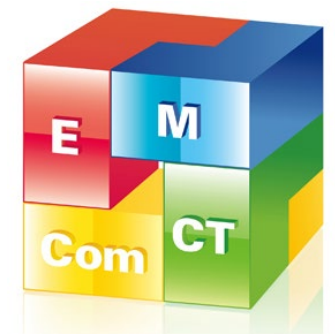

2020年3月期～2022年3月期 中期経営計画説明資料

グループ全体による斬新なアイデアと
きらりと光る技術力

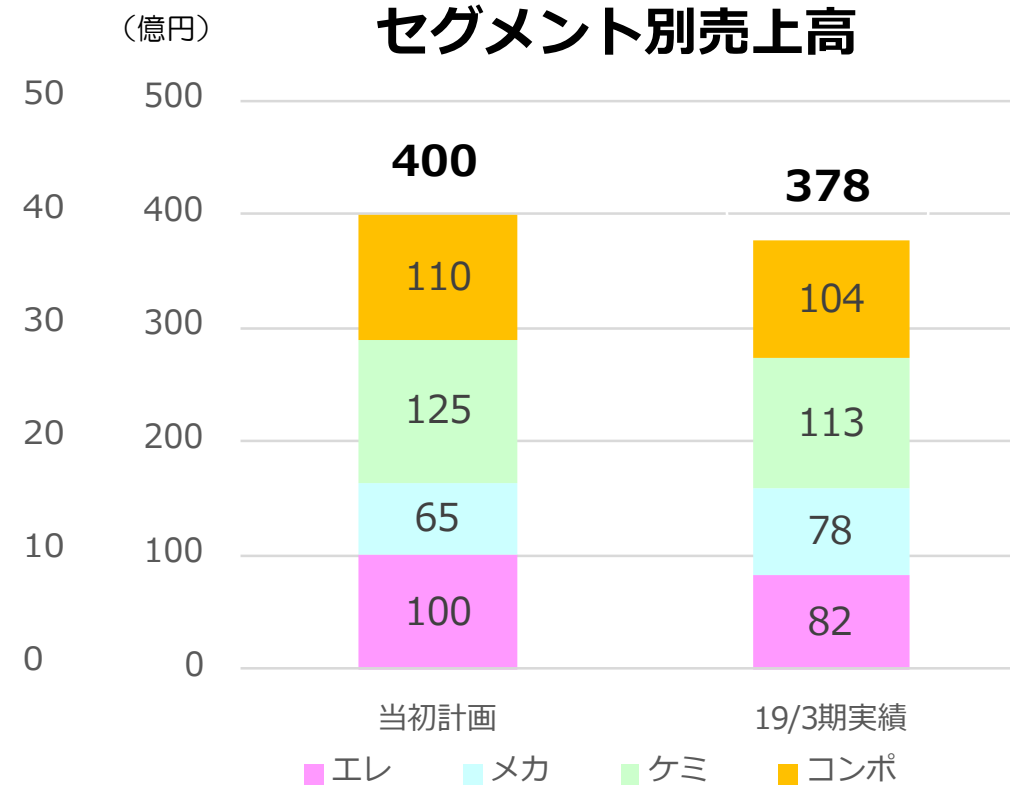
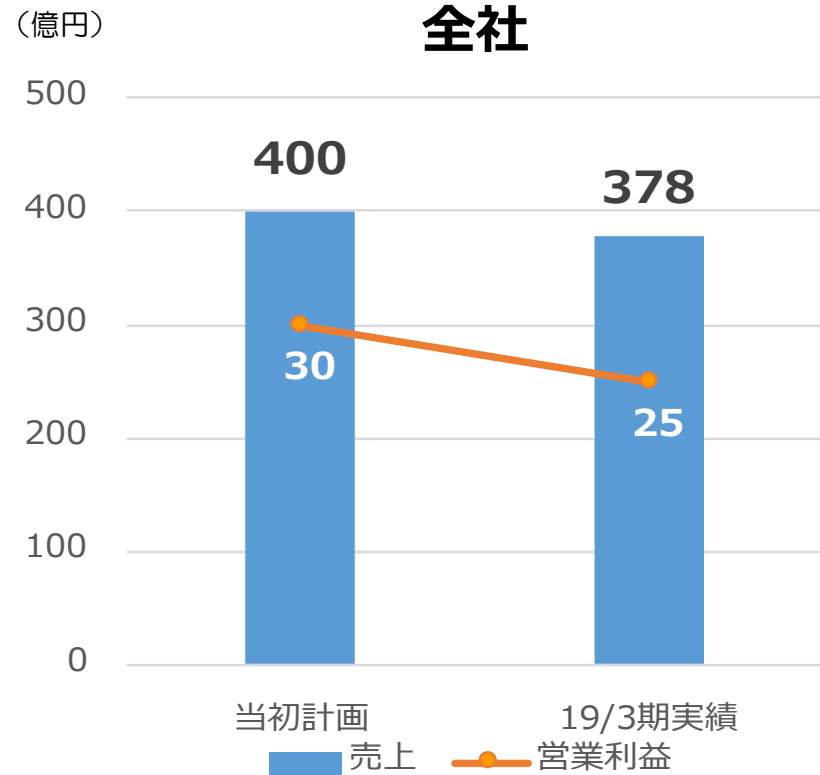
NEWオリジン

NEWステージ



2019年5月24日
株式会社オリジン

前中期経営計画 業績目標総括



未達成要因

- メカ（事）MDBが大きく寄与するも、エレ（事）の通信設備用電源投資抑制、ケミ（事）の中国における自動車分野売上減、コンポ（事）の装置産業向け売上減等が影響

新中期経営計画 策定の背景

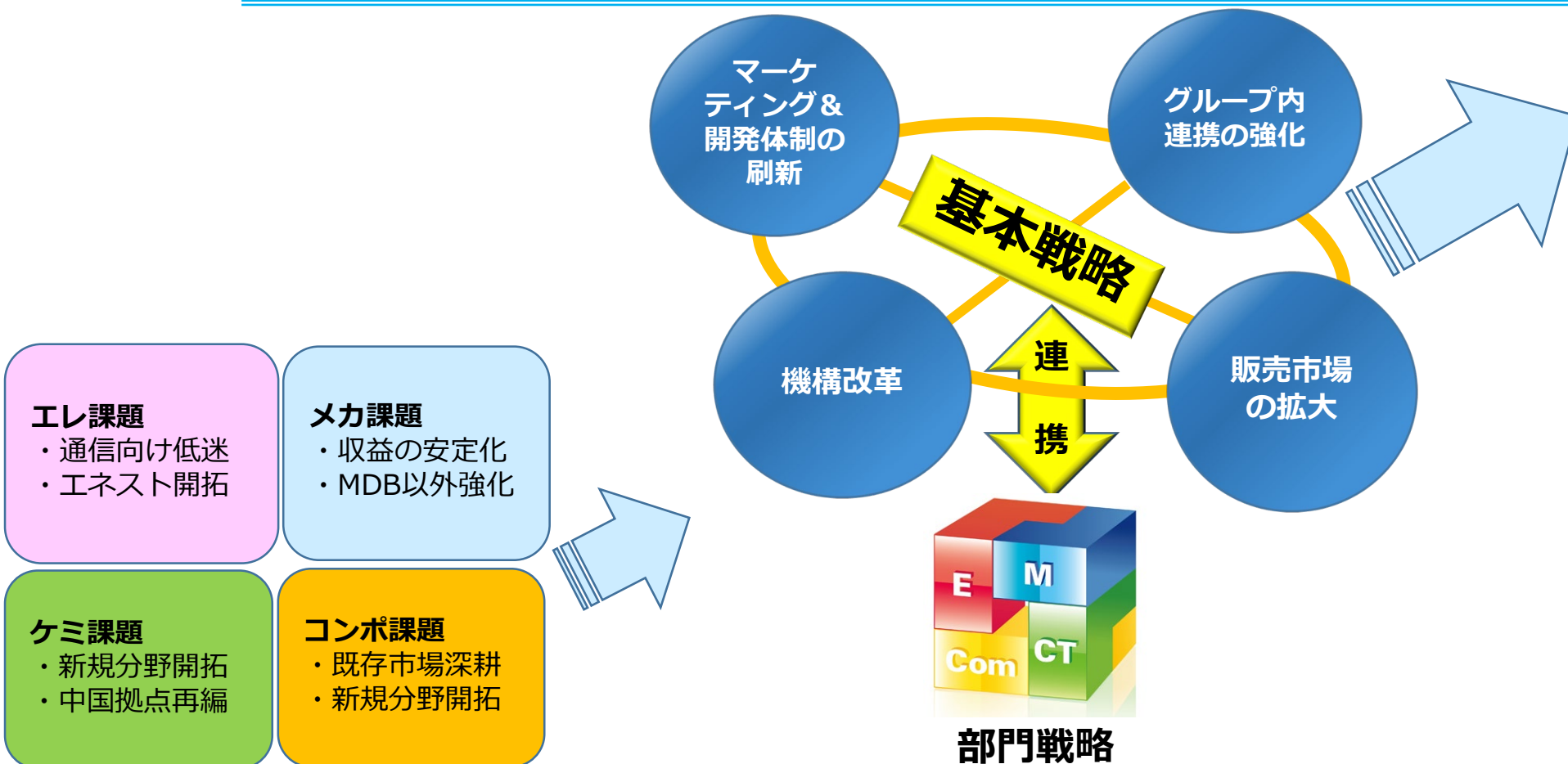
	事業	経営環境	対処すべき課題
収益改善	エレ	<ul style="list-style-type: none"> 情報通信機器需要の拡大及び蓄電池等エネルギーストレージ需要伸長が予想されるも価格競争の激化が懸念 	<ul style="list-style-type: none"> 通信市場向け製品の競争力向上 医療及びランプ、光源市場向け製品の深耕 エネルギーストレージ市場向け製品の開拓 コストダウン、業務効率化等の継続推進
	メカ	<ul style="list-style-type: none"> スマホ市場鈍化、パネル動向不透明 自動車、産業機器向けパネル需要及び当該生産設備への自動化投資伸長 光半導体関連市場への設備投資増加予想も、価格競争の激化が懸念 国内外車載向けパワーデバイス、照明需要伸長及び省エネ関連設備投資増加 	<ul style="list-style-type: none"> 収益の安定化（ボラティリティの抑制） スマホパネルデザイン動向把握 多様化するパネル需要への対応力向上 光半導体用溶接機の価格競争力向上 真空ソルダのパワーデバイス向け参入 自動車部品用大型溶接機の差別化強化
維持拡大	ケミ	<ul style="list-style-type: none"> 国内自動車向けは、EV化や自動運転化等新たな動きがあるも堅調推移予想 海外自動車向けは、米中貿易摩擦長期化、中国規制強化に伴うASEANシフト等があり先行き不透明な状況予想 	<ul style="list-style-type: none"> 既存製品販売強化、自動車以外売上向上 国内外の環境対応塗料、機能性塗料を拡充し事業領域拡大と新市場開拓実施 製品群見直し、材料統合による原価低減 材料調達におけるBCP強化
	コンポ	<ul style="list-style-type: none"> 半導体製造装置向けの調整局面は継続 ペーパーレス化、キャッシュレス化 顧客のASEANシフト対応 医療機器向けは安定的に推移予想 	<ul style="list-style-type: none"> 既存市場の生産品種多様化と深耕による需要増加 金融機器向け製品の複合化による高付加価値化 新製品開発による新市場開拓 ASEANシフトに対応した安定供給

事業の再編・再構築を加速

新中期経営計画 ロードマップ



NEW オリジン



エレ課題
・通信向け低迷
・エネスト開拓

メカ課題
・収益の安定化
・MDB以外強化

ケミ課題
・新規分野開拓
・中国拠点再編

コンポ課題
・既存市場深耕
・新規分野開拓

2017年3月期～2019年3月期

2020年3月期～2022年3月期

2023年3月期～2025年3月期

**収益の安定化及び発展を目指し、
NEWオリジンの土台を築く**

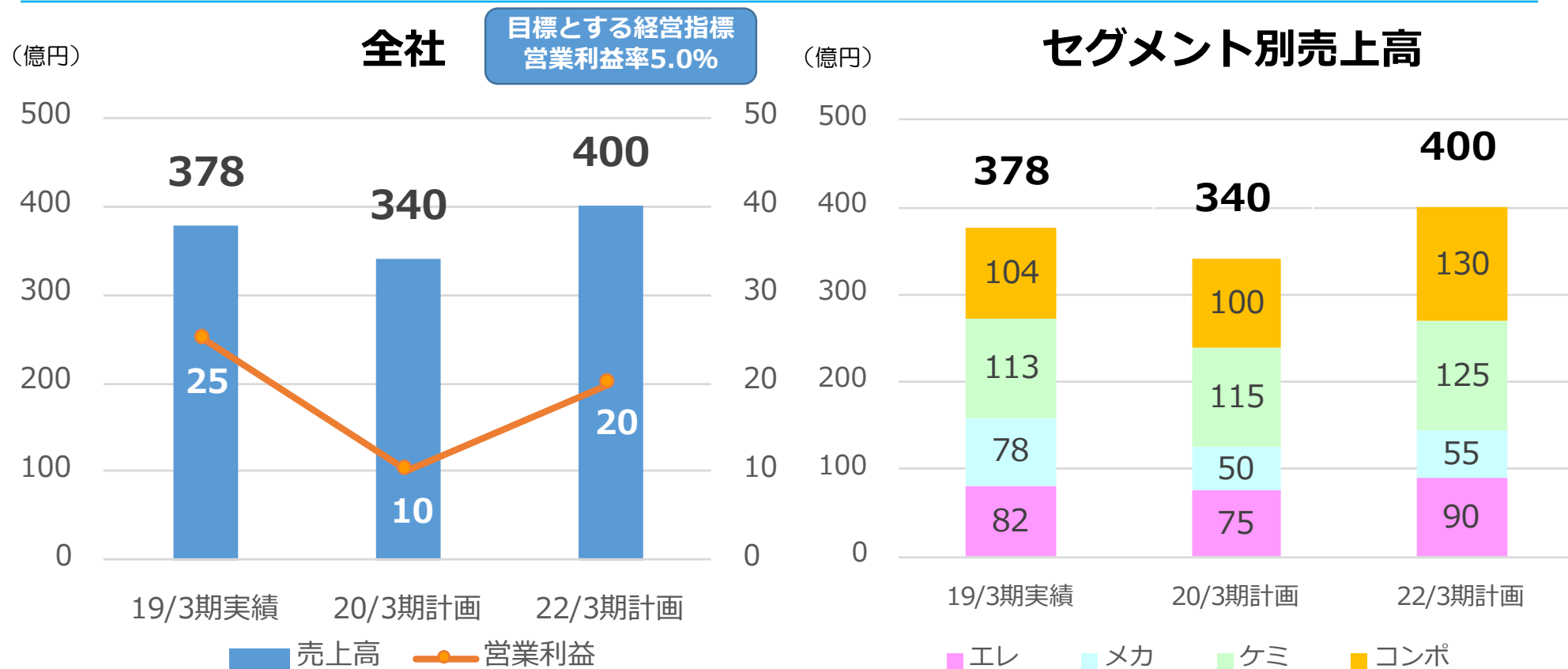
ビジョン

グループ全体による『斬新なアイデア』と『きらりと光る技術力』で、新たなソリューションを提供できる企業を目指します。

スローガン

NEWオリジン NEWステージ

新中期経営計画 業績目標



- 20/3期は対19/3期比にて、エレ（事）の通信市場向け製品の競争激化及びメカ（事）MDBの設備投資一巡等による売上減少予想から、減収減益計画
- 22/3期は対19/3期比にて、エレ（事）ケミ（事）コンポ（事）は増収計画も、メカ（事）はスマートフォン市場の鈍化及び採用パネル動向の不透明感が予想され、増収減益計画

新中期経営計画 基本戦略

☑機構改革

- ・部門間の横串連携を強化し、事業シナジーを創出します。
- ・収益改善部門における製品ポートフォリオの見直しを行い、安定した収益体制を確立します。
- ・生産ロケーションの再構築を行い、生産効率の向上を図ります。
- ・社員の意識、行動の変革を促し、新たなステージに挑戦できる人財を育成いたします。

☑マーケティング & 開発体制の刷新

- ・4事業のマーケティング情報と技術を統合的に分析、合致させる体制を構築し推進します。
- ・材料や部品など川上製品の研究と全社的なターゲット市場に開発リソースを投入し、新たな事業基盤立ち上げに向けた技術の創出を行います。
- ・オープンイノベーションなど、既存技術領域に留まらない研究開発体制を構築します。

☑グループ内連携の強化

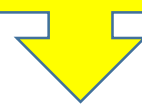
- ・新分野技術への応用展開に向けて、既存技術の課題抽出と対策により、各事業の技術力強化を図ります。
- ・事業間の連携による技術補完と融合及び外部技術の導入などにより、高付加価値製品の創出を図ります。
- ・生産販売面における事業間の相互補完強化とステークホルダーとの協業により、生産販売の効率化を図ります。

☑販売市場の拡大

- ・国内市場の深耕、海外市場の開拓を行い、販売エリアの拡大を推進します。
- ・事業のマーケティング強化のため、販売チャネルの連携を強化し売上の拡大を目指します。
- ・事業横断による製品の複合化を行い、収益向上を図ります。



市場ニーズを捉えた戦略製品開発



収益の安定化及び発展

※戦略製品の詳細は各セグメント資料ご参照