平成 25 年５月８日

各　位

上場会社名	日本特殊陶業株式会社
代表者	取締役社長　尾堂　真一
（コード番号	5334）
問合せ先責任者	経営企画部長　磯部　謙二
（TEL	052-872-5907）

第６次中期経営計画に関するお知らせ

当社は、この度、2014 年３月期（114 期）から 2016 年３月期（116 期）までの３年間の第６次中期経営計画を以下の通り策定いたしましたのでお知らせいたします。

１．第６次中期経営計画「新化」の位置づけ

当社グループは、創意工夫・改善という変化を積み重ね、顧客視点に立ち「良い品質」を届けることで、今日の日本特殊陶業グループを作り上げてまいりました。これこそが当社グループの基本であり、今後もこの基本を忘れずに様々な課題に取り組まなければなりません。そこで当社グループは、10 年後のあり方を見つめ、2010 年に『日特進化論』を策定し、「深化→新化→進化」の３年ごとのステップを踏まえて、世界中のお客様に価値のあるモノをお届けできる圧倒的Ｎｏ．１のものづくり企業であること、高収益率企業であること、発展的企業であること、そして人“財”企業であることを実現し、2020 年にすべてのステークホルダーに対して“真価（真の価値）”を提供することを目指しております。



前の第５次中期経営計画におきましては、当社グループを取り巻く環境変化の認識を持つべく、現業の深掘りと新ビジネスの種まきを方針の柱として、事業基盤の強化とさらなる発展への足掛りの構築に努めてまいりました。

次の第６次中期経営計画の３年間では、「日特進化論、新化の３年」がテーマとなっております。この３年間は、新しく変わるために現状を認識した後、環境変化にどのように対応していくかの方向性を決めるための準備期間として「新化」と設定しました。

２．第６次中期経営計画「新化」の概要

第６次中期経営計画の基本方針、取組課題及び業績目標を次のように設定しました。

（基本方針）

「経営資源を最大限に活用し、「進化」に向けて、新規事業領域・分野への果敢なる挑戦を実践する」

(取組課題)

- 新事業領域への販売・技術マーケティングの戦略の確立と実践
- 固有技術による圧倒的優位性の確立・展開と、新たな基盤技術の構築
- ものづくりのための現場力強化
- 戦略的サプライチェーンの確立と機能の強化
- 子会社・協力会社の役割と責任の明確化によるグループ力の向上
- 環境変化を乗り越え、常に新しい価値に挑戦し続ける人“財”を輩出する仕組の構築
- 全社機能戦略の強化と会社全体としてのマネジメントの確立
- ＣＳＲの徹底及びグローバル展開

基本方針と取組課題のもと、自動車関連事業においては、圧倒的な品質の追求、技術的優位性の確保、戦略的マーケティング活動による既存事業の拡大や新市場と新領域の開拓、サプライチェーンの機能強化及びグローバル生産体制の最適化に取り組んでまいります。また、本年４月に従来の情報通信関連事業とセラミック関連事業を統合してテクニカルセラミックス関連事業を発足させました。これは、情報通信関連とセラミック関連では共通するシーズ・ニーズがあり統合することでシナジー効果があること、重複する機能の見直しによりリソース効率化が図れること、そして“非自動車”というシンプルなくくりとすることで、両部門を俯瞰する全体最適視点から、今後“非自動車”部門の改革を強力に推進することが可能となります。具体的な取り組みとして、半導体関連では国内及び海外の生産委託先へ製造移管を進め、設計・開発に特化したファブレス化の推進により新しいビジネスモデルへの転換を目指します。セラミック関連では、安定した収益を確保できる事業体質の確立及び更なる品質向上に取り組んでまいります。また、新規事業への取り組みに対しては、前年４月に発足させた新規事業推進本部と本年４月に新規事業推進本部から独立させたＳＯＦＣプロジェクトを中心に新規商品の開発に力を注いでまいります。

(業績目標)

第６次中期経営計画最終年度となる 2016 年３月期(116 期)の売上高は 3,630 億円、営業利益は 600 億円を目標とします。

	2013 年３月期 (113 期実績)	2014 年３月期 (114 期目標)	2015 年３月期 (115 期目標)	2016 年３月期 (116 期目標)
売上高	3,027 億円	3,050 億円	3,310 億円	3,630 億円
営業利益	237 億円	380 億円	480 億円	600 億円
営業利益率	7.8 %	12.5 %	14.5 %	16.5 %
純利益	209 億円	235 億円	295 億円	385 億円
ＲＯＥ	8.4 %	8.5 %	9.9 %	11.7 %

以 上