

中期経営計画「成長の加速-変革 2.0-」を策定 ～2030年を見据えた2026～2028年計画～

東洋紡エムシー株式会社(本社:大阪市北区、代表取締役社長執行役員CEO:藤井 尚毅、以下「当社」)は、2030年を見据えた2026年度から2028年度までの3年間ににおける中期経営計画「成長の加速-変革2.0-」(以下、「新中計」)を策定いたしましたので、お知らせいたします。

当社は、2023年4月の事業開始以降、経営基盤の整備及び収益力強化を推進し、成長に向けた取り組みを着実に実行してまいりました。次の3年間ではこれまでの取り組みを土台とし、既存事業の延長ではない、さらなる成長の加速を目指します。

1. 新中計の基本方針

当社は、2030年度に「市場成長の取り込み」を狙える集約した事業群の形成を目指します。新中計では、その実現に向けて、当社の強みである「コア技術の深化・拡充」「ビジネスモデル変革」「ポートフォリオ再構築」を掛け合わせ、成長する対面市場領域を意識した戦略単位を定めました。

2. 新中計のポイント

当社は、以下の3つの成長領域に経営資源を集中します。

電材領域	当社が有する接着・有機合成技術を活用し、他社技術・事業の取込みの可能性も含め、電材領域における事業展開を拡大します。
環境領域	紡糸等のコア技術を軸に、特色ある素材や装置の開発、環境負荷低減に寄与する製品群の充実を図ります。
モビリティ領域	アライアンスによるコスト競争力の強化、海外拡販の推進、モビリティ事業推進ユニットによるOEMとの共同開発事業を拡充します。

3. 目標(2030年度)

新中計では、2030年度を見据えた成長目標として、営業利益200億円を掲げています。

詳細は、添付資料「中期経営計画 成長の加速-変革2.0-」をご覧ください。

以上

このニュースリリースに掲載されている内容は、発表日時点の情報です。発表日以降に変更される場合もありますので、あらかじめご了承ください。

■お問い合わせ先

東洋紡エムシー株式会社 経営企画部 企画・広報グループ Mail: info_tmc@toyobo-mc.jp Tel: 06-6348-3310

成長の加速 -変革2.0-

中期経営計画 - 2030年を見据えた26～28年計画 -

2026年5月13日

東洋紡エムシー株式会社



東洋紡エムシーのビジョン・ミッション

- 東洋紡エムシーは、“TOYOBO PVVs”の具現化に向け、「高機能素材で世界の課題を解決します」

理念 Principle

めざす姿 Vision

大切にすること Values

TOYOBO PVVs

理念 Principle

『順理則裕』

なすべきことをなし、ゆたかにする

〈順理〉 ・「なすべきこと」を「する」(改め)
とは ・「なすべからざること」は「しない」(守り)

〈則裕〉 ・順理を貫くことで、「世の中をゆたかにし」、「自らも成長する」
とは ・それを「やりきる」「やりとげる」ことでゆたかにしていく

めざす姿 Vision

私たちは、素材 + サイエンスで 人と地球に求められるソリューションを創造し続けるグループになります

大切にすること Values

私たちは、変化を恐れず、変化を楽しみ、変化をつくります

TOYOBO Spirit 9 Commitments

挑戦 Challenge

信賴 Reliability

協働 Collaboration

先取 創造 実行

安全へのこだわり お客さま満足 現場・器物 充実

双方向の意思疎通 多様性の確保・活用 やってみる機会の提供

めざす姿 Vision

高機能素材で世界の課題を解決します

—付加価値の「高い」機能素材を「グローバル」に展開することで、世界の「課題解決」に貢献していきます。

やるべきこと Mission

① 絶え間なく自己変革する

—劇的に変化する事業環境において、変わらないことこそがリスクであると認識し、常に変革を進めていきます。

② 素材の技術と未来のニーズをつなぐ

—東洋紡が持つ尖った技術と三菱商事のネットワークを掛け合わせ、未来の大きなトレンドにつなげていきます。

③ 社会課題の解決に向けて共創する

—社会課題の解決に向けて、社内外のパートナーと共に新たな価値を創り上げていきます。

中期経営計画の骨子

めざす姿 Vision

高機能素材で世界の課題を解決します

やるべきこと Mission

- ① 絶え間なく自己変革する
- ② 素材の技術と未来のニーズをつなぐ
- ③ 社会課題の解決に向けて共創する

序章

前中期経営計画の振り返り

- 東洋紡エムシー(TMC)発足後3年の振り返り
- TMC発足後3年の振り返り -取組例-

1章

東洋紡エムシーの目指す姿

- TMCの目指す姿
- 中期経営計画 - 取組方針・定量目標 -
- 全社経営方針 - TMCポートフォリオ再構築 -

2章

注力領域の戦略

- 領域戦略
 - 「電材(接着・合成)」「環境(紡糸)」「モビリティ」

3章

経営基盤強化

- 成長に向けた基盤強化・アイデンティティの確立
 - 人事、組織、安全防災、品質保証、コンプライアンス、生産拠点

- TMC発足後3年間で、経営基盤構築及び収益強化を完遂、成長に向けた仕掛けにも着手

項目

東洋紡×三菱商事の融合

全社経営方針・ ポートフォリオマネジメント 個別最適を「変えて」全体最適へ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ポートフォリオ戦略・事業戦略ラベルの定着 ■ 構造改革事業への対応(不織布事業の海外移管、子会社譲渡)
機能本部戦略 「変わる」ために強化する本部戦略	<ul style="list-style-type: none"> ■ 機能単位での全体最適・効率化の取り組み <ul style="list-style-type: none"> ● 営業本部：各種収益改善施策・運転資本圧縮・海外拡販体制整備 ● 生産本部：メリハリある設備投資・コスト見える化・銘柄切替数の低減 ● 開発本部：開発委員会立上げ・ロードマップ整備(モビリティ・電材・環境) ● モビリティ事業推進：新組織立上げ・OEM/Tier1との共同開発
経営基盤整備・強化 「変わる」ための基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> ■ ビジョン・ミッション・経営方針の浸透 ■ 連結経営基盤強化、経営サイクルの高度化
次期中計への課題	<ul style="list-style-type: none"> ■ 更なる成長の実現(ポートフォリオの入替・集約・シフト、海外拡販の加速) ■ マクロトレンドを捉えた新規大型開発テーマの創出・収益化 ■ 事業所競争力強化

TMC発足後3年の振り返り -取組例-

・ TMC設立後は新たな発想・ネットワーク等により開発・営業の取組を推進

新規開発

- ✓ ロードマップ作成やマクロトレンドを踏まえた新規開発
- ✓ OEMへの直接対話から共同検討・開発を開始

PPE繊維・ワニス、“Vitrimer”*、水溶性テトラゾール等の次世代素材を上市し、有望用途を探索中

- PPEの有望用途例 -

高耐熱性



電気ケーブル用
介在



モーター用
絶縁紙/電磁鋼板



通信基地用
保護筐体

高性能電気特性
(低Dk/低Df)

*“Vitrimer”はFONDS ESPCI PARISの登録商標です

電材向け開発

ビジネスモデル

- ✓ 外部パートナーと連携した取組や最終ユーザーへのアプローチ等による拡販に着手

現地パートナー連携
設計提案



- ・ BM社と連携しバイロショット®使用時の設計思想を整理、OEM/Tier1向けソリューション型提案に変革
- ・ 各国にて成型機メーカーとの関係を深化させ、最適な成型機の作成・リースモデル等を構築

オールポリエステル
カーシート



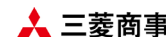
ブレスエアー®



ポリエステル
合成皮革
*開発品

- ・ 素材売りから脱却し、ウレタン代替を実現する次世代シート(パッド、表皮)を提案
- ・ 国内外OEMへの直接アプローチを通じ、共同検討・開発を推進

需要家アプローチ

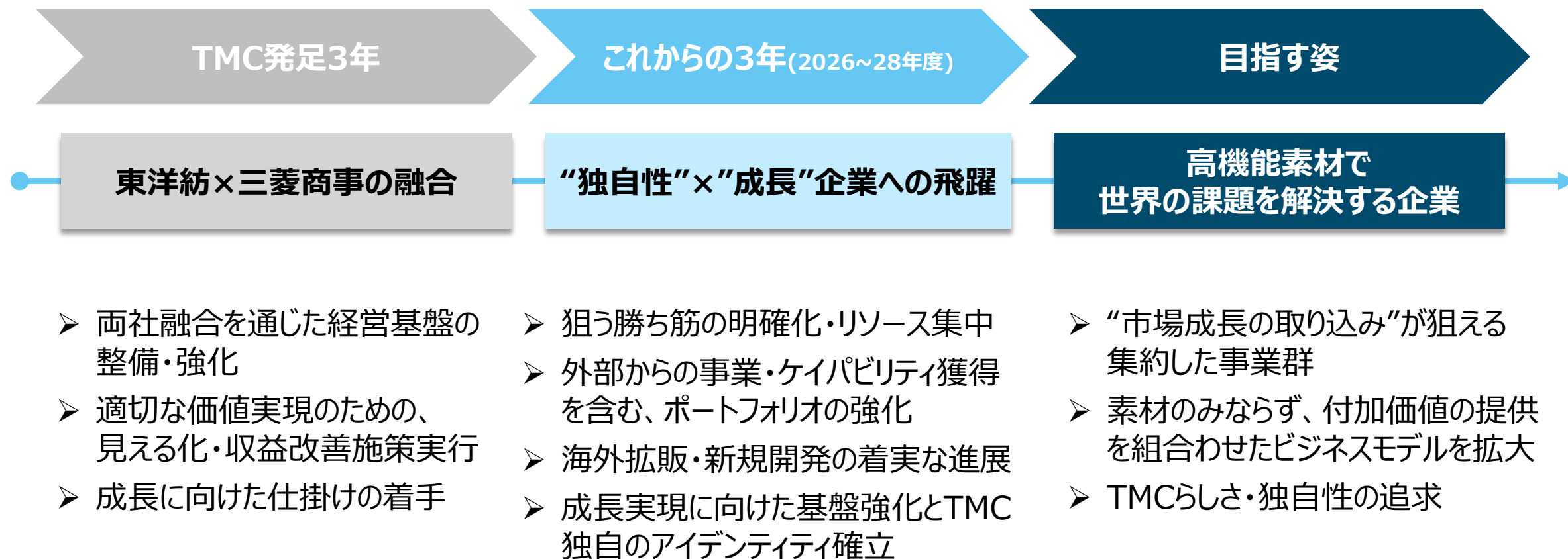


三菱商事

- ・ 最終需要家であり、採用技術の決定権を有する大手リチウムメーカーとの直接のコミュニケーションへ移行
- ・ MCの出資先含めたDLE技術企業・エンジニアと連携強化

TMCの目指す姿

- “市場成長の取り込み”が狙える集約した事業群、素材+付加価値提供のビジネスモデル、TMCの独自性の3つを兼ね備え、世界の課題を解決する高機能素材企業を目指す



- ・ 目指す姿の実現に向けて、積極的に外部リソースも活用の上、“独自性”×“成長”企業への飛躍を図る
- ・ 市場成長の取り込みが狙える電材(接着・合成)、環境(紡糸)、モビリティの3領域に経営資源を集中する

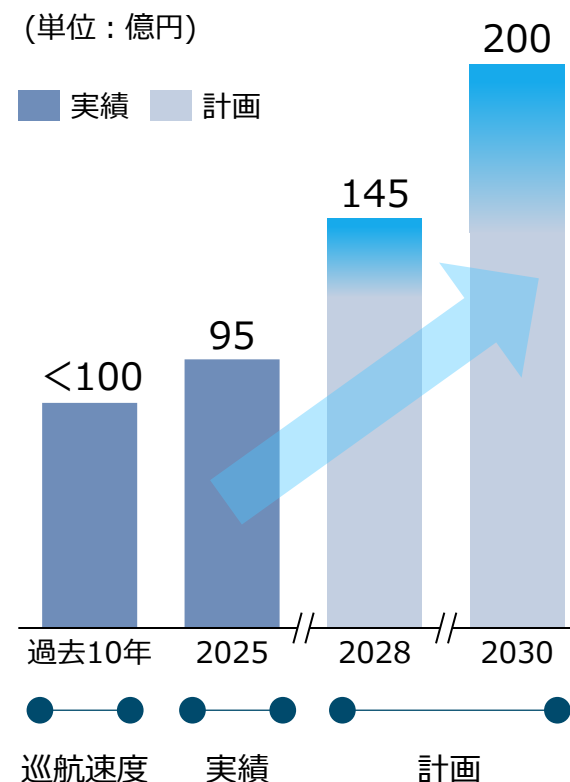
項目

“独自性”×“成長”企業への飛躍

<p>■ 2030年度 営業利益200億円の実現に向け、成長領域を捉える主体的な事業ポートフォリオの入替・再構築の実行</p>
<p>■ TMCの強みと、その強みを活かした注力3領域における勝ち筋の明確化・実行</p> <p>電材領域 独自の接着・合成技術を広げ、電材領域を支えるキープレイヤー</p> <p>環境領域 特徴ある素材を軸に、新たな環境価値を提供するソリューションパートナー</p> <p>モビリティ領域 次世代モビリティを支える高機能素材のグローバルカンパニー</p> <p>■ 主たる打ち手は、海外強化、ソリューションビジネス化、新規開発テーマの推進、M&A</p>
<p>■ 成長の実現に向けた基盤強化・TMC独自のアイデンティティ確立</p> <p>■ 変化・成長を実感する人材施策・組織作りと組織風土改善</p>

30年度 営業利益*200億円達成を目指す

*M&A実行時の持分調整等を含めた実質営業利益



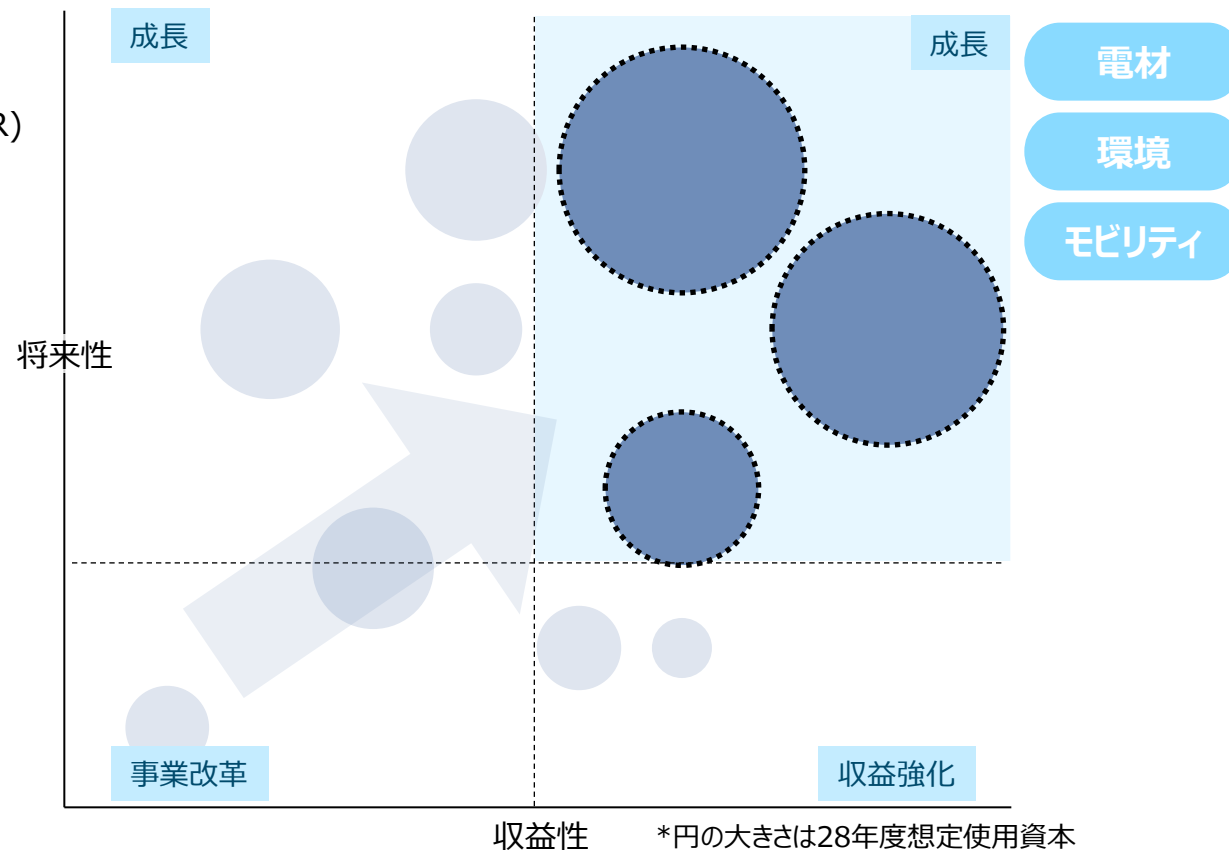
- 戦略ラベルに応じた打ち手により各事業の収益性は向上、本中計期間は更なる成長の実現に向け、市場成長の取り込みが狙える電材(接着・合成)、環境(紡糸)、モビリティの3領域に経営資源を集中する

ポートフォリオのあり姿実現に向けた、取組

- ✓ 戦略ラベルによる管理は継続
- ✓ 成長・収益強化事業の中で“市場成長の取り込み”が狙え、TMCの自社技術の強みを活かせる3領域へリソースを優先的に配分し、集約を図る

現状	注力領域に集約	(主要対面市場とCAGR)
成長 ・エンプラ ・バイロン・ハードレン ・環境ソリューション	電材 ・高速通信 ・パッケージ小型化 ・低誘電対応	電材(通信)市場+8%
収益強化 ・光機能材料 ・ファインケミカル ・高機能ファイバー	環境 ・資源循環(リチウム等) ・排出削減(PFAS等) ・脱炭素	リチウム市場 +16% ZLD*市場 +8% *無排水化
事業改革 ・不織布マテリアル	モビリティ ・軽量化 ・リサイクルマテリアル ・電動化	軽量化素材 +6% リサイクル材 +11%

ポートフォリオのあり姿



オーガニック施策・M&Aを掛け合わせケイパビリティを拡充、TMCが有する接着・合成の強みを活かした事業展開を進め、電材領域の市場成長を取り込む

市場

- AIの急拡大等による情報通信量の増加に対応する
半導体高度化、高速通信化
- 地政学リスクを発端とした**サプライチェーン強靱化**
電材(通信)市場 CAGR8%

強み

- **高分子・有機合成技術**を軸とした独自素材・樹脂設計力・ニーズへの対応力
- 低誘電特性・高耐熱・表面処理特性の高い製品群

方向性

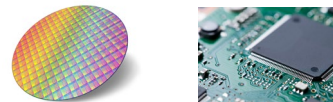
- 独自素材を軸に**オーガニック施策とM&Aを組み合わせ**基盤構築、新規開発・事業展開を加速する

次世代への成長

基盤を活用した新規開発・更なる事業展開

デファクトスタンダード製品の創出

- ✓ 構築した電材・光学領域の基盤を活かした新製品の開発、強みを活かしたデファクトスタンダード製品の創出
- ✓ 差別性・成長性のある技術の獲得等による周辺領域の強化



既存事業の成長

電材領域拡大のための基盤整備・強化

接着・塗料向け海外拡販

- ✓ 海外販売体制強化
- ✓ アライアンス活用による製造最適化

電材向け基盤の構築

- ✓ オーガニック施策・M&Aの両面で電材向けの基盤構築

狙うトレンド

サプライチェーン
・国内回帰

半導体原料
需要拡大

高周波・
高速通信化

AIの急拡大

- コア技術(紡糸等)による特徴ある素材を軸に、装置展開やMCネットワーク活用を掛け合わせ、エンドユーザーに直接対応することで、独自のビジネスモデル構築を狙う

市場	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素・循環型社会への移行、環境規制強化への対応が必須 新素材・技術に於いては黎明期から発展期へ移行 <p style="text-align: center;">リチウム市場 CAGR16% ZLD市場 CAGR8%</p>	次世代への成長	将来の需要開拓・仕込み		狙うトレンド
			<p style="text-align: center;">新規用途開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 電動化に伴うリチウム需要増や再エネ関連需要増を踏まえ、最終需要家へのアプローチによる新規用途開拓を推進 	<p style="text-align: center;">ソリューションビジネス強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 環境負荷低減ニーズに対し、素材×装置×アフターフォローのビジネスモデル実現により、優位性確保 	
強み	<ul style="list-style-type: none"> 紡糸技術を軸に発展した特色ある素材(中空糸膜・活性炭繊維・高強度繊維) 素材を軸とした装置事業の展開 (濃縮・回収装置) 	既存事業の成長	能増・海外拡販		有価物回収
			<p style="text-align: center;">海外拡販</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存事業の生産能力増強及び海外市場・代替品開拓による拡販・シェア拡大 	<p style="text-align: center;">装置販売知見・アライアンス強化</p> <p style="text-align: center;">アライアンス拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 装置販売パートナー経由での知見蓄積やアライアンス深化・拡大 	
方向性	<ul style="list-style-type: none"> 特色ある素材を軸に、装置化や最終顧客へのアプローチを組合せたソリューションビジネスへの転換 新規素材等の用途展開加速 				<p style="text-align: center;">LiBs</p>



・ アライアンスによるコスト競争力強化と海外拡販による収益拡大と
モビリティ事業推進ユニットによるOEM共同開発案件の両立で高付加価値な事業を創出する

市場

- 自動車販売は2030年にピーク、付加価値競争へ
- 電動化に伴う軽量化及び自動車部材リサイクルニーズの高まり
 軽量化素材 CAGR6%
 自動車リサイクル市場 CAGR11%

強み

- 高剛性・軽量化等、顧客ニーズに応じた独自の配合技術・対応力、アセットライトな事業運営

方向性

- アライアンスや現地パートナーを活用したコスト競争力強化や海外拡販
- OEM共同開発を通じた高付加価値事業への転換

次世代への成長

既存事業の成長

Tier1.5ポジション、トレンドに沿った大型テーマの獲得

軽量化・リサイクルマテリアル活用ニーズ対応

- ✓ モビリティ事業推進ユニットの活動を通じたTier1.5ポジション獲得
- ✓ 電動化に伴う軽量化ニーズ(内外装樹脂化/金属代替)や、リサイクルマテリアル活用ニーズ等での大型テーマ獲得による拡大



アライアンス活用によるライトアセットx成長の両立

競争力強化

- ✓ アライアンス・現地コンパウンダーとの連携深化によるアセットライト且つ高い競争力の両立

新規開拓推進

- ✓ マーケティング専門部隊新設や海外人員拡充等の体制強化・外部パートナーとの連携強化による新規開拓加速

狙うトレンド

電動化に伴う軽量化ニーズ(金属代替他)

自動車部材のリサイクルニーズの高まり

成長に向けた基盤強化・アイデンティティの確立

- 変化・成長を実感できる人事施策と戦略に応じた柔軟な組織体制の導入
- 更なる成長に向けた土台となる安全防災・品質保証・コンプライアンス・生産基盤の徹底強化

人事・組織施策

安全防災・品質保証・コンプラ・生産基盤強化

人事施策

継続施策	メリハリある評価と、丁寧な目標設定・フィードバック 経営・海外人材の育成(キャリアパス・研修)
新規検討	TMCらしさに向けた独自人事施策の検討

安全防災 品質保証 コンプラ

継続強化	安全防災・品質保証・コンプライアンスは全ての事項に優先する TMC連結ベースでの品質保証体制の強化 全労働災害度数率*の改善 <small>*100万時間当たりの災害発生件数(連結ベース)</small>
------	---

組織体制

継続施策	経営課題に対応する柔軟・機動的な直轄組織 例：モビリティ事業推進ユニット
新規検討	成長領域毎の戦略実行に適した組織体制の検討

生産 拠点 ・ コスト 競争力 強化

継続強化	AIを活用したスマートファクトリー化の推進 国内外含めた生産拠点の最適化 外部とのアライアンス推進(外部委託・受託) 事業規模に応じた共通固定費適正化・上昇抑制 各種コスト低減
------	--

組織風土

継続施策	経営方針透明性 ポートフォリオ経営徹底による「リソース」・「業務体制」の改善* 従業員エンゲージメントの改善
------	--

*2025年度調査によるTMCの経営課題事項

TOYOBO 東洋紡エムシー株式会社

本資料中の技術データ(数値や図表)は代表例を示したものであり、性能を保証するものではないことをご了承下さい。
なお、本資料および本資料中の情報(記述・写真・画像・データ等)の許可のない複写、改変、二次配布、無断転載及び無断使用を禁じます。

