

マテリアリティ・アクションプラン・KPI

進捗の凡例 ◇:目標達成しKPIを更新 ◎100%以上:数値及び項目達成 ○90-99%:中長期目標に対して概ね予定通り △89%以下:未達/達成年度へ向けた課題あり

マテリアリティ	アクションプラン	ターゲット(製品・技術)	KPI	期間	進捗	参照
01 独創技術による イノベーション創出	新たな価値を生み出す 独創技術の進化	独創技術=「アナログコア技術」を活用した、成長分野における新製品・技術開発強化 (全社技術の結集、開発リソース最適化、次世代開発技術仕込み)	次世代開発技術に関する特許資産数： 5年で1.5倍	中	◎	P.39
	効率的なR&Dのための マーケティングの強化	「アナログコア技術」を活用した成長分野における重点施策製品の採用促進、シナジー創出の 加速化 ・4極（日本・アジア・アメリカ・ヨーロッパ）グローバルマーケティング進化 ・クロスセル強化	高収益なA、B事業売上高比率：50%超 (2023年度)	短	△	P.18
	新事業を生み出すための パートナーシップの強化	「アナログコア技術」を活用した成長分野重点施策製品の共創パートナー獲得	新規事業の売上高比率：15%超 (2030年度)	長	△	P.35
02 成長事業を通じた 社会課題の解決	5G/IoT関連ビジネスを通じた、 高度情報社会への貢献	筒形リチウム電池の長寿命化と用途拡大 ・半導体関連組み込みシステム ・半導体工程用テープ、産業工程用テープ				
	ヘルスケア関連ビジネスを通じ た、先進医療や健康分野での貢献	世界各地の高温/低温環境での住宅防水性/気密性向上製品・技術の普及 新規ヘルスケア商品群強化 ・高信頼コイン形リチウム電池	注力3分野、成長13事業の 全体の売上高の伸び率：2023年度10% (2021年度比)	短	◎	P.14
	モビリティ関連ビジネスを通じ た、高信頼性センシングによる 安心・安全な社会への貢献	・耐熱コイン形リチウム電池 ・LEDヘッドランプレンズ 車載カメラ用次世代ハイブリッドレンズユニット開発				
03 価値を生み出す人・ 組織づくり	人を活かすマネジメントの強化 (人材戦略構築、適材適所・タレン トマネジメントの推進)	人・組織全体のパフォーマンスの最大化を図るタレントマネジメントの仕組みの構築	タレントマネジメントシステム：2022年度導入	短	◇	P.41
		人材の持つ能力・スキルを最大限発揮するための、 上司と部下の適切なコミュニケーションの維持・継続	キャリア面談実施率：100%	短	△	P.41
	0から1をつくる、プロアクティブ な人材を創出する人材育成・評 価の仕組みの構築	求める人材を明確にした採用と、プロアクティブな人材が活躍可能な配置ができる仕組みの構築	人材ポートフォリオ策定	中	◎	P.41
		チャレンジングな目標設定とチャレンジを適切に評価するマネジメント力の向上	評価者教育：2回/年	短	◎	P.41
	ダイバーシティ&インクルージョ ンの推進(多様な人材活用と異な る価値観の受容)	多様な人材一人ひとりが、生き生きと活躍できる職場風土の醸成による従業員満足度の向上	従業員意識調査 総合満足度の向上： 90%以上(2026年度)	中	○	P.42
		性別・国籍等の属性にとらわれない採用及び登用の維持・継続	女性新卒採用：事務系50%、技術系25%以上	中	◎	P.42
	業務プロセス標準化による生産 性向上と技能継承の推進	一人ひとりの仕事のやりがいの向上による生産性の持続的な向上(従業員意識調査継続)	従業員意識調査 仕事のやりがい度の向上： 90%以上(2026年度)	中	○	P.43
		生産性向上と技能継承を促進するための、リスキル(Re-skilling)教育の実施	デジタルリテラシー基礎教育プログラムの 実施：全社員対象実施	短	◇	P.43

▲マテリアリティ・アクションプラン・KPI

進捗の凡例 ◇：目標達成しKPIを更新 ◎100%以上：数値及び項目達成 ○90-99%：中長期目標に対して概ね予定通り △89%以下：未達／達成年度へ向けた課題あり

マテリアリティ	アクションプラン	ターゲット(製品・技術)	KPI	期間	進捗	参照
04 顧客価値の最大化	顧客課題の先にある社会課題を解決するモノづくりへの変革	顧客課題の先にある社会課題=未だ解決できていない課題と想定し、マクセルにとって「未知のモノづくり」を想定 これまでのモノづくりを活かしながら新しい施策を取り入れたモノづくりの推進	高収益なA、B事業売上高比率：50%超 (2023年度)	短	△	P.18
	正道に基づいた品質と製品安全を最優先する仕組みの構築	高い意識の中で新しい施策を取り入れた品質保証活動の基盤づくり	Super Quality Management for Maxell Groupの推進と新規リコール事案ゼロ*	短	◎	🔗
	マクセルブランドのコアとなる製品・サービスの価値向上	これまでのモノづくりを活かしながら新しい施策を取り入れた「顧客価値を最大化する」製品・サービスの価値向上をめざす	顧客フィードバックについてのフォーマット統一化継続改善	継続	◎	P.38
05 環境活動による経済価値の創出	環境技術・環境配慮型製品の強化	対象：マクセル製品・サービス 活動：2023年度までに新評価基準の設定、評価フォーマット化といった仕組みを構築： ①減量化 ②長期使用性 ③再利用・再資源化 ④分解・処理容易性 ⑤環境保全性 ⑥省エネルギー性 ⑦SDGs貢献 など	社会課題や環境課題に対する貢献度を示す基準を定義して、サステナビリティ推進を見える化していく。次期中期経営計画に具体策を盛り込む	短	◎	P.46
	省資源・省エネルギー化、再生可能エネルギーの導入促進	対象：CO ₂ 排出量 (国内事業所 Scope1&2) 活動： ①事業所での省エネ活動推進 ②再生可能エネルギー (自家消費) 推進	国内CO ₂ 排出量：2030年度 50%削減 (2013年度比) 再エネ比率 (=再エネ使用量 / 全電気量)：2030年度10%	長 長	◎ ◇	P.47、 P.51
		対象：廃プラスチック (国内事業所) 活動：2023年度までに目標と取り組み内容を決める ①ケミカル・マテリアルリサイクル ②生産性向上による廃棄物抑制	事業所排出廃プラを削減 (ケミカル・マテリアルリサイクル) について検討を始め、次期中期経営計画に具体策を盛り込む	短	◎	P.47
06 事業ポートフォリオ経営の強化	市場成長・事業収益の2軸 (ABC-XYZ管理) による、継続的な事業ポートフォリオ改善	対象：全事業 活動： ABC-XYZオペレーションを4半期ごとにPDCAを回すモニタリング、各事業のランクアップに向けた施策の策定、アクションのフォローアップ、次年度の新ランク決定など	高収益なA、B事業売上高比率：50%超 (2023年度)	短	△	P.18
	市場の変化を先取りするポートフォリオ戦略の実行	対象：新規事業 活動：①アナログコア技術に立脚した新事業の特定 ②毎月のモニタリング実施	新規事業の売上高比率：15%超 (2030年度)	長	△	P.35
	グローバル生産拠点の効率化の推進	対象：全事業 活動： ①経営幹部と経営戦略本部を中心に、生産効率向上に関する方向性を決定 ②機会とリスクの観点からマクセルグループにおける最適な生産拠点を追求	最適地生産及びポートフォリオ最適化という観点から拠点ごとの現状の課題や将来の可能性などについて議論を進め、中長期経営計画の具体策に盛り込む	長	—	—
07 グループガバナンスの強化	グループ経営における実効的なガバナンスの構築 (マネジメントの深化)	対象：マネジメント 活動： ①グループワイドな課題共有と対策 (事業責任者参画) ②リスク低減活動：情報セキュリティマネジメントやリスク管理委員会を通じた活動推進 ③ダイバーシティやワークライフマネジメントの強化	全社横断組織の活動強化と適切なマネジメントシステムの運用強化などを通じて、グループガバナンスのさらなる強化を図る	中	◎	P.52
	グループシナジーを最大化するガバナンスの実践 (技術、情報、マーケティング)	対象：技術、情報、マーケティング 活動： ①戦略共有 (国内グループ会社ごとの定例会) ②MI (Maxell Innovation) 活動 (イノベーション創発の全社取り組み) を通してシナジーの最大化 (1) 新開発テーマ (2) 新生産技術による融合技術や製品の創出 (3) 知財横串化による共同出願など	グループワイドでのマーケットや顧客の情報共有及びグループ内技術の融合などを通じて、未来に魅力ある価値を創出する。マクセルグループとして基幹業務のIT基盤を統合 (2027年度)	中	◎	P.52

*「PS 事故ゼロ」を「新規リコール事案ゼロ」に修正 (定義の明確化)