

新経営方針「Forging the future 未来を拓く」

1. 市場の成長性、競争力、サステナビリティにフォーカスしたポートフォリオ

競争優位性を有する成長市場にフォーカス

スペシャリティケミカルカンパニーへとポートフォリオを改革していくために、当社は「市場の成長性」「競争力(強み)」「カーボンニュートラル」にフォーカスした選定基準をもとに、「エレクトロニクス」「ヘルスケア&ライフサイエンス」を最重要戦略市場と位置付けています。これらの市場に重点的に経営資源を集中させることで、企業価値の一層の向上を図っていきます。

注力市場の選定基準

市場の魅力度

市場成長性
高収益性を阻む要因・リスク
ROS / ROIC / EBITDAマージン

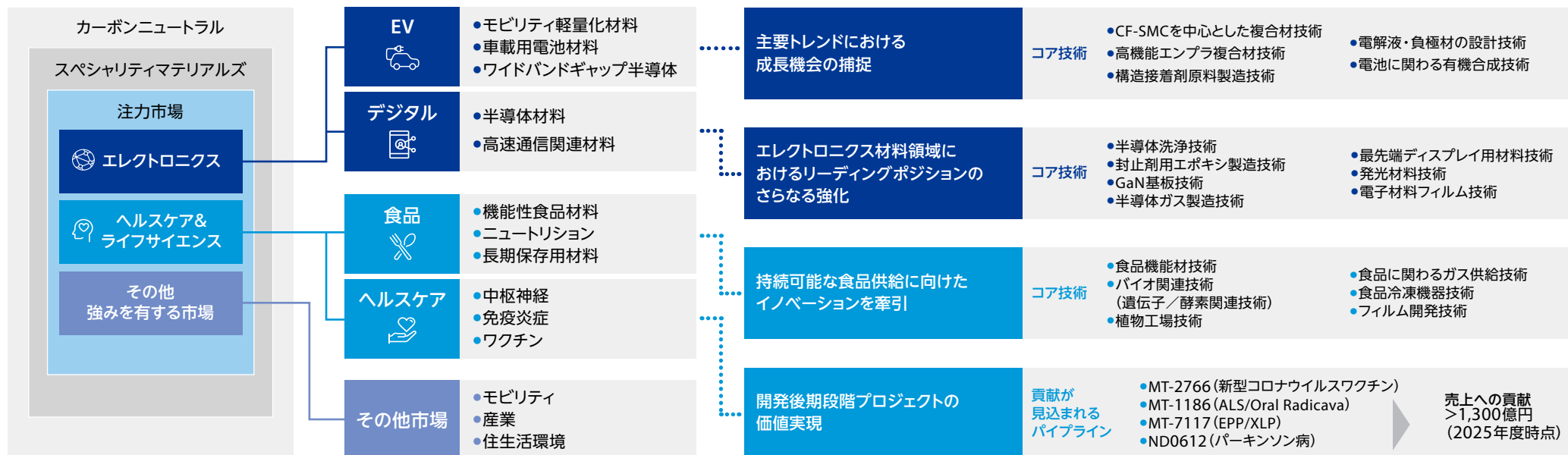
グループの強み

No.1 / No.2 を狙える地位
技術革新性
競争優位性・差別化要因

カーボンニュートラル

CO₂排出水準
CO₂排出の削減余地
顧客/社会に対する付加価値

最重要戦略市場



新経営方針「Forging the future 未来を拓く」

ポートフォリオ改革のベースとなる 強固な機能性素材事業群に投資

最重要戦略市場でのテクノロジー基盤となる多くのコア技術を保有しているケミカル、ポリマー、フィルム、モールディングマテリアルの各領域において継続的な成長投資を実施し、さらなる競争力強化、スペシャリティケミカルカンパニーとしてのプラットフォーム拡充を図っていきます。

コア技術の強み

ケミカル	
MMA	<ul style="list-style-type: none"> 世界市場シェア首位(約30%)のMMAモノマーサプライヤーとしての地位 コスト競争力の源泉である独自の製造技術(新エチレン法)
機能性モノマー	<ul style="list-style-type: none"> 顧客ニーズに合わせた分子設計技術
フィルム	
光学フィルム	<ul style="list-style-type: none"> 世界市場シェア約20%の光学用ポリエステルフィルムメーカー
バリアフィルム	<ul style="list-style-type: none"> 食品包装および医療製品向けを中心とするバリアフィルムサプライヤー
工業フィルム	<ul style="list-style-type: none"> 幅広い産業用途向けの高付加価値製品 低環境負荷技術

※ エチレン・ビニルアルコール共重合樹脂

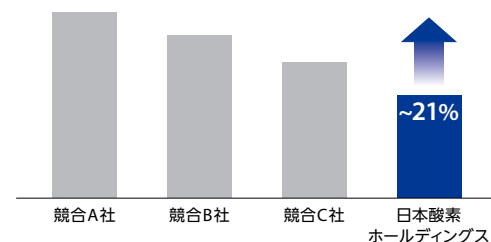
ポリマー	
バイオプラスチック	<ul style="list-style-type: none"> サステナブルな食品包装とガラス代替としての最先端バイオプラスチック
EVOH※	<ul style="list-style-type: none"> 食品包装用の独自技術の高性能ポリマー
機能性樹脂	<ul style="list-style-type: none"> 多機能かつ環境対応技術を有する樹脂製品ラインナップ
モールディングマテリアル	
炭素繊維複合材料	<ul style="list-style-type: none"> 世界トップクラスの一貫した炭素繊維・複合材料バリューチェーン
スーパーエンジニアリングプラスチック部材/成型品	<ul style="list-style-type: none"> グローバルOEM、産業機械および航空機メーカーの要請に応える品揃え

産業ガスは成長機会の獲得、コスト削減、収益性向上への戦略的イニシアチブを推進

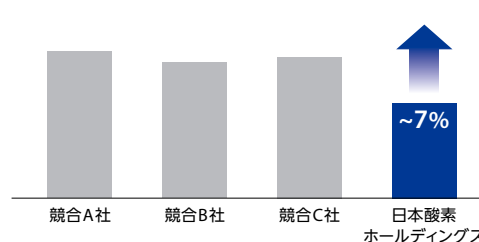
世界4位の産業ガス会社である日本酸素ホールディングスは、競合であるグローバルトップ3を視野に、一層の成長投資の機会探索、コスト削減策の実施など、収益性向上に向けた戦略的イニシアチブを推進していきます。

グローバル産業ガス競合との収益性比較 出所：Capital IQ, IR資料

EBITDA マージン (2021年度末)



ROIC (2021年度末)



戦略的イニシアチブ

コスト削減

- 欧米でのコスト削減手法の他地域への展開
- 日本における収益性の向上

財政規律

- 財務健全性の改善
- 成長投資、有利子負債削減、株主還元のバランス

グローバル市場での成長

- 特に米国市場と欧州市場

新規事業開発/三菱ケミカルグループ内でのシナジー発現

- 半導体材料
- 水素
- 医療用ガス

カーボンニュートラル

- 2030年の削減目標と2050年カーボンニュートラルに向けたロードマップ策定

新経営方針「Forging the future 未来を拓く」

デジタル化とサステナビリティでの成功が 化学セクターでの勝敗を分ける

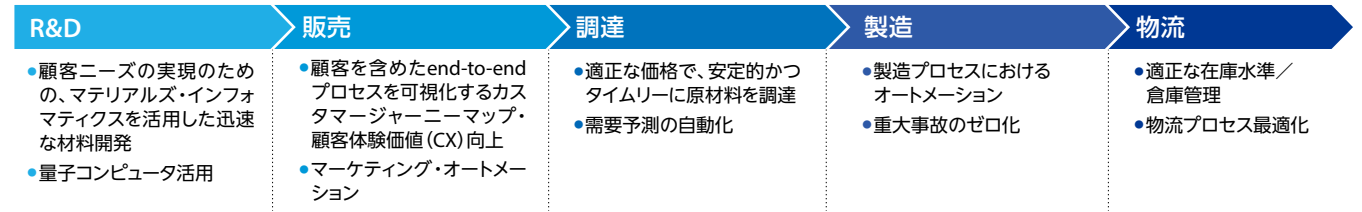
デジタル戦略の強化によって、顧客体験価値(CX)と ビジネスプロセスのトランスフォーメーションを実現

デジタル技術の導入・活用を、ビジネスの効率化にとどまらず、「ビジネスモデル変革」を成すための重要戦略の一つと位置付け、顧客体験価値(CX)とビジネスプロセスのトランスフォーメーションを実現していきます。

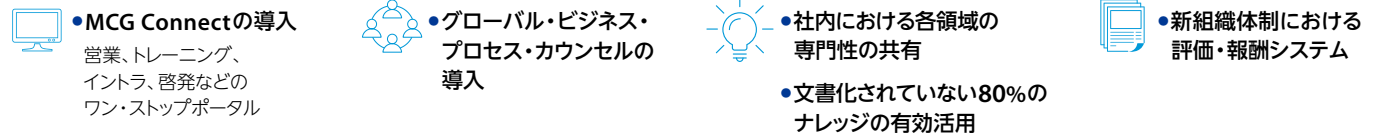
持続的な成長を達成しつつ、 着実にカーボンニュートラルを実現

当社は2020年2月に発表した中長期経営基本戦略「KAITEKI Vision 30」において、「GHGインパクトニュートラルが達成されていること」を、2050年にめざすべき社会像の一つとして掲げています。その実現のため、当社はバリューチェーン全体を通じたGHG低減・有効活用などの施策を進めるとともに、世界各国・地域の状況を踏まえ、グローバルなGHG削減目標および方針を策定。2030年までに2019年度対比で29%のGHG排出量を削減し、持続的な成長を達成しつつ2050年にはカーボンニュートラルを実現していく計画です。

サプライチェーンにおける主要DXテーマ



主要DXテーマ



2050年カーボンニュートラルに向けたロードマップ

当社グループGHG 排出量 (Scope1+Scope2)

