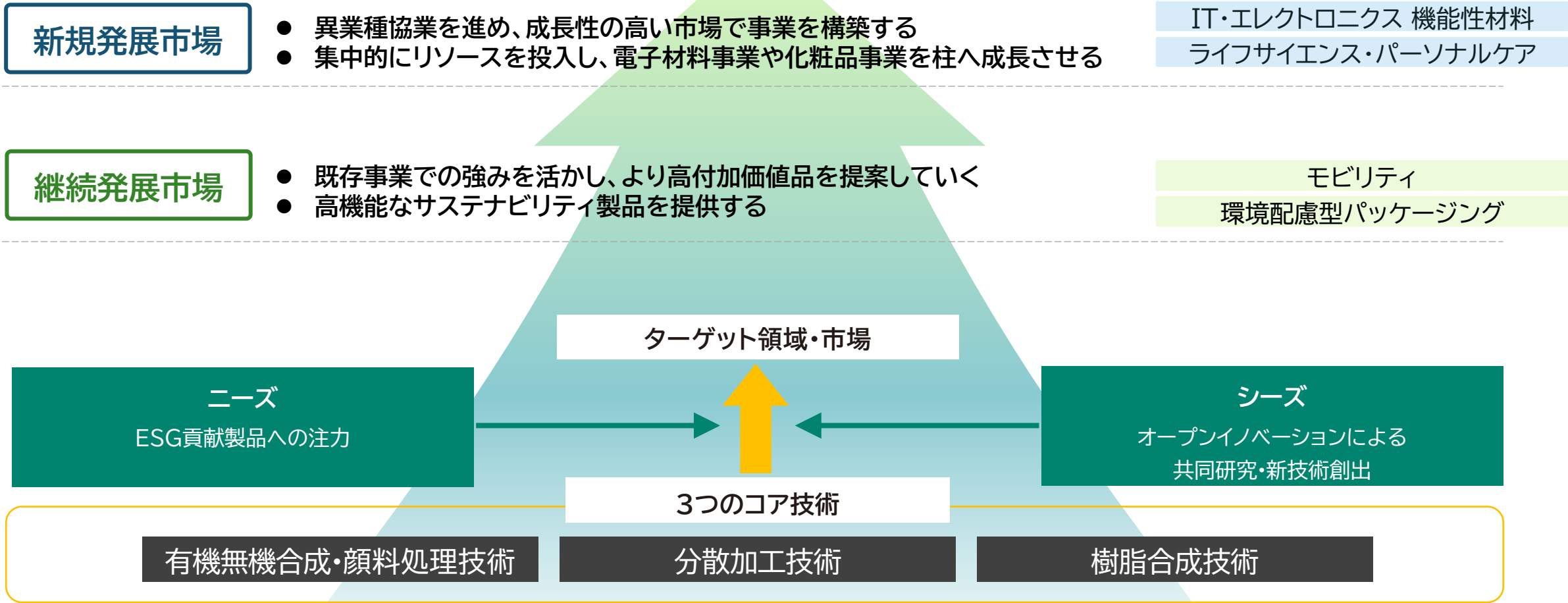
10年後のありたい姿に向けた基本戦略

新中期経営計画-売上増額(対 2024年3月期実績)

- ① 技術主導による競争優位性の確保
- ② 事業基盤の強化のための海外事業の拡大
- ③ サステナブル社会の実現に向けた ESG重視の経営推進
- ④ HR戦略・DX推進 今回、新たに追加
- ⑤ 資本効率を重視した経営



① 技術主導による競争優位性の確保 (1/3) -技術機構の全体戦略:ターゲット市場-



① 技術主導による競争優位性の確保 (2/3) -技術機構の全体戦略:ターゲットドメイン-

新規発展市場

IT・エレクトロニクス 機能性材料

- 素材開発と分散加工技術を融合し、快適なIT・エレクトロニクス社会を実現
- 次世代通信インフラ(5G/6G)実現製品を通じて、暮らしを豊かに
- エネルギーマネジメント部材でサステナブル社会に貢献

具体例

二次電池用部材、導電性部材、熱マネジメント部材、機能性ポリマー、高付加価値顔料・分散体



ライフサイエンス・パーソナルケア

- 天然物由来の高付加価値製品の提供
- 安心、安全な製品でサステナブル社会に貢献

具体例

生分解性微粒子、天然物由来化粧品原料



継続発展市場

モビリティ

- 高機能製品により快適な車内空間を創造
- CASE、変改を見据えた各種素材でサステナブル社会に貢献

具体例

ウレタン・アクリル・シリコーンポリマー、軽量・高強度樹脂コンパウンド、加飾フィルム



環境配慮型パッケージング

- 完全無溶剤の環境配慮型インキの提供
- CO2を原料としたガスバリア性素材の提供
- 環境配慮型製品でサステナブル社会に貢献

具体例

水性フレキシインキ、ガスバリアコート材・環境配慮型接着剤、高耐久インキ

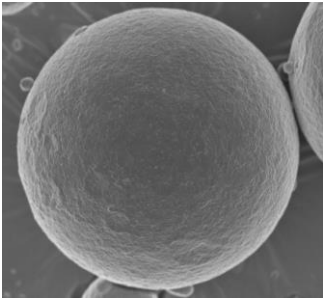


① 技術主導による競争優位性の確保 (3/3) -注カアイテムの具体例-

化粧品材料への展開

化粧品に含まれるマイクロプラスチックビーズ(MPB)を、天然素材生分解性パウダーに置き換える

RUBLALEAF™ Series



化粧品MPB配合禁止法規制
EU2023年法規制化

化粧品市場の拡大
EU/アメリカ/日本/中国
スキンケア需要拡大

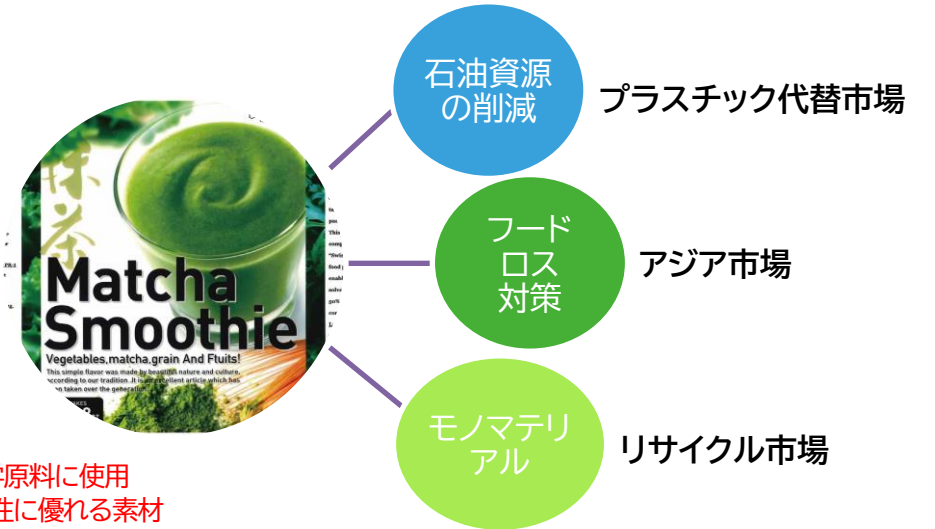
セルロースをベースとした化粧品用マイクロパウダー
真球状、表面処理、内包、粒子サイズ、等、粒子メーカーとして長年にわたり
培った粒子制御技術を駆使し、化粧品性能を向上

2023年:国内外化粧品メーカーへの採用、出荷開始	導入ステージ
2024~25年:採用ユーザーの拡大、新製品の投入	拡販ステージ
2026年~:事業化、販売量の拡大	事業ステージ

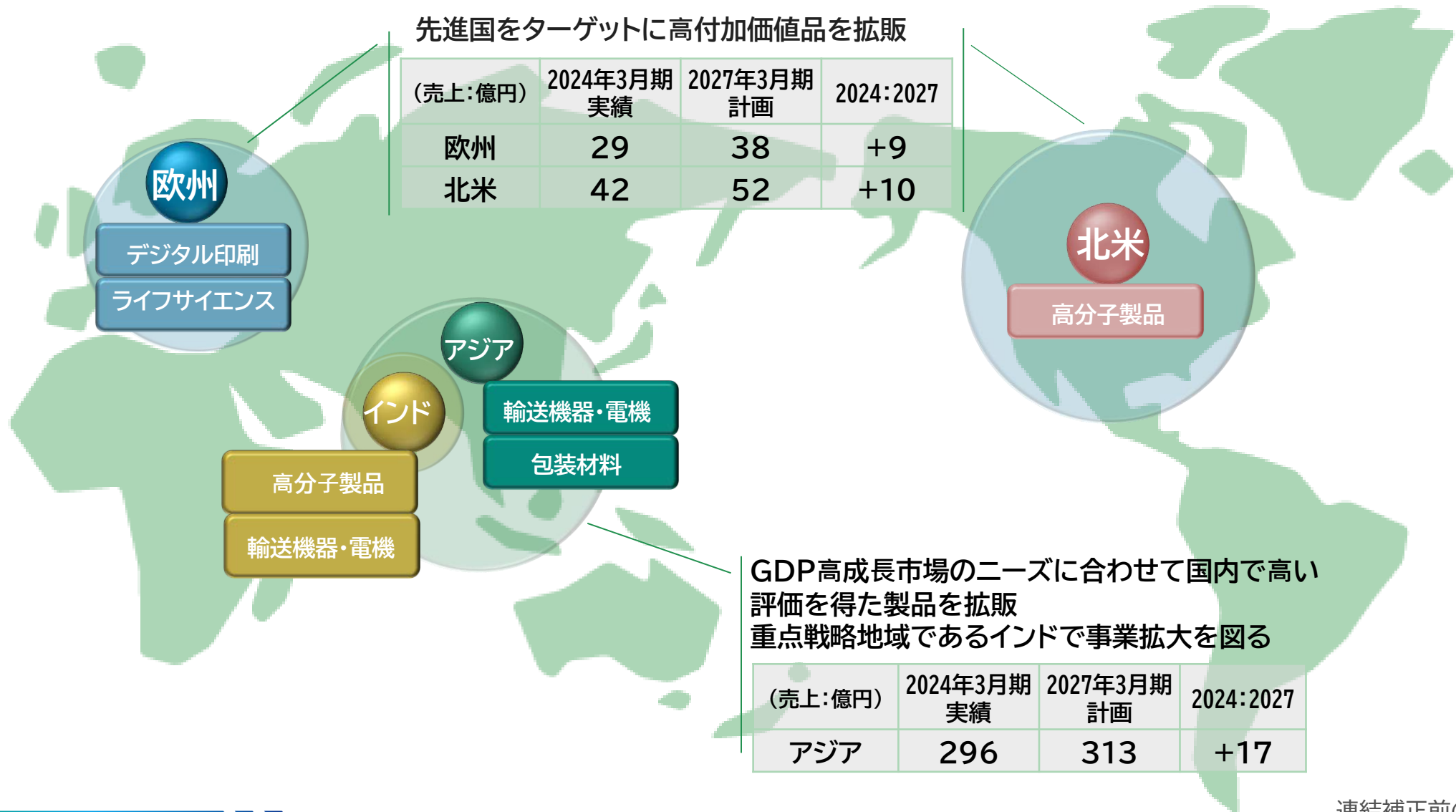
※販売量に応じた設備投資を予定

機能性フィルム材料HPUの展開

CO₂から作られる新しいエコ素材を
SDGsに貢献する新しい市場へ展開する

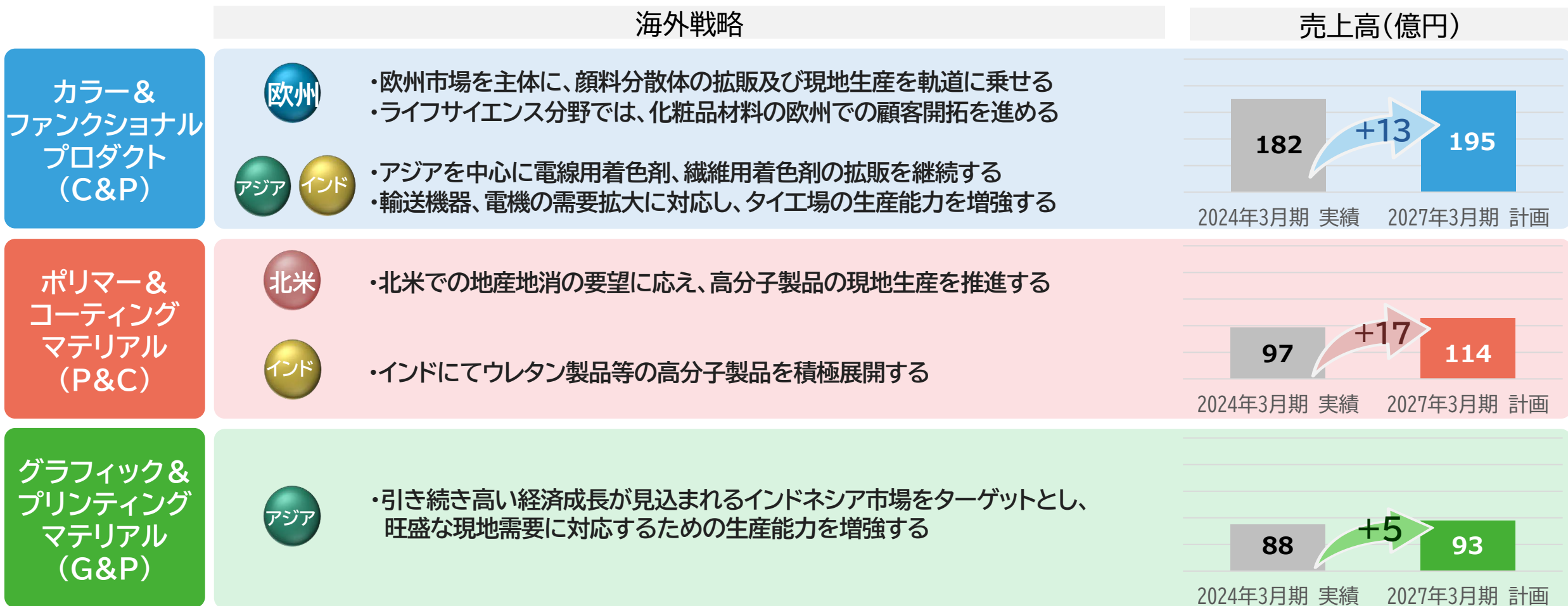


② 事業基盤の強化のための海外事業の拡大 (1/2) -中長期エリア別位置づけ-



連結補正前の単純合算数値

② 事業基盤の強化のための海外事業の拡大 (2/2) -各セグメント中長期戦略と数値計画-



③ サステナブル社会の実現に向けたESG重視の経営推進 (1/2)

サステナビリティ経営 2027 全体像

10年後のありたい姿

サステナビリティ経営

サステナビリティ
貢献製品拡販

気候変動・CO2削減

サーキュラーエコノミー

生物多様性の保全

エレクトロニクス関連

ライフサイエンス関連

【製品例】

- ・二次電池用部材
- ・ガスバリアコート材
- ・天然素材生分解性パウダー
- ・熱マネジメント部材

技術主導の競争優位性確保と連携して取り組む

【サステナブルな成長に向けた主な取り組み】

- ・気候変動対応 …カーボンニュートラルの実現に貢献
- ・サーキュラーエコノミー …廃棄物の削減と再資源化

- ・労働安全衛生向上 …安全で、快適な作業環境
- ・化学物質管理 …化学物質を適正で安全な管理
- ・ダイバーシティ&インクルージョン …人財の多様性を発揮

- ・ガバナンス体制の強化…健全で効率的な事業運営
- ・ステークホルダーエンゲージメント向上 …ステークホルダーの期待と信頼の獲得

サステナビリティ
推進体制強化

E:環境性

S:社会性

G:ガバナンス

③ サステナブル社会の実現に向けたESG重視の経営推進 (2/2)

サステナビリティ 貢献製品拡販

当社目標

サステナビリティ貢献製品の売上額: 2027年3月期までに2024年3月期比 30億円増

■ 気候変動(CO₂削減)、他

- モビリティ市場向け 軽量・高強度樹脂コンパウンド、二次電池向け素材
- パッケージ市場向け インクジェットインキ、バイオマスインキ、水性フレキシソインキ

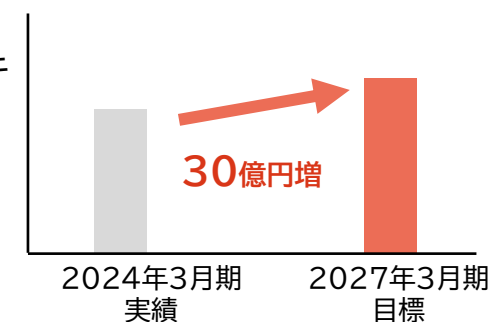
■ 生物多様性の保全

- ライフサイエンス市場向け 天然物由来の生分解性パウダー
- アパレル市場向け 排水処理の負荷を軽減できる繊維用着色剤

■ サステナブル社会:フードロス削減、社会インフラ産業向け製品

- パッケージ市場向け CO₂を原料としたガスバリアコート材

サステナビリティ貢献製品の売上額 目標



気候変動対策 CO₂排出量削減

当社目標

2050年カーボンニュートラルにむけ、2031年3月期までにCO₂排出量2020年3月期比 48%削減を設定

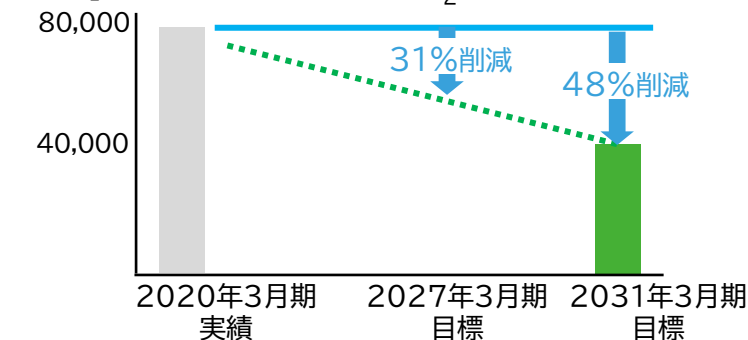
(IPCC(気候変動に関する政府間パネル)第6次報告の1.5°Cシナリオに沿って設定)

2027年3月期に2020年3月期比 31%削減

■ 主な削減計画

- 生産工程、設備の改善による省エネルギー対策の実施
- 再生可能エネルギー導入
- 国内で削減実績のあった施策を海外拠点にも展開

当社グループ CO₂排出量 目標



中期経営計画の達成

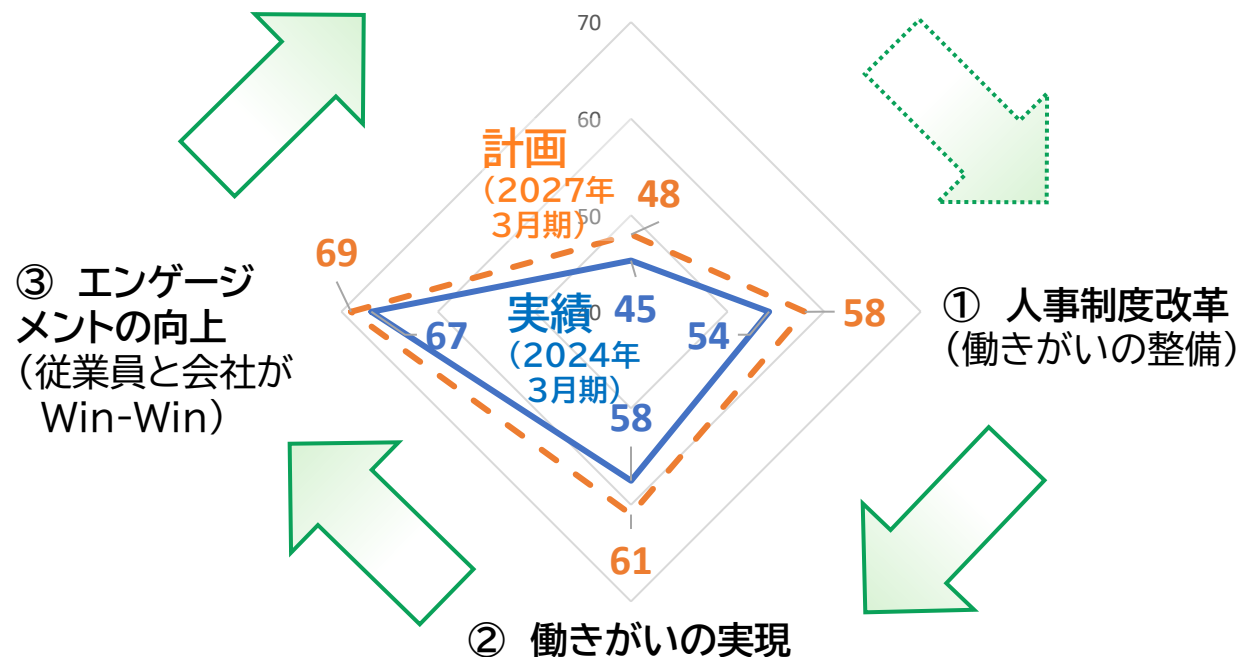
- ④ HR戦略目標の実現:
イノベーションが湧き上がる活気に満ちた
企業風土の醸成
- ③ エンゲージメントの向上:
従業員と会社がwin-winの関係性
- ② 働きがいの実現:
従業員が成長できる環境
- ① 人事制度改革: 働きがい実現のための整備
納得感が得られる評価制度・報酬制度
人財育成のための研修制度

エンゲージ
メント
スコア※

2024年3月期 実績
56.0
(4項目の平均値)

2027年3月期 計画
59.0
(4項目の平均値)

④ HR戦略目標の実現 (イノベーションが湧き上がる企業風土)



※ 株式会社 アドバンテッジ リスク マネジメント の指標を活用:

①~④のそれぞれに関連している設問について、「とても当てはまる」「まあまあ当てはまる」と回答した社員の割合 (一部、反対因子の設問は「全く当てはまらない」「あまり当てはまらない」と回答した社員の割合)

④ HR戦略・DX推進 (2/2) -DX推進 全体戦略-

目的 競争力の向上

データ駆動型ビジネスへの移行[※]

※熟練者のカンコツだけでなく、データに基づいてビジネスの戦略を最適化するビジネス

効果的で確実性の
高い戦略

独創性のある
製品開発

データによる競争力向上

オフィスワーク

ITツール活用による
情報共有活性化・意思決定速度向上

マーケティング

マーケットニーズと当社の技術を
結び付け、新規案件の発掘

R&D

独自データを組み合わせたMI[※]
により開発期間の短縮

生産

データ分析による異常の
早期発見・生産効率の向上

※ MI:マテリアルズ・インフォマティクス
(情報科学の技術を用いて、材料開発の効率化を図る技術)

[課題]
新しいことを行う時間の不足/データが散在

達成のための施策

施策①

デジタル化による
業務効率化



新規事業に注力する時間

施策②

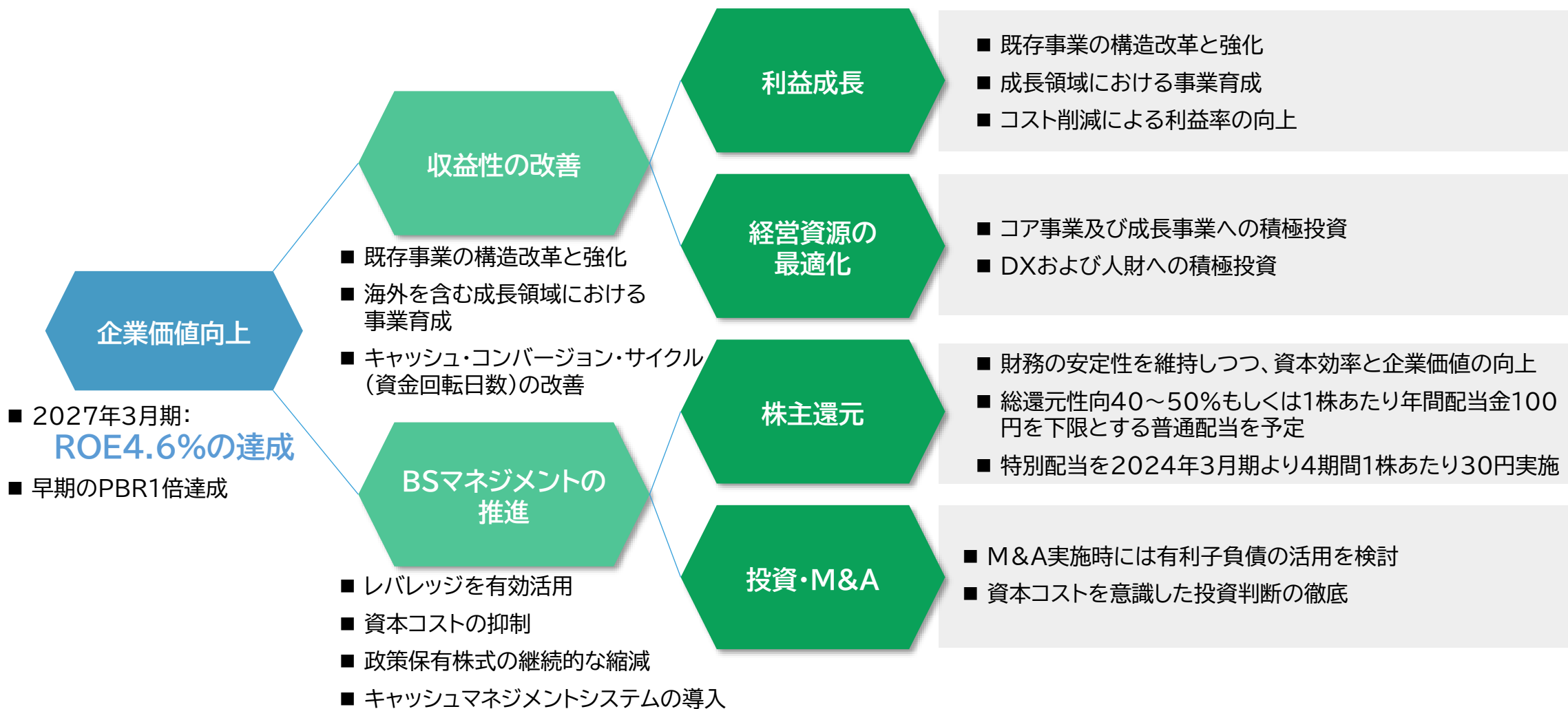
データを蓄積する
基盤の構築



当社独自データの蓄積

⑤ 資本効率を重視した経営（1/3）-資本収益性の向上に向けた取り組み-

当社の財務健全性を勘案したうえで、資本収益性の改善を意識した経営を実行

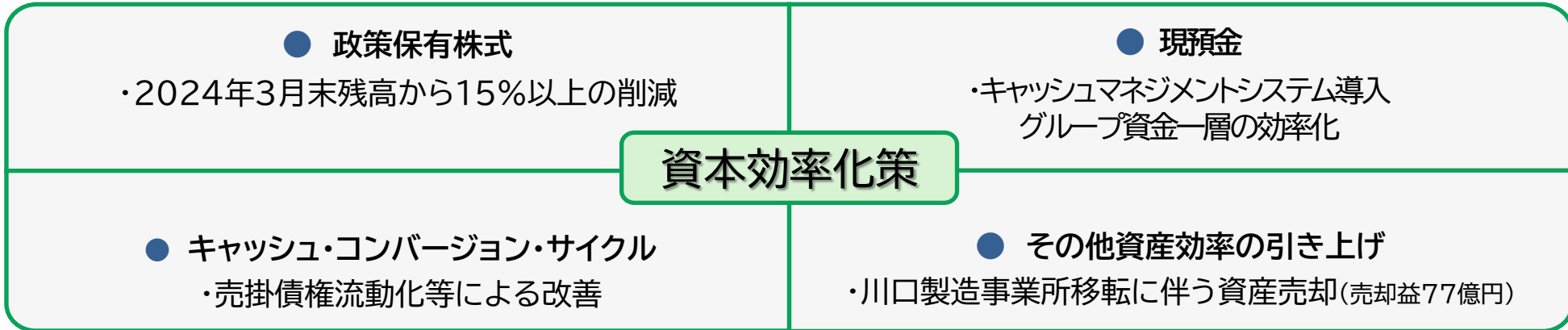


⑤ 資本効率を重視した経営 (2/3) -財務戦略・非財務戦略-

<財務戦略>

- ✓ 資産・資本の効率化により、株主還元、成長・設備投資へのキャッシュ創出、同時にROE/ROA向上・PBR向上
(株主資本コスト6~7%を想定)
- ✓ レバレッジの活用等により、資本コストを抑制

BSマネジメントの推進



<非財務戦略>

- ✓ 株主・投資家との対話機会の充実、適時・適切・公平な情報開示

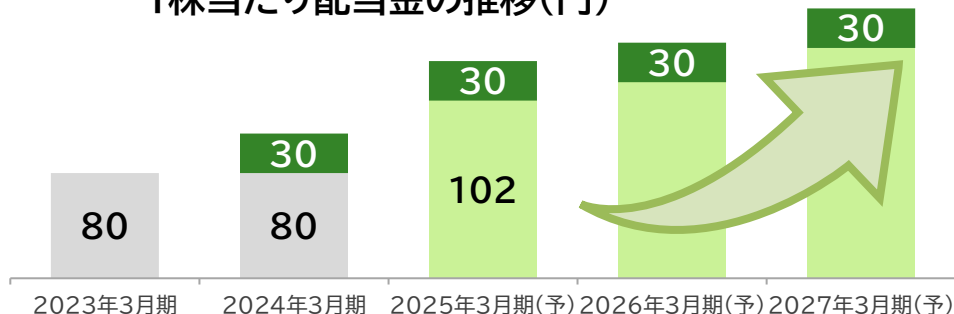
- ・機関投資家向け説明会(年2回):決算、中期経営計画進捗、等(動画配信)
- ・個人投資家向け説明会(年1回):業績・事業内容、経営戦略説明、等(動画配信)
- ・IR・SR活動の拡充

⑤ 資本効率を重視した経営 (3/3) -還元方針・キャッシュアロケーション-

中期経営計画期間における株主還元方針

- 総還元性向40～50%もしくは1株当たり年間配当金100円を下限とする普通配当を予定
*2025年3月期については、当社川口製造事業所譲渡に伴う特別利益を配当原資の範囲から除外し、別途、特別配当(30円)として実施
- 特別利益(川口製造事業所譲渡)に係る配当を2024年3月期から4期間にわたり、毎期1株当たり30円の特別配当を実施
- 自己株式の取得を機動的に実施

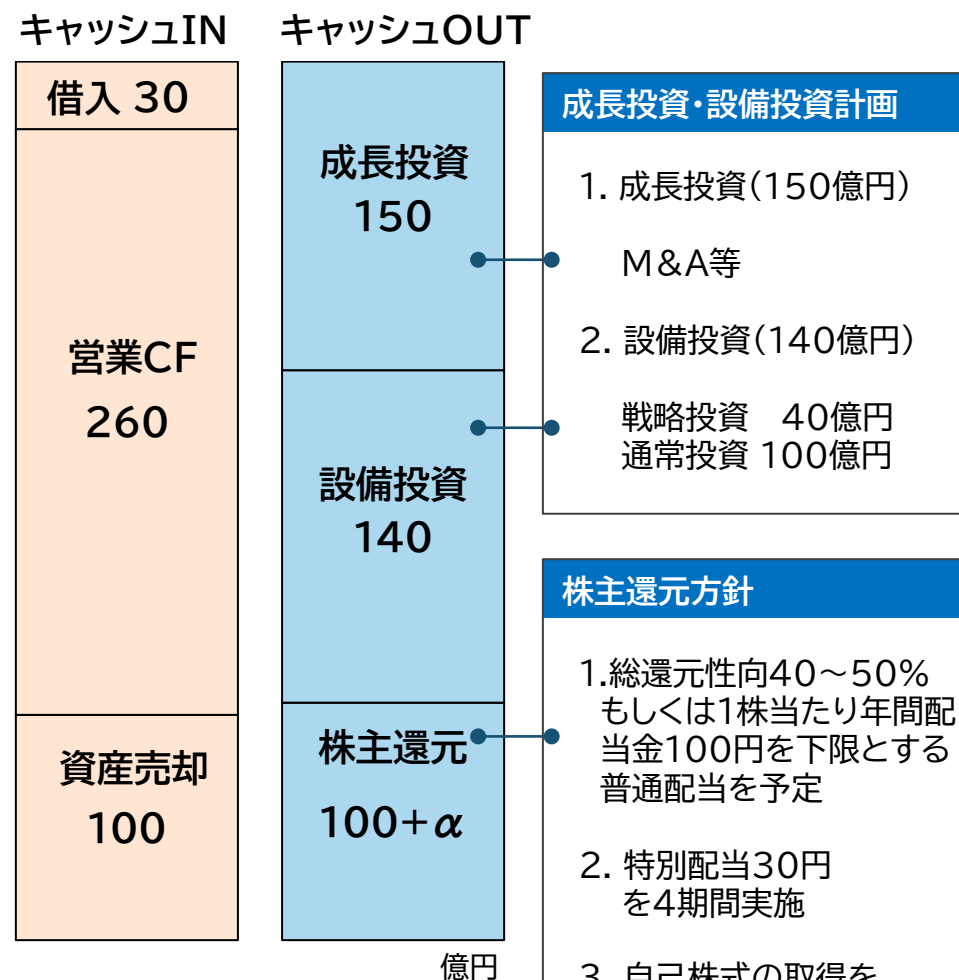
1株当たり配当金の推移(円)



普通配当	80	80	102	総還元性向基準	総還元性向基準
特別配当	-	30	30	30	30
配当性向	73.7%	52.9%	*23.3% (実質40%)	40～50% +特別配当	40～50% +特別配当

*2025年3月期は特別利益のうち川口製造事業所売却益(法人税控除後)を控除した金額に対して配当性向40%相当額

キャッシュ・アロケーション(3カ年累計)





Dainichiseika