



SMK株式会社

CREATIVE CONNECTIVITY

— Challenge, Creativity, Solutions



CONTENTS

▶ SMKについて

企業理念 02
 価値創造の歴史 03
 At a Glance 05

▶ 戦略

トップメッセージ 06
 価値創造プロセス 12
 事業環境・リスクと機会 13
 ESG マテリアリティ 14
 財務資本戦略(CFOメッセージ) 15
 事業別戦略 17
 研究開発戦略(CTOメッセージ) 23
 品質向上 25
 生産性向上 26
 人的資本戦略 27

▶ サステナビリティ

サステナビリティ推進体制 30
 環境 31
 人権/安心・安全な労働環境 34
 顧客満足度向上/社会貢献 35
 サプライチェーンマネジメント 36
 コーポレートガバナンス 37
 コンプライアンス/リスク管理 41

▶ データ

財務・非財務ハイライト 43
 会社概要 45

● 編集方針

本報告書は、SMKの事業内容と企業価値向上に向けた取り組みについて、株主・投資家、取引先をはじめとする全てのステークホルダーの皆様により一層ご理解いただくことを目的として発行しています。本報告書をきっかけとして、より深い対話に結び付けることができれば幸いです。

● 報告の対象期間

2023年度(2023年4月1日から2024年3月31日)
 ただし、当該期間以前や以降の情報も含まれます。

● 報告の対象範囲

SMK株式会社およびグループ会社

● 発行年月

2024年11月

● 参考にしたガイドライン

IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」

● 将来の予測に関する注意事項

本報告書に記載されている当社の計画、戦略など、将来の見通しに関わる情報は、現在入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、リスクや不確実な要素を含んでいます。環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。

表紙について

来年、SMKは創立100周年を迎えます。流線形で描かれた「100」の文字は、これまでの100年の軌跡を表すとともに、次の100年に向けて、歩みを止めずに進んでいくSMKの未来路を表現しています。

● 商標について

- ・Bluetooth®ワードマークおよびロゴは登録商標であり、Bluetooth SIG, Inc. が所有権を有します。SMK株式会社は使用許諾の下でこれらのマークおよびロゴを使用しています。
- ・USB Type-C™は、USB Implementers Forumの商標です。
- ・Wi-Fi®は、Wi-Fi Allianceの登録商標です。
- ・イーサネットは、富士フイルムビジネスイノベーション株式会社の登録商標です。
- ・Milweb®はSMK株式会社の登録商標です。
- ・その他記載されている社名・商品名などは各社の商標または登録商標です。

価値創造の歴史

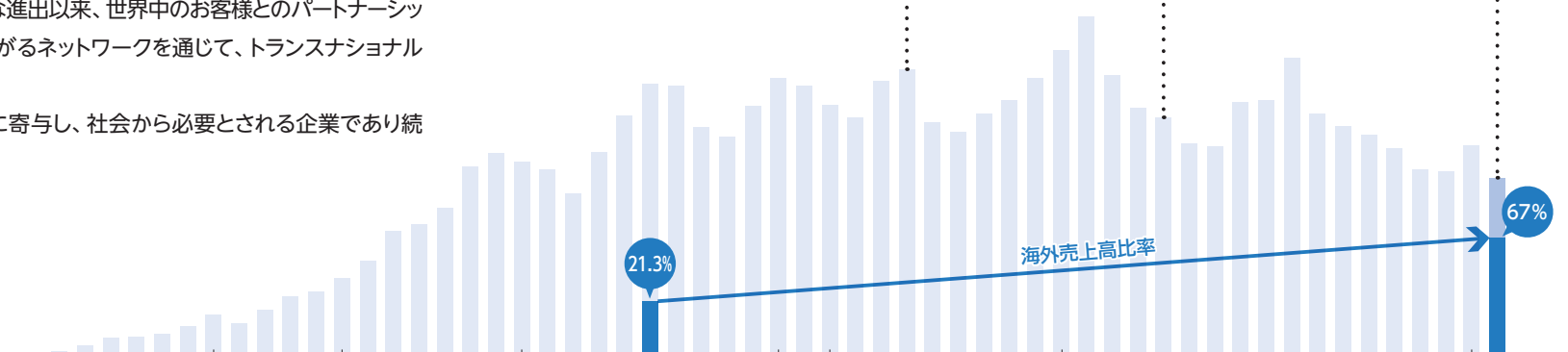
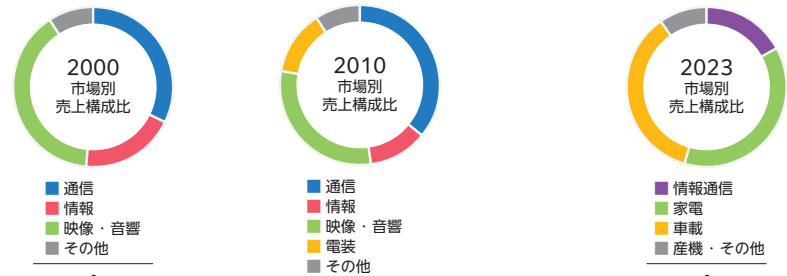
2025年4月、SMKは創立100周年を迎えます

私たちの生活に欠かせない電子部品。技術の進化とIoTの発展により、今日ますます多くの機器に搭載されるようになってきました。この変化に対して、SMKは常に最先端の製品と技術を提供し続けてきました。

1925年の創業当初、当社のビジネスの中心はラジオ関連部品やラジオ受信機でした。戦後は電子部品事業に特化し、創業の精神である「良い部品は良いセットを作る」を大切に受け継ぎながら、総合電子部品メーカーとしてビジネスを拡大してきました。今ではスマートフォン、タブレット、ウェアラブル機器などの情報通信市場から、自動車などの車載・モビリティ市場、そして白物家電、ゲーム機、太陽光発電設備などの家電・産業市場まで、幅広い領域でSMKの製品が使われています。

また、1973年の世界市場への本格的な進出以来、世界中のお客様とのパートナーシップを築き、現在では世界16の地域に広がるネットワークを通じて、トランスナショナルに製品・サービスを提供しています。

SMKはこれからも、情報社会の発展に寄与し、社会から必要とされる企業であり続けます。



SMKの売上高の推移

1925 1962 1970 1980 1990 2000 2010 2023 (年度)

SMKの歩み

- 1925** 池田平四郎が池田無線電機製作所を創業
- 1929** 法人組織に改組、昭和無線工業株式会社を設立
ラジオ受信機・部品の製造販売を開始
- 1946** 電子機器機構部品の製造販売を開始
- 1962** 東証2部上場
- 1973** 世界市場へ進出
米国、ベルギーに現地法人を設立 (販売拠点)
台湾に合併会社を設立 (生産拠点)

※1978年度以降は連結決算数値

1978 東証1部上場

1985 SMK株式会社に社名変更

1997 企業行動憲章を制定

1995 さらなるグローバル化に向けて「トランスナショナル (TN) 経営」スタート

トランスナショナル経営とは…
グローバル+ボーダレスな経営

2006 社員行動規範を制定

2022 東証プライム市場へ移行

2024 事業部を再編、製販一体の組織体制に移行

エレクトロニクス業界の動向

1920s~

日本でラジオ放送開始

1950s~

日本でテレビ放送開始

1970s~

テレビ・ラジカセが小型化

1980s~

PCが本格普及
AV機器の全盛期

2000s~

携帯電話が普及

2010s~

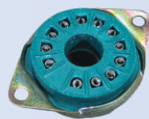
スマートフォンの本格普及とモバイル通信の高速化・大容量化
IoTデバイス、コネクテッドカーの普及

SMKの主要製品

■ パワートランス



■ ブラウン管ソケット

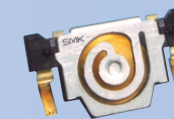


■ テレビ用プッシュ式チャンネルスイッチ

■ AV機器用圧着コネクタ

■ 携帯電話用小型ジャック(φ 2.5)

■ スマホ用スイッチ



■ ラジオ受信機



「オリンピック680型」
1937年、第1回ラジオ共進会で
優秀品として入賞

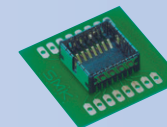
■ ヒューズホルダー



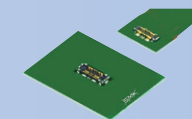
■ AV機器用ピンジャック

■ MTスイッチ
* MT=Mechanical Tactile

■ 携帯電話用カメラコネクタ



■ スマホ用FPC対基板コネクタ



■ CRT(ブラウン管)ソケット



■ パソコン用キーボード

■ セットトップボックス(STB)用リモコン



■ 太陽電池モジュール用コネクタ

■ 赤外線リモコン

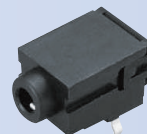


■ USB Type-C™ レセプタクル



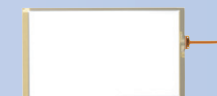
■ テレビ、大型ステレオ用ジャック(φ 6.3)

■ 小型テレビ、ラジカセ用小型ジャック(φ 3.5)

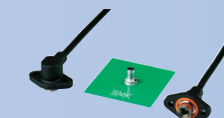


■ AV機器用FPC/FFCコネクタ

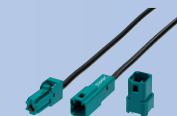
■ カーナビ用タッチパネル



■ 車載カメラ用コネクタ



■ 車載用同軸コネクタ



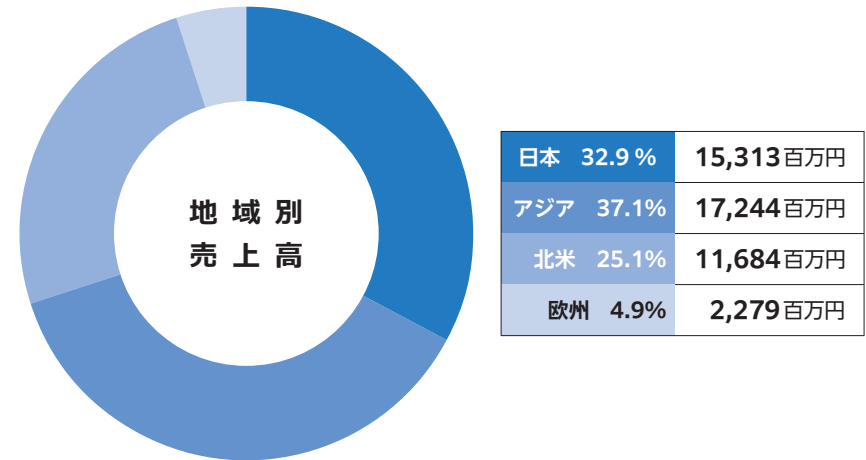
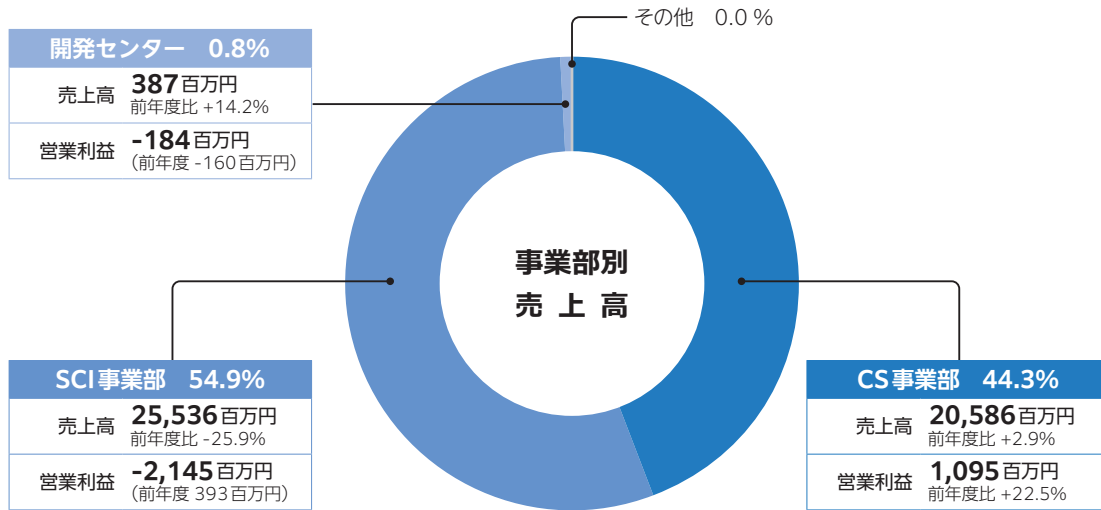
At a Glance |

2023年度の概況

2023年度は、家電市場および車載市場において主要顧客の在庫調整が想定以上に継続したことや、情報通信市場において主要顧客の新製品立ち上げが遅れたことなどが影響し、売上が前年度比で約15%減少しました。加えて、在庫評価損を計上したことで約12億円の営業損失が発生しました。なお、この在庫評価損は、2024年度を見据えて予防的な措置として計上した側面もあります。

円安の進行による約11億円の為替差益の計上もあり、経常利益は2億円強の黒字となりましたが、期末に減損損失を計上したことなどにより、最終的な当期純損益は4億8千9百万円の赤字となりました。

	2023年度実績	前年度比
売上高	46,522百万円	-15.2%
営業利益	-1,243百万円	(前年度 1,128百万円)
営業利益率	-2.7%	(前年度 2.1%)
経常利益	226百万円	-91.0%
当期純利益	-489百万円	(前年度 1,334百万円)



情報通信	17.0%	家電	37.6%	車載	35.7%	産機・その他	9.7%
スマートフォン タブレット パソコン ウェアラブル端末 ネットワーク関連 トラッキングデバイス 電子辞書		TV STB スマート家電 エアコン アミューズメント サニタリー 住宅設備 ホームセキュリティ		CASE ADAS xEV カーナビ E-Bike IVI 電装品 車両ECU		再生可能エネルギー ヘルスケア 照明 複合機 ECR/POS 産業用ロボット	

CREATIVE CONNECTIVITY

あらゆるニーズを実現する“ものづくり力”で、次の100年に貢献する

代表取締役社長 池田 靖光

1993年にSMK入社。SMKアメリカグループ副社長、経営企画室長を経て、2002年に執行役員、2004年に常務執行役員、2006年に取締役、2008年に取締役副社長、2009年に代表取締役副社長に就任。2012年から現職の代表取締役社長を務める。



良いセットを作るのに欠かせない 良い部品を提供する BtoB の会社

— 初めに、SMKとはどのような会社か、強みはどこにあるかといった点について、社長のお考えをお聞かせください。

SMKはラジオ関係の部品製造からスタートし、電子部品を中心にものづくりを行ってきました。主なお客様は、我々が「セット」と呼ぶ、電気製品や自動車などの最終製品を作る企業であり、SMKはいわゆる BtoB^{*1} の会社ということになります。

「良い部品は良いセットを作る」という創業の精神のもと、技術力と品質を第一にお客様に良い部品をお届けしてきた当社も、来年で100周年を迎えます。その歴史は、お客様の「こういう部品が欲しい」というご要望とその変化に柔軟に対応し、モノを作ってきた歴史でもあります。強みは、小回りの利くフレキシブルなカスタム対応力。大きな会社ではないからこそ発揮できる柔軟な対応力で、さまざまなお客様の困りごとを解決してきました。

現在はグローバルに拠点を展開していますが、それもまた、世界各地のお客様への対応力の一環といえるかもしれません。

とはいえ、「対応力」で勝負できたのも、ある程度先が読める環境だったからかもしれません。現在のように先の読めない時代、そして次の100年に向けて、我々も新たな挑戦をしていかなければならないと考えています。

*1 BtoB: Business to Businessの略、消費者とではなく、企業との間で取引を行うビジネスモデル

セットの変遷にあわせて変化してきた 100年間のあゆみ

— SMKは2025年に100周年を迎えます。ここまでの100年の歴史はどのようなものであり、社長ご自身はその歴史をどう捉えていらっしゃるでしょうか？

先ほども申しましたように、1925年の創業時にはラジオ部品

の製造から始まり、その後、最終製品としてのラジオを作っていた時期もありましたが、戦後は電子部品に特化してものづくりに取り組んできました。

当初は主に日系のお客様向けに、ブラウン管ソケットや大型ジャック、ピンジャック、コネクタ、スイッチといったメカニカルな部品、いわゆる機構部品を多く作っていました。



部品組立風景(1954年)

1970年代の後半になると、機構部品に回路部品をプラスした製品として、赤外線ワイヤレスリモコンなどを製造し始め、これが今も主力製品のひとつになっています。

さらに1990年代からは、新しいインプットデバイスであるタッチパネルの製造を開始、ATMやPOS、カーナビゲーション向けの部品として供給してきました。2000年代からは主にBluetooth®などの通信モジュール、カメラモジュールなどの複合部品を作るようになり、ここから発展して最近では、センシング技術や高周波技術、アルゴリズム技術など、ソフトウェアを含めた新しい製品・サービスを手掛けています。

このように、当社の製品構成は、最終製品の変遷によっても変化してきました。創業当時はラジオから始まりましたが、その後テレビが登場すれば主力はテレビの部品に移り、AV機器、自動車、携帯電話、スマートフォンというように、時代時代に求められる部品を供給してきたというわけです。幸い、ある時期までは最終製品についても右肩上がりで売上が伸びていたため、当社も成長して行くことができました。

ただし、近年はこれまでと同様の方法では立ちゆかなくなっています。転機は2010年代半ばごろだったでしょうか。スマー



1932年当時の製品カタログ

トフォンの登場によってデジカメの需要が減少するなど市場に大きな変化がありました。同時に、テレビがあまり見られなくなり、我々の重要なお客様であった日本のメーカーが次々にテレビ市場から撤退してしまいました。今までお客様のご要望に応える形でものづくりをしてきたのに、そのお客様がいなくなってしまったのです。こうした事情に加えて、その少し前に起こったリーマンショックや東日本大震災の影響も受け、苦しむことになりました。

この状況の中で新たな売上の柱となったのが、1990年代のタッチパネルがきっかけで手掛けるようになった車載部品でした。もともと車載部品は自動車メーカーの系列会社が強く、当社のような系列外の部品メーカーはなかなか参入できない業界です。それが、我々がいち早くカーナビゲーション用のタッチパネルを作ったことで取引が始まり、そこからコネクタ等の他の部品にも取引を広げることができたのです。当時作っていたタッチパネルは、今では液晶内部に取り込まれてしまったため、当社のタッチパネル事業は縮小傾向にあります。コネクタ等の車載部品の取引については今も安定した収益源の一つになっています。

このように振り返ってみると、我々の業界は、作っていたものが時代の変遷で廃れていってしまうという点では難しいともいえますが、逆に言えば、今後も必ず何らかの新しい製品が出てくる業界だともいえます。

現在は、社会がどんどんデジタル化する過程にあります。デジタル化ということはエレクトロニクス化することです。このことは、今まで我々が全く参入できていなかった非エレクトロニクス業界にも参入するチャンスが生まれることを示しています。

たとえば建設業界を見てみると、最近人手不足が叫ばれるなか、作業員の熱中症を予防するなどヘルスケアの分野でデジタル技術が導入されています。また、疲労検知システムにもそれらを検知するセンサーが欠かせません。電子部品そのもののビジネスチャンスは確実に増えているのです。

あとは、そうしたニーズをどのように捉えて取引を広げているのか。BtoBのメーカーとして、基本的にはお客様のご要望にあわせたものづくりをしてきた当社にとっては、そこが課題といえるかもしれません。



カスタム品が中心＝環境の変化に機敏に対応しづらい弱点が出た1年

— 2023年度は、前中期経営計画の最終年度にあたる年でした。新たな時代を迎える前に、昨年度について振り返っていただきたいと思います。

2023年度(前期)の業績は、残念ながら赤字となりました。その背景には、中期経営計画を策定したときには、新型コロナウイルス感染症の影響がここまで長引くことを前提としておらず、それがコロナ禍に大きく影響を受けてしまったという事情があ

ります。

もう少し詳しく言いますと、実は前々期(2022年度)は売上好調で、中期経営計画を少し上回るペースで推移していました。こうした好調ぶりについては、コロナ禍による「巣ごもり」の影響で、本来は2023年度に購入するはずだったもの、たとえば電気製品などを、前倒しで購入する「消費の先取り」が起こっていた可能性があると考えています。出かけることができないので、その分の消費が買い物に回ったのではないかと推測されます。ですから2022年度は良かったのですが、2023年度にその反動が出てしまったと考えています。

もう一つの原因として、当社では住宅設備関連製品、たとえばエアコンなどの白物家電やサニタリー機器などの部品も取り扱っているのですが、こちらにはアメリカの不動産事情によって負の影響が出たと考えています。アメリカでは、インフレにより金利が上昇した影響で、2023年度は不動産市場が停滞し、その結果として住宅設備の需要も低調に終わってしまったのです。

最終製品が動かない1年だったのに加え、前々期が好調だったため生産は増やしており、市場に在庫が溜まってしまいました。その結果、2023年度は当社の工場稼働率が低下し、調達済み部品在庫の評価損や固定資産の減損などの計上もあり、最終的に大きな赤字となってしまったわけです。

新規ビジネスによる売上拡大も、コロナ禍の影響からお客様側の開発が止まってしまうなどの事情があり、想定通りには進みませんでした。

業績としては中期経営計画の3年目だけが大幅ダウンした形になりましたが、これは、当社の弱点が出た結果かもしれないと考えています。当社の製品は、お客様のご要望にあわせたカスタム品がメインです。こうした製品は、標準品と異なり、売れなかったときにどこか他のお客様に販売するということができません。今後の経営を考えるにあたっては、環境の変化への機敏な対応についてしっかり議論する必要があります。

今後エレクトロニクス化を目指す 全てのお客様に貢献していきたい

— 新しい中期経営計画を立てるに先立って、2035年に向けた長期ビジョンを設定されたかと聞いています。まずはその内容から教えてください。

当社では、前提として、「CREATIVE CONNECTIVITY—Challenge, Creativity, Solutions」というSMKビジョンを掲げています。この言葉には、「ヒトとヒト、ヒトとモノ、モノとモノを創造的につなげることにより、社会やお客様の課題を解決し、より良い社会と未来の創造に貢献する」という思いが込められています。新しい中期経営計画を策定するにあたっては、このSMKビジョンのもと、まずは長期ビジョンとして2035年の「ありたき姿」を決めました。それが「あらゆるニーズを実現する“も

のづくり力”で、次の100年に貢献する」という姿です。

先ほども申しましたように、今後、社会のデジタル化の進展に従ってエレクトロニクスを活用したいというお客様はますます増えていくと考えられます。そうしたお客様全ての課題を把握して、付加価値のある電子部品・サービスと、設計、生産、製造、品質といったものづくり技術でそれらを解決し、豊かな社会に貢献していきたい。「可能性の追求を通して総合的な高度技術により、情報社会の発展に寄与する」ことを理念とする企業として、「ありたき姿」には、2025年に創立100周年を迎えるのを機に、これからの100年についても、コストで勝負するのではなく、高度技術による差別化や高付加価値製品で社会に貢献していく決意を込めました。

同時に、2035年度の目標を、売上高1,500億円、営業利益率

10%、ROE(自己資本利益率)10%と決めました。こうした目標を達成するには、高周波技術やアルゴリズム技術などを活用し、より価値のある製品・サービスを開発、提供していく必要があります。当社のコア技術としては、長年にわたりコネクタなどメカニカルな領域を扱ってきた経験による接続技術、リモコンなどの無線技術、スイッチやタッチパネルで培ったインプット技術があります。一つひとつの技術には、他社と比べて大きな差があるとはいえませんが、これらを組み合わせたり、ソフトウェアで味付けしたりすることで差別化を狙うことができはるはずで

そのためにも欠かせないのがマーケティング活動です。今後はより一層マーケティング活動を強化して、お客様の期待の一步先を提案する企業に進化したいと考えています。

SMK's Vision CREATIVE CONNECTIVITY — Challenge, Creativity, Solutions

前中期経営計画
2021—2023 年度

新中期経営計画
2024—2026 年度

長期ビジョン
2035 年度

2025年4月創立100周年

新たな成長に向けて
Confidence & Transformation

持続的成長に向けた
構造改革の加速

次の100年に向け、売上・利益の持続的成長、
経営基盤ならびに資本・財務戦略の高度化を
進め、企業価値を最大化

SMK Next100

ありたき姿
あらゆるニーズを実現する
“ものづくり力”で、
次の100年に貢献する。

～エレクトロニクスを活用するお客様の
課題を解決する製品やサービスを提供し、
豊かな社会の創造に貢献いたします～

	2023年度 実績	2026年度 目標(中期経営計画最終年度)	2035年度 目標(長期ビジョン)
売上高	465億円	600億円	1,500億円
営業利益率	△2.7%	3.5%	10.0%
ROE	△1.5%	5.0%	10.0%

営業本部と事業部を統合する 大規模な改編で提案力アップへ

— ここからはいよいよ新中期経営計画について伺っていきたく
と思います。ここから3年の中期経営計画の内容、またその中
で特に重視されていることはどのようなことでしょうか？

2024年度からスタートする中期経営計画、「SMK Next100」
は、こうした長期ビジョンの実現に向けた第一歩であり、次の
100年の新しいSMKの基盤をつくる計画です。

基本方針として掲げているのは「売上・利益の持続的成長の
実現」、「事業を支える経営基盤の強化」、「資本・財務戦略の高度化」
による財務価値の向上と、「ESG&サステナビリティ経営の推
進」による非財務価値の向上です。この4点を柱に、最終年度の
2026年度には売上高600億円、営業利益率3.5%、ROE5.0%
を目指します。

「売上・利益の持続的成長の実現」については、既存のCS事業
(コネクタ等)、SCI事業(リモコン・ユニット等)の強化と、新規
事業の創出で実現していきたいと考えています。CS事業では、
車載・E-Bike、再生可能エネルギー、ウェアラブルといった分野
でコネクタの売上を拡大し、SCI事業では、家電・住宅設備、車載・
E-Bikeなどの市場でリモコンなどの既存製品を拡大しつつ、新
しい高付加価値製品の創出に取り組みます。

そのためにも欠かせないのが、「事業を支える経営基盤の強化」
です。最大の変化として、2024年4月1日付で従来の営業本部
を廃止し、2つの事業部とイノベーションセンターの中に統合す
る組織改編を行いました。私が入社した頃から存在してきた営
業本部を廃止するというのは、当社としては大きな決断でした。

このような改編を行った狙いの一つは営業力の強化です。今
までの組織では、営業本部の営業担当が全事業の製品を広く扱っ
ていましたが、今後はCS、SCI、イノベーションセンターのい
ずれかに所属することになります。これにより、営業担当の製
品に対する専門性が深まり、製品知識が向上することが期待で
きます。先ほどお話ししたマーケティング活動、つまり「お客様の
期待の一步先を提案する」ためのニーズ吸い上げに向けても、非
常に大きな意味を持つと考えています。

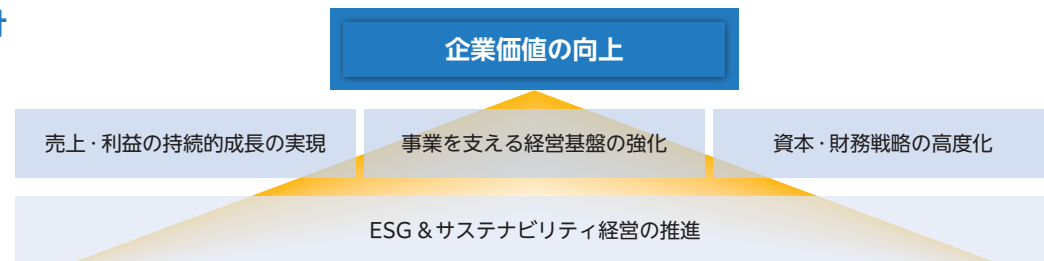
また、営業本部と事業部が統合されることで、売り込みから生
産、納品までが一元化されます。従来の組織では、営業は売上を、
事業部は利益を重視しているため、事業部は価格を上げて利益
を向上させたいが、営業は価格アップにより顧客を失うのを恐
れて価格を据え置きたい、というようなことも起こっていました。
しかし、新しい組織体制では、売上と利益に関する責任が一本化
されることになり、責任の所在も明確になると考えています。

新たに設置したイノベーションセンターが生み出す新規事業
にも期待しています。イノベーションセンターは、これまでの
開発センターに、マーケティング部内のオープンイノベーション
推進チームを統合した組織。その具体的な開発内容について
は後述しますが、従来型のハードウェアにアルゴリズムなどの

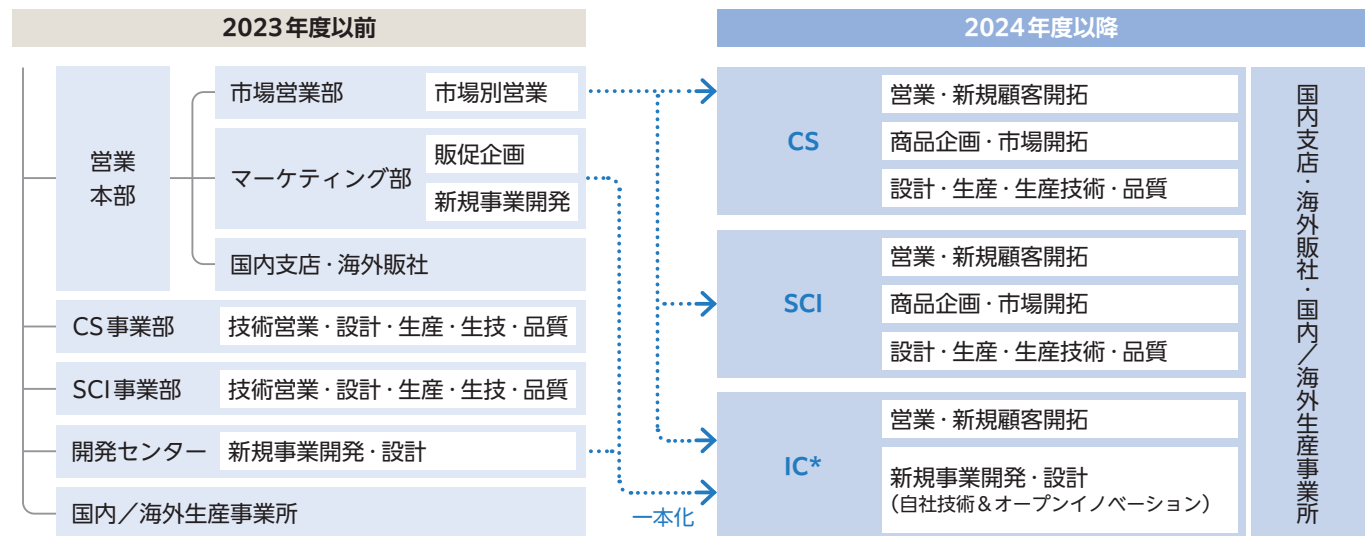
ソフトウェアやサービスを組み合わせた課金型ビジネスの創出
にも取り組んでおり、それらは高い利益率が見込まれています。

こうした事業部の組織改編に加え管理部門の体制も見直し
しました。財務資本戦略と投資家向け広報(IR)を一体運営するこ
とで、市場を意識した企画機能の強化を目指したのはその一つです。
また事業を軸に利益を管理していくためには、損益管理や原価
管理の高度化も必要です。原価や販売価格設定を適切に管理し、
売上が出ているのに利益が上がらないポイントなどが見つけれ
ばルールを見直していく必要があるでしょう。こうした管理の
高度化にはITの力が欠かせませんので、並行してITシステムの
高度化にも取り組んでいきます。

■ 基本方針



■ 組織改編



* IC : イノベーションセンター

一 組織改編とそれを支えるシステム整備のほかに、経営基盤強化に向けて特に重視していることはありますか？

最も重視しているのが人的資本の強化です。この分野では、「働きがいのある職場づくり」と「自律型社員の育成」が大きな目標となっていて、そのためには人事制度の改革、業績評価制度の見直し、積極的な人材確保と育成、リスキリングプラン、ジョブ型雇用の導入検討などを重要テーマと考えています。ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンの観点から女性管理職育成に力を入れるほか、前年度に初めて行ったエンゲージメントサーベイについて、スコアを改善する施策にも取り組んでいく考えです。

働きがいのある職場づくりに向けた取り組みの1つとして、実は2年ほど前から若手社員とのランチ会「SAM's CAFÉ」*2を開催して直接話を聞く機会を設けています。そうやって実際に話を聞く中で出てきたのが、主に非技術系の社員の「ものづくりの現場を見たい」という声。こうした声を活かし、コロナ禍で中断していた製造現場の実習研修を2024年度から再開するなど、若手社員が成長を実感できる機会づくりにすでに取り組んでいます。

会社が存続できるのは何より社員の皆さんの力があってこそ。私自身も、社員の皆さんが一番の財産だと思っています。その皆さんが働きがいを感じながら働き、成長することが、SMKを会社として成長させるということを忘れずに、社員の皆さんと一緒に新しいSMKをつくっていききたいと思っています。

「資本・財務戦略の高度化」については、まずは現在、PBR(株価純資産倍率)が0.5倍程度になっている状態から引き上げていくことを目指します。そのためにも、今回の中期経営計画で成長を実現し、生産体制の効率化などのコスト構造改革を進めていくとともに、新たにROIC(投下資本利益率)を指標として導入し、資本の効率化を図っていきます。

最後に「ESG & サステナビリティ経営の推進」についてですが、E(環境)については、2045年のカーボンニュートラルを目標に、主要な生産拠点で前期までに太陽光発電設備を導入し終えており、現在、さらなる施策の検討を進めています。S(社会)については、人的資本の強化に力を入れていることは先ほども述べた通りです。G(ガバナンス)については、東証コーポレートガバナンス・コードが求める事項に十分に対応できていない部分があると認識し

ており、たとえば、女性取締役がない現状については大きな課題だと考えています。とはいえ、2024年に日本で新卒として入社した12名中7名が女性。女性を対象にしたキャリア開発プログラムなども用意しており、将来の幹部候補の育成に積極的に努めたいと考えています。

*2 SAM:SMKアメリカグループ在籍時のニックネーム



SAM's CAFÉ

製品+サービスの課金型ビジネスで今までになかった売上をつくりたい

一 営業基盤の強化によって大きな変化が期待できそうですが、2035年度に売上1,500億円をめざすのはかなり大きなチャレンジのようにも感じられます。この目標を、どのようにして達成するイメージをお持ちですか？

2035年の長期ビジョンの数値目標達成に向け、新しい売上になりそうなのがインノベーションセンター発の新規事業です。ここでは、自社開発の従来型ビジネスに加え、世界中のスタートアップ企業などとのオープンイノベーションにも積極的に取り組み、新たな製品・サービスを開発しています。中でも、モノとしてではなくサービスとして売っていく課金型ビジネスは、利益率も高いのではないかと期待しています。

オープンイノベーションによって生まれたサービスの一つが、電波によるセンシング技術を利用した高機能見守りシステムです。カメラを使わずに対象者の位置、姿勢、呼吸、動きを検知するこ

とができ、たとえば浴室での転倒検知にも活用できるため、病院や高齢者施設、ハウスメーカーなどから引き合いをいただいています。

音声分析によって認知症の診断を支援するシステムも、インノベーションセンターが提携先と共に開発しているサービスです。スマートフォンのマイクに向かって喋ることで、認知機能の状態を分析するものですが、こちらは外部の会話コミュニティサービスと提携して、今年新しいサービスの提供を開始したほか、生命保険会社から保険契約時の簡易チェックに使用するという目的での引き合いもいただいています。認知症は今や日本以外にも関心の高いテーマであるため、アジア諸国へも展開を予定しています。

【見守りシステム】



呼吸

動き(静止、転倒)

水没



睡眠障害リスクを可視化する技術を活用したアプリの開発も進んでいます。こちらはスマートフォンで就寝中の呼吸音を録音し、そのデータを解析して睡眠時無呼吸症候群の重症度を検知するシステムです。

こうしたオープンイノベーションは、スタートアップ企業と交流するなかで生まれてきたものです。たとえば見守りシステムでは、ソフトウェア技術を持つスタートアップ企業とセンサーを製造することができる当社が組むことで生まれました。

また、これまでリモコンが事業の柱だったSCI事業部でも、次の新しい柱の創出を目指し、既存技術とセンシング技術を融合させた新規事業の開発に積極的に取り組んでいます。

たとえば、自社開発の製品として、ミリ波レーダーの技術を用いたセンサーと独自のアルゴリズムを組み合わせた「Milweb®(ミルウェブ)」があります。これは高機能見守りシステムの一つで、心拍数、位置、人数などを検知できるもの。本製品については、ホテル事業者から客室内に人がいるかを検知するために使いたいという引き合いをいただくなど、これまで付き合いのなかった業界にも広がりを見せています。

こうしたサービスは、いわば「モノからコトへ」と言われる中の、「コト」づくりということになるかと思いますが、利益率の高さだけでなく、高齢社会への対応を含めた社会課題の解決という面でも意義のある取り組みだと考えています。

国内生産拠点の充実を図りつつ 海外での「ワンストップサービス」も目指す

— 海外拠点についてはどのような取り組みを考えていらっしゃいますか？

昨今の円安を受け、また地政学リスクを回避するためにも、国内のお客様からは「日本で製造してほしい」という要望も出ています。このため、国内生産はスペース拡張も含めて強化していきたいと考えています。

一方で海外についても、生産拠点数は現状を維持しながら、自動化や省人化、無人化などのスマートファクトリー化を進めていきます。そのうえで、中国の工場は中国市場向けに注力し、アメリカ向けはメキシコ工場、その他市場にはフィリピン、マレーシア、日本の工場に対応していく予定です。

一番の理想はローカライゼーションです。我々はワンストップサービスと呼んでいるのですが、拡販・開発・生産・納入までをエリアごとに完結できる体制を可能な限りつくることを目指しています。これに向けての最大の課題は技術系人材の不足で、特にASEAN諸国では難しいのが現実です。その場合、開発については日本か中国で行い、拡販と生産は現地で行うというように、うまくリソースを活用しながら対応していきます。

また、現在当社はインドに拠点がありませんが、インド市場には相当なポテンシャルがあるため、まずは営業担当者を現地採用し、駐在事務所を開設する予定です。



SMKフィリピン

海外のニーズ掘り起こしに向けた拡販強化のためには、前述の営業力向上に加え、これまでも取り組んできたように、「技術の分かる営業」を増やしていきたいと考えています。これについては、現地での技術営業職の採用強化も含めて対応していくことになるでしょう。

SMK Next100の実現で 企業価値を上げ、皆様に貢献したい

— 最後に、ステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします。

100年の節目を迎えて改めて思うのは、新たな中期経営計画である「SMK Next100」を遂行し、新しいSMKをつくっていききたい、それにより次の100年の社会に貢献していきたいということです。

もちろん、これからも品質第一を掲げ、技術力を基盤としてお客様に良い製品・サービスを提供していくことは変わりません。そのうえで、より一層新しい提案、技術、アイデアを提供することで、お客様のビジネス拡大に貢献し、新規事業の創出にもつながりたいと考えています。そのためにも、ビジネスパートナーの皆様との共創は不可欠です。共に力を合わせて生み出した新しいビジネスが、社会への新たな価値提供につながるはずです。

結果として、企業価値は向上し、株主の皆様にも利益を還元していけると考えています。財務価値、非財務価値の両方をしっかり高めしていくためにも、全社一丸となって「SMK Next100」を実行し、ステークホルダーの皆様のご期待に応える新しいSMKをつくってまいりますので、引き続き、一層のご支援、ご協力を賜りますようお願いいたします。

価値創造プロセス

企業価値の向上と各資本への還元

インプット

ビジネスモデル

アウトプット

アウトカム

2023 年度実績

財務資本

事業継続・環境変化に耐えうる財務基盤

自己資本比率 **55.0%** 総資産 **584** 億円

製造資本

100年にわたり培ってきた”ものづくり力”

設備投資 **23** 億円 生産拠点 **8** 箇所

知的資本

保有特許／実用新案 **450** 件 研究開発費 **26** 億円

人的資本

グローバルで多様な人材

社員数(連結) **4,104** 名 海外社員比率(連結) **77%**

社会・関係資本

ステークホルダーとの信頼関係

自然資本

電力消費量(連結)

33,737 MWh

企業理念

SMKは可能性の追求を通して
総合的な高度技術により、
情報社会の発展に寄与する。

SMK's Vision

CREATIVE CONNECTIVITY

— Challenge, Creativity, Solutions

ヒトとヒト、ヒトとモノ、モノとモノを創造的につなげ、
社会の発展に寄与するソリューションを
提供してまいります。

長期ビジョン

あらゆるニーズを実現する“ものづくり力”で、
次の100年に貢献する



中期経営計画 | SMK Next100

持続的成長に向けた構造改革の加速

社会の課題を解決する製品・サービスの開発

事業部門



注力市場

車載・E-Bike	ウェアラブル	環境
家電・住設	ヘルスケア	

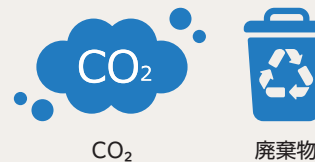
売上・利益の持続的成長の実現に向けた取り組み

既存事業の成長軌道に向けた着実な取り組み
成長に向けた戦略分野への資源投下

コスト構造改革、生産効率の向上

事業ポートフォリオの最適化

副産物および廃棄物



目標

経済的価値

売上高 (2035年度)

1,500 億円

営業利益率 (2035年度)

10%

ROE (2035年度)

10%

PBR

1倍以上

社会的価値

- ・製品・サービスを通じたよりよい社会と未来の創出への貢献
- ・ZD (Zero Defect) の実現
- ・カーボンニュートラル達成 (2045年度)
- ・廃棄物埋立処分量ゼロの実現
- ・顧客満足度向上
- ・社員エンゲージメント向上
- ・女性管理職比率 20% (連結、2035年度)
- ・男性社員育休取得率 30% (単体、2026年度)

事業環境・リスクと機会

事業環境	リスクと機会 リスク=● 機会=●	検討すべき事項
技術革新による産業構造の変化	<ul style="list-style-type: none"> ● 新市場拡大タイミングの不透明さ(5G/6G、ヘルスケア等) ● 製品のコモディティ化による価格競争の激化 ● 新規ビジネスの機会拡大(自動車等の電子化に伴う電子部品搭載点数の増加、デジタルヘルスケアなど新市場への参入機会の増加等) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 市場・産業構造の変化への適切な対応
気候変動と脱炭素社会へのシフト	<ul style="list-style-type: none"> ● 異常気象の増加による生産拠点の稼働停止や生産能力の低下 ● エネルギー政策に伴う電力コストの増大、炭素税、排出権取引等による新たなコストの発生 ● 脱炭素社会・市場に向けた製品・サービスの開発・提供による売上の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● 脱炭素社会・循環型社会の実現
労働力不足	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材獲得競争の激化による採用コストの増加 ● 人材育成や技能伝承が進まないことによる競争力の低下 ● IT化・自動化の進展による労働生産性の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人的資本開発の強化 ● 労働環境・安全衛生・福利厚生を整備
地政学リスクの増大	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーンの分断による原材料・部材の入手難や価格高騰、および在庫の発生 ● 最適地生産や代替生産を可能とするグローバル生産体制による競争力の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーンBCMの強化
サステナビリティ・ガバナンス強化に対する社会的要請の高まり	<ul style="list-style-type: none"> ● 法令違反、人権侵害などによる企業ブランドの毀損および費用の発生 ● サイバー攻撃による情報漏洩やシステム障害の発生 ● 高品質・高信頼性の製品・サービスの開発による売上の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● コーポレートガバナンス・コンプライアンスの高度化 ● 人権の尊重 ● 情報セキュリティの堅牢化 ● 製品の品質と安全性の向上 ● 顧客からの信頼獲得

ESG マテリアリティ

SMKは、持続的な企業価値向上に向けて優先的に対処すべきマテリアリティを2023年度に特定しました。さまざまなステークホルダーの関心度と当社事業への影響を整理して設定したランク(優先順位)に基づき、各マテリアリティに対する具体的な取り組みを推進していきます。

■ 特定プロセス

STEP 1

中期経営計画策定委員会・CSR委員会・経営企画室

企業理念、ビジョン、企業行動憲章、社員行動規範、中期経営計画を踏まえ、事業環境・事業機会・事業リスクを整理

STEP 2

経営会議・社外役員会

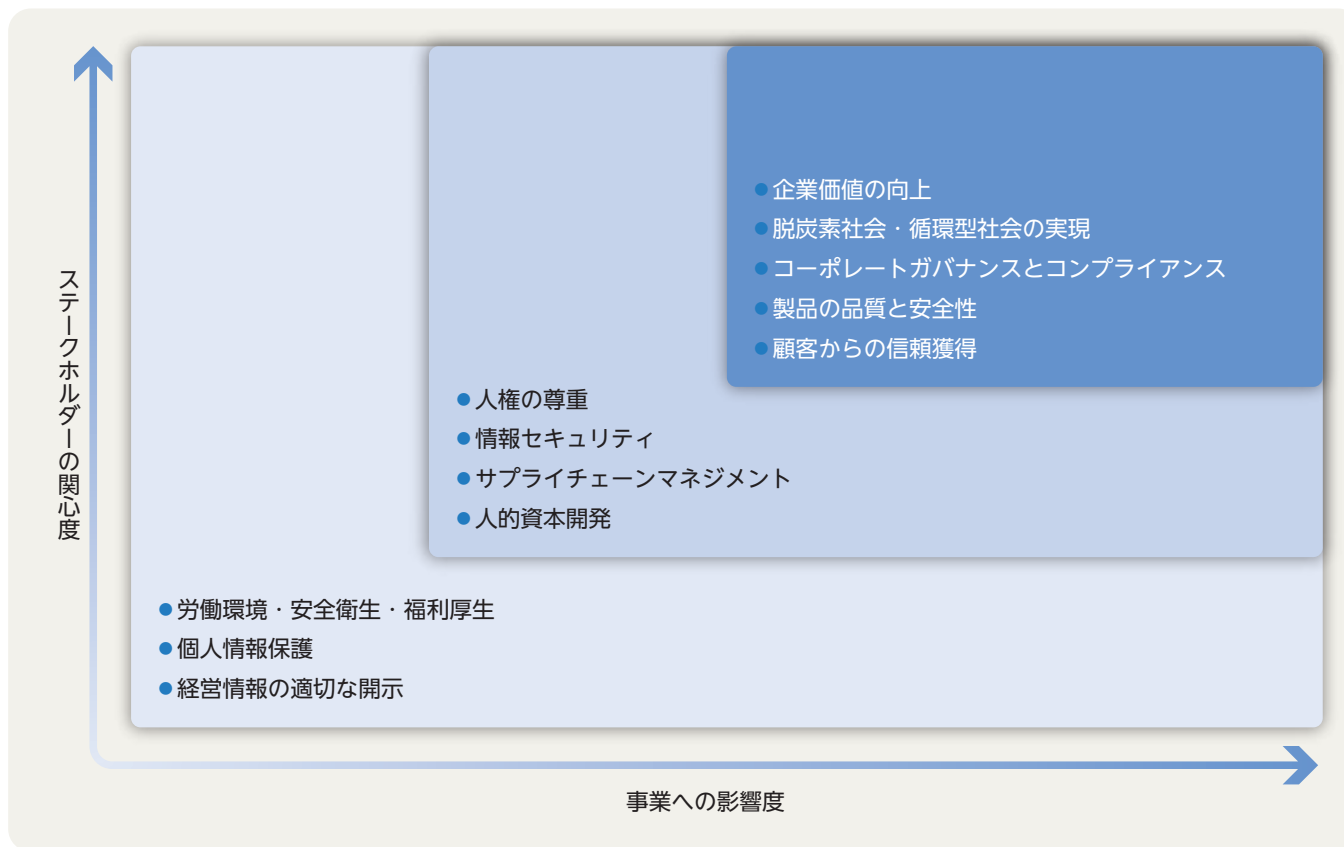
利害関係者(ステークホルダー)エンゲージメントを加味し、重要課題を抽出

STEP 3

取締役会

当社事業への影響度とステークホルダーの関心度を軸に重要課題を3ランクに分類

■ マテリアリティマップ



マテリアリティ	主な取り組み	詳細
企業価値の向上	中期経営計画の実行	→ p.08
脱炭素社会・循環型社会の実現	2045年にカーボンニュートラル達成	→ p.32
コーポレートガバナンスとコンプライアンス	ガバナンスの高度化 社員教育	→ p.37 → p.41
製品の品質と安全性	絶対品質の達成	→ p.25
顧客からの信頼獲得	顧客満足度の向上	→ p.35

財務資本戦略



執行役員、CFO
北平 至

金融機関勤務を経て2022年にSMK入社。同年9月に経理部(現財務企画部)部長に就任。2024年6月から現職の執行役員およびCFOを務める。

私は、金融機関勤務を経て、2022年より当社の経理部(現財務企画部)で経験を積み、2024年6月にCFO(最高財務責任者)職となり、あわせて広報室も担当することになりました。

私が担当する財務企画部は、従来の伝統的な経理機能としての役割に加え、経営戦略の策定や意思決定を支援する戦略財務機能の強化を進めています。また、これまで社長直轄であった広報室もCFOが担当することで、財務資本戦略と投資家向け広報(IR)の一体運営を行い、新しくスタートした中期経営計画「SMK Next100」の実現と当社の企業価値向上に取り組んでいきます。

経営概況

前中期経営計画期間(2021~2023年度)において、2021年度および2022年度の経営成績は、円安による業績押し上げ効果もありましたが、中期経営計画の目標値に近い実績でした。しかし、最終年度である2023年度は、コロナ禍の巣ごもり需要の反動減に伴う売上の減少や、新規ビジネスによる売上拡大が計画通りに進まなかったこと、また、主にSCI事業部の主要顧客の在庫調整が継続したことなどの要因により、売上は前期比15%減の465億円に、営業損益は、7億円の在庫評価損の計上を含め、12億円の営業損失となり、中期経営計画を達成することはできませんでした。

2024年度も、米国経済の見通し、中国経済の落ち込み、ロシアや中東などの地政学リスクなど依然として世界経済の不透明な状況が続いています。電子部品業界では市場によってまだらであるものの、一部に回復の兆しが見えつつあります。当社では

積極的な新製品投入に努め、市場の変化やお客様の潜在的なニーズに的確に対応し、「お客様の期待の一步先を提案する企業」に進化していくことで業績を回復軌道に乗せていきます。

■ 中期経営計画「SMK Next100」

当社は、2025年4月に創立100周年を迎えます。次の100年に向けて、著しい環境変化に的確に対応し、持続的な企業価値の向上に貢献していくために、「2035年長期ビジョン」ならびに2024年度からの3年間を計画期間とする中期経営計画「SMK Next100」を策定しました。最終年度である2026年度において、売上高600億円、営業利益率3.5%、ROE5.0%を達成するため、中期経営計画を着実に実行し、売上・利益の持続的成長に向けた取り組みと経営基盤の強化、ならびに資本・財務戦略の高度化を進め、企業価値の最大化を図っていきます。

■ 中期経営計画目標(2024~2026年度)

(百万円)	2023年度 実績	2024年度 予想*	2025年度 目標	2026年度 目標
売上高	46,522	48,000	52,000	60,000
営業利益	△1,243	200	700	2,100
営業利益率	△2.7%	0.4%	1.3%	3.5%

* 2024年10月発表の修正予想

■ 企業価値向上、資本コストや株価を意識した経営実現に向けた取り組み

現状、当社のPBRは1倍を下回っており、2017年度以降の業績の低迷と今後の成長への不透明感、利益のボラティリティの高さ、低営業利益率と低いROEが大きな要因だと認識しています。PBR1倍越えに向けては、売上・利益に対する成長期待とより一層の資本コストや株価を意識した経営の実行が必要です。

中期経営計画「SMK Next100」においては、CS事業部、SCI事業部、イノベーションセンターといった各事業部門が売上・利益の成長に向けて、着実な成長軌道の実現を図るとともに、生産体制の効率化によるコスト構造改革を推進します。さらに、経営管理の枠組みとしてROICを段階的に導入し資本効率を意識し

た経営を進めていきます。これらを着実に実行することにより、中長期的に当社の株主資本コスト(約9%)を超えるROE10%を目指していきます。

適正な株価形成には、ステークホルダーの皆様が当社の方向性を理解していただくことも必要です。情報開示のさらなる拡充と、株主総会や半期ごとのIR説明会、個別の株主・投資家の皆様との対話を通じて、当社に対するご意見をいただくとともに、当社の今後の成長戦略、持続的な企業価値向上に向けた取り組みを説明していくことで、相互理解に努めます。

■ 経営管理の高度化

当社では、2024年4月からの事業部の組織再編に伴い、売上および利益の最大化に向け、事業部に売上・利益責任を持たせ、事業部を軸に利益拡大の戦略を実行する体制としました。加えて、原価管理の高度化を行うとともに、PLの精緻化を進めることで、採算性の見える化を実現し、収益力の向上を進めていきます。ROIC経営の実践に向けては、ROICの計測と事業部によるKPIの設定を行い、改善に努めるとともに、ROICツリーを展開し、内外の責任者が集う経営計画発表会などの各種会議体で定期的に啓蒙・教育活動を行い、全社に浸透するように努めています。また、ROICの向上に向け、CCC(キャッシュ・コンバージョン・サイクル)の改善、資金繰り計画策定の精緻化にも取り組んでいきます。さらに、2024年度内を目標に投資撤退基準の策定も行い、資産の効率化を進め、財務健全性の維持に努めていきます。

● 政策保有株式

当社は、営業取引の関係強化につながるなど、当社の中長期的な企業価値向上に資すると判断した場合に、政策保有株式を保有しています。

政策保有の適否については、取締役会において、年に1回、検討し決定することとしています。また、年4回、保有先企業との取引状況、株価、配当などを確認し、政策保有の継続の可否について検討を行った結果を定期的に取締役会に報告しており、資産の効率化の観点から政策保有の意義が薄れたと判断した株式は、取引権限を定めた社内規定に従って売却しています。

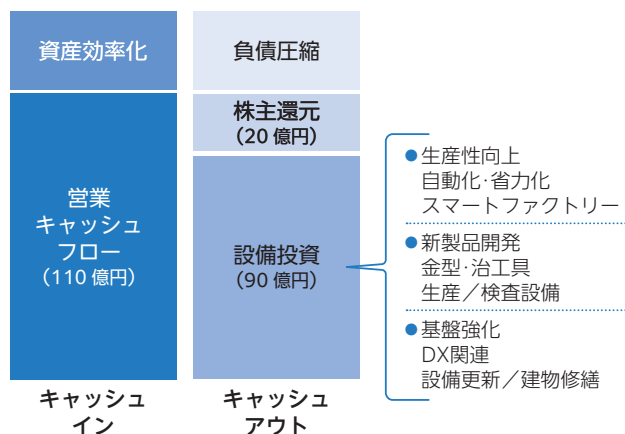
成長投資、財務健全性と株主還元の両立

●キャピタル・アロケーション

前中期経営計画期間においては、3年間で累計97億円の営業キャッシュフローを創出し、64億円の設備投資を行いました。また、配当実績は17億円となりました。設備投資の主な内容は、新製品開発や生産の自動化・省力化を図るための金型や機械への投資です。また、2045年度のカーボンニュートラル実現に向けて、2023年度には、国内外の事業所において、太陽光発電設備の導入・拡張を行いました。

新中期経営計画期間においては、110億円のキャッシュを生み出し、持続的な成長のための設備投資に90億円を充て、株主還元を20億円実施していく予定です。生産性向上に向けた設備の自動化・省力化、新製品開発のための生産・検査設備の導入や経営基盤強化に向けたDX関連などの成長投資を行います。

■中期経営計画(2024~2026年度)

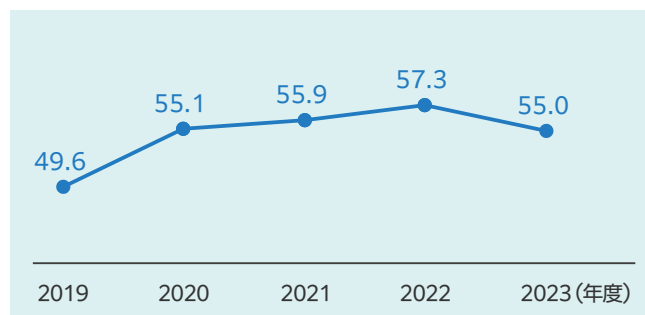


●財務の健全性

電子部品業界は世界経済や製品需要の影響を大きく受けるため業績の変動が大きいことから、当社では、事業の持続的な発展のため健全な自己資本を維持する方針とし、財務の健全性の観点から自己資本比率は50%程度、DER(デット・エクイティ・レシオ)は0.5倍以内を適正と考えています。2024年3月末は、総

資産が前年度より20億7千9百万円減少し、584億4千4百万円となりました。自己資本は利益剰余金の減少や為替換算調整勘定及び退職給付に係る調整累計額がそれぞれ増加したことなどにより、1億3千1百万円減少し、321億4千3百万円となり、自己資本比率は55.0%となりました。またDERは0.4倍となっています。

■自己資本比率(%)



●株主還元

当社は、当期の連結業績を基本として、中長期的な配当性向や内部留保の状況などを勘案し、剰余金の配当を決定しています。当社の剰余金の配当は、中間配当および期末配当の年2回を基本的な方針としています。内部留保については、将来の成長、発展のために必要な研究開発ならびに設備投資に投入し、企業価値の向上を図るとともに利益の増大に努めます。

2023年度は、利益が期初計画を大幅に下回りましたが、期初計画通りの配当を実施しました。

また、当社は2023年10月開催の取締役会において、株主還元の充実と資本効率の向上のため、総額5億円を上限とする自己株式の取得を決定し、2024年3月に200,000株を取得しました。

新中期経営計画期間中においては、今後も事業環境の変化に対応するための上述の財務健全性の維持を前提に、DOE(株主資本配当率)2%程度を目途とした配当を継続するとともに、業績に応じた機動的な自己株買いを組み合わせた株主還元を目指します。

■サステナビリティ・リスクマネジメント

当社では、この7月にサステナビリティ推進体制を再編し、新たにCSR・サステナビリティ委員会を設置しました。サステナブルな成長の推進、CSR、事業継続・リスクマネジメントに関する全社的な課題の審議・調整を担当しています。当社の財務企画機能を担う部門としては、外部環境や市場の変化に柔軟に対応するために、以下のようなリスクヘッジを行うことが必要と考えます。

●為替の変動リスク

当社の海外売上高の割合は約7割を占めており、米国ドル建てを主として取引をしています。為替予約などにより相場の変動リスクをヘッジしていますが、為替変動による影響を完全に排除することは難しく、一般に、円高に振れた場合には利益が減少します。外貨建て資産のコントロールも通じて為替変動リスクをミニマイズしていきます。

●原材料の調達と価格変動

当社は、原材料や部材をサプライヤーより調達しています。サプライヤー各社とは安定供給のための協力関係を築いていますが、需要の急激な変動に伴う供給元からの調達難や仕入れ価格の上昇が発生した場合、生産遅延やコスト上昇により、業績に影響を及ぼす可能性があります。これに対して、当社では、サプライチェーンマネジメントの強化に取り組み、代替調達先の確保や長期供給契約の締結などを通じて原材料や部材の安定的な確保に努めています。

■ステークホルダーからの信頼獲得に向けて

社会の要請、市場や投資家などのステークホルダーが当社に求める期待、事業を取り巻く環境は大きく変化しています。こうした変化に適切に対応するとともに、成長分野への資源シフトを行い、着実に企業価値を高めていくことがステークホルダーからの信頼獲得につながると考えています。今後とも長期的視野に立ち、着実に資本・財務戦略を遂行していきます。

事業別戦略

CS事業部

主な製品

コネクタ(同軸、基板対基板、FPC)、ジャック

製品と技術の一例

● 車載カメラ用コネクタ



● USB Type-C™ レセプタクル



執行役員・CS事業部長
菅野 英雄

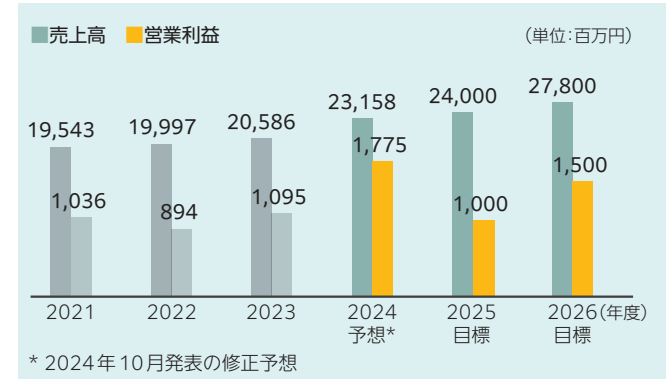
前期業績の振り返り

2023年度の業績は、前中期経営計画の目標値は未達でしたが、2023年度の期初予想の売上高227億円、営業利益10億円に対し、実績は売上高が205億8千6百万円、営業利益10億9千5百万円となり、減収ながら営業利益は期初予想に届く結果でした。EVを強力に推進する中華圏の車載市場にて売上拡大を目指しましたが、市場が活況な故に、現地ローカルの部品メーカーをはじめとした価格競争が一層厳しいものとなりました。国内では日系スマホメーカーの相次ぐ撤退や、好調だったアミューズメントにおいて需要が一巡したことによる在庫調整などの影響がありました。利益面では、ウクライナ情勢や米中貿易摩擦などに伴う材料費や輸送費などの高騰により、材料比率が上昇し、利益を圧迫しましたが、フロントローディング型開発への体質改善や、自動化を一層高めることに取り組んだ効果もあったと自己評価しています。

新中期経営計画(2024~2026年度)の戦略

EV化へ向けた自動車の大きな変革とともに始まったCASEへの取り組みは、その技術の活用性の高さから、自動車に限らず新たな乗り物を生み出すなど、xEVのフィールドはますます広がっています。また、環境意識の高まりに伴い、再生可能エネルギー分野で技術開発が進むとともに、産機分野ではロボティクス化とあわせて、機器のメンテナンス性や拡張性、製造工程の生産性向上への取り組みが加速しています。民生・情報通信市場が牽引してきた電子部品は、現在では自動車や産業機器の変革とともに市場が広がり、開発される技術は市場の枠を越えて相互で活用され、その必要性はますます高まっています。

2024年度からの新中期経営計画では、重点市場としてパーソナル



モビリティなど新しいカテゴリーの乗り物も生まれてくる車載市場を筆頭に、民生・産機など、これまで活動してきた市場でのビジネス拡大にも引き続き取り組み、最終年度の2026年度には、売上高278億円、営業利益15億円、営業利益率5.4%を目指します。

これからのCS事業部

部品の集積化、機能の高度化の進展に伴い「コネクタは不要になる」と囁かれた時期がありましたが、エレクトロニクス化があらゆる分野に広がる中で、コネクタの使われる場所はますます増加し、そのニーズは多種多様化しています。私たちは、モバイル機器の小型・薄型化、産業機器の大電流化、カーエレクトロニクスの高速伝送化などの課題をお客様と共有し、その解決に向けた最適な提案を行ってきました。そのような提案が、実績とともに分野を超えて展開され、多くの製品の付加価値向上に貢献しています。信頼いただける高い品質とリーズナブルなコストでの安定した提供を続けられるよう、製品開発、製造技術の高度化に継続的に取り組んでいます。製品開発では、開発段階で性能・品質の確からしさを高めることを目的に、さまざまなシミュレーション解析を導入しています。製造技術では、工程間に検査を入れることで、総合的なロスの低減と品質の安定化を図るとともに、それら検査の自動化にも取り組み、自動検査の技術向上に努めています。また、最適な生産方式の追求として、オリジナルな製造装置も社内でも開発しています。

このようにして培ってきた技術力をさらに高めつつ、これからもお客様のニーズがあるところへ最適な提案を提供し、豊かな社会づくりに貢献していきます。

中期経営計画

■環境認識・機会とリスク

環境認識

- 世界経済・世界情勢の先行き不透明感の継続
- 車載市場のトレンドであるxEVとADAS(先進運転支援システム)、そして新カテゴリーのパーソナルモビリティも含めた分野での電子部品の需要増大
- 再生可能エネルギー関連市場の成長
- サプライチェーンを含めたグリーンエネルギー対応への要求の高まり

機会

- xEV化加速に伴うコネクタ需要の拡大
- グリーンエネルギー市場の拡大による需要拡大
- 機器のワイヤレス化に伴う新機種開発の増加

リスク

- サプライチェーンの混乱
- 原材料費の高騰
- グリーンエネルギー対応のためのコスト増
- 機器のワイヤレス化に伴う接続コネクタの減少

重点市場

車載、民生、産機の市場を中心に各市場のニーズを捉え、最適な提案を提供

- 車載：xEV・ADAS、E-Bike
- 民生・産機：スマートフォン、タブレット、ウェアラブル、アミューズメント、再生可能エネルギー関連

成長戦略

製販一体での受注拡大、開発段階での品質のつくり込みによる開発期間の短縮

- 現有資源とDXの相乗効果を最大限に活用した提案力で、顧客ニーズを捉え、受注を拡大
- フロントローディング型の製品開発

ものづくり戦略

創業以来培ってきた“ものづくり力”。さらに磨きをかけていく歩みを止めず、新たな技術を探求。

- シミュレーション技術の高度化による品質の早期つくり込み
- スマートファクトリー、製造工程のスマート化推進(DX化、無人化)

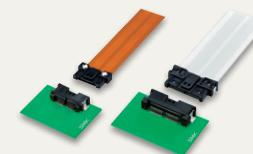
トピックス

車載市場

- xEV、ADAS向けコネクタの開発強化
- BMSの軽量化、薄型化への提案

ADASの進展により需要が拡大している車載カメラ用コネクタや、ECU(エレクトロニックコントロールユニット)をつなぐコネクタの高速伝送への対応を強化しています。

また、EV市場の拡大に伴い、BMS(バッテリーマネジメントシステム)等をターゲットとした、機器の軽量化・薄型化に貢献するロック付きFPCコネクタ[FV-1]や低背圧着コネクタなどを製品化し、EVを中心に活用の幅を広げています。その他の製品群も含め、ますます伸長するモビリティ分野向けのコネクタ開発に注力していきます。



FPCコネクタ[FV-1]



イーサネットコネクタ[SE-R1]

ICT市場

- 小型・薄型化、高速伝送の追求
- ウェアラブル向けコネクタの積極投入

小型・薄型化と高速・高周波対応へのニーズが高まる中で、業界最小サイズを目指しながら、接触信頼性の確保や高速伝送技術を駆使した製品の開発に取り組んでいます。

また、機器の高速化に伴い、ノイズ対策製品の需要も高まっているため、アースターミナルのラインアップをさらに拡充しています。

このような製品をスマートフォンやウェアラブル市場へ積極展開することにより、売上拡大を目指します。



Ultra Small Terminal

強み

これまでの100年で磨き上げてきた確かな技術力

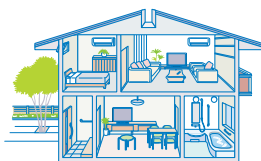
- ▶ 小型・高速伝送設計
情報通信市場で培った業界最小・最速通信コネクタの開発、高信頼性
- ▶ カスタム対応
独自構造+Flexibleなカスタム対応、豊富な実績
- ▶ 自動化
高速・高品質での汎用性の高い設備開発、コスト対応力・納期対応力



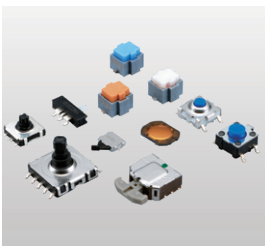
主な製品 リモコン、スイッチ、カメラモジュール

製品と技術の一例

● リモコン



● スイッチ



● カメラモジュール



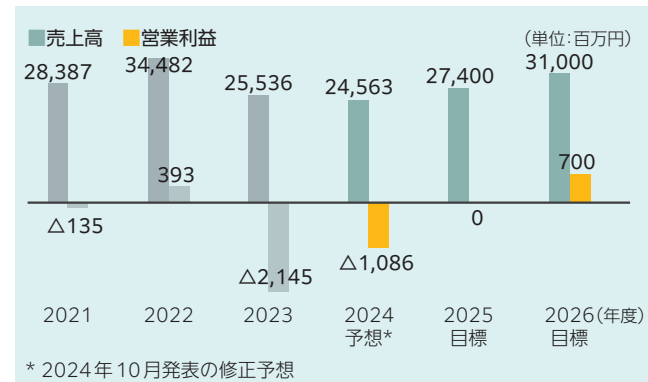
執行役員・SCI事業部長
伊東 崇

前期業績の振り返りと前中期経営計画の達成状況

前中期経営計画における最初の2年間(2021年度、2022年度)は順調に計画を上回る売上高を達成していましたが、最終年度の2023年度の売上高は255億3千6百万円、営業損失は21億4千5百万円となり、売上・利益ともに大きく失速しました。コロナ禍からの急速な回復後の反動もあり、特にE-Bikeを含む車載市場やエアコン、空調関連などの家電市場での市況の悪化や、主要顧客における在庫調整の長期化が大きく影響しました。急激な売上減少による工場の稼働率低下や材料価格の高騰および高止まりへの対応策を実行してきましたが、売上急減のスピードに追いつけず、カバーしきれませんでした。また、回収見込みの低い棚卸資産の整理による評価損も大きなマイナス要因となりました。

新中期経営計画(2024~2026年度)の戦略

2024年度からスタートした新中期経営計画においては、最大の課題である「売上拡大」と「黒字化」に注力し、早期業績回復を図っていきます。重点施策として、既存ビジネスを軸とした新体制での集中拡販による売上拡大とあわせて、次期主力製品の創出に向け、センサー/センシングをキーとした新分野での高付加価値製品の開発と新規市場開拓に注力し、早期ビジネス化の実現に向け積極的にチャレンジしていきます。これらの施策を着実に実行し、最終年度となる2026年度に売上高310億円、営業利益7億円を目指しています。



これからのSCI事業部

現在の市場環境において、車載市場ではEVやADASに対する要求の高まりがあり、また民生・産機市場ではAIやIoTの活用がさらに進んでいます。これに伴い、お客様や各市場でのニーズは変化し続け、多様化が加速しています。このようなビジネス環境の中、従来から培ってきた「Sensing技術」「Communication技術」「Interface技術」を単独で進化させるアプローチだけでは、お客様の期待に十分に答えることが難しくなっています。

私たちは、これらの技術をクロスさせ、また融合することで新しい付加価値を生み出していくことが重要であると考えています。今後は、保有する技術のシナジー効果を最大限に引き出し、新規事業の創出を加速させていきます。そのためにも、市場に必要なとされる機能や、システムとして新しい付加価値の創出に向けて積極的に取り組みます。さらに、すでにPoC(概念実証)などの具体的な取り組みを進めている事項に関しては、早期の実用化とビジネス化を目指し、注力していきます。

これらの取り組みを通して、変化し続けるお客様や市場のニーズ、そして社会課題を的確に捉え、柔軟に対応しながら最適なソリューションを積極的に提案し、安心・安全な社会づくりへの貢献と持続可能なビジネスの両立を目指していきます。

中期経営計画

■ 環境認識・機会とリスク

環境認識

【市場】

- 環境対応製品へのシフトの加速
- AI活用製品の急速な広がり
- 安全・健康・見守りに対する意識の高まり

【サプライチェーン】

- 半導体・電子部品逼迫状況からの回復
- 部品メーカーの影響力拡大
- 市場の落ち込みによる中間在庫の拡大

機会

- CASE、IoT、AIなどの新規市場への参入機会の増加
- 既存製品の国内市場への展開拡大
- BCP生産体制要求、複数拠点生産要求の増加

リスク

- 世界的な物価高による原価の高騰および為替リスク
- 競合先の変化(EMS*、顧客内製化)
- ビジネスモデル(要求)の変化

* Electronics Manufacturing Service(電子機器製造受託)

重点市場

- 家電：エアコン
- 住設：サニタリー
- 車載：E-Bike、カメラモジュール

成長戦略

▶ 新市場開拓

- センサー/センシング製品：高付加価値製品のビジネス化

▶ 既存市場の維持拡大

- 車載市場：E-Bikeビジネスの拡大(国内・海外市場)
- 家電・住設市場：主要顧客への深耕

成長に向けた組織力強化

▶ 新市場・新規顧客開拓専任部隊の設置

- 注力製品の拡販部隊を専任化し、国内外問わず集中拡販

▶ 生産体制の見直し：BCP要求に伴う複数拠点生産、国内回帰要求への対応

- 国内生産事業所の拡張(富山、ひたち)
- 海外生産事業所(メキシコ、中国、マレーシア、フィリピン)の有効活用

▶ 生産性向上：生産ラインの省人化・適正化推進

- 省人化：「人」と「ロボット」の共存生産ラインをグループ全体で展開
- 生産設備の汎用化：設備投資の効率化推進
- AI技術活用による生産性向上の推進

トピックス

センシング製品のビジネス化に向けた取り組み

次期主力製品の創出に向けた取り組みとして、センシング技術と既存技術、AIとの融合による製品化と新規市場開拓に注力します。オリジナルのミリ波センサー「Milweb®」を基盤に、保有する技術やAIとの融合により、新製品開発および新規ビジネスの開拓を進めています。ミリ波センサーは距離、速度、角度を高精度で検知できるため、車載やヘルスケア、無人機などのさまざまな製品やアプリケーションの開発に適しています。すでに車載用途における具体的な大型プロジェクトや、その他複数の分野での実証実験が進行中であり、早期のビジネス化を目指して活動中です。2023年には、ミリ波センサーの評価キットをリリースし、多種多様な分野から多数の問い合わせを受けています。これに積極的に対応することで、新規ビジネスの創出およびビジネス化の実現に向けた取り組みを加速しています。

ミルウェブ 【Milweb®】

心拍数、呼吸数、位置、人数、距離、速度などを検知するセンシング技術とアルゴリズムを融合したミリ波センサー



評価キット
Milweb® Application Kit [MAK]

【ミリ波センサーの活用例】

医療・ヘルスケア



呼吸や心拍数を非接触でモニタリングする

無人機



速度や距離、位置を把握し、操作を補完する

エンターテインメント



ユーザーの動きを検知し、ゲームに反映させる

強み

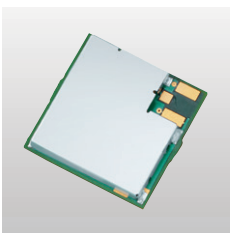
- ▶ 製品の多様性
基礎技術を幅広く保有し、複合・応用対応が可能
- ▶ ワンストップサービスの提供
営業 - 開発 - 生産 - 販売を完結できる一貫体制を確立
- ▶ リスク対策
多拠点生産によるBCP対応が可能

イノベーションセンター

主な製品 無線モジュール、NFC アンテナ

■ 製品と技術の一例 → 詳細についてはp.22の注力分野および成長戦略をご参照ください。

● Sub-GHz通信システム



● 音声による病気、感情の分析技術



● UWB方式見守りセンサー



取締役常務執行役員・
イノベーションセンター長
原 哲雄

■ イノベーションセンターの新設について

これまで、旧開発センターではBluetooth®やSigfox、独自通信プロトコル、Sub-GHzの通信モジュールを主力製品として販売しつつ、新たな事業領域を見据えた先行開発を行ってきました。また、旧マーケティング部では、IoT分野とヘルスケア分野のオープンイノベーションをベースとした新規事業開発に取り組んできました。

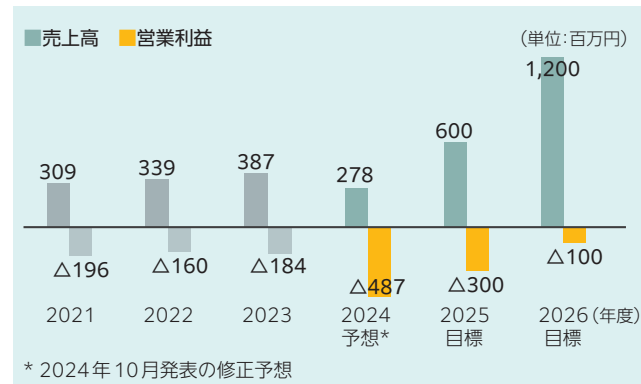
新規事業開発リソースの一本化を目的として、開発センターとマーケティング部内でオープンイノベーションを推進していた課を統合し、2024年4月にイノベーションセンターを発足しました。また、営業担当者をイノベーションセンターの直属とすることで、事業開発と営業力強化のスピードアップを図っていきます。

イノベーションセンターのミッションは以下の3つです。

- ①社会課題解決型のソリューションビジネスを創出
 - ②独自性のある高付加価値技術・製品によりSMKの次の収益の柱を創出
 - ③従来型のハードウェアビジネスにアルゴリズム等のソフトウェアやサービスを組み合わせた新たなビジネスモデルを創出
- 社内開発と社外の先端技術を活用したオープンイノベーションを組み合わせ、これらの実現を目指します。

■ 前期業績の振り返りと前中期経営計画の達成状況

前中期経営計画の最終年度である2023年度の開発センターの業績は、売上高11億円の中期計画に対し、実績は3億8千7百万円と大幅な未達となりました。通信モジュールによる売上増を計画していましたが、Bluetooth®モジュールにおいては、競争激化のため新規受注に至りませんでした。既存顧客に対しては、入手難であったICチップの



確保を行い、売上維持に努めましたが、顧客の所要減もあり減収となりました。Sub-GHz通信システムに関しては、システム照明向けの量産が開始となりましたが、売上目標達成とはなりません。マーケティング部のオープンイノベーション関連については、前中期経営計画の期間を実証実験フェーズと位置づけており、2024年度以降に売上に貢献していく見込みです。

■ 新中期経営計画(2024~2026年度)の戦略

IoT領域においては、Sub-GHz通信システムを中心に、各種センサーとの組み合わせや顧客用途に応じたアルゴリズム開発により、各業界のDX推進に対応したIoTソリューションの提供にフォーカスし、ハードウェア+ソフトウェア+サービスの新たなビジネスモデルの構築を目指します。開発中のNFCアンテナについては、小型、通信性能の高さという優位性を活かして、需要拡大が見込める車載領域などにフォーカスしていきます。

ヘルスケア領域においては、音声による脳疾患スクリーニング技術の市場投入を進めるとともに、電波式センサーを使った高齢者見守りサービスについて、実施で小規模実証実験を行ったうえで、正式にサービスの提供を開始します。筋電センサーにおいては、ゴルフのスイング、ランニング、スポーツジムでのトレーニング時の筋活動の可視化を用途として、市場投入を目指します。

中期経営計画

■ 環境認識・機会とリスク

環境認識

- IoT市場のさらなる伸長（牽引市場）デジタルヘルスケア、スマート家電、車載、産機

機会

- 物流市場の成長
- 生体情報を活用したヘルスケア市場の伸長

リスク

- 汎用ハードウェアのコモディティ化の進行
- 技術の差別化に向けた競争の激化

注力分野

業界横断的に需要拡大が期待されるヘルスケア分野

- ▶ **筋電センサー**：筋力の可視化によるフレイル予測
- ▶ **生体センサー**：心拍変動データの取得による非接触での人の状態推定（Pontosense社と販売提携）
- ▶ **音声による分析技術**：40秒程度の音声により軽度認知障害（MCI）・うつ病を簡易に分析
早期発見から改善につなげ、誰もが健康に長生きできる社会に貢献。（Canary Speech社と技術提携）
- ▶ **電波式（UWB方式）見守りセンサー**：位置や転倒+心拍+呼吸を検知
浴室での転倒や水没といった危険をリアルタイムで検知し、迅速な対応を可能に。さらに、日常生活動作のデータを収集し、睡眠や活動レベル、転倒リスクを分析して健康状態をモニタリングすることで、高齢者が安心して自立した生活を長く続けられる環境を実現。（EchoCare社と技術提携）

成長戦略

- コア技術である通信モジュールとセンサー、自社開発アルゴリズムを組み合わせたソリューション開発推進による高付加価値ビジネスの推進
- 需要拡大が期待されるヘルスケア分野において、オープンイノベーションの活用による新規事業の立ち上げ

成長戦略の具体例

▶ Sub-GHz通信システム

特長 920MHz帯の独自通信プロトコルを用いた通信システム。Bluetooth® low energyやWi-Fi®では通信が困難な、金属などに囲まれた環境でも、隙間から通信が行える。用途に沿った通信仕様のカスタマイズや、さまざまなセンサーと組み合わせたシステムの構築が可能。

用途例 店舗内の設備監視システム、物流における温度管理システム

▶ NFCアンテナ

特長 フェラライトコアに金属細線を巻き付けたコイルタイプのアンテナ。小型・薄型のため、アンテナ配置がフレキシブル。

用途例 スマートキー（車のドアノブやピラー、家のドアノブにNFCアンテナを内蔵し、スマートフォンやカードをアンテナにかざして施錠・解錠）

トピックス

Sub-GHz通信システム

① 物流における温度管理システム

物流企業から、倉庫内の温度管理用にSub-GHz通信システムとセンサーを組み合わせたユニット品を受注しました。密閉された倉庫の中から外部への通信が課題となっていました。当社技術の通信性能が評価され、受注に至りました。今後はトラックの荷台の温度管理や冷房装置の故障検知などにビジネス拡大を目指します。

② 店舗内の設備監視システム

小売店舗用冷凍冷蔵ショーケースの温度管理システムに付加する故障検知システムの実証実験を2024年の夏に実施しました。Sub-GHz通信システムと温度センサーのユニットに故障検知アルゴリズムを加えることで、付加価値の高いソリューションビジネスを目指します。



音声による脳疾患検知技術

SMK、イーピーエス株式会社、株式会社Helteの3社で業務提携契約を締結し、会話コミュニティサービス「Sail」* を利用する高齢者の音声データから健康状態の変化、特に認知症の兆候を判定する新サービス「Sail 脳カツ」を開発、2024年4月に提供を開始しました。SMKが開発した音声分析のAIアルゴリズムが使用されています。

* Helteが提供する、日本語を学ぶ世界の人々と日本人が気軽に安全に日本語で交流できる1対1の会話コミュニティサービス



強み

- ▶ **高周波の技術力**
通信モジュールやアンテナ設計で培った高周波の技術力
- ▶ **ハードウェアと連携したアルゴリズム開発力**
ハードウェア（センサーなど）と連携した実用的なアルゴリズムの開発力
- ▶ **顧客仕様を満たす設計力**
回路設計やソフトウェア、アルゴリズムを組み合わせ、さまざまなお客様の要望を実現

研究開発戦略



代表取締役副社長、CTO
池尾 政信

1979年にSMK入社。2012年にCS事業部長に就任し、コネクタを専門とする中国・深圳工場の立ち上げにも携わる。2013年に執行役員、2018年に常務執行役員に就任。2022年から現職の代表取締役副社長、CTOを務める。

Let's create innovation!

— 新しい考え方や技術を取り入れて

新たな価値を生み出していこう！—

■ もっと創造的に、もっと繋がる

SMKは、「可能性の追求を通して総合的な高度技術により、情報社会の発展に寄与する」を理念に、「CREATIVE CONNECTIVITY」をビジョンに掲げ、社会やお客様の課題に対するソリューション提案・付加価値提案のための研究開発を継続的に進めています。

エレクトロニクス業界ではモバイル機器が成熟から飽和への移行期に差し掛かり、コロナ禍の終焉によりモノからサービスへの移行が進んでいます。また、次世代通信の5Gは、日本での商用サービス開始から4年経った今でも、ミリ波帯域の使用率が全体のトラフィックの0.1%にとどまっています。このように、我々電子部品メーカーにとって不透明な市場環境ですが、目覚ましく進展しているデジタル化・IoT化の流れは着実に続くでしょうから、今後も持続的な成長が期待できます。

メーカーにとって研究開発は普遍的な競争力の源泉だと考えています。電子情報産業の中の電子部品という領域で、長きにわたり培い磨き上げてきたコアテクノロジーをさらに進化させ、ユーザビリティや対環境性能など、お客様のセット（最終製品）の新たな価値創出に貢献し、社会の利便性向上に貢献できることを大きな喜びとして、日々努力を重ねています。

来年2025年4月には創立100周年を迎えます。「あらゆるニーズを実現する”ものづくり力”で、次の100年に貢献する」という長期ビジョンのもと、エレクトロニクスを活用する全てのお客様の課題を解決する商品やサービスを提供し、豊かな社会の創造に貢献していきます。

■ 3本の矢

「オリンピック」と商標登録したパワートランスからラジオ受信機の製造を経て、戦後に電子部品メーカーとして再出発して以降、機構部品・接続部品の領域で独自技術を蓄積し、現在はCS事業部、SCI事業部、イノベーションセンターの3つの事業部門で研究開発を展開しています。



コネクタやスイッチを主体とする接続部品では、小型・薄肉・低背・操作性・堅牢性・EMC・高速伝送・大電流対応をキーワードに機構設計の高みを追求するとともに、できるだけ人の手を介さない高速でのものづくりと、ITを活用した稼働データ収集システムを取り入れた生産技術の高度化を進めています。

無線通信技術から発展したセンサーやモジュールなどを複合した機構部品では、機構設計・回路設計・ソフト開発技術を融合させたユニット製品で、多様化する顧客ニーズに 대응しています。また、センシング+アルゴリズムの複合技術を応用したモジュール化によって、さまざまな用途で使用可能な先進的な商品も開発しています。

それぞれ固有の技術に磨きをかけ、最先端技術を駆使して高付加価値デバイスを生み出していく。目指すはOnly One製品・No. 1製品です。

社会課題へのソリューション提案を通じて新たな事業領域の開拓にも取り組んでいます。当社の研究開発力と社外の先端技術を活用したオープンイノベーションにより、ヘルスケア・スマートホーム・車両・物流・建設などの新たな領域で、ハードウェア+アルゴリズム+サービスをセットにした新たな事業の創出を図っていきます。

要素技術やビジネスモデルの異なる3つの事業を並列で共存させ、コア事業はプロダクトインで、新規事業はマーケットインで、理念・ビジョンを抱きながら研究開発を推し進めています。

■ トランスナショナルな連携

SMKは、国内3拠点に加え、米国・メキシコ・中国・シンガポールに開発拠点を展開しています。Design in Marketを基本にトランスナショナルな開発体制を敷き、本社をセンターとして、本社と各拠点、および各拠点間での双方向の連携を図っています。各開発拠点がその地域でのワンストップサービス（営業・設計・生産の一貫体制）における設計機能を果たすとともに、拠点間で新技術の共有や設計工数・習熟度の補完を行いながら開発を進めています。

■ 研究開発の活性化

直近3年間は、設計技術者数、開発プロジェクト件数、開発ロードマップ登録テーマ数など、研究開発に関する指標が活性化できていないと反省しています。商機と商品開発は鶏と卵の関係にあり、どちらが先かは議論のあるところですが、研究開発は普遍的な競争力の源泉ですので、ビジネスリテラシー^{*1}とテクノロジーを両輪で強化していかねばなりません。そのため、質と量の両面で研究開発の活性化に向けた取り組みを展開しています。

^{*1} 商機を得て実らせるための知識、情報力、説明力、行動力、調整力、人脈構築力など

■ 専門性と想像力と勇氣

技術者には自身の担当分野で圧倒的な専門知識を身に付けていてもらいたいのですが、のめり込み過ぎて視野が狭くなると、枠に嵌めた範囲の中で思考しがちで、新たな気づきを見逃してしまう恐れもあります。そこで、多様な視点や考え方、アプローチを醸成するために、さまざまな分野の技術者が交流する場として、技術発表会や技術推進会議を定期的に開催しています。世界各地の技術者が発表するさまざまなテーマに対して、出席者にとって専門外の分野であっても活発な質疑応答が行われ、連携が深まると同時に楽しいディスカッションが生まれています。きっと技術者魂をくすぐられるのでしょう。

技術者には在任中に少なくとも一度は自身の研究開発について発表してもらっています。こうした場で日々の活動成果を自己表現することは、個の成長と価値向上にもつながっていきます。また、経営層にとっても、技術者の成長過程を垣間見る良い機会となっています。

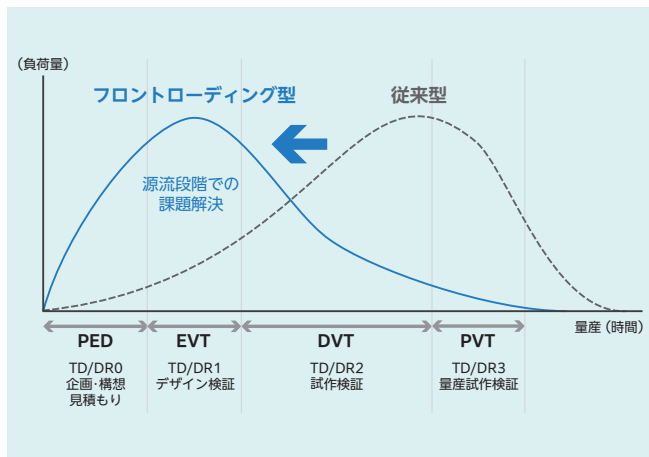
何といたっても技術は人が作っていくものですから、人と技術の連携が不可欠です。技術者には、専門性に特化した人材ではなく、特定分野の専門的な知識や経験、スキルを蓄積したうえで、その他の幅広いジャン

ルに対しても知見や関心を持つ人材に育ててもらいたいと望んでいます。

イノベーションは異種の組み合わせで生まれることが多いものです。高い「専門性」と先を見る「想像力」、そして少しばかりの「勇氣」を持って“Let's create innovation”、新しい考え方や技術を取り入れて新たな価値を生み出していく技術者を育てていきたいと思っています。

■ フロントローディング型製品開発

新製品開発プロセスでは、フロントローディング型開発を推進しています。DR^{*2}0からDR3までの各ステップで、それぞれ想定される問題点を徹底的に潰し込み、EVT・DVT・PVTでの試作評価における各検証段階を手戻りなく進捗させることで、量産移行前に製品品質と工程品質を確立することを目的としています。



進捗管理には製品開発マネジメントシステムを導入し、各ステップでのタスク実行やTD^{*3}での技術的議論・問題点解決議論、DRでの次ステップへの移行可否判断を確実にし、残課題を次ステップに持ち込まない未然防止策を講じています。加えて、良き事例と悪しき事例を蓄積したLessons Learned Reportを活用して、TDおよびDRの質の向上を図っています。

また、量産試作評価システム「MSEC」^{*4}を制定し、DVTでの個品^{*5}SPVR^{*6}とPVTでの製品SPVRを実行し、工程能力を検証し十分高めることによって良品条件を定めています。

新製品開発プロセスは、製品ごとに各部門から選出されたクロスファンクショナルチームによって進められますので、各技術者が個の知識と力量を発揮する場であると同時に、学びと成長の場でもあります。「生

まれの良い新製品だね！」と言われることを目指しています。

- *2 DR : デザインレビュー
- *3 TD : テクニカルディスカッション
- *4 MSEC : Mass-Production Shift Evaluation Criteriaの略。
- *5 個品 : SMKの製品を構成する部品のこと。
- *6 SPVR : Serial Process Verification Runの略。量産時と全く同じ条件で、製品・個品ごとに定められた時間・数量・サイクルを生産して行う検証。

■ 設計しやすい環境整備

優れた製品を生み出していくために、設計しやすい環境の整備に取り組んでいます。その一つとして、シミュレーション技能のスピード・精度・レベルの向上を目指し、多様な解析を可能とするCAEツールの導入を進めています。目に見えない物理現象を可視化することで、試作実験を繰り返さずに完成度を高めることができ、要件定義に対する論理的な設計構想と設計の確かさを裏付けられることができるシミュレーションは、フロントローディング型製品開発を実現するための有効な手段です。

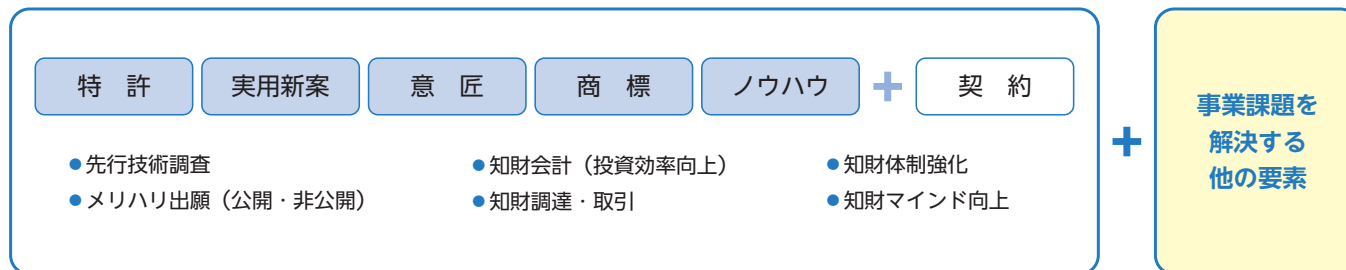
また、解析レベルを4段階に設定し、レベルごとに設計者教育を行っています。

- Level 1 : 個品レベルの解析
- Level 2~3 : 動的解析、静的解析、熱伝導解析など
- Level 4 : 連成解析、最適化解析などの高難易度解析

Level 1では、設計者自身が解析と作図・設計を同時に行える状態を目指しています。設計者自身が納得するまでシミュレーションができて、完成度が高まるとともに、開発時間を従来の半分に短縮できています。

製品情報管理システム(PDM)の構築も進めています。CADデータや部品表(BOM)、解析・試験データや技術文章など、製品や設計に関する情報を一元管理する集約システムです。このPDMと基幹システムとを連携させることで、設計効率の向上と、ものづくり部門との情報の共有と利活用を進めています。特に数百点の受動部品を使用する製品で

■ 知的財産に関する施策



は、BOMの外部情報サービスとの自動マッチングによって、各パーツのステータスやライフサイクル、環境コンプライアンス対応などの最新状況が一目で分かるようになり、設計者の調査工数を飛躍的に削減しています。

設計者にはできるだけ「考える時間」を確保させることをモットーに、これからも設計しやすい環境整備に取り組んでいきます。

■ 知財戦略

知的財産は事業成長や企業価値向上、新規事業創出のための重要な経営資源と考え、その適切な保護と活用に努めています。

事業リスクの最小化を図る「守りの知財」と、事業機会の最大化を図る「攻めの知財」の両面で知的財産を活用していくために、知的財産の権利化と権利の維持に努めると同時に、第三者の知的財産権を尊重することを基本方針としています。研究開発・商品開発の初期段階から公開情報の綿密な調査を行うとともに、アイデアの権利化とより強い権利化のための思考を重ねながら知財戦略を進めています。

さらに、スタートアップへの出資や大学との提携など、オープンイノベーションによる異業種・異分野との共創を通じて、社会課題に対するソリューションという新規ビジネスの創出を加速しています。

こうして生まれた知的財産は企業価値向上のためのバリュードライバーであり、競争優位性を高めることでビジネスの好循環をもたらし、研究開発・商品開発へのさらなる投資を可能にします。持続的成長に向けた中期経営計画「SMK Next100」の達成に貢献するため、これからも知の創造に取り組んでいきます。

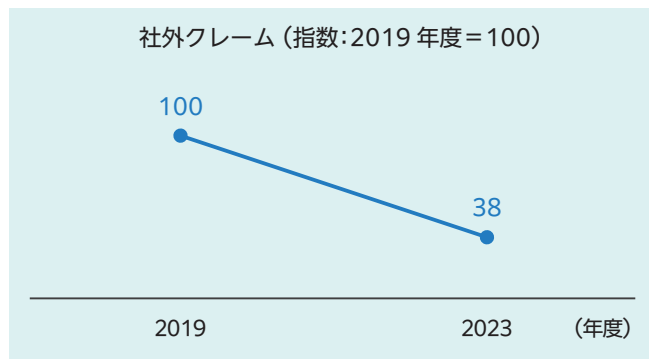
品質向上

品質に対する考え方

SMKは「絶対品質」を信念として掲げています。その根幹にあるのは、直接製造に関わる部門だけではなく間接部門も含めて会社全体で高い品質を実現すべきであるという考え方です。「絶対品質」の考え方を通じ、顧客満足度の向上を目指しています。

品質目標と状況

SMKは「ZD(Zero Defect)」の実現を目指しています。さまざまな取り組みの結果、クレーム件数は年々減少しており、2019年の件数を100とする指数では、2023年度は38(62%減)と大幅な削減を達成しています。



品質保証体制

SMKでは、国際規格であるISO9001をベースに、一貫した品質保証体制を構築しています。また、自動車産業向けの品質マネジメントの国際規格であるIATF16949も、国内外の5拠点で取得しています。

品質マネジメントシステム取得拠点の一覧は、
当社Webサイト「認証取得状況」ページをご覧ください。
<https://www.smk.co.jp/company/iso/>

TN品質向上委員会

全社の品質状況を経営層へ報告する場と同時に、国内外の生産事業所の責任者および品質保証責任者との情報共有の場としてTN品質向上委員会を開催しています。重大なクレームが発生した場合には、本委員会にて発生原因から再発防止までの詳細な報告が行われ、対応策が指示されます。

2023年度の品質向上に向けた取り組み

前年度に発生したクレームの傾向分析や、お客様からの監査で受けた指摘やアドバイスを基に課題を整理し、年度ごとに活動計画を策定します。これをTN品質向上委員会で審議し、最終決定を行います。

2023年度は、シミュレーションを活用した設計段階での検証をさらに強化しました。また製造段階では、長年にわたり継続している工程不良分析の結果を上流にフィードバックし、未然防止につなげる取り組みを進めています。

社員教育

2023年度は自動車関連ビジネスへの対応として、FMEA(故障モード影響解析)の実践教育やVDA6.3^{*1}に関する研修を実施しました。

さらに、問題の真因を確実に掴み、その根本的な解決と再発防止を図るための研修も実施しています。この研修は、2020年度までは国内拠点のみを対象としていましたが、2021年度および2022年度は中国工場まで対象を広げ、2023年度はマレーシア工場にも対象を拡大しました。

^{*1} Verband der Automobilindustrie(ドイツ自動車工業会)規格の中でプロセス監査に用いられる規格

全社を挙げての品質向上活動

SMKでは、毎年10月から12月をSMK品質月間と定めています。この期間中、各生産事業所から品質改善の取り組みや地域特有のトピックスを含めた朝礼(放送)を実施しています。そして、品質月間のメインイベントとして、毎年12月には「TN Q-Up活動発表大会」をSMKグループ全体で開催しています。この大会には各生産事業所で行われるQCサークル^{*2}発表会の予選を勝ち抜いた代表チームが出場します。発表チームは、生産性や歩留まり改善、機能性向上など多様な改善活動の成果を発表し、共有します。これにより、自己啓発、相互啓発、そして職場の活性化を促進しています。2023年12月の大会では、リモコン実装工程の生産性向上について発表した中国・東莞工場のチームが最優秀賞を獲得しました。

^{*2} 職場で働く人々が、継続的に製品・サービス・仕事などの質の管理・改善を行う小グループ

サプライヤーとの協働による品質向上

安定した品質の製品を供給するため、SMKはサプライヤーに対して品質監査を実施し、定期的に品質連絡会議を開催しています。この会議では、品質実績の報告、改善事例の共有、通達事項の伝達、教育などを通じて、課題解決のための議論や情報提供を行い、サプライヤーとのコミュニケーションを図っています。

生産性向上

生産性向上委員会

SMKでは、全社的な生産性向上を目的として、国内外の生産事業所の生産技術者と関連部門が出席する生産性向上委員会を毎月開催しています。委員会では、新規設備投資企画の審議や、改善活動の成果報告、現場不良率の推移などの情報共有を行い、生産性向上の一助としています。

また、生産性向上活動を活発化するため、委員会での報告や企画の難易度など、活動の成果を点数化し、生産技術者を称揚するENOY(Engineer of the Year)制度を設けています。ENOY制度の対象者は国内だけでなく世界各地の生産技術者であり、昨年度はベスト3を海外事業所の外国籍社員が占めました。

新規設備投資企画の審議では、2022年ごろからロボットを取り入れた生産設備の申請が急増しています。改善活動報告では、不良解析による仕損費削減から製造現場レイアウトの変更による移動時間短縮まで、幅広い知見とノウハウが活動成果として報告されています。

中期経営計画への取り組み

2024年度から始まった新中期経営計画に対して、生産技術部門では引き続き製造工程の自動化率向上に重点的に取り組んでいます。

2023年度のSMK全体の自動化率は56%でした。今年度からこれを毎年5ポイントずつ向上させ、2026年度には70%に引き上げることを目標としています。具体的には、ロボットや無人搬送車などを積極的に導入することで、省人化・無人化を促進し、自動化率の向上を図ります。

特にリモコンの製造工程における自動化率が低いことが課題となっているため、この分野で先進的な取り組みを行っている東莞工場のノウハウを取り入れた自動機をASEAN地区およびメキシコ工場へ展開し、自動化率の向上を目指します。

また、画像検査や自動機の設計開発過程に、AI技術の導入を進める計画です。



6軸ロボットを使用したリモコン組立省力機(中国・東莞工場)

自動化・省力化・スマート工場化

自動化・省力化・スマート工場化に向けた取り組みとして、2023年度に富山事業所の製造工程に無人搬送車を導入しました。この取り組みでは、無人搬送車が複数の自動機と協調動作し、個品の供給、完成品の回収、さらに梱包機への完成品の供給までを自動化し、製造工程を1名のオペレーターで管理できるラインを構築しました。

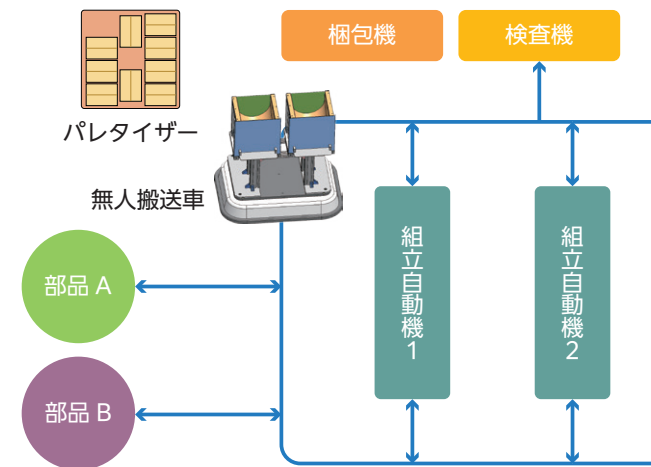
また、スマート工場化の一環として、設備の不具合を発生前に検知する予兆保全システムの構築にも取り組んでいます。これは設備の各部の動作を監視し、定常状態から逸脱した動作を検知した場合にオペレーターやエンジニアに確認を促すシステムで、現在グループ各拠点への展開を進めています。

生産拠点BCPの強化

BCPへの取り組みとして、2020年に生産設備を対象とした「設備の減災ガイドライン」を策定しました。目的は「災害時に生産設備に関連した人と設備の被害を最小限にする」ことです。このガイドラインに基づき、国内外の生産事業所で安全対策を進めてきました。

その結果、2024年1月に発生した能登半島地震では富山事業所も震度5の地震に見舞われましたが、転倒や破損した設備は無く、軽微な位置ずれ程度にとどまり、即座に復旧できました。

設備の安全対策としては、転倒防止のほか、安全カバーの有効性確認と取り付けをグループ全体で義務化し、前述の生産性向上委員会で安全対策の進捗状況について定期的にフォローしています。



人的資本戦略



執行役員
増淵 充行

1982年にSMK入社。1991年にSMKアメリカグループに出向。その後FC(SCIの前身)事業部長を務め、2016年に執行役員に就任。SCI事業部担当役員、メキシコ工場社長などを経て、2022年から人事部および総務部の担当役員を務める。

「働きがいのある職場づくり」と「自律型社員の育成」の実現に向けて

人的資本への投資

SMKグループは、創業者のモットーであった「礼儀・勤勉・正直・謙遜・奉仕」を社是と掲げ、社会から必要とされる企業、人材を育成する文化を持つ企業として歩んできました。そして来年100周年を迎えます。

当グループの人材に対する基本的な考え方は、社員は会社の持ち物ではなく、会社と社員は共に成長する関係、社会に貢献していける協業関係にあるというものです。会社が成長することで多様な活躍機会を創出し、それを社員個人に提供できるといふ好循環により、会社と社員が共に成長していくことを目指しています。

当社はこれまで常に、「自主・自助・自律」の精神を持って、経営ビジョンである“CREATIVE CONNECTIVITY—Challenge, Creativity, Solutions”を実践していける人材の育成に努めてきました。ますますグローバル化する事業環境に対応するためには、社員一人ひとりの成長が欠かせません。その一助として、階層別教育の充実や職能別教育のさらなる強化に取り組んでいます。2024年度には、リスキリング研修も開始しました。

このように、人事部では、一人ひとりの適性を考え、社員が成長できる「学習する組織」への組織風土の改革を進めています。同時に、サクセッションプランの観点から、経営幹部の育成プロセスの強化にも努めています。

多様性を備えた企業グループ

当社は長年のTN経営により、人材のグローバル化が進んでいます。昨今、キャリア採用の比率が高まる中、多様な経験・知見を持った人材が増加しており、その多様性はますます高まっています。また、女性活躍推進の観点から、女性社員向けの研修の拡充やキャリア開発プログラムの導入などを進めており、将来的には、女性管理職の比率を向上させたいと考えています。

働きがいの醸成と快適な職場環境づくり

会社と社員の持続的な成長を目指し、失敗を恐れずに挑戦し続ける社員を応援するための人事評価制度を2024年度下期から導入します。加えて、キャリアが長い社員の働く意欲が継続する再雇用制度の再構築にも着手します。

人的資本に関する中期経営計画での取り組み

重要課題	方針	施策
働きがいのある職場づくり	失敗を恐れず挑戦し続ける社員に報いる人事制度の導入	●人事評価制度の見直し ●再雇用制度の再構築
自律型社員の育成	「自主・自助・自律」の精神を持って経営ビジョンを実践する人材の確保と育成	●プロフェッショナル人材採用 ●経営幹部育成プロセスの強化 ●社員リスキリングの実施
DE&Iの実現	社員一人ひとりの個性を尊重し多様な人材が活躍する職場づくり	●女性管理職比率アップの取り組み ●エンゲージメントスコアの向上
多様な働き方の推進	多様な人材が柔軟な働き方で活躍する人事制度の拡充	●副業・兼業制度の創設 ●男性育休の促進

環境面では、まずは本社のオフィスの改装を進め、快適で安全、かつ活気にあふれる職場づくりに取り組んでいます。また、多様な働き方を可能にする制度の拡充を図り、社員の心身の健康促進にも努めていきます。

最後に

中期経営計画では「働きがいのある職場づくり」と「自律型社員の育成」を人的資本経営の目標として掲げています。これを推進し、企業価値の向上に貢献すべく、以下の4つの重要課題に積極的に取り組んでいきます。

■ 体制

経営戦略に関わる人的資本投資については取締役会が審議・決定のうえ執行役員会に伝達し、グループ社員全般の人的資本投資については執行役員会で審議・決定しています。また、執行役員会の傘下に、多様な人材の活躍支援を含む人事諸制度を審議する人事委員会と、人材育成を審議する人材開発会議を設置しています。人材開発会議では、グループ全体の教育方針の決定、各拠点における教育実施状況の共有や新たな取り組みに対する意見交換などを行っています。

人材育成

■ 社員教育方針

教育・研修は、企業活力を高める先行投資であることを認識し、階層別教育・職能別教育を戦略的に実施することを社員教育の基本方針としています。また、社員自身の「自主・自助・自律」の精神による成長意欲を尊重するため、通信教育やe-learningのほか、サブスクリプションプログラムの拡充にも積極的に取り組んでいます。

■ リスキリングの取り組み

社員のリスキリングを実行するためにプロジェクトを発足し、対象とするスキルの特定を行っています。その中で、全職種で役立つスキルとして、先行受講メンバーがデータサイエンスやプログラミングの教育に取り組んでいます。

■ 幹部人材の育成

幹部人材選抜制度および後継者指名制度に基づき、人事ローテーションや業務伝承を計画的に実施することで、幹部人材の育成を推進しています。また、2025～2026年に幹部人材の教育プログラム「SMK経営塾」を開催する予定となっており、準備を進めています。

■ キャリア自律の取り組み

社員のキャリア自律を支援するため、35歳、50歳、55歳の各年齢に到達した社員を対象にキャリア研修を実施し、キャリアプランのアップデートを行っています。2023年度は81名が、今後のキャリア形成について真剣に考え、計画を立案しました。

また、「社内公募制度」や「FA制度」を運用することで、キャリア自律を目指す社員が自らの意思で職場を選ぶ機会を提供しています。社内公募制度は、新規プロジェクトや欠員補充のポストに社員が自らの意思で応募する制度で、2023年度は10件、12名の募集に対し、6名が合格し活躍しています。FA制度は、一定の業務経験を積んだ社員に対しFA権が付与され、成立すると希望の職場に異動することができる制度で、2023年度は23名に権利が付与されています。

		2022年度	2023年度	2035年 目標
社員1人あたりの 年間平均教育研修 時間(時間)	連結	21	33	30
	単体	51	63	75
社員1人あたりの 年間平均教育研修 費用(円)	連結	8,072	10,856	12,000
	単体	38,779	38,458	45,000
社員研修・教育 実施数(回)	連結	286	271	—
社員研修・教育 時間(時間)	連結	104,412	136,802	—

社員エンゲージメント向上

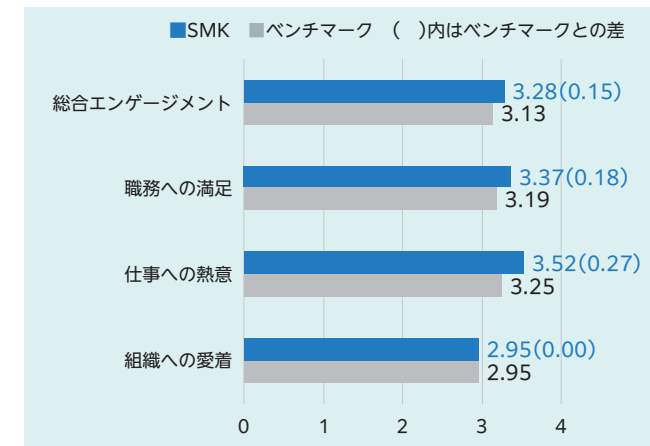
■ エンゲージメントサーベイとワークショップ開催

2023年度に日本(SMK株式会社単体)の社員を対象に初回のエンゲージメントサーベイを行い、790名の社員が調査に回答しました。総合エンゲージメントスコアは5点満点中の3.28点、ベンチマークを0.15ポイント上回る結果でした。項目別では、「職務への満足」「仕事への熱意」はベンチマークを上回っていましたが、「組織への愛着」はベンチマークと同水準にとどまりました。「組織への愛着」の向上のために、社内外へのビジョン発信の強化や、情報伝達方法の工夫に取り組んでいきます。

サーベイの結果は取締役会および執行役員会で共有され、エンゲージメント向上施策が検討されました。また、サーベイの結果を共有し、エンゲージメント向上に向けた具体的な活動を検討するため、職場別のワークショップを開催しました。その後、各職場で継続して活動を行っています。

2024年度は、対象を海外子会社にも拡大し、グループ全体でエンゲージメント向上に取り組んでいきます。

■ 2023年度エンゲージメントサーベイ結果



* ベンチマークは従業員規模1,000名以上の民間企業の正社員18歳～64歳の男女1,000名の平均値

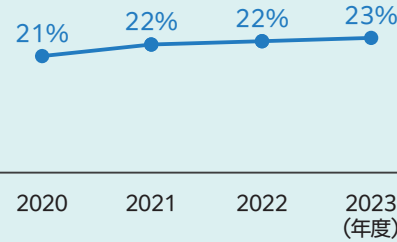
Diversity, Equity & Inclusion

多様な人材の活躍支援

●外国人

外国人人材が活躍しやすい風土を醸成するため、国内外の全グループ統一基準によるトランスナショナル人事制度のもとで、統一の等級・評価制度を運用しています。また、英語と中国語を公用語とすることで、外国人人材が活躍しやすい環境を整備し、海外拠点経営の現地化や日本国内での外国人人材の活躍を支援しています。

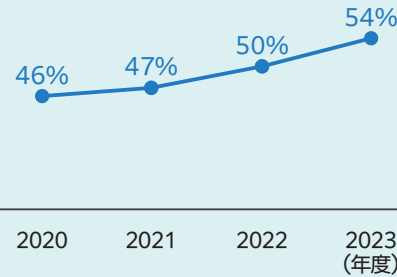
外国人管理職比率（連結）



●キャリア採用者

新卒採用・キャリア採用の区別なく、国内外での採用活動を積極的に行っており、キャリア採用で活躍している社員が多数います。キャリア採用者が多様な経験を活かすことで、会社も発展していくことを目指しています。

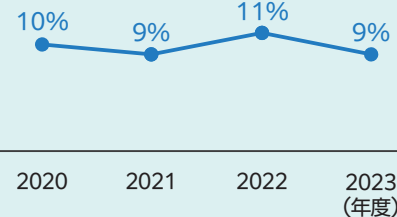
中途採用管理職比率（連結）



●女性

SMKでは、社会に先駆けて育児休職取得期間の上限を3年とするなど、育児と仕事の両立を支援しています。男性社員の平均勤続年数19.0年に対し、女性社員の平均勤続年数は22.0年と、男性社員を上回っています（SMK株式会社単体）。テレワークや週休3日制などの柔軟な働き方を実現させる制度を積極的に取り入れるほか、幹部候補者育成のための選抜制度などの施策にも取り組んでいます。また、新卒採用・キャリア採用を通じて、女性人材の採用を積極的に行っています。

女性管理職比率（連結）

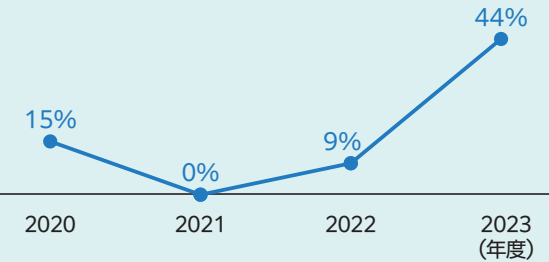


* 連結の各管理職比率は、トランスナショナル人事制度の課長相当～部長相当における管理職比率

男性育休の促進

男性社員の育児休職取得希望者は年々増加しており、生計の維持と育児参加の両立を実現させるため、出生時育児休職取得時の欠勤控除の緩和を行っています。また、配偶者が出産する男性社員への制度説明を丁寧に行っています。

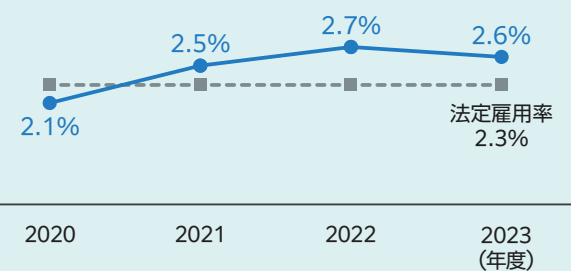
男性社員の育休取得率（単体）



障がい者雇用の取り組み

SMKでは障がいの有無にかかわらず、全ての社員にとって働きやすい職場環境の整備や、長期就労の支援を積極的に行っています。現在の障がい者雇用率は法定雇用率を上回っており、今後も障がい者雇用の取り組みを継続していきます。

障がい者雇用率（単体）



サステナビリティ

サステナビリティ経営に対する考え方

SMKグループは、企業理念と企業行動憲章に基づき、製品・サービスを通じて社会課題を解決するとともに、環境や社会に配慮した事業活動を実践し、持続可能な社会の実現に貢献します。

サステナビリティ推進体制

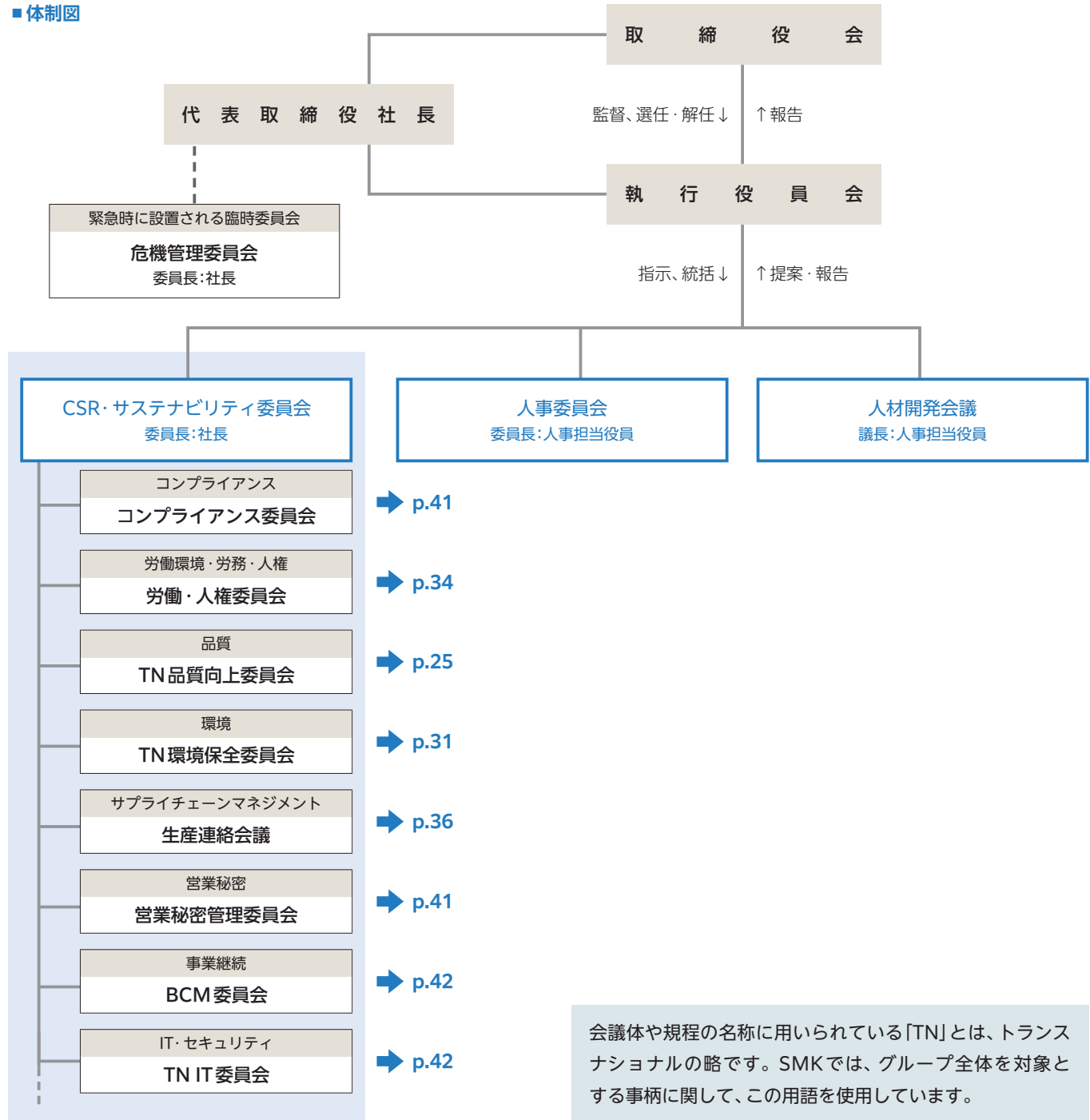
SMKではこれまで、2007年に設置された「CSR委員会」と2005年に設置された「危機管理委員会」を軸に、サステナビリティに結び付く活動を推進してきました。これらの活動の効率性と実効性をさらに向上させるため、2024年7月に推進体制の再編を行いました。

具体的には、旧CSR委員会と旧危機管理委員会を統合・改組し、執行役員会の下に新たに「CSR・サステナビリティ委員会」を設置しました。社長が委員長を務める本委員会が、CSRや事業継続、リスクマネジメントに関する全社的な課題を総合的に審議・調整する役割を担い、その傘下の各委員会および会議体が具体的な活動を推進します。また、改組後の新「危機管理委員会」は、緊急時に設置される臨時委員会として運営されることになりました。

人的資本に関しては、「人事委員会」と「人材開発会議」が、人事制度の改革や人材育成、ダイバーシティの推進において中核的な役割を果たしています。

なお、これらの活動は取締役会および執行役員会が監督・統括しています。

■体制図



会議体や規程の名称に用いられている「TN」とは、トランスナショナルの略です。SMKでは、グループ全体を対象とする事柄に関して、この用語を使用しています。

■ 環境に対する考え方

SMKは「環境は経営の重要テーマ」との認識のもとに、企業活動のあらゆる面で環境に配慮した取り組みを推進しています。

SMKグループ環境憲章

1995年3月公布
2024年7月改定

● 基本理念 ●

SMKは良き企業市民として社員一人ひとりが地球的規模で持続的発展が可能な社会に寄与するという自覚を持ち、総合的な高度技術により経済発展と環境保全の両立に努めます。

● 行動指針 ●

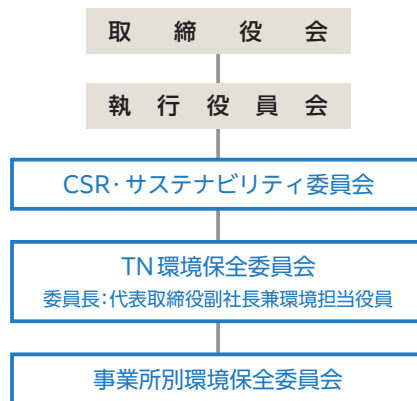
- ① 環境保全活動推進のために社内体制を構築し、環境目標の制定・定期的な見直しを行い、目標達成のために持続的な改善を推進します。
- ② 温室効果ガス排出量を削減し、事業活動のカーボンニュートラルを目指します。
- ③ 環境に配慮(省エネ、省資源、環境負荷物質低減等)した製品開発を行います。
- ④ 調達、生産活動により生じる環境影響の最小化を目指します。
- ⑤ 効率的な資源利用、再利用促進、リサイクル推進などにより資源循環を図り、廃棄物削減を目指します。
- ⑥ 水資源、生物多様性との関連を考慮した事業活動を推進します。
- ⑦ SMKグループ所在国・地域の法令・規制・協定等を遵守します。
- ⑧ 社員の環境意識向上と環境保全活動促進のため、環境教育および啓発活動を実施します。

■ 環境保全推進体制

CSR・サステナビリティ委員会の下にTN環境保全委員会を設置しています。TN環境保全委員会は取締役副社長兼環境担当役員を委員長とし、事業部、生産事業所、その他関連部門の代表者で構成されています。

TN環境保全委員会では、グループ全体の環境保全活動を管理し、活動方針や指標などを決定します。重要事項は、CSR・サステナビリティ委員会を通じて執行役員会や取締役会で審議・承認されます。

また、国内外の各事業所は、グループ方針をベースに固有の課題も取り入れた独自の方針等を事業所別の環境保全委員会で決定し、活動を展開しています。グループ全体に有用な情報や活動は、TN環境保全委員会を通じて水平展開しています。



■ 環境マネジメントシステム

SMKの環境マネジメントシステムは国際規格であるISO14001に基づいており、国内の全拠点および海外の全生産事業所で認証を取得しています。

環境マネジメントシステム取得拠点の一覧は、当社Webサイト「認証取得状況」ページをご覧ください。
<https://www.smk.co.jp/company/iso/>

■ 法規制遵守

TN環境保全委員会では、各拠点に関わる法規制の改正情報を共有するとともに、法規制の遵守状況や、環境および生態系に関連する事故の有無を確認しています。2023年度、SMKグループにおいて環境関連の法令違反や罰金はありませんでした。

■ 廃棄物処理委託先視察(国内)

廃棄物が適正に処理・処分されていることを確認するため、委託先の現地視察を実施しています。2023年度は、国内の委託先3社を訪問し、問題がないことを確認しました。

■ 環境教育

グループ全社員に向けては、CSR・コンプライアンス教育(▶ p.41参照)の一環として、気候変動をはじめとする世界共通の環境課題について学ぶ機会を提供しています。加えて、各拠点では、現地の法令や環境負荷に応じた専門教育や啓発活動を実施しています。

また、日本では社員の環境知識や意識の向上を図るため、東京商工会議所の「環境社会検定試験(eco検定)」の取得を奨励し、教材の提供や受験にかかる費用の支援を行っています。これまでの合格者は163名です(退職者含む)。

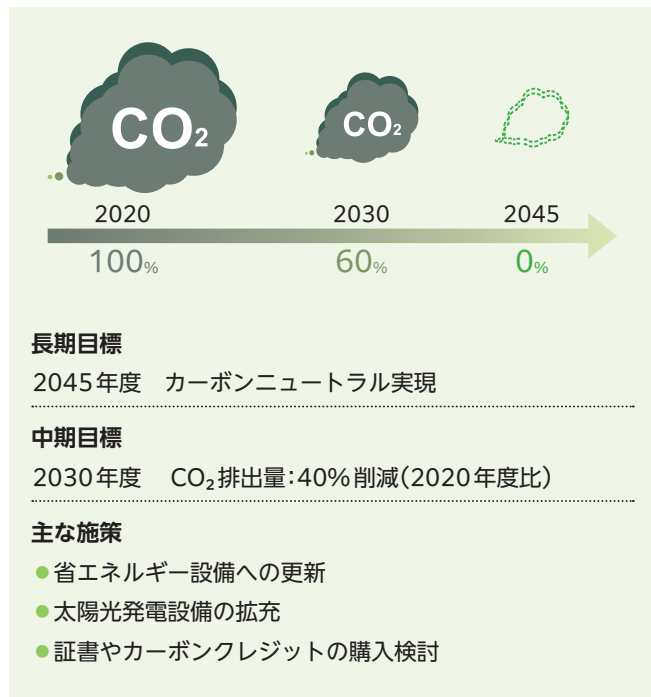
	2021年度	2022年度	2023年度
合格者数(名)	12	7	10

脱炭素社会の実現に向けて

SMKは、2045年度のカーボンニュートラル実現を目指し、Scope1、2を対象とした中長期目標を設定しています。

今後、事業が成長する中でもCO₂排出量を確実に削減するために、2024年度から管理指標を従来の「原単位」から「排出量」へと変更しました。

また、電機・電子業界「カーボンニュートラル行動計画」に準じ、エネルギー原単位改善率年平均1%以上を目標に、生産プロセスにおけるエネルギー効率の改善にも取り組んでいます。

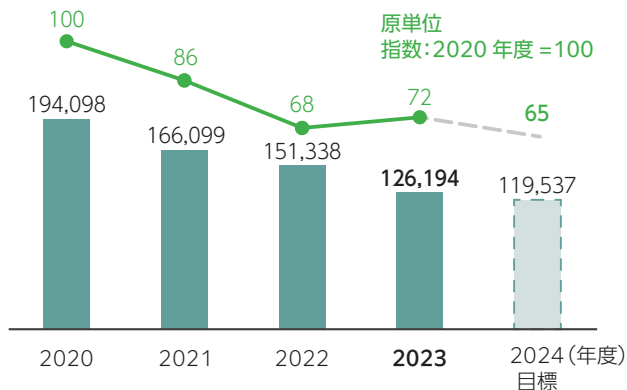


2023年度 エネルギー消費量・CO₂排出量の削減実績

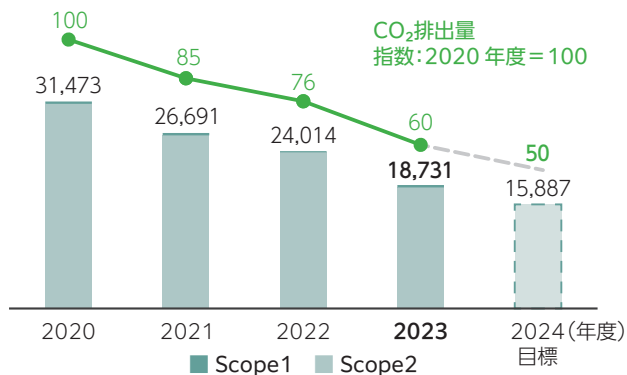
前年度に更新した省エネ型コンプレッサーのフル稼働に加え、国内2拠点の太陽光発電設備が年間を通じて順調に発電したことにより、エネルギー消費量とCO₂排出量の削減目標を達成しました。中期目標達成に向けて、順調に進捗しています。

なお、これらの活動は取締役会および執行役員会が監督・統括しています。

■ エネルギー消費量(GJ)



■ CO₂排出量(t)



再生可能エネルギーの導入

2023年度は、海外生産事業所への太陽光発電設備の導入を推進しました。現在、国内2拠点、海外3拠点で自家発電による電力を使用しています。また、SMKアメリカでは、電力会社からの購入電力を再生可能エネルギー由来の電力メニューへ切り換えました。

2024年5月からは、中国・東莞工場においても太陽光発電による電力の購入を開始しました。

● 2023年度に新規導入した太陽光発電設備



SMK メキシコ



SMK マレーシア

TCFD 提言に基づく情報開示

SMKは、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言への賛同を表明しており、ESG&サステナビリティ経営における説明責任を果たします。2024年度には、シナリオ分析を取り入れ、一部のリスク評価を見直しました。今後も引き続き評価手法を改善し、より精度の高い情報開示に努めます。



TCFD 提言に基づく開示情報については、
当社 Web サイト「TCFD への対応」ページをご覧ください。

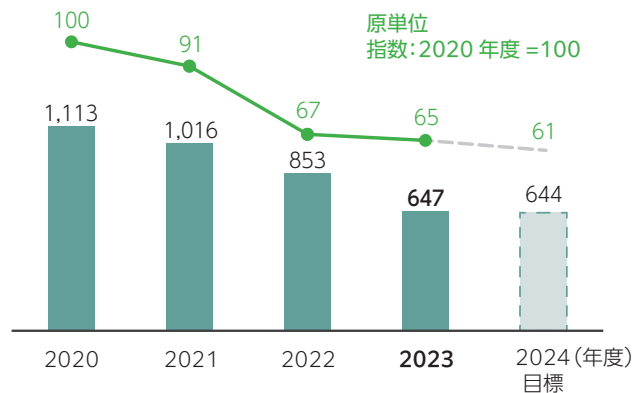
<https://www.smk.co.jp/csr/tcfd/>

循環型社会の実現に向けて

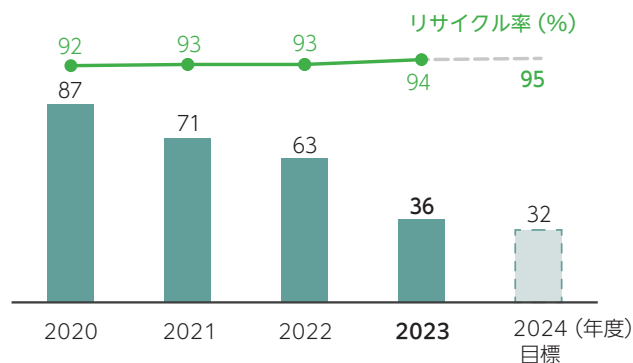
■ 資源の有効活用 2023年度の実績

廃棄物量の抑制やゼロエミッション化(廃棄物埋立処分量ゼロ)を目指して、単年度目標を設定し、省資源への取り組みを実行しています。2023年度は、製造工程から排出される端材の削減や自動組立機のリユースなど、3R活動を推進し、廃棄物の排出量および埋立処分量の削減目標を達成しました。

■ 廃棄物排出量(t)



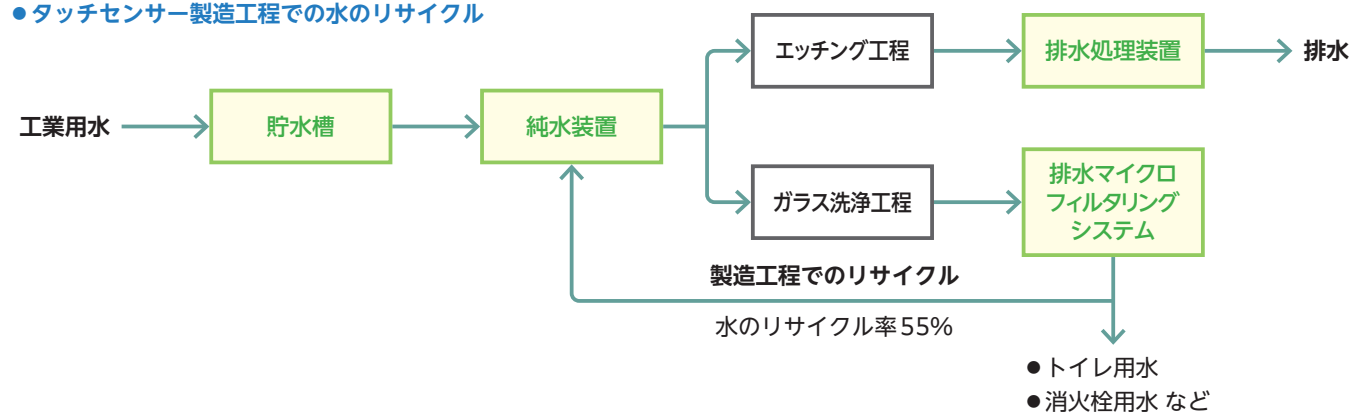
■ 埋立処分量(t)



■ 水資源の有効活用

フィリピン工場では、タッチセンサーの製造工程で消費する水を、排水マイクロフィルタリングシステムを通じて再利用しています。2023年度の水のリサイクル率は55%でした。

● タッチセンサー製造工程での水のリサイクル



ガラス洗浄機



SMK Eco 商品

脱炭素社会・循環型社会の実現に向けた製品開発の一環として「Eco 商品」の比率向上に努めています。Eco 商品は「環境配慮設計製品」と「環境貢献製品」で構成されます。
(両方に適合する製品は重複しないように集計)

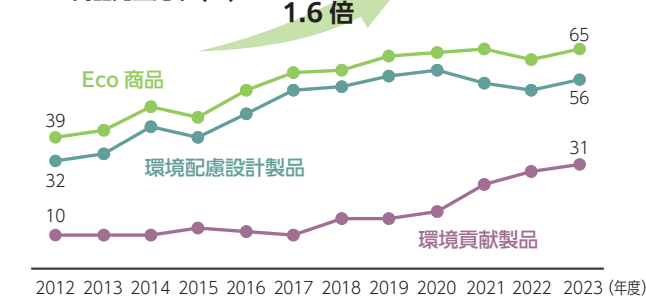
環境配慮設計製品

社内基準で定めた、省エネルギー・高効率化、省資源化、環境保護・環境にやさしい、製造工程負荷低減などの項目に該当する SMK 製品

環境貢献製品

社内基準で定めた、環境市場向け製品に使用される SMK 製品 (再エネ家電、再エネ設備など)

Eco 商品売上比率 (%)



年度により多少の浮き沈みはありますが、活動を開始した2012年から、Eco 商品売上比率は約 1.6 倍に拡大しています。

人権に対する考え方

あらゆる企業活動の場面において、各人の人権を尊重するとともに、出生、国籍、人種、民族、信条、宗教、性別、性的指向、年齢、各種障がいなどの理由による差別や個人の尊厳を傷つけるような行為は行わないことを基本としています。

「SMK企業行動憲章」と「SMKグループ社員行動規範」の中で人権の尊重に関する条項を定めています。

SMK企業行動憲章(抜粋)

第5条

従業員のゆとりと豊かさを実現し、快適で安全な職場環境を確保するとともに、従業員の人格、個性を尊重する。

第8条

各事業所は各国地域の法律を遵守、人権を含む各種の国際規範を尊重し、現地の発展に寄与する経営を行う。

SMKグループ社員行動規範(抜粋)

第2条 人権・労働

- 強制労働の禁止
- 児童労働の禁止
- 人権尊重
- 差別禁止
- 就業規則の遵守
- 労働時間と賃金
- 結社の自由・団体交渉権の尊重

社員行動規範の全文は、当社 Web サイトをご覧ください。
<https://www.smk.co.jp/csr/fair/>

体制

CSR・サステナビリティ委員会の下に労働・人権委員会を配置し、人権尊重などの労働コンプライアンスと労働安全衛生活動を推進しています。また労働・人権委員会は各事業場の安全衛生委員会を統括する役割を担っています。

人権デュー・ディリジェンスの取り組み

一般社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)が提供する「責任ある企業行動ガイドライン」に基づき、2023年度にグループ全拠点を対象として人権デュー・ディリジェンスを行いました。

負の影響として特定した項目は、①強制労働、②児童労働・若年労働者への配慮、③労働時間、④賃金、⑤非人道的な扱い、⑥差別(特定対象は人種、年齢、性別、性的指向、民族、国籍、障がいの有無、妊娠、宗教、政治的見解など)、⑦結社の自由・団体交渉権、⑧労働安全、⑨社員の健康の9項目です。

幸い、強制労働、児童労働、差別などの人権侵害の事例は抽出されませんでした。引き続き発生予防に努めていきます。安全衛生に関しては、労災事故の管理方法や防災訓練に関する要改善点が抽出され、是正を行いました。この活動は毎年継続して行っていく予定です。

安心・安全な労働環境

労災事故の撲滅

SMKでは、労災事故ゼロを目標として、各拠点で安全衛生活動に取り組んでいます。事故が発生時した際には、グループ全体で再発防止策を議論し、同様の事故の再発防止に努めています。

	2021年度	2022年度	2023年度
労働災害度数率	0.00	0.00	0.00
休業災害発生件数(件)	目標 0	目標 0	目標 0
	実績 0	実績 0	実績 0

(参考) 電子部品・デバイス・ 電子回路製造業平均度数率*	2021年度	2022年度	2023年度
	0.58	0.62	0.66

* 日本、暦年集計、出典:「労働災害動向調査」(厚生労働省)

社員の健康増進

社員一人ひとりが身体的にも精神的にも健康で幸福な生活を送ることを大切に考え、社員の健康づくり支援の取り組みを行っています。

身体の健康に関しては、健康診断および再検査の受診率100%を目指し、受診の推進活動を実施しています。精神の健康に関しては、毎年メンタルヘルスセルフケア研修を実施し、ストレスへの対応力を向上させる活動を行っているほか、社内での相談体制を整備し、メンタル系疾患の早期発見に努めています。

	2021年度	2022年度	2023年度
健康に関する研修を受講した社員数(名)	722	823	732

安全教育

労災事故ゼロの安心・安全な職場を実現させるため、安全意識の啓蒙活動や安全衛生に関するルールの教育を積極的に行っています。

	2021年度	2022年度	2023年度
安全に関する研修を受講した社員数(名)	2,264	2,272	2,184

顧客満足度向上

顧客満足に対する考え方

SMKは、自らが社会に役立つ存在であることを追求し、グループ企業行動憲章の第一の原則として「培った高度技術を通じて、品質、コスト、安全性に優れた製品を開発しユーザーに提供し、信頼を得る」ことを掲げています。SMKの企業としての存在意義、価値を決める最も重要な要素は顧客満足度(CS)であると考えています。そのため、営業、設計、生産、品質管理の各部門や製造現場が一丸となって、顧客満足度の向上に取り組んでいます。

顧客満足度調査の実施

SMKでは、資材、技術、品質部門のお客様を対象にCSアンケートを実施し、製品の品質に限らず、SMKの活動内容や改善の取り組みがお客様にどのように受けとめられているのかを調査しています。これまでは3年に1度実施していました。今後、より有益なアンケートとしていくために、現在、実施頻度や内容の見直しを進めています。

【主なアンケート項目】

- SMKの印象
- 環境対応
- コスト
- 納期
- サービス
- 技術
- 品質

CSアンケートの結果は全社にフィードバックし、生産、技術、品質部門を中心に、改善の取り組みに反映させています。また、アンケートを通して見つかった問題に関しては、原因の分析と具体的な解決策を作成し、対策に取り組んでいます。

社会貢献

SMKは、グループ企業行動憲章に「良き企業市民として、積極的に社会貢献活動を行う」と明記しており、責任ある企業として、社会福祉や地域貢献などさまざまな活動を実施しています。植林活動や工場近隣の美化運動のほか、小学生向けのものづくり教室やインターシップの受け入れなどの教育支援や地域支援活動も積極的に行っており、今後もこれらの取り組みを継続していきます。

(百万円)	2021年度	2022年度	2023年度
社会貢献活動支出額 (寄付金)	2.0	4.2	3.6
社会貢献活動時間 (勤務時間中・有給、 金額換算)	1.4	5.0	6.6
モノやサービスの寄贈 (金額換算)	0.4	0.7	0.5

2023年度の主な活動

●子ども食堂(本社)

子どもたちに安心・安全な居場所と温かく栄養のある夕食を提供することを目的に、2023年7月に子ども食堂を開設しました。地域の方と連携して月に1回、本社別館で開催しています。食事の提供のほかに、クリスマスなど季節のイベントも実施しており、毎回の活動にはSMK社員がボランティアとして参加しています。

2023年度は、子どもとその保護者、延べ396名にご利用いただきました。



昭和池田記念財団

当社の創業者である故池田平四郎氏および故始寿子夫人が設立した公益財団法人「昭和池田記念財団」では、育英事業、社会福祉事業、伝統芸能事業の3つの事業を中心に広く支援を行っています。



●環境ウィーク(メキシコ工場)

4月末のアースデイと子どもの日にあわせ、メキシコ工場では地域の団体と協力して、1週間にわたりさまざまな環境啓発プログラムを実施しました。工場内で行った絵画ワークショップには子ども45名が参加し、アートを通じて環境への意識を高めました。社員たちは市内の小学校にも赴き、遊びながら楽しくSDGsを学べる講演を行いました。また、同じ工業団地内で働く人々に苗木を寄贈し、地域全体での環境意識の向上を図りました。



サプライチェーンマネジメント

■ サプライチェーンマネジメントに対する考え方

SMKが製品を作り上げる過程では多くのサプライヤーの力を借りています。私たちは、サプライヤーをパートナーとして認識し、信頼関係を構築しながら相互に発展していくことを目指しています。

■ 体制

CSR・サステナビリティ委員会傘下の生産連絡会議（議長：生産管理担当役員）において、サプライチェーンのあるべき姿を構築、維持するための議論を定期的に行っています。

■ 基本方針

SMKのサプライチェーンは、当社の方針や行動指針を理解し、持続可能な社会を目指して共に活動できる企業で構築されています。それを維持するために、SMKグループの企業行動憲章、環境憲章、社員行動規範を開示し、これらに基づいた具体的な管理基準とガイドラインを提示し、同意を得られたサプライヤーと取引することを基本方針としています。

■ 重要サプライヤーの特定

重要な材料の調達先、取引金額の大きいサプライヤーを中心として、約200社を目安に重要サプライヤーとして特定しています。

■ CSR調達

SMKは、JEITAの「責任ある企業行動ガイドライン」およびRBAの行動規範に準拠した「SMKサプライチェーンCSRガイドライン」を策定しています。取引を行う全てのサプライヤーに提示し遵守を依頼するとともに、合意書の提出を要請しています。



サプライチェーンCSRガイドライン
<https://www.smk.co.jp/csr/quality/>

	2023年度	2024年度目標
重要サプライヤーからの合意書受領率(%)	99.3	100.0

■ グリーン調達

SMKは環境に配慮した製品開発を行い、調達・生産活動により生じる環境影響の最小化を目指すことを指針とし、サプライヤーと共に取り組んでいます。取引を行う全てのサプライヤーに「グリーン調達ガイドライン」および「化学物質管理基準」を提示し、基準に適合した材料の調達を行うことでグリーン調達を推進しています。

また、新規取引開始時、および取引を継続するうえで必要と認めた場合には、サプライヤーの環境保全活動の監査を行い、その管理体制を確認しています。



グリーン調達ガイドライン
<https://www.smk.co.jp/csr/green/>

	2021年度	2022年度	2023年度
環境監査実施社数(社)	138	139	142

■ サプライヤーとのコミュニケーション

健全なサプライチェーンの維持、発展のためにはサプライヤーとのコミュニケーションが重要との考えから、多方面での活動を行っています。

● 協会社懇談会

毎年、協会社懇談会を国内外で開催し、会社方針や事業環境を説明するとともに、サプライヤーと目標の共有を図っています。また、総合力や品質確保の面でSMKの生産活動に功績のあったサプライヤーを表彰し、感謝の意を表しています。

● サプライヤーアンケート

サプライヤーからの評価を通じてSMKの調達活動の適正化を図るため、3年ごとに重要サプライヤーに対してアンケートを行っています。アンケート結果は匿名化して統計的に担当者にフィードバックし、日常の調達活動にサプライヤーの意見を取り入れるよう促しています。

● サプライヤーパフォーマンス評価

重要サプライヤーの中でも製造企業に対しては、QCD(品質・コスト・納期)に加え、技術力や環境保全活動なども含めた1年間の評価を行っています。被評価サプライヤーとは個別に面談し、結果を開示することでコミュニケーションを図っています。

	2021年度	2022年度	2023年度
評価実施社数(社)	95	87	87

▶ 品質に関するコミュニケーションについてはp.25をご参照ください。

コーポレートガバナンス

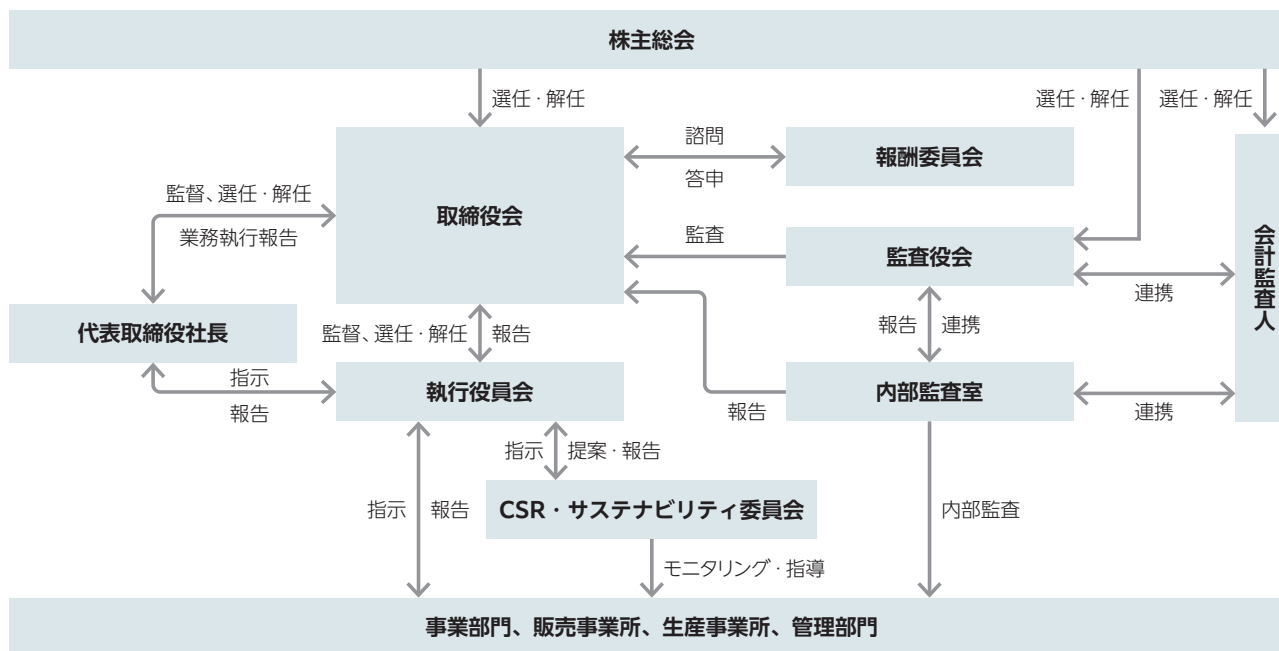
■ コーポレートガバナンスに対する考え方

SMKは、企業理念・行動指針に基づき、継続的かつ安定的な企業価値向上のため、また、株主、取引先、社員、地域社会など全てのステークホルダーから信頼される企業であるために、コーポレートガバナンスの充実・強化を経営の最重要課題の一つとして認識しています。

■ コーポレートガバナンス体制

2002年4月に会長・社長職の分離と、執行役員および社外取締役制度の導入を行いました。経営の意思決定や業務監督を担当する取締役会と、業務執行を担当する執行役員の機能を明確に分離することにより、経営責任の明確化と迅速な経営判断が可能な体制を整えています。また、監査役3名のうち2名が社外

■ コーポレートガバナンス図



監査役であり、客観的な立場から取締役の職務執行を監視しています。

さらに、2022年1月に取締役会の下に報酬委員会を設置し、取締役の報酬等の公平性、透明性、および客観性の確保に努めています。

2008年から適用された金融商品取引法に基づく内部統制報告制度への対応としては、2009年6月から「内部統制報告書」の提出を行い、内部管理体制の充実を図っています。

コーポレートガバナンス報告書は、
当社Webサイトに掲載しています。
<https://www.smk.co.jp/csr/fair/>

■ 役員の選任方針

経営陣幹部の選任および解任については、取締役会において十分に審議したうえで決定することとし、人格・識見に優れ、経営陣幹部を任せるにふさわしい人材を登用しています。

社内取締役候補者については、「取締役として経営全般に関与することで当社の利益に貢献できる」人物を取締役会で指名しています。また、社外の意見を反映させるため、十分な知識と経験を有する社外取締役候補者も取締役会で指名しています。

監査役候補者については、取締役の職務執行を公正に監査し、十分に監査機能を発揮することができる知識と経験を有する人物を指名しています。

取締役会の活動状況

取締役会は、取締役6名と監査役3名で構成しています。2023年度は、経営戦略をはじめとする諸課題に対し、十分な議論の時間を確保するために、年6回だった開催回数を9回に増やしました。また、メンバーの平均出席率は98.8%と高い水準を維持しました。個々の役員の出席状況については、p.39の表をご覧ください。

2023年度 取締役会における主な決議・報告事項 (定例決議事項を除く)

- 中期経営計画
- 組織再編・子会社BPR
- ESGマテリアリティ
- 社員エンゲージメントサーベイ
- カーボンニュートラルの推進状況

社外役員が取締役会の議論に積極的に貢献するという観点から、独立社外役員のみで構成される会合を定期的で開催し、独立した客観的な立場に基づく情報交換や認識共有を図っています。

■ 取締役会の実効性

取締役会の実効性を高め、企業価値の向上を図ることを目的に、実効性に関する自己評価を年1回行っています。2023年度も取締役会メンバーを対象に「取締役会の人員構成」「会議運営」「討議内容」「連携・支援体制」に関するアンケートを実施し、その結果について取締役会で議論しました。

● 2023年度の評価結果

SMKの取締役会は、会社法およびコーポレートガバナンス・コードに照らし、重大な機能不全や欠落等は存在せず、全体として有効に機能しているとの評価を得ました。しかし、中期経営計画未達の場合の原因分析および対応策の議論の充実、取締役会の構成について、より一層の改善が必要であることが認識されたため、改善を図っていきます。

実効性評価の結果の詳細は、
当社Webサイトをご覧ください。
<https://www.smk.co.jp/csr/fair/>

報酬委員会

報酬委員会は、社内取締役(代表取締役社長)1名と社外取締役2名で構成されており、委員の過半数が独立社外取締役です。2023年度は報酬委員会を3回開催しました。個々の委員の出席状況については、[p.39](#)の表をご覧ください。

■ 活動内容

報酬委員会では、取締役の個人別報酬等について、取締役会で決定した「取締役報酬等の決定方針」との整合性を含めた多角的な審議を行い、取締役会に答申しています。また、より業績に連動した報酬体系とするため、標準報酬基準の見直しについても検討を行っています。

取締役報酬

取締役の個人別の報酬等については、報酬委員会がまとめた答申を尊重し、取締役会において決定しています。

■ 基本方針

SMKの取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能する報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては、各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。

■ 2023年度の役員報酬実績

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)				対象となる役員 の員数(名)
		固定報酬	賞与	株式給付信託	退職慰労金	
社内取締役*	77	73	1	—	2	3
社外取締役	13	13	対象外	対象外	対象外	2
社内監査役	—	—	—	—	—	0
社外監査役	17	17	対象外	対象外	対象外	3

* 無報酬の取締役1名を除く

■ 2024年度以降の報酬体系

項目	内容	目的
固定報酬	月額固定報酬	職責に応じた基本報酬
修正営業利益連動型業績連動賞与	賞与	各事業年度における業績の向上を図るインセンティブ
中期経営計画における非財務情報(ESG外部評価を含む)達成度連動型非金銭報酬	株式給付信託	中長期的な企業価値の向上と社会への貢献を促す
中期経営計画達成度連動型金銭積立報酬	退職慰労金	中長期的な業績向上への貢献を促す

■ 報酬体系

2024年3月の取締役会において、報酬体系の変更を決議しました。新たに、非財務情報達成度や中期経営計画達成度を指標として導入し、中長期的な企業価値の向上と社会への貢献の意識を高める報酬体系としています。

なお、社外取締役については、経営に対する独立性の観点から、月額固定報酬のみとしています。

役員一覧(2024年6月25日時点)・スキルマトリックス・出席状況

取締役



池田 靖光 代表取締役社長
内部監査 営業(日本・韓国)

池尾 政信 代表取締役副社長、CTO
技術、環境

ポール・エヴァンス 取締役常務執行役員
営業(欧米州圏)

原 哲雄 取締役常務執行役員
イノベーションセンター

中村 利雄 取締役
社外 独立

石川 薫 取締役
社外 独立

監査役



大垣 幸平 常勤監査役

中島 成 監査役
社外 独立

西村 文男 監査役
社外 独立

主な専門性	経営	●	●	●	●	●	●	●	●
	技術開発		●		●				
	営業・マーケティング	●		●	●				
	グローバル	●		●		●	●		
	法務・コンプライアンス							●	●
	財務会計							●	●
	環境・社会		●			●	●		●
2023年度出席率	取締役会	100%(9/9)	100%(9/9)	89%(8/9)	100%(9/9)	100%(9/9)	100%(9/9)		
	監査役会	—	—	—	—	—	—	100%(9/9)	100%(9/9)
	報酬委員会	100%(3/3)	—	—	—	100%(3/3)	100%(3/3)	2024年6月25日 就任のため、2023 年度は出席対象外	100%(8/8)

執行役員(2024年6月25日時点、取締役を兼務するものを除く)

常務執行役員



執行役員

増淵 充行
人事、総務

秦 史和
営業(中華圏・アジア圏)

大坪 実喜男
生産事業所、生産管理、生産技術、営業業務

菅野 英雄
CS事業部

伊東 崇
SCI事業部

北平 至
CFO
財務・経理、広報

* 出席率の(9/9)などは、出席回数/開催回数を表しています。

社外取締役メッセージ

取締役(社外) **中村 利雄**

1970年に通商産業省に入省。以降、貿易局長、中小企業庁長官、(財)2005年日本国際博覧会協会事務総長、日本商工会議所専務理事、(株)企業再生支援機構社外取締役などを歴任。現在は(公財)全国中小企業振興機関協会会長、(株)アオキスーパー社外取締役を兼務。
2016年6月にSMKの社外取締役に就任。

SMKの製品は、最終製品に組み入れられる部品・モジュールが主体ですが、最終製品の寿命は年々短くなり、かつ、その変化、進化の度合いは大きく早くなっています。このため、これまで以上にエンドユーザーのニーズを把握し、それに対応した開発力、生産力、さらにはその先を見据えた先行開発能力の涵養が求められています。一方で、これまで以上の品質と価格での提供も強く求められているのは言うまでもありません。

こうした課題に対応するためには、全ての部門における課題と、

関連する情報の共有が不可欠であり、関連する部門間の連携も求められています。この必要性は認識されつつあり、その実現へのモチベーションは高まりを見せています。SMKは来年創立100周年を迎えますが、長寿企業は絶えざる変化への自己革新と顧客との信頼関係に強みを有する社が多いといえます。当社も例外ではありません。この強みをさらに強化し、将来の成長、発展につなげていくことができると確信しています。

取締役(社外) **石川 薫**

1972年外務省入省。以降、国際社会協力部長、経済局長、在エジプト特命全権大使、在カナダ特命全権大使などを歴任。現在は川村学園理事、(一社)日本外交協会理事、清水建設(株)の社外監査役、(公財)三菱UFJ国際財団の理事を兼務。
2017年6月にSMKの社外取締役に就任。

SMKが製造している最新技術の電子部品は、日常生活の広い場面で使用されている機器に組み込まれています。それはヒトとヒトをつなぎ、モノとモノをつなぎ、そしてヒトとモノをつないでおり、今や私たちが快適かつ円滑に生活するために欠かせないものとなっています。

電子部品は先端技術の結晶であり、その製造にはグローバルなサプライチェーンが円滑に機能する必要があります。また、販売先のお客様の製品はグローバルマーケットの動向に敏感に反応します。このため、SMKは電子製品関連の市場動向のみならず、

国際政治・経済情勢を把握して適時適切に対応することはもとより、一步先んじて時代を先取りすることを目指してきました。透明性に陰りが見える今日の国際情勢の中で、アンテナを高くはり、国際色豊かな経営陣のリーダーシップによって、さらなる飛躍を目指しています。

SMKは、これからも人々の生活が一層便利となるように、また安寧が増進されるように、弛むことなく技術を開発し続けてまいります。

社外監査役メッセージ

監査役(社外) **中島 成**

1987年名古屋地方裁判所裁判官任官。1988年に弁護士登録をし、1990年に中島成法律事務所(現:中島成総合法律事務所)を設立。
2008年6月にSMKの社外監査役に就任。

企業は何のために存在するのか。人それぞれ、立場それぞれで、答えは定まらないと思われるかもしれませんが、しかし、人が幸せになるために生きているのと同様、企業も、そのステークホルダーが幸せになるために存在すると言ってよいと思います。そしてステークホルダーが幸せになるためには、企業が幸せな社会を創ることに貢献できなければなりません。どんな企業も、最後は消費者に支えられていますから、社会を構成する消費者の幸せにつ

ながる事業を維持できなければ企業継続は困難だからです。

そのような企業の存在目的を達成するためには、健全な企業統治が必要不可欠です。SMKは、経営者を裸の王様にしない、情報を共有し検証を協働で実施する、という企業統治の一丁目一番地を、取締役会・監査役会・経営幹部会等で、常に維持できるよう努力を続けています。

コンプライアンス

SMKでは、企業活動の指針となる「SMKグループ企業行動憲章」と、社員が実践すべき行動の基準となる「SMKグループ社員行動規範」を制定し、CSR・コンプライアンスを推進しています。

■ 体制

CSR・サステナビリティ委員会傘下にコンプライアンス委員会(委員長:法務担当役員)を設置し、企業倫理および法令遵守の精神に基づく企業行動の徹底を図るための重要方針の立案や、コンプライアンス推進のための施策の実施とモニタリングを行っています。

■ 社員教育

全世界のグループ社員に日本語・英語・中国語に翻訳した企業行動憲章と社員行動規範を小冊子として配布し、あわせて遵守に関する誓約書を提出してもらっています。また、入社時の研修に加え、定期的にCSR・コンプライアンス教育を行っています。

● CSR・コンプライアンス教育

グループ全社員を対象に、社員行動規範を基にした教育を実施しています。人権、安全衛生、環境、公正取引、倫理、品質、安全性、情報管理など幅広いテーマをカバーしており、具体的な違反事例を交えて解説することで社員に自身の問題として認識させる内容となっています。

	2021年度	2022年度	2023年度	目標 (毎年度)
受講率(%)	98.0	99.1	99.9	100

● 法令遵守研修

毎年テーマを決め、業務上関係のある社員を対象に研修を実施しています。さらに、過去の研修資料を社内ポータルで公開し、全社員が随時受講できるe-learningの仕組みを整えています。2023年度には1,068名が社内ポータルを通じて受講し、累計での受講者数は4,384名となりました。

■ 過去3年の主な研修実績

実施年度	テーマ	受講率(%) (対象者のうち)
2023年度	グローバル競争法	77.1
2022年度	日本国改正個人情報保護法	78.3
	グローバル贈収贈規制	64.7
2021年度	内部通報制度	87.0

また、2023年度からは業務に関する身近なテーマを分かりやすく解説したコンプライアンスニュースを年に3回発行しています。コンプライアンスに関する問題を防ぐには、一人ひとりの意識を高めることが重要であるとの方針のもと、今後も各種施策を実行していきます。

■ 内部通報制度

SMKでは、法令や社内規則の違反などの早期発見と是正、未然防止のため、内部通報窓口として「SMK倫理ヘルプライン」を設置し、「内部通報運用規程」に従って社員からの通報や相談に対応しています。

通報窓口として、社内窓口を法務室に設けると同時に、匿名通報が可能な社外窓口を外部法律事務所に設置しています。また、内部通報が安心して利用できる制度であることを伝えるため、社長メッセージを定期的に全社員に配信しています。これらにより、利用しやすく実効性の高い制度を目指しています。

リスク管理

情報管理

■ 営業秘密管理

営業秘密の適正な活用と漏洩防止を目的として、2008年にグループ全体を対象とする「営業秘密管理規程」と「営業秘密管理運営基準」を制定しました。他社から提供された情報も含めた営業秘密を、当社のルールに従って適切に管理できるよう、社員教育を実施するとともに、情報セキュリティの強化に努め、情報漏洩を未然に防ぐ体制を構築しています。

■ 個人情報管理

SMKでは、2005年に日本でプライバシーポリシーを制定して以来、個人情報の保護および適正な活用に取り組んできました。2017年に日本を対象とした「個人情報管理規程」の制定および管理体制の構築を行い、これを皮切りに、2021年にはグループ全体の管理を強化するため、本則となる「TN個人情報管理規程」を制定し、海外子会社ごとの規程整備と管理体制の構築を行いました。

近年の世界的な個人情報保護強化の流れを受け、各国の個人情報保護法も改定が進んでいるため、最新の情報を入手し、法令に対応した管理体制の見直しに努めています。

また、ルール通りに情報が管理されていることを担保するため、営業秘密管理と個人情報管理の両方について毎年内部監査を実施し、問題点の是正を行っています。

情報セキュリティ

■ 体制

SMKは、2005年に「電子情報セキュリティポリシー」を制定し、電子情報の保護と管理に取り組んできました。その後、IT技術の進歩による社会環境の変化を受け、2023年9月に「電子情

報セキュリティ基本規程]として改定しました。この規程のもとで、CIOを委員長とするTN IT委員会が中心となってセキュリティ方針や対策について審議し、グループ全体に展開する体制を構築しています。

外部からの不正侵入防止やウイルス感染防止のシステムを構築するとともに、外部機関に依頼して全拠点で脆弱性テストを実施し、専門的な知見も取り入れながら情報セキュリティのさらなる高度化に努めています。また、情報セキュリティ事件・事故を未然に防ぐため、電子情報の持ち出し管理やデータの暗号化にも取り組んでいます。

これらの体制について、欧州自動車業界における情報セキュリティ評価であるTISAXの認証を、2024年に本社と富山事業所の2拠点で取得しました。

■ 社員教育

年1回、社内ネットワークへのアクセス権を持つグループ全社員を対象に、サイバー攻撃の手口、不審メールへの対応方法、ウイルス感染が疑われる場合の対応手順などについて教育を行っています。さらに年に2回、事前通知なしの不審メール訓練を実施しています。メールを開き本文内のURLや添付ファイルをクリックする不適切な対応を行った社員には再度教育を行うなど、徹底した情報セキュリティ意識向上に努めています。

(対象者のうち)	2023年度
情報セキュリティ教育受講率(%)	99.8
不審メール訓練不合格率(%) (2回とも不適切な対応をした社員の割合)	0.7

事業継続マネジメント(BCM)

■ 体制

災害発生時にも影響を最小限に留め、ステークホルダーに対する責任を果たせるよう、SMKでは2007年設置のBCM委員会を中心に、代替戦略と現地復旧戦略を組み合わせた事業継続計画(BCP)のレベルアップに全社を挙げて取り組んでいます。目指すのは、電気がない、建屋が使えない、社員が出社できないといったリソースの制約に主眼を置いたうえで、地震・火災・水害・火山噴火・感染症など、事象ごとの特異性を踏まえたマルチハザード対応のBCMです。

事業部や国内外の生産事業所が主体的に事業継続に向けた取り組みを行い、BCM委員会は各組織の対応状況の確認と活動のサポートをしています。BCPの作成や訓練を通じて、社員一人ひとりの危機対応力の強化にも努めています。

2023年度の主な取り組み

【日本】

- 仕入先火災をテーマとしたシミュレーションを複数拠点が合同実施
- 本社地区設計部門のBCP策定に向けた取り組みを開始
- 代替輸送の定期的な実践による新規ルートの開拓
- サプライチェーンBCM調査を再実施

【海外】

- 拠点ごとに想定されるリスクや被害を見直し、事前対策や訓練を実施

■ サプライチェーンBCM

迅速な代替調達が行える仕組みづくりを目指し、重要サプライヤー(→p.36参照)に対しては隔年でアンケートを行い、特に生産への影響を迅速に把握できる体制が整備されているかを確

認しています。BCMが不十分なサプライヤーに対しては改善を要請し、サプライチェーンでの事業継続力の強化を図っています。

■ IT-BCP

事業を継続するうえで重要なインフラであるITシステムについてもBCPを作成し、災害やサイバー攻撃などのリスクに備えた対策を強化しています。

IT-BCPの作成に際し、事業影響度分析(BIA)を実施し、ITシステムの復旧優先度と目標復旧時間を設定しました。災害発生時には、事前にアサインされた復旧対応チームがこの優先度と復旧マニュアルに従って復旧を行います。

平常時の対策として、災害に強いITシステムを目指し、重要なITシステムについては東京・北陸の2拠点のデータセンターにサーバーを設置し、相互にバックアップを行っています。これにより、一方のシステムが利用できなくなっても、もう一方で利用を継続できる仕組みを構築しています。また、クラウドサービスの利用も積極的に推進しています。

サイバー攻撃に対しても、全てのITシステムのバックアップを行い、迅速に復旧させる体制を整えています。あわせて、セキュリティトラブル対応チーム(CSIRT)を組織し、発生した障害の原因を素早く特定し、二次被害の防止に努めます。

SMKでは、BIAで設定した目標復旧時間を超える停止を重大インシデントと定義し、その目標件数を年間0件としています。なお、2023年度の重大インシデントは0件でした。

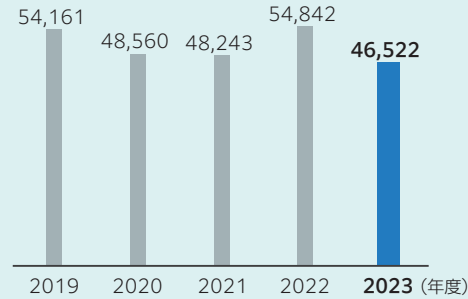
	2022年度	2023年度	目標
重大インシデント件数(件)	0	0	0

これらのBCPの有効性を検証するため、想定される複数の事象に対して訓練を行い、その結果に基づき、BCPの見直しも行っていきます。

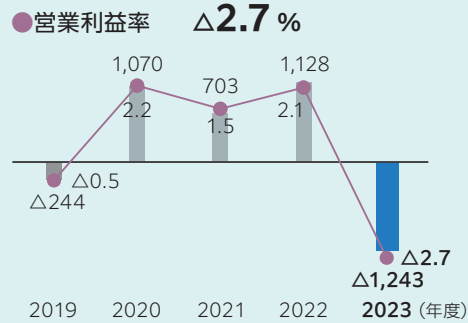
財務・非財務ハイライト

財務データ

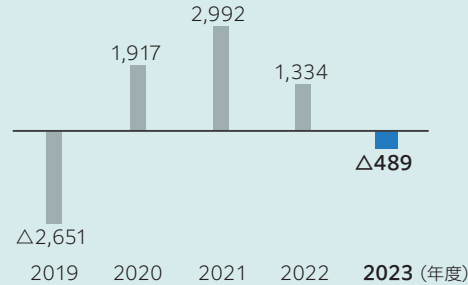
売上高 46,522 百万円



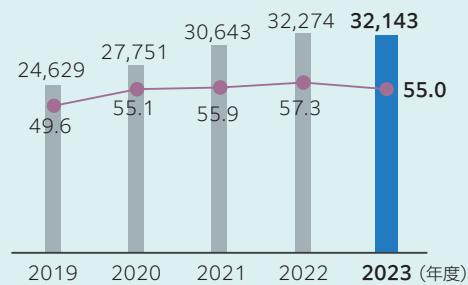
営業利益 $\Delta 1,243$ 百万円



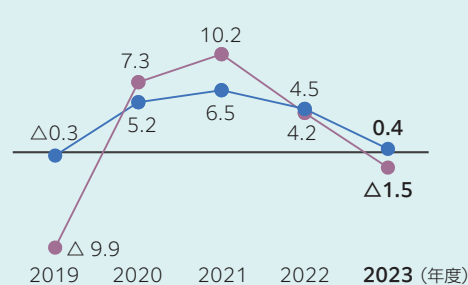
親会社株主に帰属する当期純利益 $\Delta 489$ 百万円



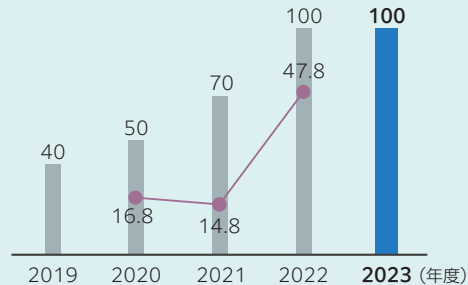
純資産 32,143 百万円



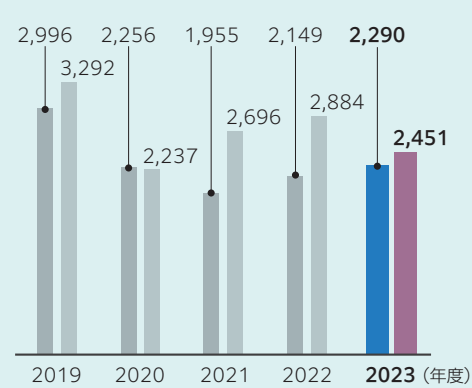
自己資本当期純利益率 (ROE) $\Delta 1.5$ %



1 株当たり配当金 100 円

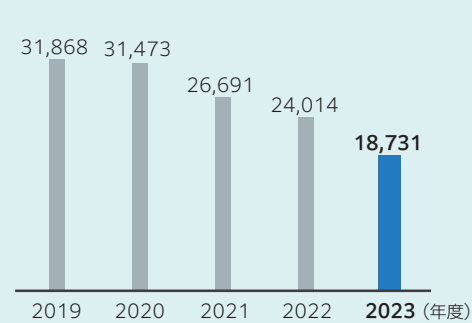


設備投資 2,290 百万円

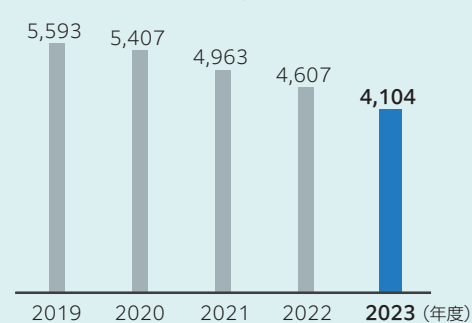


非財務データ

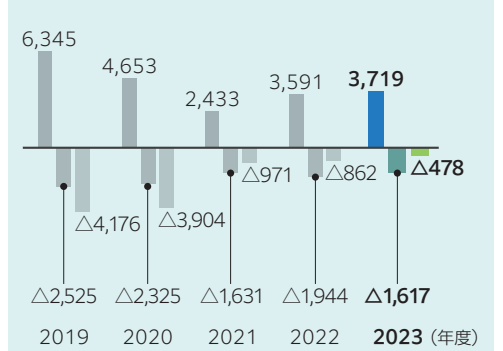
CO₂排出量 [Scope1+2] 18,731t-CO₂



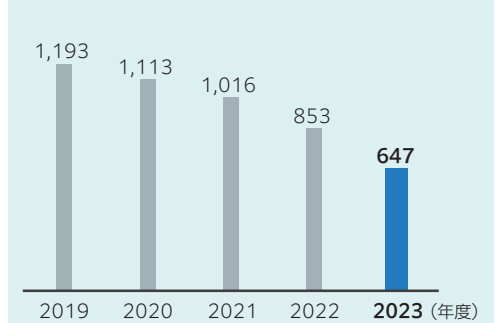
社員数 [連結] 4,104 名



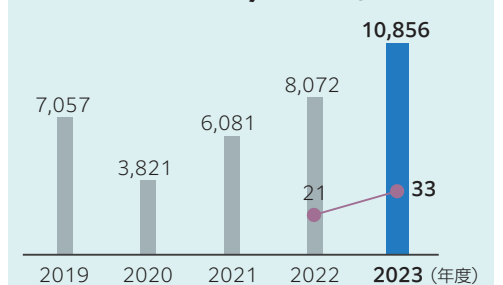
営業活動によるキャッシュ・フロー 3,719 百万円



廃棄物排出量 647t



社員研修時間 33 時間/人



			2019年度 2020/3	2020年度 2021/3	2021年度 2022/3	2022年度 2023/3	2023年度 2024/3
財務データ	経営成績(百万円)	売上高	54,161	48,560	48,243	54,842	46,522
		営業利益	△244	1,070	703	1,128	△1,243
		経常利益	△185	2,601	3,413	2,503	226
		親会社株主に帰属する当期純利益	△2,651	1,917	2,992	1,334	△489
		設備投資額	2,996	2,256	1,955	2,149	2,290
		研究開発費	2,845	2,515	2,384	2,390	2,557
		減価償却費	3,292	2,237	2,696	2,884	2,451
	1株当たり情報	1株当たり純資産(BPS)(円)	3,870.65	4,311.91	4,914.89	4,932.86	5,070.15
		1株当たり当期純利益(EPS)(円)	△410.88	297.92	472.14	209.12	△75.00
		1株当たり年間配当金(円)(うち1株当たり中間配当額)	40 (-)	50 (-)	70 (-)	100 (-)	100 (50)
		配当性向(%)	-	16.8	14.8	47.8	-
	財務指標	自己資本比率(%)	49.6	55.1	55.9	57.3	55.0
		自己資本当期純利益率(ROE)(%)	△9.9	7.3	10.2	4.2	△1.5
		総資産経常利益率(ROA)(%)	△0.3	5.2	6.5	4.5	0.4
	キャッシュ・フロー(百万円)	営業活動によるキャッシュ・フロー	6,345	4,653	2,433	3,591	3,719
		投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,525	△2,325	△1,631	△1,944	△1,617
		フリーキャッシュ・フロー	3,820	2,327	801	1,647	2,102
		財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,176	△3,904	△971	△862	△478
		現金及び現金同等物の期末残高	10,437	8,742	8,505	8,915	10,197

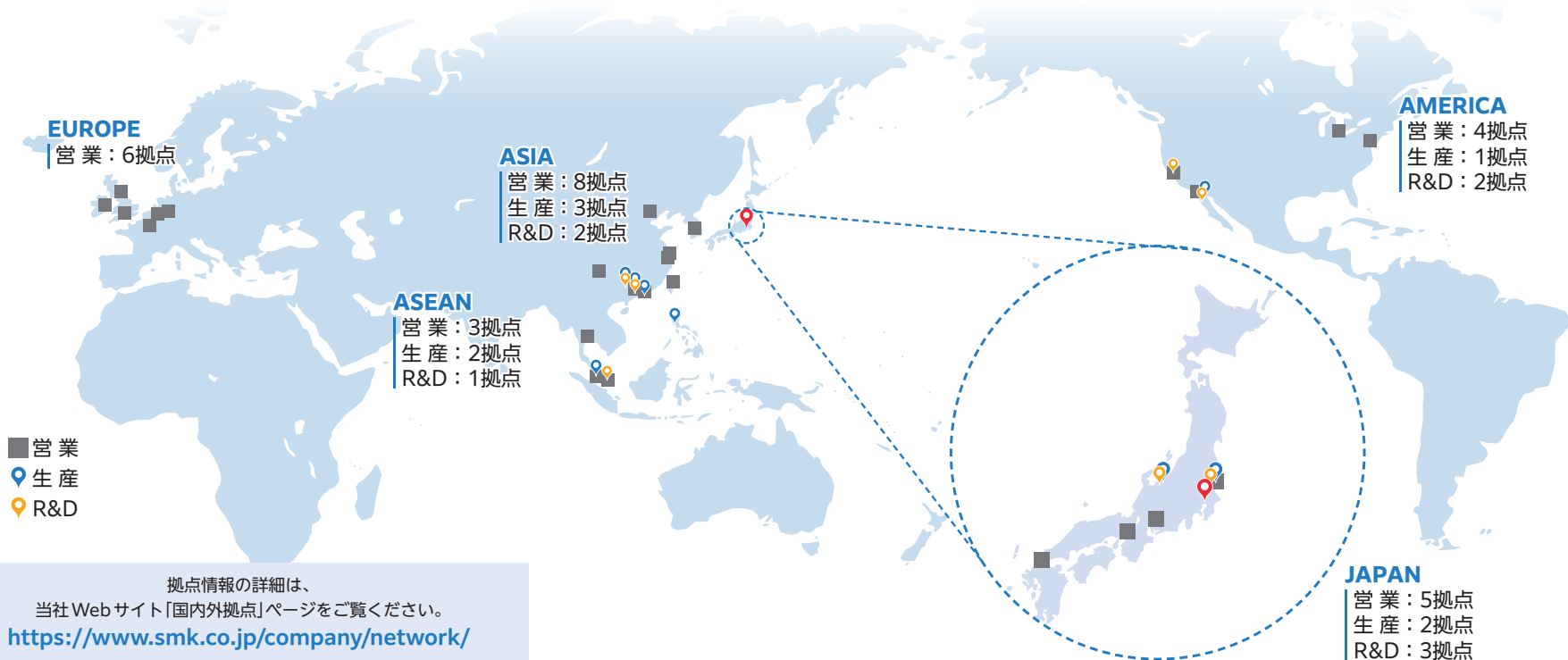
非財務データ	社員	社員数[連結](名)	5,593	5,407	4,963	4,607	4,104
		女性管理職比率[連結](%)*	9.1	10.1	9.3	10.8	9.2
		男性の育児休業取得率[単体](%)	0.0	15.4	0.0	9.1	44.4
	環境	CO ₂ 排出量[Scope1+2](t-CO ₂)	31,868	31,473	26,691	24,014	18,731
		エネルギー総消費量(MWh)	55,309	53,916	46,139	42,039	35,054
		廃棄物排出量(t)	1,193	1,113	1,016	853	647
		再資源化率(%)	91	92	93	93	94

* トランスナショナル人事制度における部課長相当の比率

会社概要 2024年3月31日時点

商号	SMK株式会社
創業	1925年(大正14年)
資本金	7,996百万円
市場	東証・プライム(証券コード:6798)
決算期	3月31日
売上高	46,522百万円(連結)
社員数	4,104名(連結)
本社	〒142-8511 東京都品川区戸越6丁目5番5号

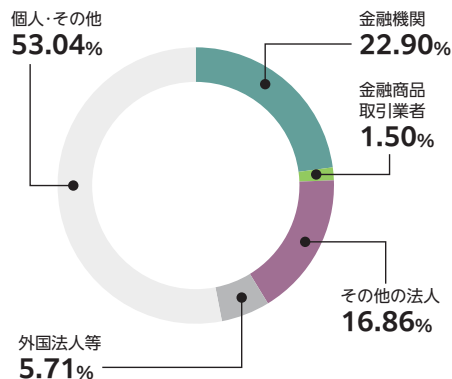
グローバルネットワーク 2024年9月30日時点



株式情報 2024年3月31日時点

発行可能株式総数	19,596,127株
発行済株式の総数	7,200,000株
株主数	6,006名

所有者別株式分布状況



大株主(上位となる10名の株主)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	612	9.65
SMK協力業者持株会	518	8.17
公益財団法人昭和池田記念財団	359	5.66
大日本印刷株式会社	320	5.04
日本生命保険相互会社	307	4.84
SMK社員持株会	269	4.24
株式会社みずほ銀行	167	2.64
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	150	2.37
明治安田生命保険相互会社	137	2.17
池田 彰孝	130	2.05

(注)当社は自己株式846千株を保有していますが、上記大株主からは除外しており、また、上記持株比率は自己株式を控除して計算しています。なお、自己株式には役員株式給付信託が保有する当社株式40千株を含めています。