

価値創造プロセス

MISSION 未知を拓き、未来を創る



※数値は2023年12月31日時点のデータ

マテリアリティ

当社は、創業の精神「誰もやらないから、挑戦する価値がある」に基づき、下表のとおりマテリアリティ（重要課題）を定めています。このマテリアリティは、当社の持続可能な成長のために、経営上の課題として社会的・環境的・経済的視点で特定されたものです。

当社のミッションは、“はかる”力を通じて「未知を拓き、未来を創る」こと。未知なる現象に真摯に向き合い、より安心・安全・豊かな人々の暮らしを支えていく、これを持続可能なものとするために、中期経営計画Challenge StageⅢの最終年となる2024年にマテリアリティを設定し、2030年に向けて取り組むべき課題として位置づけました。これらのマテリアリティに基づいた取り組みを推進し、事業活動を通じてさまざまな社会価値と経済価値の創出に取り組んでいきます。

Step1 候補となる課題要素の整理

持続可能な成長のため考慮すべき課題要素を抽出。ステークホルダーとの対話により得られた要素を整理しました

Step2 各要素を分析／選定

社会目線、自社目線で、機会・リスクにおける要素ごとに分析を行い、取り組むべき優先課題を選定しました

Step3 課題の再整理

選定された優先的な重要課題候補を、中期経営計画StageⅢとの連動及びSDGsとの照合により、再整理しました

Step4 マテリアリティの設定

執行役員以上から成る経営会議にて重要課題候補の妥当性を確認し、社長及び取締役会で審議、重要課題を特定しました

マテリアリティ	中期計画	アクション	SDGs
共創共存し持続可能な社会 ライフサイクルを通して、地球環境に配慮した企業活動を推進します	<ul style="list-style-type: none"> ・企業活動から排出されるCO₂の削減 ・開発効率の向上による環境負荷低減 	<ul style="list-style-type: none"> ・太陽光パネル設置による自家発電 ・グリーン電力への切替 ・LCAの運用 ・MBDの推進 	
安心・安全に暮らせる社会 新たな価値創造による社会課題ソリューションを提供します	<ul style="list-style-type: none"> ・環境負荷低減型製品/ソリューションの提供 ・世界の産業を安全かつ安定的に支援 ・イノベーションの創出による成長 ・専門知識の蓄積及び競争力の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・市場ごとのニーズをとらえた商品提供 ・グローバル拠点の販売網拡大 ・コトビジネスへの参入 ・新規事業の開拓 ・独自技術の深耕及び後進育成の推進 	
ウェルビーイングな社会の実現 誰もが公平で安心して働ける、働きがいのある職場環境を目指します	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な人財の育成 ・D&Iの促進 ・時代に即した職場環境づくり ・社会との共創/未来を創る世代とのつながりの強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・社員育成プログラム ・多様な人財の育成及び採用 ・人事考課制度の改革 ・働き方が選べる職場環境の整備 ・産官学連携の活動推進 ・未来世代への教育支援 	
企業基盤の強化 適切な組織統治及び価値創造のため、企業基盤を強化します	<ul style="list-style-type: none"> ・多様なステークホルダーに対して、高い透明性のもと公正で健全な信頼関係を築く 	<ul style="list-style-type: none"> ・IR/広報の強化 ・ガバナンス体制の強化 ・コンプライアンス推進体制の整備 ・報酬制度による事業計画へのコミットメントの明確化 ・取締役会による適切なリスクテイクに対する支援 	

中期経営計画

【中長期戦略の位置づけ】

近年、あらゆるものを取り巻く環境が目まぐるしく変化しています。テクノロジーの急速な発展、人々の生活様式や意識の変化、環境・社会・人権等への意識の高まり、加えて当社グループの主要顧客である自動車業界は100年に一度の変革期を迎えています。

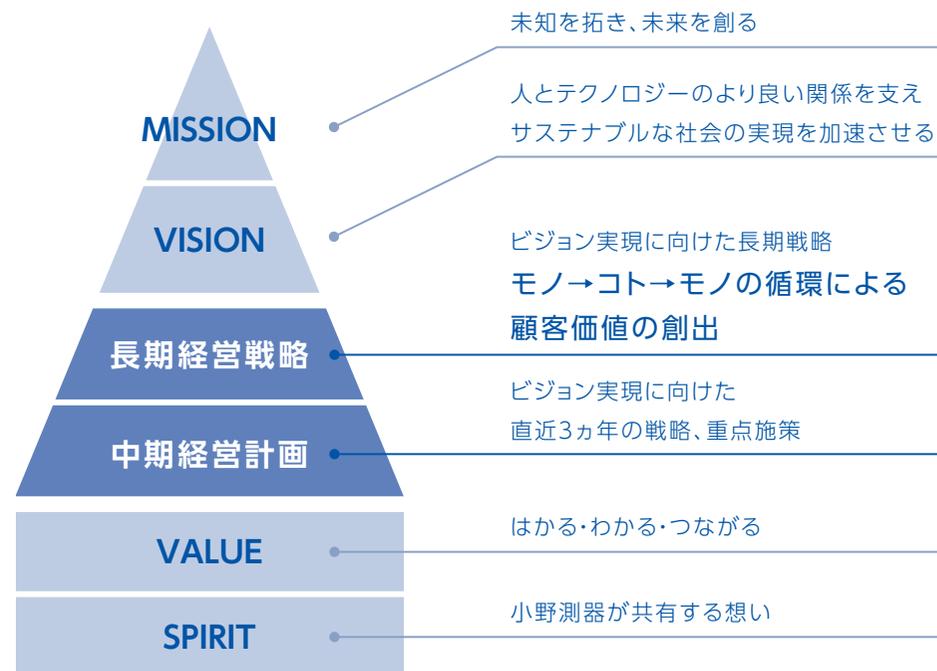
このような変化に柔軟に対応し、さらなる成長を遂げるため、また当社グループが描くビジョン「人とテクノロジーのより良い関係を支え サステナブルな社会の実現を加速させる」を実現するため、長期経営戦略及び中期経営計画を策定・実行しています。

長期経営戦略は「モノ→コト→モノの循環による顧客価値の創出」としました。製品の機能（モノの価値）をベ

ースに、サービスを通してさらに価値を高め（コトの付加価値）、お客様との共創の中で得た知見を製品開発にフィードバックするプロセス（モノ→コト→モノの循環）により、持続可能な成長を目指します。

また、直近3カ年に実施する中期戦略、重点施策を中期経営計画とし、具体的な施策に落とし込んで推進しています。

これら経営戦略及び経営計画は、創業の精神及び当社社員が作り上げてきた価値観、私たちが共有する想い（スピリット）を不変のものとして守り抜くことを前提としており、当社の企業理念を基にした戦略、計画であると位置づけています。



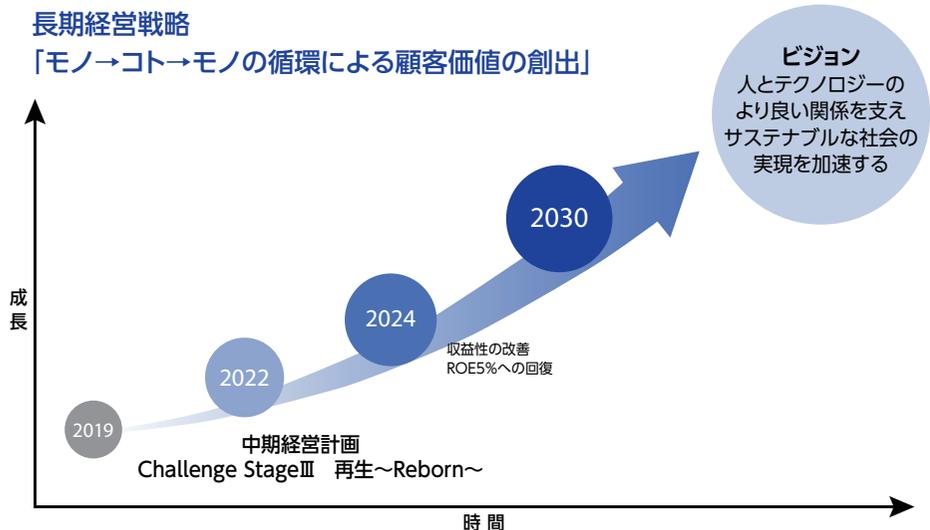
中期経営計画 Challenge Stage ロードマップ

2030年のビジョン達成を目標に策定している中期経営計画の各Challenge Stageでは、その位置づけに沿った基本方針を策定し、変化する環境に即した戦略を速やかに実行しながら長期ビジョンに着実に近づく体制を整えています



中期経営計画

【Challenge StageⅢ (2022-2024年)】



【基本方針:再生～Reborn～】

さまざまな変化がこれまでにない速さで進行しており、当社の事業活動にも大きな影響を与えました。これらに柔軟に対応し、業績の回復とさらなる成長を遂げるため、また当社グループが描くビジョン(ありたい姿)を実現するために、現在中期経営計画Challenge StageⅢ「再生～Reborn～」を推進中です。このStageⅢにおいては、当社の資本コストを分析し、

収益性に関する経営指標としてROE 5%の実現を目標としています。その実現に向け、3つの活動テーマ(成長戦略、業績伸長、構造改革)を掲げ活動を継続しています。

業績目標(連結売上高140億円、連結営業利益10億円)の達成に向けて挑戦の機運を再び盛り上げ、新たに生まれ変わる覚悟を持って変革に取り組み、業績の伸長を目指します。

「人とテクノロジーのより良い関係を支え、サステナブルな社会の実現を加速する」ビジョン実現への3つのテーマ

- 1 成長戦略:**「環境」「社会的課題の解決」を通じた成長の実現
「安全」「環境」「豊かさ」への貢献に向け社会に「安心」を届け、持続的な成長を実現する
- 2 業績伸長:**アジア地域を中心とした海外市場の強化による収益の拡大
海外市場への販路拡大とともに商品投入を行い、早期に収益拡大へ結びつける
- 3 構造改革:**DXとオープンイノベーションの推進による改革の実現
Internal DX、External DXの双方を推進し、社外とも密接に連携を図り、ビジネスモデルや企業文化を含めた改革を実現する

【数値指標】

	StageⅢ 達成目標		実績トレース	
	2021年⇒2024年		2022年	2023年
連結売上高(百万円)	9,852	14,000	10,928	11,539
連結営業利益(百万円)	△859	1,000	55	139
ROE	△9.6%	5%以上	1.9%	3.3%
海外売上高比率	14.4%	27.0%	16.5%	18.4%



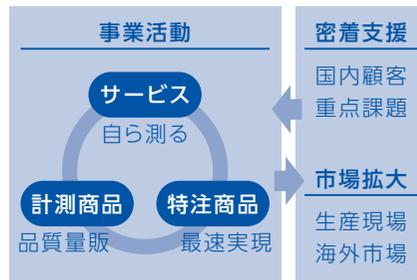
中期経営計画

【成長戦略:「環境」「社会的課題の解決」を通じた成長の実現】

より快適で豊かな生活を実現する音環境の改善に関する取り組みとして、音の感性価値と、計測機器事業の音響解析の技術を組み合わせたWebサービスSound Oneの提供を開始しました。「感性と物理をつなぐ音のプラットフォーム」として、あらゆるユーザーを「音」の価値で一つにつなぎ、より豊かで快適な音環境の創造を目指しています。

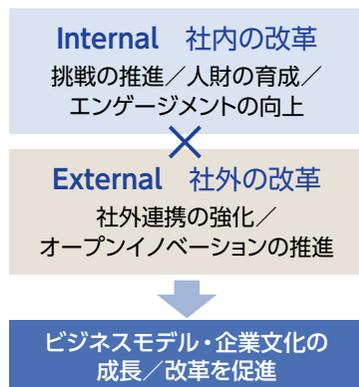
また、エンジニアリングサービスによる収益を確立し、同時にそこから得られる市場情報をいち早く商品開発へフィードバックする「モノ→コト→モノ」の循環により、持続的な価値提供

と競争力の維持・向上実現を目指しています。計測技術の知見を活かしたコトビジネスへの参入として、EVのベンチマーキングレポートの販売を開始しました。レポートの販売提供を通じてカーボンニュートラルの実現を支援します。



【構造改革:DXとオープンイノベーションの推進による改革の実現】

DXを活用した業務の効率化による時間の創出や、拡販活動、開発期間短縮等の取り組みを継続しています。また、「人材」、「構造(仕組み)」、「風土・文化」の各観点から、創業の精神でもある“新しいことへの挑戦”を推進し、コミュニケーションの活発化や学べる環境作り等、従業員エンゲージメントの向上を図っています。2023年7月には人材の育成及び技術伝承加速のため、定年を延長しました。急速に変化する市場環境において革新的で競争力のある製品やサービスを提供するため、外部組織との連携による共同研究にも取り組んでいます。



【業績伸長:アジア地域を中心とした海外市場の強化による収益の拡大】

コロナ禍における海外渡航規制・活動規制等があり、2023年の上期までは十分な活動ができず当初想定した拡大は実現できておりませんが、コロナ禍以前の実績まであと少しという水準まで回復させることができました。海外販路拡大、マーケットニーズに合致した商品投入、及び現地法人の体制や

本社との連携を一層強化し、また異なる地域の市場における特徴をふまえた保守体制の確立に向けた活動を行い、グローバル市場での拡販を図ります。また、Web展示会やウェビナー等、DXをより一層進展させ、これをマーケティング分野にも応用することで、新市場の開拓にも取り組みます。



Ono Sokki India Private Ltd.のスタッフ
インド ハリヤナ州



コロナ禍も模索しながらセミナー活動を継続
インド ハリヤナ州

【小野測器の現地法人】

