

2025年3月期決算説明会

第101期：（2024年4月1日～2025年3月31日）

2025年5月8日



 木平洋五業株式会社

目次



1. 2024年度業績
2. 2025年度通期予想
3. 中期経営計画「NEXUS-26」進捗

本資料取り扱い上の注意点

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における情報に基づき判断したものであり、日本および海外の経済情勢や当社に関連する業界動向、為替変動等にかかわるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予想と大幅に異なる可能性があります。

2/29

1-1 2024年度 連結業績



4Qは生産回復し売上・営業利益が過去最高、上期の販売物量減少が響き、通期では減収減益

(億円、%)

	2023年度		2024年度		前期比			
	4Q実績	通期実績	4Q実績	通期実績	4Q実績		通期実績	
					増減	増減率	増減	増減率
売上高	513	過去最高 2,073	過去最高 548	2,061	+34	+6.7	△12	△0.6
営業利益	32	過去最高 144	過去最高 46	136	+13	+43.1	△7	△5.4
営業利益率	6.3%	7.0%	8.4%	6.6%	+2.1P	-	△0.4P	-
経常利益	44	過去最高 188	42	172	△2	△6.1	△15	△8.3
経常利益率	8.7%	9.1%	7.7%	8.4%	△1.0P	-	△0.7P	-
親会社株主に帰属する当期純利益	過去最高 60	過去最高 169	30	132	△29	△49.2	△37	△22.1
当期純利益率	11.8%	8.2%	5.6%	6.4%	△6.2P	-	△1.8P	-
平均為替レート (米ドル)	147.0円	144.2円	154.2円	152.5円	+7.2円	-	+8.3円	-

3/29

第4Q業績は、生産台数の回復と円安の進展により、売上高は前年比6%増の548億円、営業利益は13億円増加の46億円となりました。

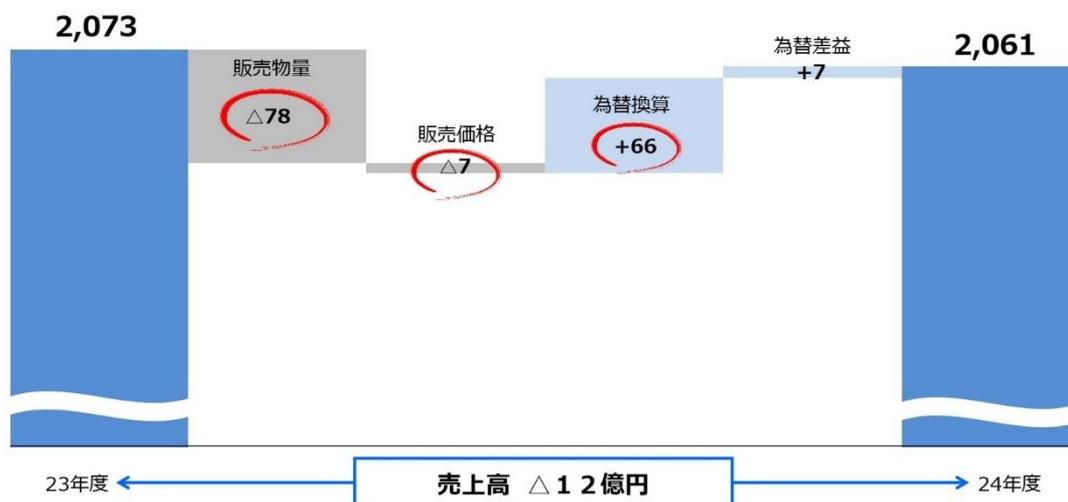
通期では、上期に販売物量が減少した影響により、売上高は2,061億円、営業利益は136億円、経常利益は172億円、当期純利益は132億円となりました。

1-2 連結売上高 増減要因

PACIFIC

販売物量の減少により売上高は減少

単位: 億円



4/29

売上高は、円安によるプラス影響はありますが、販売物量の減少などにより 2,061 億円となりました。

1-3 連結営業利益 増減要因

販売物量減少、価格のマイナスとコストアップを原価改善で挽回

単位: 億円



5/29

営業利益は、原価改善を継続的に実行していますが、販売物量や販売価格のマイナスに加え、原価面では、材料価格の影響、労務費、経費の増加により7億円減少し、136億円となりました。

1-4 連結事業別セグメント

プレス・樹脂は、物量減少による減収、物量減少・償却費増加による減益
バルブは、物量減少するも円安影響により売上高は前年並、償却費減少により増益

(億円、%)

	売上高				営業利益			
	2023年度 実績	2024年度 実績	前期比		2023年度 実績	2024年度 実績	前期比	
			増減	増減率			増減	増減率
プレス・樹脂	1,499	1,486	△13	△0.9	103	81	△22	△21.4
営業利益率					6.9%	5.5%	△1.4P	
バルブ	571	572	+1	+0.2	41	55	+14	+34.6
営業利益率					7.2%	9.7%	+2.5P	

6/29

プレス・樹脂事業の売上高は、販売物量の減少により 1,486 億円、営業利益は物量減少や償却費の増加などにより 81 億円となりました。

バルブ事業の売上高は、物量は減少しましたが、円安影響により前年並みの 572 億円、営業利益は償却費の減少により 55 億円となりました。

1-5 連結地域別セグメント



日本は、前年並み売上高、償却費増加により減益

欧米は、円安影響により増収、償却費減少、価格転嫁推進により増益

アジアは、物量減少により減収、物量減少・償却費減少により前期並の利益

(億円、%)

	売上高				営業利益			
	2023年度 実績	2024年度 実績	前期比		2023年度 実績	2024年度 実績	前期比	
			増減	増減率			増減	増減率
日本	679	684	+4	+0.7	62	54	△7	△12.4
営業利益率					9.2%	8.0%	△1.2P	
欧米	969	1,000	+30	+3.1	43	51	+7	+18.2
営業利益率					4.4%	5.1%	+0.7P	
アジア	424	376	△47	△11.2	26	26	△0	△0.1
営業利益率					6.4%	7.1%	+0.7P	

7/29

日本の売上高は前年並みの 684 億円、営業利益は 7 億円減少の 54 億円。欧米の売上高は 3%増加の 1,000 億円、営業利益は 7 億円増加の 51 億円。アジアの売上高は 11%減少の 376 億円、営業利益は前年並みの 26 億円となりました。

1-6 四半期別 連結業績推移

国内外での生産回復により24年度3Q以降、売上・利益増加

売上高



営業利益



23年度の4Q以降、販売物量が減少したことで、売上、利益は減少していましたが、24年度の3Q以降は国内外で生産が回復してきたことにより、売上、利益ともに回復傾向となっています。

1-7 連結貸借対照表

政策保有株式は純資産に対し20%以下を基準として、順次縮減を推進
3月末時点で、みなし保有株式含め17.2%まで減少

(億円)		資産推移		(億円)		負債・純資産推移					
		2,924	△10	2,914			2,924	△10	2,914		
現預金 451 棚卸資産 220 流動資産その他 350	流動資産	1,021	△50	970	現預金 356 棚卸資産 241 流動資産その他 372		流動負債 536 固定負債 713	負債	1,250	△13	1,236
有形固定資産 1,289 無形固定資産 60 固定資産その他 552	固定資産	1,903	+40	1,943	有形固定資産 1,408 無形固定資産 48 固定資産その他 486		株主資本 1,209 その他包括利益 453 非支配株主持分 9	純資産	1,673	+3	1,677
											流動負債 614 固定負債 622
											株主資本 1,274 その他包括利益 391 非支配株主持分 10
		'24/3末		'25/3末			'24/3末		'25/3末		

24年3月末と比較すると、25年3月末の総資産は10億円減少しました。

なお、政策保有株式の保有残高は、みなし保有株式を含めた純資産比率が、24年3月末の22.7%から、25年3月末には17.2%に減少しています。

2-1 2025年度 連結業績予想



円高影響により通期で減収減益の見込み

(億円、%)

	2024年度		2025年度		前期比			
	2Q累計 実績	通期 実績	2Q累計 予想	通期 予想	2Q累計 増減	増減率	通期 増減	増減率
売上高	995	2,061	1,010	2,020	+14	1.4%	△41	△2.0%
営業利益	49	136	70	130	+20	42.8%	△6	△4.9%
営業利益率	4.9%	6.6%	6.9%	6.4%	+2.0P	-	△0.2P	-
経常利益	64	172	80	155	+15	23.6%	△17	△10.3%
経常利益率	6.5%	8.4%	7.9%	7.7%	+1.4P	-	△0.7P	-
※ 当期純利益	53	132	55	110	+1	3.2%	△22	△16.8%
ROE	-	7.9%	-	6.5%	-	-	△1.4P	-
ROA(営業利益ベース)	-	4.7%	-	4.4%	-	-	△0.3P	-
一株当り純資産	-	2,911円	-	3,042円	-	-	+131円	4.5%
平均為替レート(米ドル)	153.9円	152.5円	145.0円	145.0円	△8.9円	-	△7.5円	-

※ 当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。

11/29

通期の売上高は 2,020 億円、営業利益は 130 億円を見込んでいます。自動車の生産台数は、前年より増加すると想定していますが、為替が円高に推移している状況から、1 ドル 145 円の前提とし、その影響で通期の売上、利益は減少する見込みです。経常利益は 155 億円、当期純利益は 110 億円と予想しています。

なお、今回の業績予想にはアメリカの関税政策の影響は織り込んでいません。関税政策に関する当社の状況ですが、一部の部品については、日本からアメリカ事業体に輸出をしていますが、その販売先はほとんどが日系メーカーとなっていますので、今後状況を注視していきたいと思えます。

2-2 通期 連結売上高 増減要因

円高影響により売上高は減少

単位: 億円



12/29

通期の売上高は、円高の影響により、前期の 2,061 億円から 41 億円減少し、2,020 億円を予想しています。

2-3 通期 連結営業利益 増減要因

労務費等コストアップと製品構成差を原価改善、価格転嫁で挽回



13/29

通期の営業利益は、原価改善を進める計画ですが、賃上げによる労務費増加などのコストアップや TPMS の製品構成によるマイナス影響により、130 億円を予想しています。

2-4 通期 連結事業別セグメント



プレス・樹脂は減収増益、バルブは減収減益を見込む

(億円、%)

	売上高				営業利益			
	2024年度 実績	2025年度 予想	前期比 増減	前期比 増減率	2024年度 実績	2025年度 予想	前期比 増減	前期比 増減率
プレス・樹脂	1,486	1,467	△19	△1.3	81	104	+22	+27.3
営業利益率					5.5%	7.1%	+1.6P	
バルブ	572	550	△22	△3.9	55	27	△28	△51.3
営業利益率					9.7%	4.9%	△4.8P	

14/29

プレス・樹脂事業の売上高は、円高影響により減収となり、1,467 億円、営業利益は、販売物量の増加により、104 億円と予想しています。

バルブ事業の売上高も、円高の影響で減収となり、550 億円、営業利益は TPMS の製品構成変化の影響で減益となり、27 億円と予想しています。

2-5 通期 連結地域別セグメント



日本は増収、欧米は減収、アジアは減収減益を見込む

(億円、%)

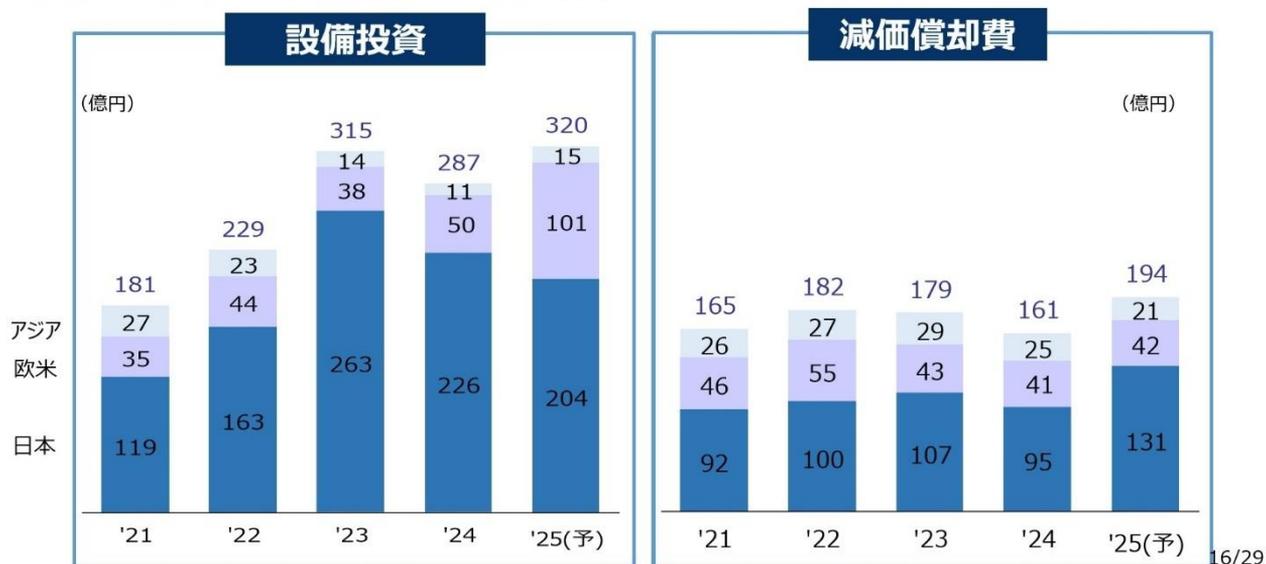
	売上高				営業利益			
	2024年度 実績	2025年度 予想	前期比 増減	前期比 増減率	2024年度 実績	2025年度 予想	前期比 増減	前期比 増減率
日本	684	765	+80	+11.8	54	54	△0	△1.5
営業利益率					8.0%	7.1%	△0.9P	
欧米	1,000	905	△95	△9.5	51	49	△2	△3.9
営業利益率					5.1%	5.4%	+0.3P	
アジア	376	350	△26	△7.1	26	19	△7	△29.5
営業利益率					7.1%	5.4%	△1.7P	

15/29

日本の売上高は 765 億円、営業利益は 54 億円。欧米の売上高は 905 億円、営業利益は 49 億円。アジアの売上高は 350 億円、営業利益は 19 億円と予想しています。

2-6 連結設備投資・減価償却費

技術開発センター、海外生産能力増強等、将来の成長のための投資を実施



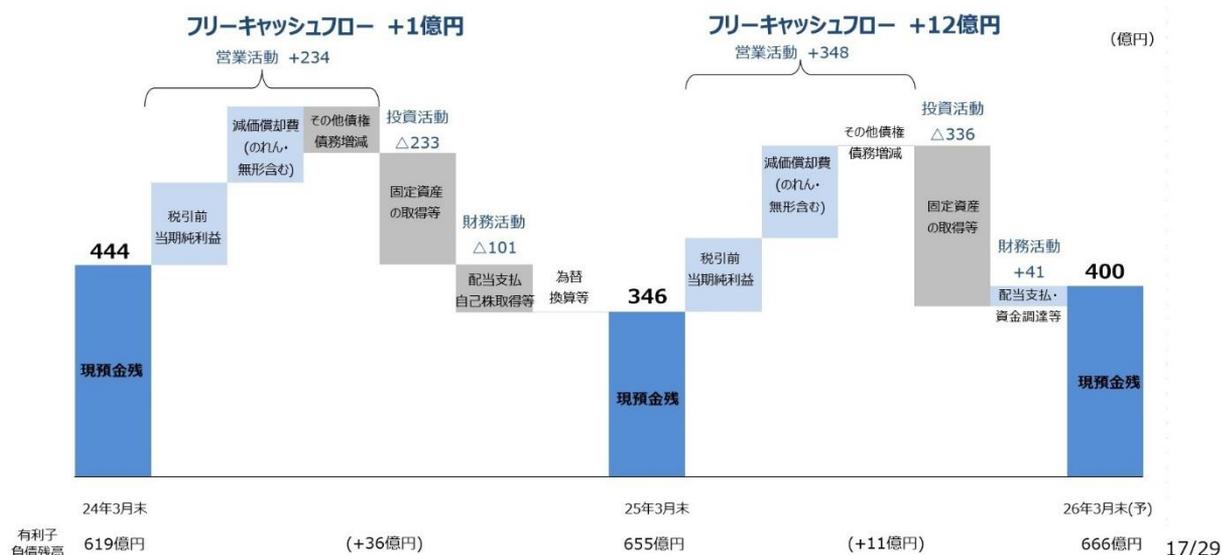
設備投資は、生産準備や改善、更新といった通常投資に加えて、将来の成長に向けた投資を行っています。

24年度は、バルブ新工場や金型工場の建設など、287億円の投資を行いました。25年度は、技術開発センターや、アメリカ、オハイオ拠点でのプレス工場の建設投資を含め、320億円を予定しています。

お客様からの受注拡大や市場の拡大を見据え、生産能力増強を行うとともに、より効率的な生産体制の構築や職場環境の向上に向けた投資も行い、競争力強化を進めていきます。

2-7 連結キャッシュフロー

グループ内キャッシュマネジメント強化で、効率的な資金運用を実施



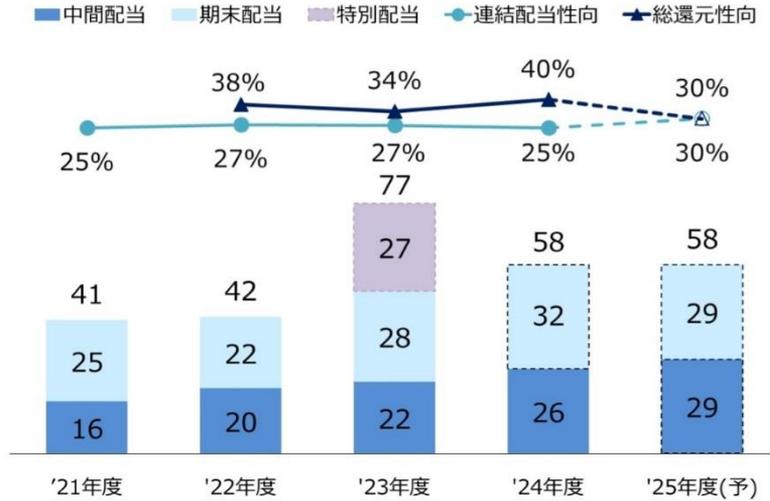
キャッシュフローについては、グループ内キャッシュマネジメントを強化し、効率的な資金運用を推進しています。

24年度はバルブ新工場、金型工場、技術開発センターの建設などのため、現預金は98億円減少しました。25年度も、高いレベルの投資を継続する予定ですが、フリーキャッシュフローの12億円のプラスを見込み、現預金残高は54億円増加します。

2-8 株主還元

'24年度配当は利益、資金状況等も考慮し、前年普通配当50円より8円増配
総還元性向は24年度で40%超を実施

<1株当たり配当金・配当性向・総還元性向推移>



24年度の配当については、利益、資金状況等も考慮し、前年普通配当50円より8円増配しました。

期末配当32円、年間配当58円となり、総還元性向は40%となります。

25年度の配当につきましては、年間58円を予定しています。

3-1 中期経営計画 NEXUS-26 進捗



計画に沿って財務・非財務の取り組みを推進、目標達成に向け順調な進捗

財務価値目標	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度予想	2026年度目標
売上高	1,912億円	2,073億円	2,061億円	2,020億円	2,100億円
営業利益率	4.9%	7.0%	6.6%	6.4%	7%以上
ROE	7.0%	11.2%	7.9%	6.5%	8%以上

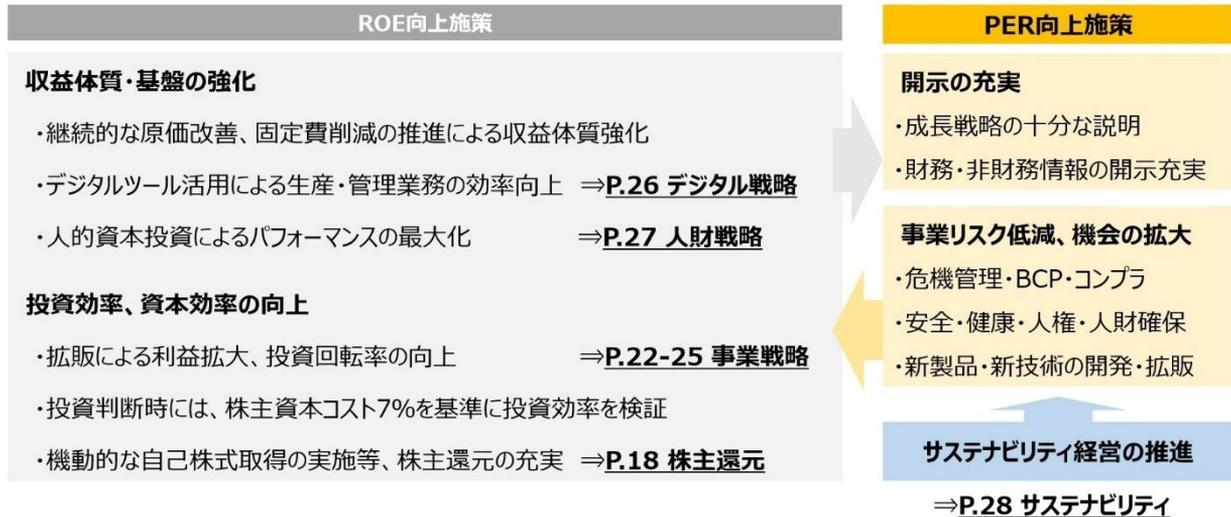
非財務価値目標	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2026年度目標
電動車向け売上比率	29.1%	34.1%	43.6%	50%
新規商品・サービス上市件数	1件	7件	6件	15件 (2023年度から累計)
従業員エンゲージメント	-	初回調査実施 肯定的回答率 48.2%	肯定的回答率 55.8%	目標設定 肯定的回答率 60%
CO2排出量 (2019年度比、スコープ1・2、グループ)	18.4%削減	20.3%削減	28.8%削減 (暫定)	30%削減

20/29

NEXUS-26 では、26 年度を最終年度として、財務価値目標と非財務価値目標を設定しました。目標に対する進捗は、外部環境変化による業績影響はありますが、26 年度の目標に向けた開発や拡販などの取り組み、事業基盤を強化するための非財務面での取り組みも含めて順調に進捗をしています。

3-2 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

ROE・PERの向上を実現し、PBR1倍以上の達成を目指すため、以下の取組みを継続



21/29

資本コストや株価を意識した経営の実現については、ROEとPERの向上に向けた取り組みを継続しています。

ROE向上に向けては、まずは事業の収益体質、基盤を強化することが必要と考えています。加えて、投資効率の向上も重要と考え、投資案件については、投資回転率の向上と、資本コストを基準とした投資効率の検証を行っています。

PERの向上に向けては、当社の成長戦略を十分にご理解いただくため、事業の戦略に加え、デジタルや人材戦略も含めた、財務、非財務面の開示を充実することや、サステナビリティ経営の推進による事業リスクの低減と機会の拡大を進めていきます。

3-3 事業別進捗：プレス・樹脂事業



開発・拡販・受注は計画通りに進捗、生産体制の構築を推進

プレス成長戦略：脱炭素時代に向けた電動化部品の開発・拡販 主要顧客との信頼関係強化による受注拡大

プレス売上目標

2022年度 2026年度
1,290億円 ▶ 1,550億円
CAGR 4.7%

24年度の成果 | BEVバッテリー関連部品受注、新工場売上拡大

重点取組み

超ハイテン技術を活かしたBEV向け新製品開発
既存ボデーシェル部品拡販による台当たり単価向上
新工場効果による採算性向上と、生産能力増強
受注増加に応え、日・米で生産能力を増強



樹脂成長戦略：BEV向け新製品開発の促進、新規顧客拡販

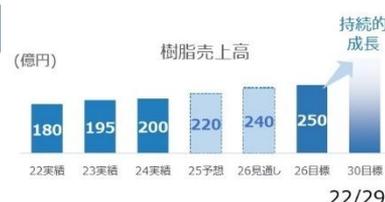
樹脂売上目標

2022年度 2026年度
180億円 ▶ 250億円
CAGR 8.6%

24年度の成果 | インド新規顧客向け BEV用加飾部品を受注

重点取組み

メガTier1、グローバル新規顧客拡販の継続
BEV動向を見極め、需要に合った生産能力増強



プレス事業では、超ハイテン技術を生かした電動車向け新製品や既存プレス部品の拡販による受注の拡大をめざしています。一昨年に立ち上げた東大垣のプレス工場は、順次稼働率を上げており、今期中にフル稼働になる見込みです。アメリカでの新規受注も増加し、生産能力を増強するため、工場建設とプレス機の導入を進めています。

樹脂事業では、バッテリーEV 向けの新製品開発や拡販による事業拡大をめざしています。海外における拡販が順調に進み、25年度からインド向けホイール加飾部品の供給を開始する予定です。足元では、各メーカーのバッテリーEV に関する方針見直しなど、不透明な状況もありますが、長期的に見れば、バッテリーEV が拡大していく方向性は変わらないと考えています。

今後の動向を慎重に見極めながら、需要に合った生産能力の増強を進めていきます。

3-4 事業別進捗：プレス・樹脂事業

PACIFIC

顧客との信頼関係強化が実を結び、トヨタ自動車 **原価改善優秀賞** 受賞、各地で表彰



トヨタ自動車 **環境推進優良賞** 受賞

- ・ CO2排出量低減活動
- ・ 新商品エネグラフを活用した現場の省エネ活動
- ・ 中小企業の環境データ取得を安価かつ簡単に



23/29

プレス・樹脂事業では、新規開発や拡販に加えて、主要顧客との信頼関係の強化を重要なテーマとしています。

昨年度は、グローバルでの原価改善や品質向上、CO2 排出量低減の取り組みに注力しました。これにより、国内外のお客様から高い評価を受け、海外事業体でも多くの表彰をいただきました。

地道な活動ではありますが、海外拠点とのコミュニケーション活性化や支援のため、拠点ごとにサポートチームを作り、課題の早期解決や日本のノウハウの横展開を行っています。情報共有と課題解決をタイムリーに行うことで、グループ全体の競争力強化に繋がっています。

今後も、これらの取り組みを継続して、顧客との信頼関係を深め、事業基盤を強化していきます。

3-5 事業別進捗：バルブ事業

PACIFIC

グローバル連携で開発・拡販を推進

成長戦略：電動車向け製品開発と拡販
既存製品の新規顧客開拓と収益基盤強化

バルブ売上目標

2022年度 542億円
2026年度 630億円
CAGR 3.8%

24年度の成果

BEV用バルブ開発、25年度販売開始

重点取組み

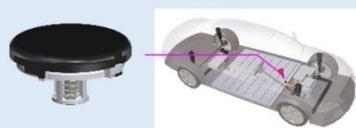
熱マネバルブをメガTier1拡販
生産体制構築、需要を見極めながら投資推進
TPMS新規顧客拡販による売上確保と収益維持



新工場完成



BEVバッテリー用リリーフバルブ



リリーフバルブのノウハウを活かし、OEMへ開発・提案を推進、25年度より供給開始

4/18 キャップ式TPMS販売開始



スマートフォン
Bluetooth
タイヤ空気圧センサー
エントリーモデルとしてアフターマーケット向け販売

バルブ事業では、バッテリーEV やプラグインハイブリッド車の市場拡大を成長の機会と捉えて、グローバルで電動車向けバルブの開発、拡販を進めています。

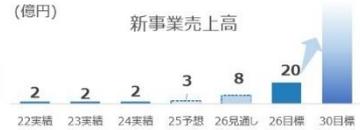
市場の拡大を見据えて、昨年より建設を進めてきた新工場は、5月より順次稼働を開始してまいります。また、バッテリーEV 向けの新製品として、バッテリーパック用リリーフバルブを開発、受注をしています。バッテリーパック内でガスが発生した時に圧力を開放する安全弁として、今年度より顧客への供給を開始します。今後も、より多くのお客様に採用されるよう、拡販を進めてまいります。

TPMS については、拡販の取り組みとして、国内のアフターマーケット向けにキャップ式 TPMS の販売を開始しました。従来のバルブ式 TPMS は、ユーザー自身による取り付けが難しいため、法規化されていない日本国内では普及が進んでいませんが、キャップ式はユーザーが自分で簡単に取り付けることができて、スマホのアプリから、いつでもタイヤ空気圧を確認することが可能です。TPMS の必要性や利便性をドライバーの方に知っていただき、国内での TPMS 事業の拡大に繋げていきたいと考えています。

3-6 事業別進捗：新事業



新しい事業の柱をつくるための挑戦を継続



成長戦略：社会課題解決に貢献するIoT製品、システムを開発

新規商品・サービス上市件数目標
2026年度 15件 **2030年度 35件**

24年度の成果 | 新製品 6 件 リリース、製品に適した販売経路、サービス展開を実施
重点取組み | Webマーケティングなど、製品特性に合わせた効果的な拡販活動
 自社リソースによる開発と、オープンイノベーション活用による新商品上市を継続



24年度リリースの新製品

時期	商品・サービス	領域
24/4	エネグラフ	CN：カーボンニュートラル IT：ソリューション
24/5	MATOMAT	防災 CE：サーキュラーエコミー
24/8	Lcycle:フットレスト	CE：サーキュラーエコミー
24/10	直Q楽R:実績収集	DX・IT
25/1	e-WAVES:BLE スマホアプリタイプ	センシング 無線通信
25/1	e-WAVES:LTE2 輸送単位管理	センシング 無線通信



新事業では、モビリティ領域以外の柱を作っていくため、社会課題解決に結びつくビジネスを軸に、新しい発想で多様な商品の開発を進めています。

昨年は、工場のエネルギーの見える化ができるエネグラフや、輸送品質のモニタリングができる e-WAVES の BLE タイプなど、6 件の新商品をリリースしました。

当社の生産過程で発生するウレタンの端材をアップサイクルした防災マット MATOMAT は社会貢献度の高い商品として、多方面から表彰を受けるなど、高評価をいただいています。

今後も、自社リソースだけでなく、オープンイノベーションも活用しながら、新商品、新事業への挑戦を継続していきます。

3-7 デジタル戦略の進捗

DX・デジタル化、人材育成、サイバーセキュリティの3本柱で競争力を高める

2030年のめざす姿

スマートファクトリーの実現

IoTやAIなどのデジタル技術やデータを活用、あらゆる生産工程を見える化し、生産全体のプロセスが最適化されている

重点取組み

DX・デジタル化による製造・物流効率化を改善推進

階層別DX人材教育による高度デジタル人材の育成、適材適所化

全従業員のデジタルリテラシー底上げによる利活用促進・業務効率改善

スマートファクトリー、工場IoTアイテムの国内・海外展開

新工場導入済、今後国内外拠点へ展開

デジタルアンドン



ラインの稼働状況、異常内容を見える化問題を直ちに復旧

集中稼働モニター



ライン別の状況、可動率を見える化優秀者にはメダルを表示

自社開発システムを各拠点へ順次展開
グローバルで改善を推進

海外拠点へ展開推進中

デジタル作業標準



出荷前抜き取り検査でかんばん読み取り、確認項目を表示

誤品照合システム



出荷かんばんと工程内かんばんを読み込み、一致を判別、誤品出荷を防止

26/29

デジタル戦略は、DX・デジタル化、人材育成、サイバーセキュリティの三本柱で競争力を高めていく戦略です。スマートファクトリーの実現をめざし、デジタル化による業務効率化を推進しています。

デジタル部門で自社開発したシステムは、国内外の拠点にも横展開を進めています。

例えば QR コードによる出荷時の品番照合や、生産現場のマニュアルをデジタル化して使いやすくするなど、グローバルで現場改善に活用することで、業務を効率化し、競争力を高めていきます。

3-8 人財戦略の進捗

4つの重点施策を推進し、従業員エンゲージメント(単体)が前回より7.5ポイント改善。

2030年のめざす姿 **すべての働く人が「思い」をもち活躍できる**

4つの重点施策

1 経営ビジョンへの共感

主な取り組み

- ・対話機会の増加
(ビジョンを語る会、安全面の横展開等)
- ・現場の困りごと改善



2 上司・同僚との関係性

主な取り組み

- ・心理的安全性のある職場づくり
(人間力・ハラスメント教育や心理的安全性教育等)



3 成長・学びの実感

主な取り組み

- ・Web教育の充実
- ・AIツールの導入
- ・事業創出プロジェクト



4 仕事のやりがい

主な取り組み

- ・働きやすさの改善
(就業時間等)
- ・処遇や報酬の改善
- ・職場環境(空調・照明等)の改善



特に改善が大きかった項目

1. 成長機会 (挑戦・学習)
2. 事業戦略 (満足度)
3. 働き方 (設備・環境)

27/29

人財戦略については、従業員エンゲージメント調査の肯定的回答率を指標として、2026年度は60%、2030年度は70%を目標としています。

すべての働く人が思いをもち活躍できる職場をめざして、四つの重点施策を推進し、従業員エンゲージメントは前回より7.5ポイント改善をしました。具体的な取り組みとして、経営ビジョンへの共感を深めるため、社員と役員が直接対話する機会を増やしています。

また、上司、同僚との関係性を高める取り組みとして、階層別の教育や各職場でのディスカッションに加え、部下の面倒見を大切にするなど、率直な意見を言いやすい心理的安全性が高い職場づくりを推進しています。

さらに、成長・学びの実感を高めるため、Web教育やAIツールを導入して学習機会を提供するとともに、自分のやりたいことにチャレンジできる新規事業創出プロジェクトを展開しています。

仕事のやりがいを高める取り組みとしては、工場の空調や照明など、職場環境の改善や、通年採用者の処遇改善、評価制度に関する対話の充実にも取り組んでいます。

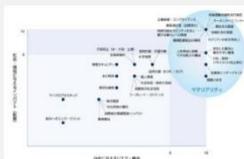
今後も取り組みを継続することで、従業員エンゲージメントを高めて、事業の成長、企業価値の向上に繋がるという好循環を生み出していきたいと思っております。

3-9 サステナビリティ

企業価値向上に向け、サステナビリティ・リスク低減の取り組みと、情報開示の充実を推進

マテリアリティの改定

- ・環境変化や各地域基準動向を踏まえ、ダブルマテリアリティ視点で再評価
- ・自然保全や、従業員エンゲージメントを新規追加



「プラチナくるみんプラス」初認定

- ・子育てサポートに加え、不妊治療と仕事の両立の取り組みが評価
- ・岐阜県で初となる評価取得
- ・健康優良法人も連続認定中



CDP気候変動 Aリストに初選定

- ・気候変動評価で、4年連続A-から、初めてAリスト選定
- ・九州第1工場で、太陽光発電を増強し、25年1月から稼働



行動ガイドライン・仕入先サステナビリティガイドライン見直し

- ・人権・環境関連の記載具体化
- ・国内外の従業員、仕入先様に対し周知と自己評価実施



28/29

サステナビリティの取り組みとしては、企業価値の向上に向け、事業リスクの低減や情報開示の充実を推進しています。

2020年に特定したマテリアリティについては、外部環境変化も踏まえ、以前より重視して取り組みを進めていた自然保全や、従業員エンゲージメントを追加するなどの改定を行いました。

当社の取り組みに対し、外部機関からも優れた評価をいただき、環境面では CDP 気候変動の分野において、最高評価の A リストに初めて選定をされました。

先ほどの人財戦略にも繋がる、誰もが働きやすい職場作りについては、不妊治療と仕事の両立の取り組みを評価され、岐阜県の企業で初めてプラチナくるみんプラスに認定されました。また、健康優良法人にも4年連続で認定をされています。

従業員の行動ガイドラインと仕入れ先サステナビリティガイドラインについても、社内外の変化を織り込み、人権や環境などに関して見直しを行っています。この見直しを通じて、従業員や仕入れ先の皆さんの理解をさらに深めることで、ともに持続可能な活動を推進していけると考えています。

今後も、パーパスである、思いをこめて、あしたをつくるを追求して、更なる企業価値の向上に努めていきます。

以上