

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

① 目指す姿と数値目標

パーパス

Better being。創業以来追求してきた「Better」を継続し、社会課題解決と地球環境への貢献を実現

営業利益伸長率
10%以上

ROE
13%以上

配当性向
30%以上

② 中長期の経営戦略

1. 国内BtoC対抗策強化

パワーデバイス・I/Oデバイス等の重点カテゴリーで新商品開発強化。テスコム電機グループのシナジー最大化で理美容・調理家電を拡大

3. グローバル事業展開

北米市場でNESTOUTブランド販売強化。中華圏・ASEAN・インド等アジア市場への進出加速

2. 国内BtoB高付加価値化

ソリューション提案体制構築。保守・サブスクリプション等の新ビジネスモデルで既存販売店ビジネスを拡大

4. 開発力強化

日本と中国（深圳技術開発センター）の二極開発体制で高速開発を強化。新商品投入加速を実現

③ 対処すべき課題

① 競争環境の激化

- ・パソコン・スマートフォン等最終製品市場の成熟化
- ・グローバル新興メーカーの台頭による競争激化

② 経営環境の不確実性

- ・貿易摩擦激化・サプライチェーン分断のリスク
- ・急激な為替変動、原材料価格高騰への対応
- ・人手不足による供給制約と人件費・物流コスト増加

③ 高付加価値化への転換

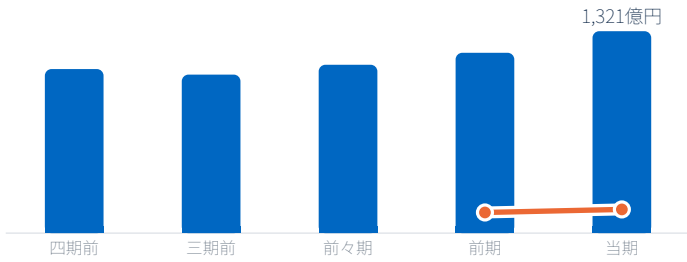
- ・お客様ニーズの高度化・多様化への対応
- ・社会課題解決ソリューション提供への期待への対応

面で使えるポイント

- ・パーパス『Better being』を企業価値創造の中心に、社員一人ひとりが主体的に行動する文化
- ・テスコム電機グループとのM&Aによる理美容・調理家電事業の強化とシナジー創出
- ・北米・アジア市場展開とNESTOUTブランド販売強化で、日本発のグローバルブランド構築を目指す姿勢

証券コード 6750

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）



※営業利益は直近2期のみ開示（有報の様式変更による）

暗記する数字3つ

連結売上高
1,321億円営業利益率
11.7%財務健康度
78点 / 100点

将来性 曇り / 就活偏差値 56.6（当サイト算出の参考指標）

平均年収
674万円

電気機器内 135位/225社

平均年齢
37.1歳

電気機器内 222位/225社

平均勤続
8.51年

電気機器内 205位/225社

女性管理職
3.7%

電気機器内 133位/182社

男性育休
57.9%

電気機器内 141位/171社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース十一言

参考：【Amazon プライムデー】エレコムのモバイルタップなど、

