



2021年11月22日

各 位

会 社 名	株 式 会 社 オ リ ジ ン
代 表 者 名	代 表 取 締 役 社 長 妹 尾 一 宏 (コード番号 6513 東証第一部)
問 合 せ 先	取 締 役 上 席 執 行 役 員 CSO・経 営 企 画 本 部 長 佐 藤 好 生 TEL (048) 755-9448

## 新市場区分「スタンダード市場」選択に関する取締役会決議のお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2022年4月4日に移行が予定されている新市場区分について下記の通り決議を行いましたので、お知らせいたします。

記

### 1. 新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果

当社は、2021年7月9日付で東京証券取引所より、「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」を受領し、新市場区分「スタンダード市場」の上場維持基準に適合していることを確認しております。

なお、新市場区分「プライム市場」の上場維持基準への適合状況につきましては、「流通株式時価総額」及び「売買代金」において適合していないことを確認しております。

### 2. 新市場区分「スタンダード市場」選択申請について

当社を取り巻く環境の急激な変化の中、足許を固めつつも新市場開拓や新規事業創出等による事業構造の転換が不可欠な状況になっています。

厳しい経営環境が続くと想定される中、現時点では収益基盤の再構築を最重要課題と捉えスタンダード市場を選択いたしました。足許の基盤強化を図るべく、ビジョン『ニッチ・トップを目指して』、テーマ『変革』と『成長』を軸とした新中期経営計画を実現することにより新たな『成長エンジン』を創出させ、劇的に変化する経営環境の中においても独自の技術開発によって欠くことのできない存在となり、将来的な「プライム市場」への上場を目指してまいります。

なお、新中期経営計画の基本方針につきましては添付をご参照願います。また、新中期経営計画につきましては、2022年5月に公表させていただく予定にしております。

株主、投資家の皆様におかれましては、引き続きご支援ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

以上

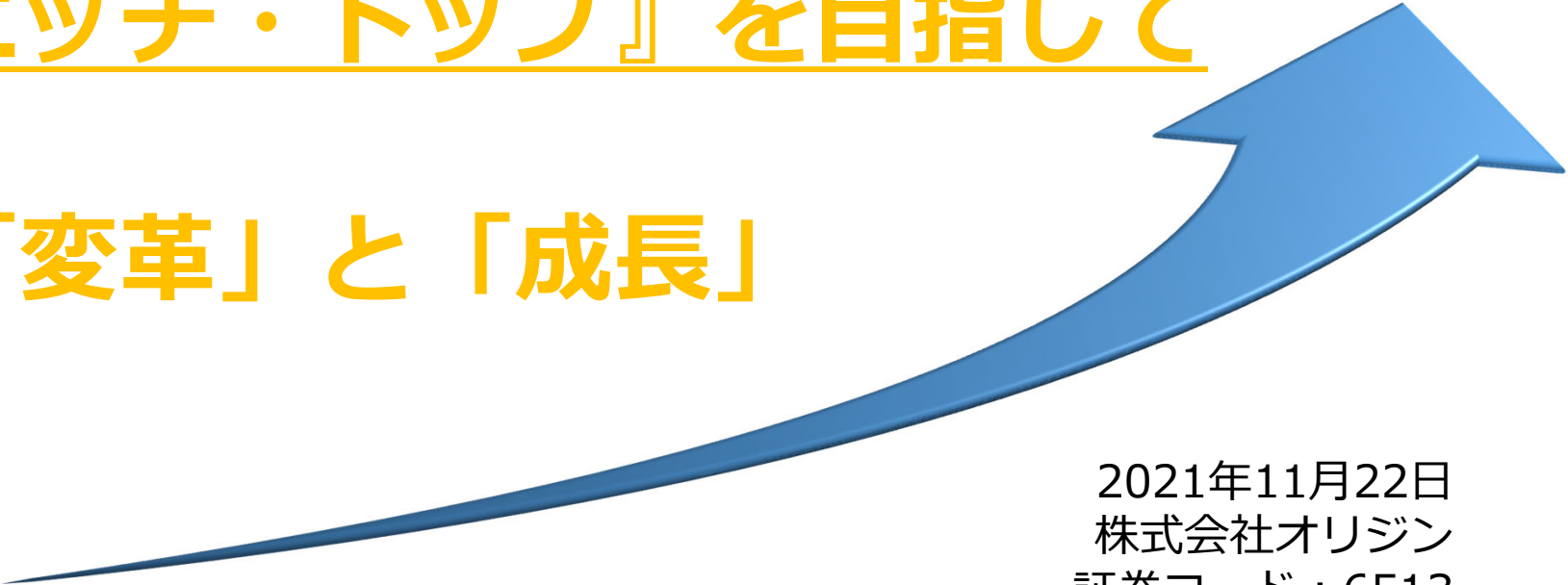


---

## 新中期経営計画（2022－2026）の基本方針

『ニッチ・トップ』を目指して

「変革」と「成長」



2021年11月22日  
株式会社オリジン  
証券コード：6513

1. 新中期経営計画の基本的考え方
2. 新中期経営計画の基本方針
  - ビジョン
  - テーマ・期間・6つの変革
  - サステナビリティ経営への取り組み
3. 新中期経営計画の位置付け



# 1. 新中期経営計画の基本的考え方

基本的 考え方	環境認識	急激な事業環境変化の中において、足許を固めつつも新市場開拓や新規事業創出等による事業構造の転換が不可欠。
	現中期経営計画の振り返り	①マーケティング&開発体制の刷新、②グループ内連携の強化、③販売市場の拡大、④機構改革を基本方針として部門戦略と連携し推進、売上高・営業利益の計画達成を目指すも計画値から下振れするものと想定。 ◆売上高 計画400億円 業績予想315億円 達成率78.7% ◆営業利益 計画20億円 業績予想8億円 達成率40.0%
	基本的考え方	厳しい経営環境が続くと想定される中で、人事制度、企業カルチャー等の岩盤となる定性的な項目を含めた抜本的な「 <b>変革</b> 」を行い、新たな「 <b>成長</b> 」による中長期的な企業価値向上を図る。社会環境の変化に応じた構造改革にこれまでと不連続な取り組みで臨むこととし、期間は中長期的な視点で変革を推進し、その果実として成長を収穫するため5年が適切と判断。

## 2. 新中期経営計画の基本方針（その1）

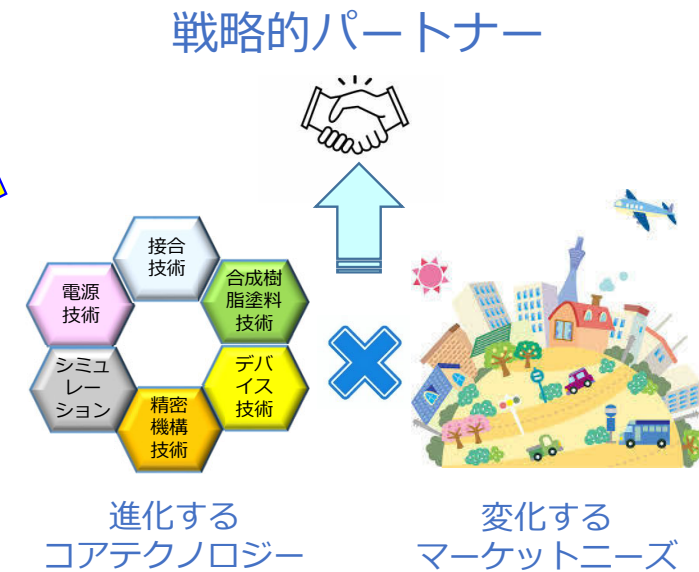
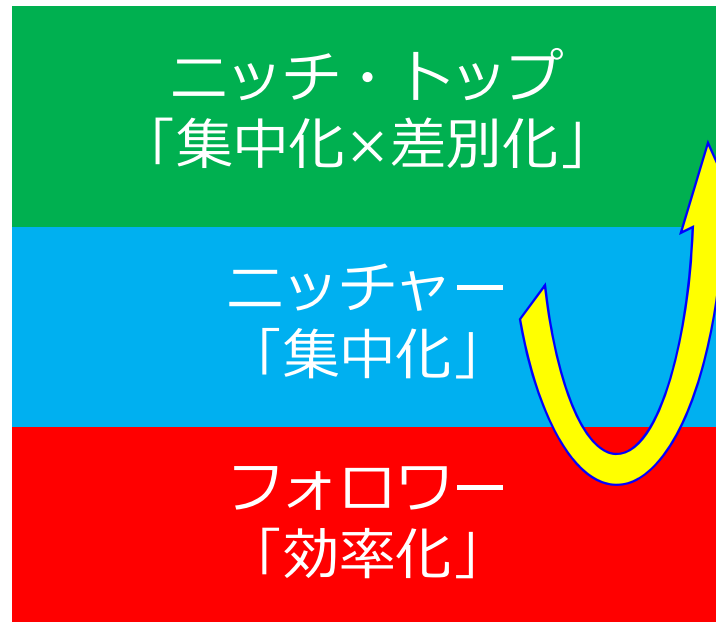
ビジョン

**ニッチ・トップを目指して**  
～社会とお客さまに安心と快適を提供する企業～

ニッチャー&フォロワー → ニッチ・トップ

「変革」と「成長」  
ニッチ・トップへ  
チャレンジ

ニッチ・トップとは・・・  
規模は小さくとも成長が期待できる市場  
において、技術の優位性により圧倒的な  
シェアを誇ることを示します。





## 2. 新中期経営計画の基本方針（その2）

テーマ

### 「変革」と「成長」

「変革」と「成長」を軸とした新中期経営計画を実現することにより新たな『成長エンジン』を創出させ、劇的に変化する社会環境の中においても独自の技術開発によって欠くことのできない存在となる。

期間

5年間（2022年4月～2027年3月）

6つの  
変革

#### 事業面

- I. 事業を変える
- II. 技術を変える
- III. 営業を変える

#### 体制面

- IV. カルチャーを変える
- V. コスト構造を変える
- VI. コミュニケーションを変える

## 2. 新中期経営計画の基本方針（その3）

<b>事業面における 3つの変革</b>	<b>I. 事業を変える</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 資本コストを意識した経営により戦略分野への資源集中、不採算分野からの事業縮小・撤退を推進</li> <li>□ 成長戦略への徹底した取り組み             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 既存事業における新製品上市、新市場開拓のさらなる活性化</li> <li>➢ グローバル市場への積極的展開</li> <li>➢ シナジーを追求した他社提携やM&amp;A等の新規事業投資による成長</li> </ul> </li> </ul>
	<b>II. 技術を変える</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ オープンイノベーションの加速             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 社内技術・リソースの活用によるスタートアップ企業との連携</li> <li>➢ 社内公募制度の運用によるイノベーションテーマの発掘推進</li> <li>➢ コア技術の発信による新規案件の獲得</li> </ul> </li> <li>□ コア技術を基盤とした事業領域の拡大             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ カーボンニュートラルに向けた技術開発の強化</li> <li>➢ コア技術の進化と深化</li> </ul> </li> <li>□ マーケットインの研究開発強化             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 全社注力市場への事業部連携での取り組み</li> </ul> </li> </ul>
	<b>III. 営業を変える</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 売上拡大に向けた新市場開拓およびデジタルマーケティング等への対応力強化             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 新市場開拓に向けた営業推進体制の整備</li> <li>➢ デジタルマーケティング等外部環境に適合した営業の展開</li> </ul> </li> </ul>

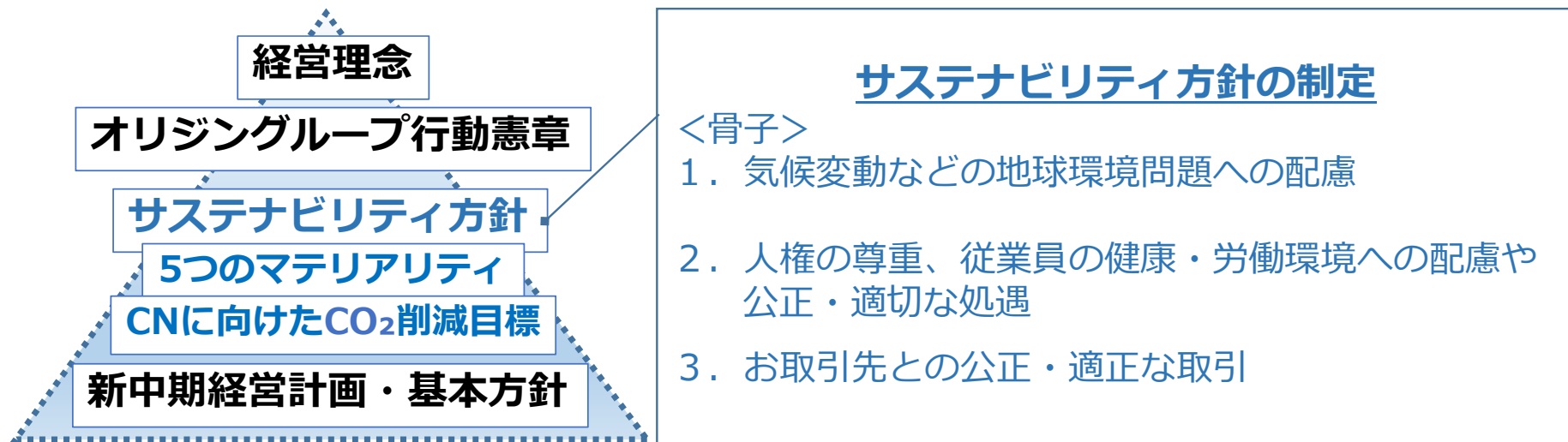
## 2. 新中期経営計画の基本方針（その4）

体制面における 3つの変革	IV. カルチャーを変える	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 成長戦略を支える人事制度運用の高度化、改革の実施<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 「変革」「成長」する人材を評価・処遇する等人事評価運営の高度化</li><li>➢ 中長期の事業戦略を加速させるリソースの再配置</li></ul></li><li>□ 従業員意識調査の継続実施とフィードバック・施策展開</li></ul>
	V. コスト構造を変える	<ul style="list-style-type: none"><li>□ コスト構造改革の推進<ul style="list-style-type: none"><li>➢ DX等の推進による属人化解消・効率化推進</li><li>➢ 戦略的なIT投資</li></ul></li><li>□ 成長戦略に向けた積極的対応</li></ul>
	VI. コミュニケーションを変える	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 株主との積極対話<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 機関投資家等へのIR説明機会の拡充</li><li>➢ 説明コンテンツの充実、非財務情報の発信力強化</li><li>➢ コーポレートガバナンス・コードの改訂等への対応を踏まえたコーポレートガバナンス高度化、対外発信</li></ul></li><li>□ 役職員間等社内コミュニケーションの強化</li></ul>



## 2. 新中期経営計画の基本方針（その5）

### サステナビリティ経営への取り組み（1/2）








#### ・ カーボンニュートラルに向けた中期CO<sub>2</sub>排出量削減目標の宣言

✓ 2030年にScope1,2のCO<sub>2</sub>排出量を50%削減（2015年を基準）

✓ サプライチェーン排出量（Scope3）の見える化、排出量削減推進

## 2. 新中期経営計画の基本方針（その6）

### サステナビリティ経営への取り組み（2/2）

マテリアリティ	取組み事項	SDGs 課題	ESGとの関係
<b>I. 社会課題の解決と オリジンの持続的成長</b> （ 新技術、新事業への チャレンジによる価値創造 ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 戦略分野への資源集中、不採算分野の事業縮小・撤退</li> <li>□ 成長戦略への徹底した取り組み</li> <li>□ オープンイノベーションの加速</li> <li>□ コア技術を基盤とした事業領域の拡大</li> </ul>		<b>CSV</b>
<b>II. ガバナンス強化</b> （ リスクマネジメント、 コンプライアンス ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 自然災害、パンデミック、サプライチェーン等のリスクマネジメントによるレジリエンスの強化</li> <li>□ コンプライアンスの徹底、お取引先との公正・適正な取引</li> </ul>		<b>G</b>
<b>III. 人権啓発の推進と 人材育成</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 事業活動において性別、年齢、国籍等の差別の禁止</li> <li>□ 休暇、残業など労働時間管理の適正化</li> <li>□ 階層別教育の強化</li> </ul>		<b>S</b>
<b>IV. 製品の安全と品質</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 製品不具合の予防対策強化</li> <li>□ 生産のばらつき監視と問題要因の検定、及びその改善活動維持継続</li> </ul>		<b>S</b>
<b>V. 環境保全</b> （ 気候変動問題への対処、 CO2排出量削減 ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ カーボンニュートラルに向けたScope1, 2のCO2排出量削減</li> <li>□ サプライチェーン排出量の見える化、排出量削減推進</li> <li>□ 生物多様性への取組み</li> </ul>		<b>E</b>

SDGs: Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）、ESG: Environment（環境）Social（社会）Governance（ガバナンス）、CSV: Creating Shared Value（共通価値の創造）



### 3. 新中期経営計画の位置付け

ニッチ・トップ&プライム市場へ

『ニッチ・トップ』を目指して

「変革」と「成長」

Future 2027～

NEXTステージ

Present 2022～2026

次期中期経営計画

ROE8%以上

Past 2019～2021

現中期経営計画

営業利益6億円  
ROE2%

2022年3月期  
第2四半期累計実績

営業利益25億円以上  
ROE7%以上

既存事業の成長&新規事業創出