

見たかった景色を、この先に。

～DNCブランディング活動～



中期経営計画に掲げた施策に全力で取り組むとともに、より一層の最適生産の追求、業務効率の改善に尽力します。

平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

第17期中間株主通信をお届けいたしますので、ご高覧賜りますようお願い申し上げます。

中期経営計画の進捗状況についてお聞かせください。

2023年度を最終年度とする中期経営計画も大詰めを迎えました。2019年の策定当初は4年間の計画としていましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大等外部環境の急激な変化を受け、事業活動を継続するための取り組みや、ESGをはじめとしたCSR経営のさらなる加速と強化のための施策の追加が必要となり、2020年に計画期間を含めた見直しを行いました。厳しい環境下でも全社一丸となってすべての施策にひた向きに取り組んできた甲斐あって、業績は順調に回復してきています。

2023年11月7日に公表した業績予想の修正にあるとおり、2023年度の業績は2023年8月8日に公表した予想を上回る見込みとなりました。国内外の日系自動車メーカーへ

の積極的な拡販に努めた成果である新規部品の受注や、売上製品構成の変化等により、売上高は1,650億円を見込んでいます。営業利益については、中期経営計画立案時には想定していなかったエネルギー価格の大幅な高騰の影響等もあり、大変厳しい状況です。しかし、カーボンニュートラルをはじめとする環境への対応や、ステークホルダーの皆さまとの関係性のさらなる深化、人的資本に係る投資等は、後回しにすべきではない最優先事項であるので投資の継続は必要です。従って、より一層の最適生産の追求と業務効率の改善に取り組み、目標達成に向けギアを上げてラストスパートに入ります。

中期経営計画では、①顧客戦略、②商品戦略、③ものづくり戦略、④拠点戦略、⑤経営基盤戦略の5つの戦略を柱に、課題に積極的にチャレンジしてきました。研究開発領域の取り組みとして、リサイクル技術の開発、内装部品における自動車内の快適性の向上、樹脂と電装の融合による先進的な操作デバイスの開発、熱マネジメント技術の開発等を推進し、着々と実を結びつつあるところ です。

次期中期経営計画については現在策定中ですが、外部環境の変化の影響で計画どおりに進捗できなかった課題については、引き続き取り組んでまいります。

第2四半期までの総括と、通期の見通しをお聞かせください。

当第2四半期までのトピックスとしては、2023年4月にDN-DX(※)推進室を新設しました。世の中の状況をリアルタイムに察知するとともに将来を予測し、継続的にデジタル技術を活用した業務の改革に取り組んでいま

す。また、リサイクル技術の開発や進化した生産プロセスによる省資源・省エネルギー化、女性活躍推進制度拡充プロジェクトをD&I(ダイバーシティ&インクルージョン)推進活動へとステップアップさせるなど、社会課題への対応も意欲的に行っています。

第2四半期の業績については、収益改善活動による効果や、労務費の上昇の一部を価格に転嫁したこと等により、増収増益となりました。

通期の業績予想についても、中国における事業環境の変化等の影響を織り込んではいらぬものの、堅調な推移を維持できる見込みであり、増収増益での着地と予想しています。

※DN-DX…DaikyoNishikawa-Digital Transformationの略。

株主の皆さまにメッセージをお願いします。

永続的な企業を目指す上で、人材の育成、つまり「ひとづくり」は極めて重要です。教育もさることながら、パフォーマンスを存分に発揮できる働きやすい環境づくりにも努めています。社員が会社の一番のファンとなり、誇りを持って働けるよう、ブランディング活動を3年前から行っています。ブランドの確立には地道な活動の積み重ねが必要です。しっかりと時間をかけて着実にプロセスを踏みながら進めており、少しずつ取り組みの成果は始まってきていると感じています。

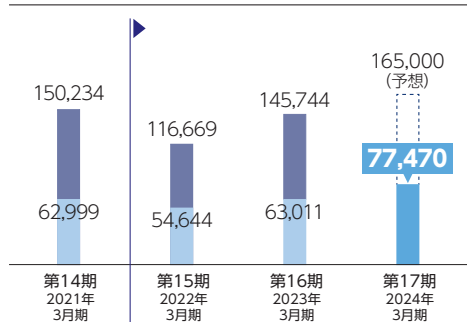
当社の風土を変え、輝く未来を創り出すのは、社員一人ひとりの心がけと行動です。目指す未来を正しく共有し、DNCブランドの確立と価値向上の実現に向けチャレンジを続けてまいります。株主の皆さまにおかれましては、倍旧のご支援ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長
内田 成明



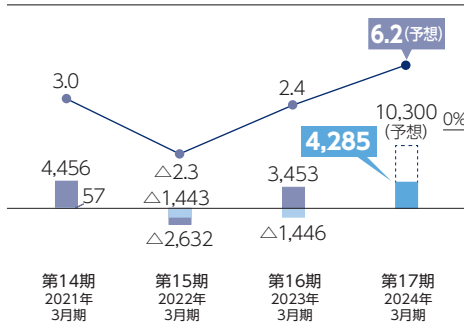
連結財務ハイライト

売上高(百万円) ■ 中間期 ■ 通期

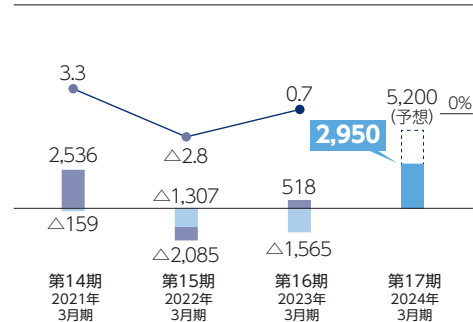


2022年3月期より収益認識会計基準適用

営業利益(百万円) ■ 中間期 ■ 通期
売上高営業利益率(%) ●



親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益(百万円) ■ 中間期 ■ 通期
自己資本当期純利益率(ROE)(%) ●



ポイント解説

- 売上高は、主要顧客の生産台数の増加に加え、OEM各社への販売増加により、前年同期比で増収となりました。
- 利益については、増収影響、コスト改善活動の実施、費用上昇分の価格転嫁、為替影響等により、前年同期比で増益となりました。



特集

DNCブランディング活動

～社員が誇りを持って働き、選ばれる企業を目指して～

当社では、全社員が誇りとやりがいを持って業務に臨めるようブランディング活動に注力しています。2020年11月にブランディングチームを立ち上げ、「誰一人取り残さない」をテーマに「見つけ、火をつけ、灯し続ける」活動を開始しました。社内向けの活動であるインナーブランディングに着手し、「DNCらしさ」について全社員を対象にしたアンケートを実施。当社の過去から現在、未来への想いや、魅力、強み等を洗い出し、ありがたい姿や大事にしたい考え方の見える化を行うべくチームメンバーで議論を重ねました。想いを集約し整理した集大成が「ブランドマニュアル」です。明文化した「ブランドマニュアル」の内容をいつでも見返せるよう、全社員に携帯サイズのクレドカードを配付し、企業理念や「DNCらしさ」などを浸透させる取組みを推進しています。2022年からは見える化した「ブランドマニュアル」を使って、ありがたい姿「見たかった景色を、この先に。」をカスケード形式^{※1}で経営層から本部長へ、本部長から部長へ、部長から部員へと、自身の想いを自らの言葉で伝え、全社員への共有を図っています。



各本部から選出されたブランディングチームのメンバーは、1年かけてブランディングを学び、社内にブランドの良さを伝え広めるアンバサダー^{※2}として活動を行ってきました。自社への理解を一層深め、想いを共有したメンバーたちは、「当社の一番のファン」を自負し、「ありがたい姿」に向かって率先垂範してリーダーシップを発揮しています。

3年前に火をつけられたブランディングの灯は、これからますます輝きを増し、大きく強い光を放ち、当社の未来を明るく照らし支える礎となります。今後は社外に向けても活動の範囲を広げ、ブランドの確立を目指してまいります。

※1 カスケード形式：何段にも連なっている小さな滝のように、段階的に進めていく形式。 ※2 アンバサダー：大使を意味する。社内においては部内や社員同士身近な人に伝える役割を担う。

CHANCE to CHANGE ～ブランディングアンバサダーになって変化したこと～



アンバサダー
A.N.

チーム発足当初は迷走の連続で、方向性を見失ったこともありましたが、現在は結束も強まり活発な意見交換や、たくさんのアイデア、提案が次々と出るようになりました。私自身で感じている変化は、全体最適で考え行動することができるようになったこと、行き詰まったときに原点に戻って「本質は何か」を見つめ直せるようになったことです。以前は口をつぐんだり関わりを避けていたことにも、「小さなお節介」で少しでも改善するなら、積極的に声掛けをするようにしています。



アンバサダー
S.S.

ブランディングメンバーに選出されたときは何をすれば良いのか右も左もわからず、戸惑いと不安が大きかったのですが、メンバーと打ち解けるにつれ一体感のある前向きな活動へと変わりました。新しいことにチャレンジできる喜びを感じています。アンバサダーになってから職場内でもポジティブな発言ができるようになったことが一番の収穫です。周囲に「いいね!」の共感の輪が広がったことで、コミュニケーションも円滑になりました。



【Q&Aで解説】 教えて! Keyword

Q1

ブランディングを行うことで、どのような効果が期待できますか?

ブランディングとは、ブランドを構築する活動のことです。自社の魅力をアピールし、企業イメージを向上させ、ファンを増やす活動です。ブランドを確立することにより他社との差別化が図れ、競争力が高まります。また、企業や製品への安心感・信頼感も増し、企業価値が向上します。「選ばれる企業」となることで、経営の安定化に貢献するとともに、採用市場においても優位となり、優秀な人材の確保と離職率の低下に繋がります。ブランドは一朝一夕に確立できるものではありませんが、長期的な活動をとらして、継続的な成長が期待できます。

Q2

インナーブランディングとは何ですか?

ブランディングには、社内向けの活動である「インナーブランディング」と、社外向けの活動である「アウターブランディング」があります。企業イメージの形成には社員一人ひとりの行動が大きく関与するため、社員に企業理念を浸透させ、社会に提供できる価値への理解を深め、同じ方向にベクトルを合わせるインナーブランディングは重要な取組みです。社員全員で価値観を共有し、足並みを揃えることが肝要で、社員は高いモチベーションで誇りを持って働けるようになり、満足度が向上します。良き企業文化が醸成され、強い組織を作ることができます。



「DNCレポート2023」を発行しました

当社は、「DNCレポート2023」を発行しました。本レポートは、主に持続可能な社会の実現に向けた当社グループの活動について発信するものであり、「開かれた企業」として社会とコミュニケーションをとるための重要なツールとして位置づけています。

ホームページにて本レポートを公開するとともに、今後の事業活動及びより良いレポートづくりに活かすべくアンケートも行っています。皆さまからのご意見ご感想をお寄せいただけますと幸いです。

●「DNCレポート2023」

https://www.daikyonishikawa.co.jp/ir/library/corporate_reports.html



●アンケートはこちら

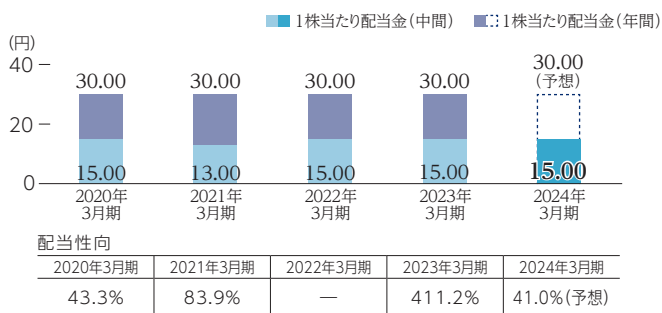
https://www.daikyonishikawa.co.jp/ir/library/corporate_reports/questionnaire.html



株主還元の基本方針

株主還元につきましては、安定的・継続的な配当を行うことを基本方針とし、業績、配当性向などを総合的に勘案することとしています。今後も安定配当を継続的に実施するため、成長投資と株主還元のバランスを配慮し、設備投資・研究開発などの資金を確保しながら実施していきます。

1株当たり配当金・配当性向



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎事業年度終了後3ヵ月以内
剰余金の配当の基準日	期末配当 3月31日 中間配当 9月30日
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
同 事 務 取 扱 場 所	三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号 0120-094-777(平日9:00～17:00)
同 取 次 所	三菱UFJ信託銀行株式会社 全国本支店
公告掲載方法	電子公告 https://www.daikyonishikawa.co.jp/ 但し、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

会社概要

(2023年9月30日現在)

社 名	ダイキョーニシカワ株式会社
本 社	広島県東広島市寺家産業団地5番1号
設 立	2007年4月1日
資 本 金	54億2,665万3,900円
従 業 員 数	5,630名(連結)

株主通信バックナンバーをご覧ください

株主の皆さまに、私たちの事業活動や取り組みを知っていただきたいという思いから、年に2回、株主通信を発行しています。



●バックナンバーはこちら

<https://www.daikyonishikawa.co.jp/ir/library/business-reports.html>



表紙について

ブランディングチームメンバー

ブランディングチームの発足から3年が経ち、盤石な絆を築いています。コロナ禍であったことも相まって暗礁に乗り上げそうになったこともあり、これまでの道程は決して順風満帆とは言えなかった時もありましたが、今ではメンバー全員が同じ方角を向いて「見たかった景色」を思い描き、「ワクワクする仕事」に挑戦しています。

「未来を担う子どもたちに、ものづくりの楽しさを伝えたい」と企画立案した「新しい試み」が、2024年度での実現に向け今まさに進行しているところです。

ブランディングチームの巻き起こした渦は全社に波紋を広げ、当社の新しい風土を作り上げようとしています。



ダイキョーニシカワ株式会社
TEL: 082-493-5610

