

2019年5月14日

各 位

会社名 株式会社 M C J  
代表者名 代表取締役会長兼 CEO 高島 勇二  
(東証第二部 コード番号: 6670)  
問合せ先 経営企画室 広報 IR 担当  
ir-otoiawase@mcj.jp

### 中期経営計画策定のお知らせ

当社は、この度、2020年3月期を初年度とする中期経営計画（2020年3月期～2022年3月期）を策定しましたので、下記のとおりお知らせいたします。

#### 記

#### 1. 中期経営計画の対象期間

2019年4月1日から2022年3月31日まで

#### 2. 基本方針

今回新たに公表する中期経営計画（2020年3月期～2022年3月期）においても、2016年5月13日に公表した中期経営計画で掲げた長期的な経営ビジョンを継続し、当社グループは、中長期的に「幅広いITデバイス×幅広いITサービスの提供」を軸とした成長を目指します。

その中で着実な事業の拡大に向け、「既存事業の成長と投資のバランスを図る」事で、継続的な事業価値の向上に取り組んで参ります。

新たな成長分野としては、以下の2点を念頭に投資やアライアンス戦略を組み立てて参ります。

- 自社プラットフォーム（バリューチェーン・顧客網）の維持・強化を図るための分野
- 上記プラットフォームに及び載せる製品の多様化を図る為の分野

その上で、各プラットフォームを付加価値面で強化・拡大し、そしてプラットフォーム上で取り扱う製品・サービスの多様化を図る事を通じて、顧客基盤及び収益機会の拡大を図るものです。

これらの基本方針を達成するにあたり、売上高営業利益率、ROIC、ROE、配当性向、及びDOEを経営上の重要指標として位置付け、今後の事業展開を行ってまいります。

#### 3. 経営目標（2022年3月期）

売上高：1,520億円

営業利益：109億円～120億円

※ 詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上



**株式会社MCJ**

**2020年3月期 – 2022年3月期 中期経営計画**



**株式会社MCJ**

2019年5月14日

# 長期的な経営ビジョン ～ハードウェア×サービスの両輪による成長～

## 経営ビジョン及び事業方針

相乗効果

取扱製品（ハード）  
の拡充

コンテンツ・サービス分野  
への事業領域の拡大

### 設定の背景/考え方

# 情報に「アクセスする、発信する、共有する」手段としてのデバイスの多様化とユーザーニーズの多様化

- 形は変われども情報への接点としてのハードウェアは無くならない
- ハードウェアは成長産業

# ハードウェア・サービスはそれぞれ独立関係ではなく、相互依存関係であり、ビジネスとしても一貫して捉えるのが自然

- ハードウェアよりも事業ドメインは意外とスタティックな世界
- ハードウェア以上の成長ポテンシャル

### 方向性/目標

- PC、モニタへの注力は継続
  - » 日本・欧州における更なる成長を模索
- コンシューマーハードウェア / 法人向けハードウェア...
  - » 成長市場へのアクセスを図る

- 既存ハード事業と親和性のあるサービス等の開拓
  - » 日本市場を中心としてスタート
- コンシューマー/法人向けサービス...
  - » まずはスモールスタート

### 目標達成手段

- 自社グループによる開発
- アライアンス戦略による拡大
  - » M&A、ベンチャー投資、事業提携...

- M&Aによる事業ドメインの拡大
- アライアンスによるサービス多様化
  - 当初はV B 投資 / 少額M&Aにて着手

**1. 前回中期経営計画実績****3 - 16**

## 2. 中期経営計画 ~FY2022.3

17 - 28

# 前中期経営計画について

□ 前回の中期経営計画(2017-2019)は、**将来ビジョン実現のための基盤固めのフェーズ**

➤ 中でも中計2～3年目は、将来の成長を着実にするための投資着手期間としての位置づけ

前回中計対象期間

## I. 中計1年目

～ 2017年3月期

中計策定に加え実行期間である2～3年目に向けた準備期間

- 当社初の中計を策定し、向かうべき方向性を明示化
- 方向性に合わせた実行手法・方針の策定及び開示

- 実行のための体制構築と実績構築に注力

体制と実績構築

Step1

## II. 中計2～3年目

～ 2019年3月期

中計にて掲げた各種方針に則り、実行へと着手する期間

- 取扱いハードウェアの種類拡充等の自社グループ内による諸施策の実行
- M&Aやベンチャー投資、アライアンス戦略の着実な実行

- 目指す姿に向け各ピースを揃え、実現のための基盤構築に注力

実行への着手期間

Step2

## III. 前回中計以降の期間

～ 以降の期間

長期ビジョン実現に向け確実に実行・実績を上げる期間

- 次期以降の中計のテーマ
- …

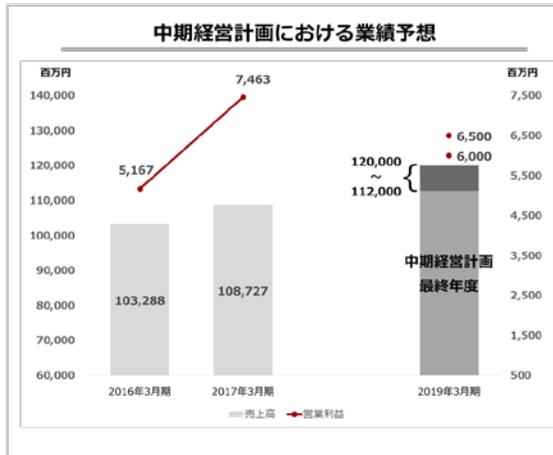
ビジョン実現期

Step3

# 前中期経営計画の位置づけ

## 中計の一部内容概略（過去資料より再掲）

## 方針概略

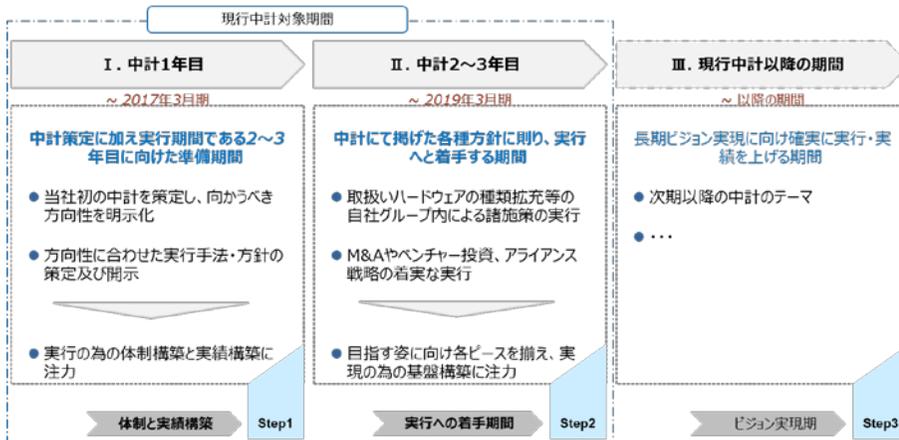


- ### 中計業績予想に関する考え方
- 左記の業績予想については、M&A効果等を除くオーガニック・グロースでの予測数値
  - 2017年3月期実績を受けて中計数値の修正は実施せず
  - 売上高は引続き2019年3月期に1,200億円の達成を目標とする
  - 営業利益は60～65億円の水準を目指すのではなく、常に「前期以上」を念頭とする

- 本業ビジネス収益基盤の強化による着実な成長
  - » 売上高、利益双方の成長を目指す
  - » 本業集中による選択と集中を推進
  - » 既存事業に係る先行投資含めても年間では前期比以上の利益を目標



- 今回の中期経営計画(2017-2019)は、**将来ビジョン実現の為に基盤固めのフェーズ**
  - » 中でも中計2～3年目は、将来の成長を着実にするための先行投資としての位置づけ



- 事業・企業投資を通じた将来の成長の為に基盤形成
  - » 上記収益基盤の強化を通じて先行投資原資を捻出
  - » 成長基盤整備の為にピースを集める“実績創り”のフェーズ

# 前回中期経営計画実績サマリー：P/L数値及びKPI指標推移

## 前回中計期間中におけるP/L数値及びKPI実績推移

	2016年3月期実績	2017年3月期実績	2018年3月期実績	2019年3月期実績
売上	103,288百万円	108,727百万円	124,544百万円	137,264百万円
営業利益	5,167百万円	7,463百万円	8,504百万円	9,688百万円
営業利益率	5.0%	6.9%	6.8%	7.1%
ROIC	12.4%	17.4%	17.5%	17.7%
ROE	13.0%	19.1%	18.6%	18.3%
配当性向	20.5%	25.1%	30.1%	30.2%*1

## 実績の総括

### 収益基盤強化

売上高成長率：**32.9%**、営業利益成長率**87.5%**（対2016年3月期比2019年3月期実績）  
 中計3年間において毎期売上及び各利益が過去最高を更新。主要PC子会社全社が中計以前比で増収・増益を達成

### 資本効率強化

ROE、ROIC共に資本コストを上回る高水準を維持  
 収益性の向上・株主還元強化を通じて、中計開始前と比較してそれぞれ大幅な上昇を達成

### 株主還元強化

配当性向の上昇：**20.5%から30.2%へ強化**  
 配当額の上昇：利益の額上昇×配当性向上昇で**1株当たりの配当金は6.5円から20.5円\*1へ上昇**（分割調整後）

\*1 配当性向及び配当額については、2019年6月に開催予定の定時株主総会において承認されることを前提として記載

# 前回中期経営計画実績サマリー：B/S数値及び主要関連指標推移

## 前回中計期間中におけるB/S数値及び主要関連実績推移

	2016年3月期実績	2017年3月期実績	2018年3月期実績	2019年3月期実績
年間営業CF	3,493百万円	2,292百万円	7,749百万円	4,093百万円
現金及び預金	14,050百万円	14,881百万円	18,049百万円	21,328百万円
有利子負債	13,579百万円	12,351百万円	11,428百万円	14,776百万円
ネットデット（△キャッシュ）	△471百万円	△2,529百万円	△6,621百万円	△6,552百万円
自己資本比率	48.3%	50.4%	52.9%	52.7%

## 実績の総括

### キャッシュポジション改善

年間営業キャッシュフロー及びFCFの着実な強化：“稼ぐ力”の上昇  
その結果、中計期間中に**キャッシュポジションが大幅に改善**（ネットキャッシュ残高の積み上がり）

### 財務基盤強化

自己資本比率が中計期間中に52.7%まで上昇  
キャッシュポジションと合わせて**今後の投資及び資本政策の自由度が大幅に改善**

# 前回中期経営計画実績サマリー

## 足元の収益性及び資本効率を高める×高まった収益を将来の成長分野へ投資

### ✓ 本業収益力の強化

- 各グループ会社毎の戦略策定及び実行
  - 売上高成長率\* : 32.9%
  - 営業利益成長率\* : 87.5%
- \*2016年3月期対比2019年3月期実績

### ✓ 選択と集中

- グループとしての成長戦略の策定
- 何をし、何をしないかを明示
- 収益性と資本効率向上を目指す

### ✓ 中長期の仕掛け

- 中長期に稼げる事業への投資
- 積極的な広告宣伝
- 東南アジアへの進出
- ベンチャー企業投資

### 2016年3月期実績

売上	103,288百万円
営業利益	5,167百万円
営業利益率	5.0%
ROIC	12.4%
ROE	13.0%
配当性向	20.5%

### 変革の結果としての実績例

- 《収益力強化》  
各主要子会社過去最高益更新
- 《選択と集中》  
出版、アパレル等の本業外グループ企業の売却
- 《成長投資》  
本業への投資  
東南アジア、新規分野VB投資

### 2019年3月期実績

売上	137,264百万円
営業利益	9,688百万円
営業利益率	7.1%
ROIC	17.7%
ROE	18.3%
配当性向	30.2%*1

3期連続過去最高売上高・各利益を達成

収益性と資本効率の向上により積極的な株主還元を実施

\*1 配当性向については、2019年6月に開催予定の定時株主総会において承認されることを前提として記載

## 再掲) 中期経営計画にて提示の各社の方向性

	主要な方向性	目指す施策 (例)
マウス	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 製品開発、広告積極化による認知度向上</li> <li>✓ より効率的な営業を迫及</li> <li>✓ オペレーション基盤の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 認知度向上策 × 革新的な製品投入               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 継続した広告宣伝 × 市場性のある製品の投入</li> <li>➢ 自社チャネルに加え、販売アライアンス先との関係強化による売上増</li> </ul> </li> </ul>
ユニットコム	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ サポート、リユースビジネスの拡大</li> <li>✓ 販売チャネルミックス適正化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 販売チャネルミックス適正化               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ EC × 法人ビジネスが伸長</li> </ul> </li> </ul>
テックウインド	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 取扱製品の拡充</li> <li>✓ 法人向けソリューションビジネスの拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 新製品発掘 × 新規取引先開拓               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 利益率を主眼にビジネスを展開</li> </ul> </li> </ul>
iiyama	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 既存製品に加え新製品開発による需要開拓</li> <li>✓ 販売強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 競争力のある製品×地理的拡大               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ サイネージ・タッチへ引き続き注力</li> <li>➢ 地理的な拡大を強化</li> </ul> </li> </ul>
aprecio	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 機動的な店舗政策</li> <li>✓ 立地に合わせた設備・サービスの拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 店舗閉鎖による赤字削減×新規事業による成長               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 一部不採算店舗の整理を実施</li> <li>➢ 新規事業の企画・開始</li> </ul> </li> </ul>

# 各社業績推移 《マウスコンピューター》

## マウスコンピューター前中期経営計画期間における実績概要

### 中計前及び最終年度におけるP/L数値実績比較

	2016年3月期実績	2019年3月期実績	増減率
売上	28,843百万円	39,933百万円	38.4%
営業利益	1,207百万円	2,428百万円	101.1%
経常利益	1,310百万円	2,352百万円	79.5%
当期利益	841百万円	1,547百万円	83.9%

### 主要製品例



#### 《広告宣伝》

全国TV広告等を積極化し、知名度向上を図り新たな顧客層の開拓を実施

#### 《製品戦略》

ハイスペック：DAIV販売開始 普及版：ノートPCラインナップ強化・拡販

#### 《販路強化》

自社直販強化に加え、知名度向上を活かしアライアンスパートナー経由での販売も強化

# 各社業績推移 《ユニットコム》

## ユニットコム前中期経営計画期間における実績概要

### 中計前及び最終年度におけるP/L数値実績比較

	2016年3月期実績	2019年3月期実績	増減率
売上	28,334百万円	32,353百万円	14.2%
営業利益	513百万円	929百万円	80.8%
経常利益	521百万円	966百万円	85.5%
当期利益	42百万円	689百万円	1526.4%



### 主要製品・サービス例



《販売チャネル》 不採算店舗撤退 / 店舗収益の多様化及び強化、EC及び法人チャネル強化

《製品開発》 AI開発・ディープラーニング専用 PC、マネックス証券とのタイアップPC等を積極開発・販売

《収益多様化》 サポート事業、中古PC事業強化、iPhone修理サービス等の新規事業・サービス

# 各社業績推移 《テックウインド》

## テックウインド前中期経営計画期間における実績概要

### 中計前及び最終年度におけるP/L数値実績比較

	2016年3月期実績	2019年3月期実績	増減率
売上	33,443百万円	33,778百万円	1.0%
営業利益	524百万円	824百万円	57.4%
経常利益	483百万円	825百万円	70.6%
当期利益	304百万円	561百万円	84.7%



### 主要製品例



《収益性強化》 売上よりも利益重視による収益性強化期間。売上は減少も営業利益率及び額は大幅上昇

《製品戦略》 独自開拓製品への注力、ソリューション系営業の強化

《販売チャネル》 法人向けビジネスの強化

# 各社業績推移 《iiyama》

## iiyama前中期経営計画期間における実績概要

### 中計前及び最終年度におけるP/L数値実績比較

	2016年3月期実績	2019年3月期実績	増減率
売上	19,412百万円	33,793百万円	74.1%
営業利益	2,594百万円	5,825百万円	124.6%
経常利益	2,486百万円	5,819百万円	134.1%
当期利益	1,883百万円	4,375百万円	132.3%

### 主要製品例



- 《製品軸》 デジタルサイネージ、タッチモニター、汎用モニターの3軸にて成長を追求
- 《地理的拡大》 ヨーロッパ圏内における新規販売地域の開拓
- 《販売強化策》 在庫政策の修正による販売機会の着実な獲得

# 各社業績推移 《aprecio》

## aprecio前中期経営計画期間における実績概要

### 中計前及び最終年度におけるP/L数値実績比較

	2016年3月期実績	2019年3月期実績	増減率
売上	3,026百万円	3,522百万円	16.4%
営業利益	301百万円	139百万円	△53.7%
経常利益	165百万円	143百万円	△13.6%
当期利益	103百万円	57百万円	△44.3%



### 主要店舗例



#### 《店舗改革》

一部店舗又は店舗一部を需要のある宿泊型に転換するなど、既存店舗の収益力を強化

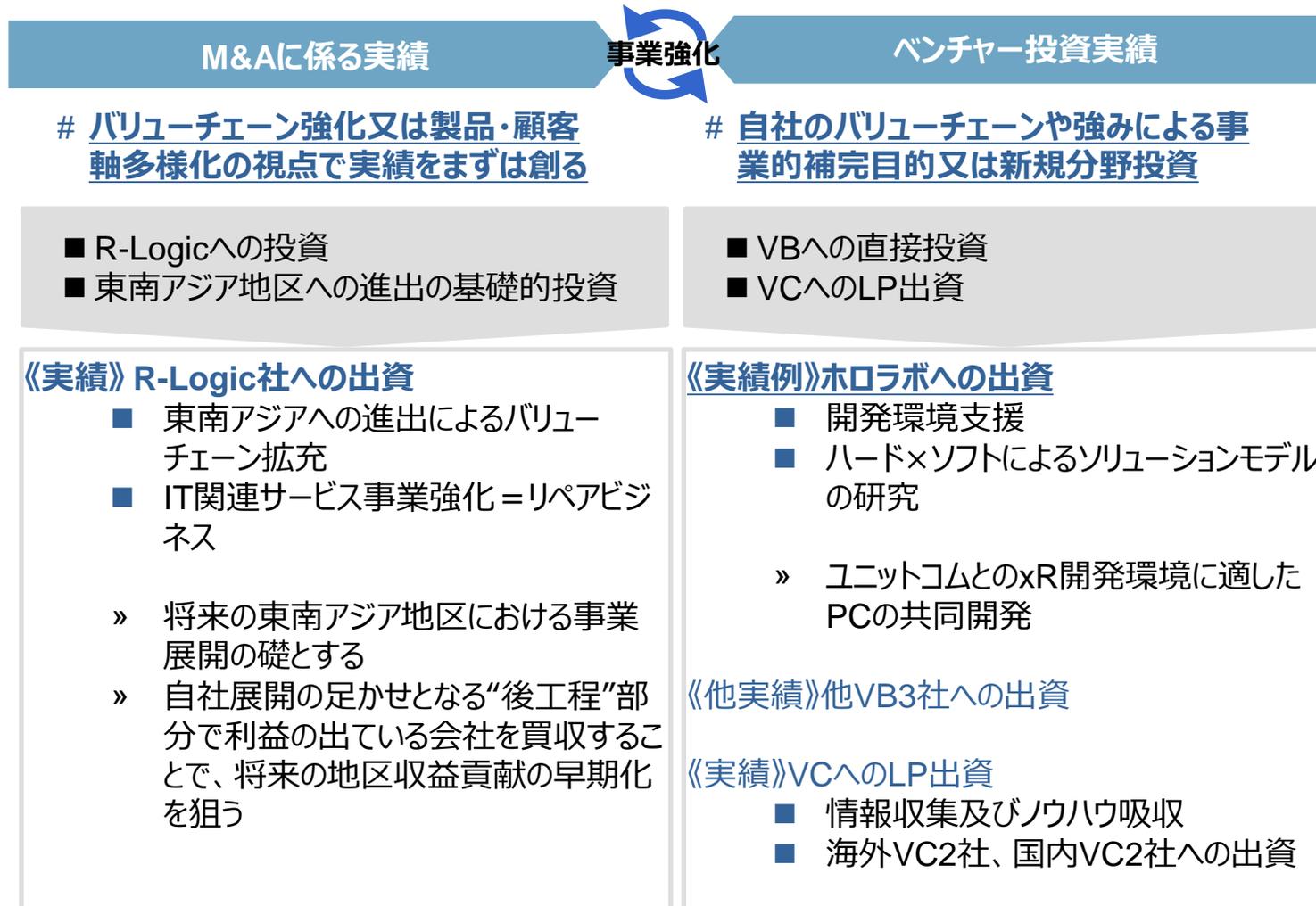
#### 《新規事業 1》

上記宿泊型への転換に合わせグループとして保有していた遊休地を活用しホテルを運営

#### 《新規事業 2》

会員ビジネス・店舗管理ノウハウや立地の良い既存店舗の集客力を活かし、24時間型スポーツジム運営に着手

# 前回中期経営計画期間における投資実績



**将来の事業展開につながる分野において投資実績を創ると共に社内体制整備などに着手**

# 前回中期経営計画期間における実績概要

## 前回中計期間における実績全体像概略

将来成長の為の  
基盤創りを行う

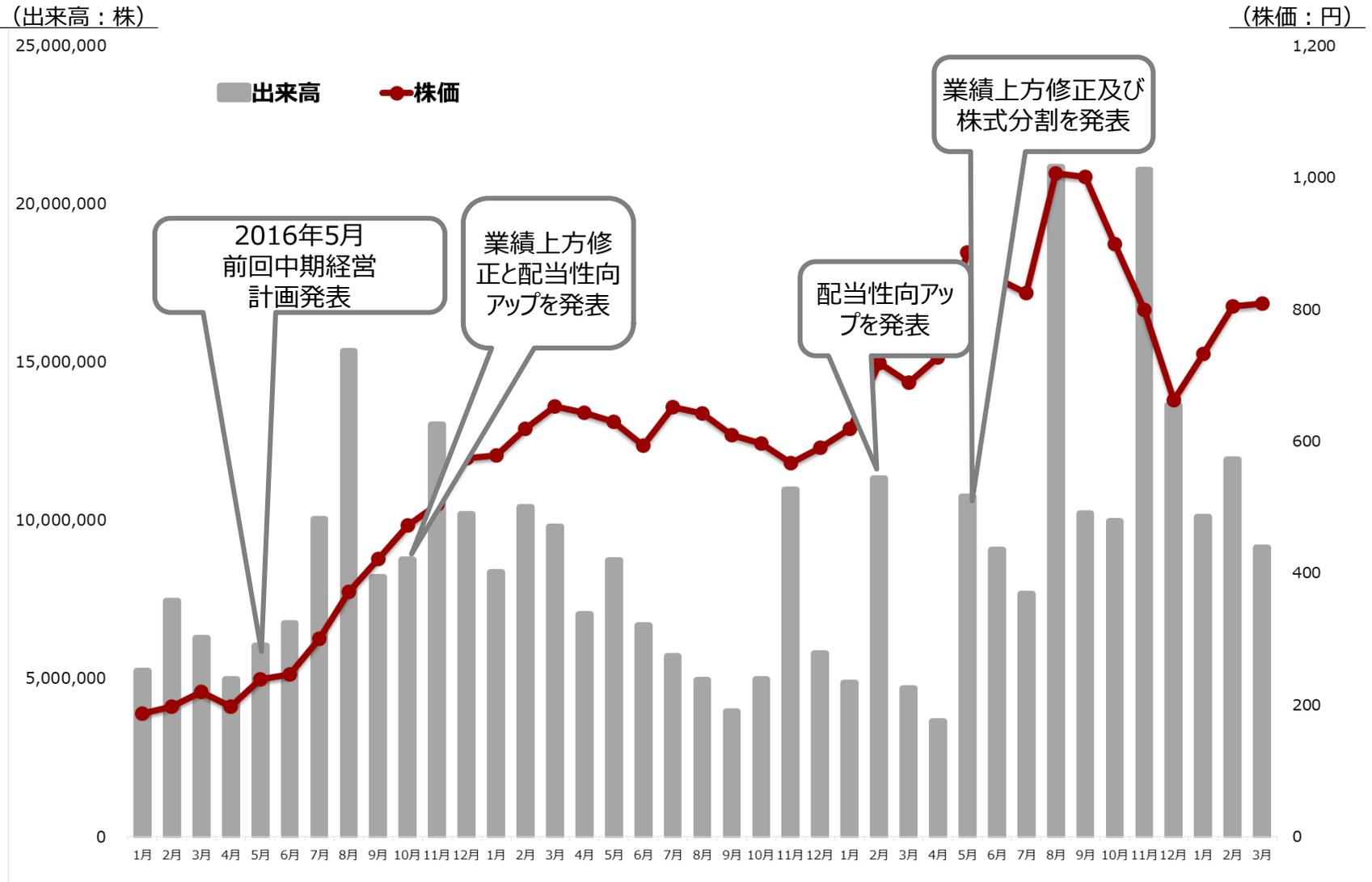
- 投資余力や資本政策の自由度が向上
  - » 収益性向上及び成長投資実行により、投資原資の確保と将来の成長の為の基盤を構築
  - » 配当性向を中計以前の約20%より同30%以上へ強化
  - » 資本基盤の強化に伴い、将来の資本政策の自由度が大幅に向上
  - » B/S強化に伴い、将来のマクロ的なリスクへの対応能力が上昇
- 社内体制の整備に着手
  - » 取締役会メンバーの増強
  - » 幹部クラス育成・採用による人材力強化

収益性を高める

- 各社の収益性が向上
  - » 事業の選択と集中を経て本業回帰を推進
  - » 主力PC事業の主要子会社全社が中計以前比の増収増益を達成
- 営業CF向上
  - » 中計以前のネットデット状態よりネットキャッシュ状態へと転換
- 資本基盤及び資本効率の上昇
  - » 中計以前比で自己資本比率が大幅上昇も、同時にROE,ROICも大幅に上昇

“将来の成長の為の基盤固めフェーズ”としては大きな成果を上げ前中期経営計画期間を終了

# 前回中期経営計画期間における株価推移



**前中計発表以降株価は堅調に推移**

- |                            |                |
|----------------------------|----------------|
| 1. 前回中期経営計画実績              | 3 - 16         |
| <b>2. 中期経営計画 ~FY2022.3</b> | <b>18 - 28</b> |

# 今回の中期経営計画の位置づけ

## 前回中期経営計画

~ 2019年3月期

既存事業の収益性強化と将来成長の  
為の体制整備

- グループ会社の選択と集中
- 主要子会社の収益性強化プロジェクトを通じた成長投資及びステークホルダーへの還元余力の拡大
- M&A、ベンチャー投資を通じた地理的・製品軸拡大の為の基礎整備

基礎固めフェーズ

Step1

## 今回の中期経営計画

~ 2022年3月期

着実な事業拡大に向け、成長と投資  
のバランスを図る

- 国内PC事業、海外モニタ事業の着実な拡大による基礎収益の最大化
- バリューチェーン軸×製品軸での拡大投資《既存事業強化・発展》
- 将来ビジョン実現に向けて“右側部分”への着手・投資《事業多角化》
- 更なる成長に向けた社内体制整備

事業・収益多様化

Step2

## 今後の中期経営計画

~以降の期間

第1回及び第2回の中計を経て、長期ビジョン実現を図る時期

- 長期経営ビジョン実現に向けた先行投資の刈り取り施策
- ……

収益拡大期

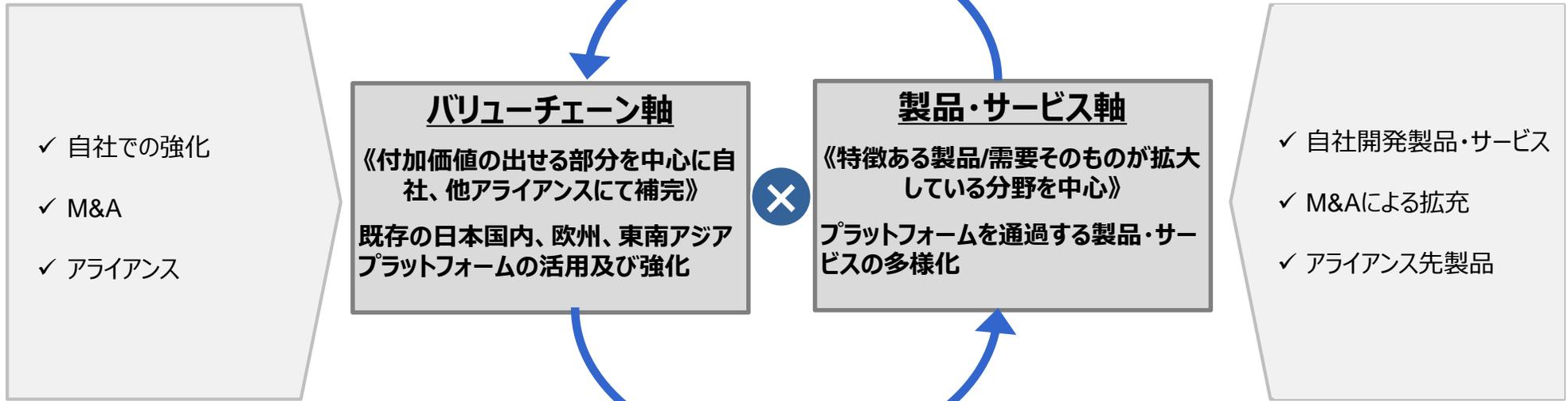
Step3

高まった収益基盤の強化・投資強化のバランスを取り、将来ビジョン実現の第一歩を踏み出す

# “バリューチェーン×製品・サービス軸”拡大戦略 (1/2)



製品・サービス面での多様化を通じて、プラットフォーム自体の価値を高め、販売先 / 収益の多様化を図る



自社の持つビジネスプラットフォーム能力を強化・構築することで、“載せる”製品・サービスを拡充する余地を高める

**自社プラットフォーム（バリューチェーン・顧客網）の維持・強化及び“載せる”製品の多様化を図る**

# “バリューチェーン×製品・サービス軸”拡大戦略 (2/2)



## 日本：HW製造・販売・メンテプラットフォーム



《例》  
ハードウェア取り扱いネットワーク / 個人・法人向けビジネス

- 個人：特徴のある製品・サービスの強化 《ニッチ深堀》
- 法人向け：需要ある製品・サービスの強化 《成長市場の開拓》

## 欧州：HW販売プラットフォーム



《例》  
域内モニタ販売ネットワーク

↓

- 地理的なビジネスの拡大
- モニタ以外の法人向け製品拡販

## 東南アジア：HW修理メンテプラットフォーム



《例》  
リペアノウハウ、ネットワーク

↓

- 地理的なビジネスの拡大
- 取扱製品・顧客層の拡大

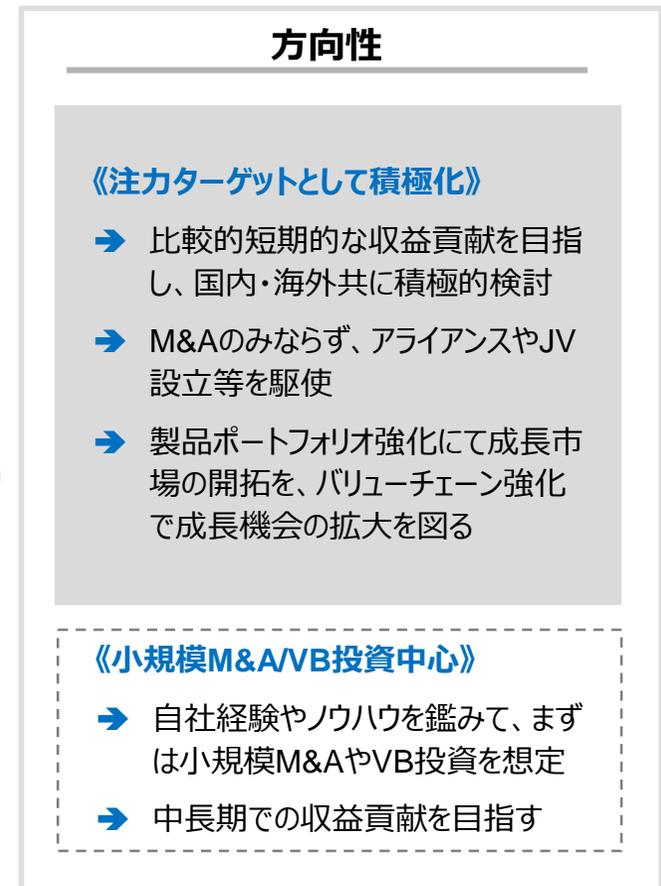
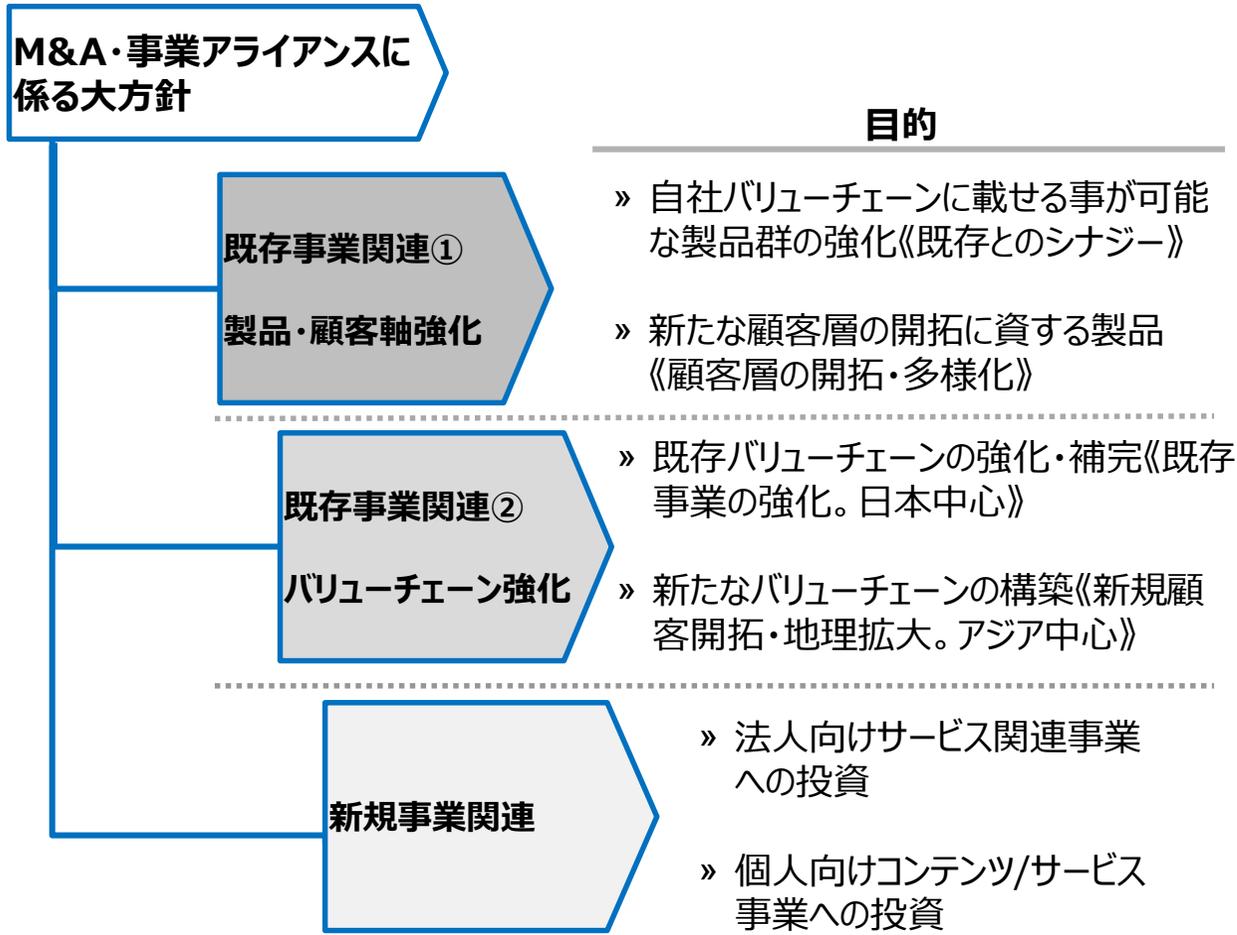


**各プラットフォームを付加価値面で強化・拡大し、取り扱う製品・サービスの多様化を図ることで顧客基盤及び収益機会の拡大を狙う**

# 中計期間におけるM&A・アライアンス方針 (1/2)

□ M&A・アライアンス戦略に係る方針は以下の通り

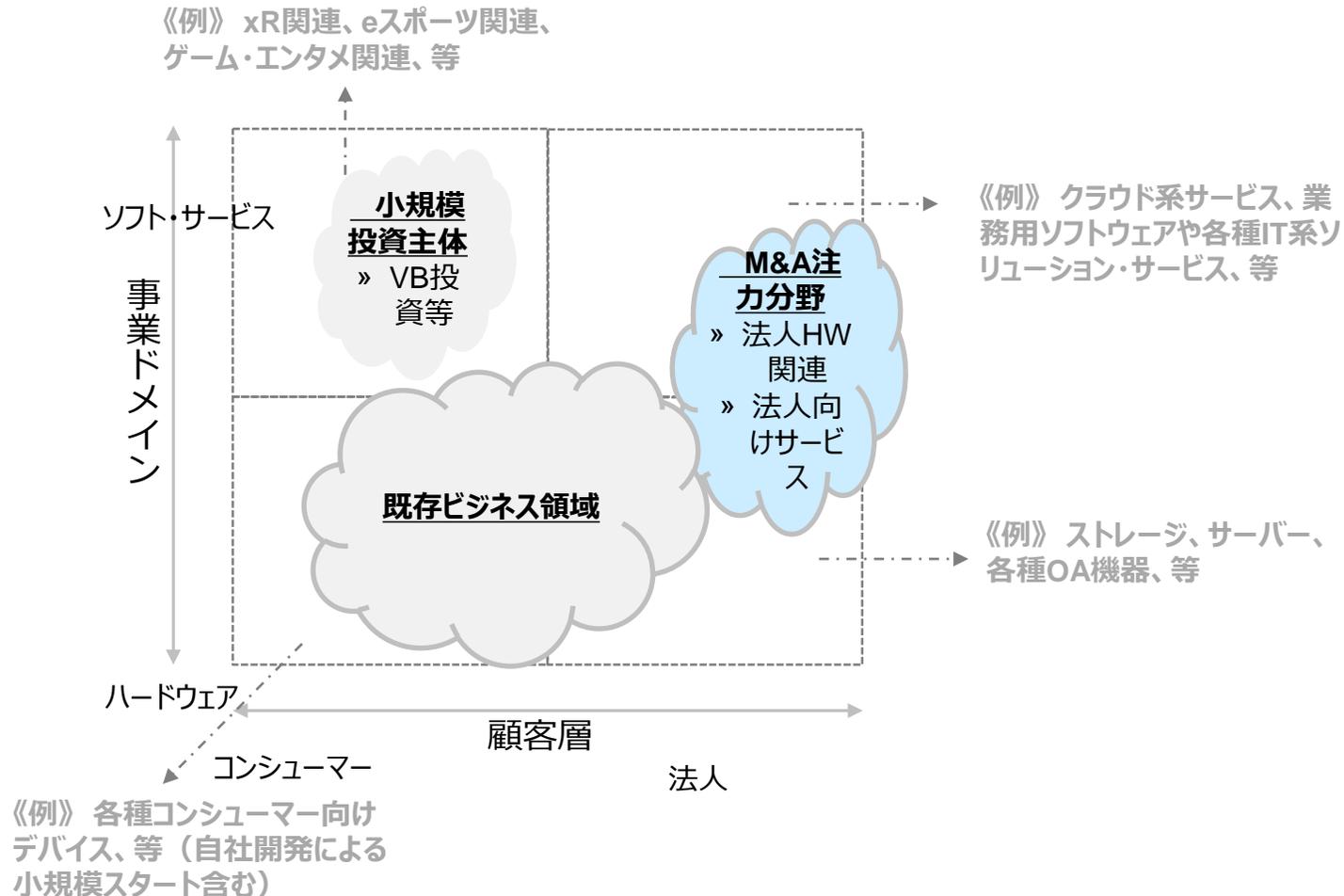
➤ 既存事業強化を軸としつつ、将来の種まきを過度なリスクを取らない範囲で実行



# 中計期間におけるM&A・アライアンス方針 2/2)



## 日本国内におけるM&A/投資テーマイメージ (現時点想定)



# “基礎収益”の継続拡大 (1/5) 計画数値概要

## 新中期経営計画期間中におけるP/L数値及びKPI数値計画

	前中計以前	前中計最終年度	今回中期経営計画期間	
	2016年3月期実績	2019年3月期実績	2020年3月期計画	2022年3月期計画
売上	103,288百万円	137,264百万円	143,480百万円	152,000百万円程度
営業利益	5,167百万円	9,688百万円	10,110百万円	10,900~12,000百万円程度
営業利益率	5.0%	7.1%	7.0%	
ROIC	12.4%	17.7%		
ROE	13.0%	18.3%		
配当性向	20.5%	30.2%		

重視するKPI及び水準については次頁参照

### 《計画の前提》

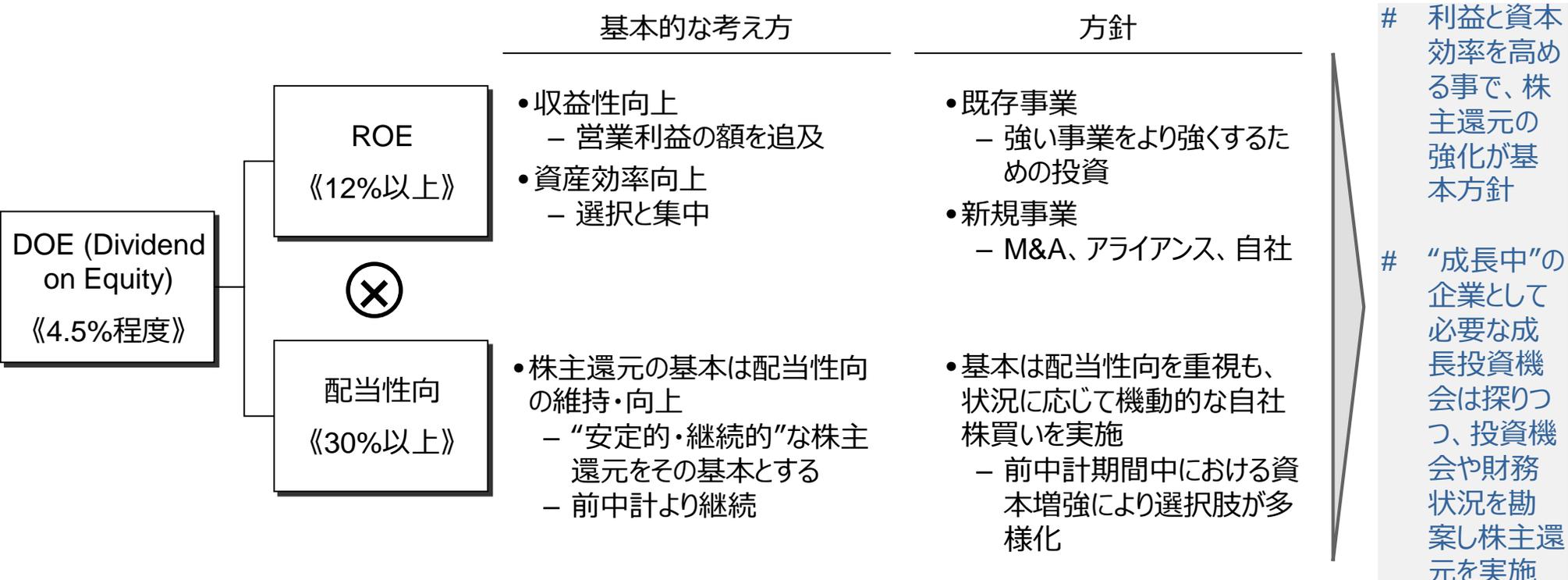
オーガニックグロースのみでの成長を反映。M&A効果や一時的な変動要因は含まない  
 販管費では固定費の上昇は人件費増を若干見込み、変動費は広告宣伝費は売上増加率以上の増加を見込むものの、  
 その他費用は売上等連動を大幅に超える戦略的費用支出は見込まない  
 CAPEX水準はほぼ平常通りと想定

# “基礎収益”の継続拡大 (2/5) 経営上重視するKPI



重要視するKPI	実績数値及び目標数値		
	2016年3月期実績	2019年3月期実績	新中期経営計画期間における目標
<b>営業利益率</b> <営業利益/売上高>	5.0%	7.1%	→ <b>6~7%程度</b> 連結ベースで概ね6%~7%程度を目安に事業運営及びポートフォリオ管理を実施
<b>ROIC</b> <NOPAT/事業性投下資本>	12.4%	17.6%	→ <b>12%以上</b> エクイティスプレッドを確実に取れる事を前提とし、資本効率を意識した事業運営及びポートフォリオ管理を実施。その前提で下限を12%と設定
<b>ROE</b> <当期純利益/期中平均株主資本>	13.0%	18.3%	→ <b>12%以上</b> エクイティスプレッドを確実に取れる事を前提とし、資本効率を意識した事業運営及びポートフォリオ管理を実施。その前提で下限を12%と設定
<b>配当性向</b> <配当総額/当期純利益>	20.5%	30.2%	→ <b>30%以上</b> 下限を30%と設定し、M&Aを含む成長投資機会との兼ね合いにて都度判断
<b>DOE</b> <ROE×配当性向>	2.7%	5.5%	→ <b>4.5%程度</b> 成長投資と株主還元のバランスを意識した経営を行うべく、今回新たに設定

# 参考) 株主還元に関する基本的な考え方及びDOE目標設定について



**成長投資（事業戦略）と株主還元（資本戦略）のバランスを取る経営を目指す**

# “基礎収益”の継続拡大 (3/5) 事業の方向性概略



# “基礎収益”の継続拡大 (4/5) 各グループ会社の事業の方向性

## 国内事業における事業の方向性

	大きな方向性	事業方針
マウス	<input type="checkbox"/> ニッチトップと拡販のバランス戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 製品開発、広告積極化による認知度向上</li> <li>✓ EC・法人売上拡大</li> <li>✓ オペレーション基盤の強化</li> </ul>
ユニットコム	# ニッチトップを目指す戦略の深化による成長市場の開拓・取込 # 製品・サービスの多様化	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ EC・法人売上拡大</li> <li>✓ 店舗の付加価値化施策</li> <li>✓ サポート、リユース等の事業拡大</li> </ul>
テックウインド	# EC、法人販売の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 法人向け付加価値ビジネスの拡大</li> <li>✓ 取引先多様化</li> <li>✓ 新規商材開拓継続</li> </ul>
aprecio	<input type="checkbox"/> 地域エンタメ支出内のシェア向上 # 新規事業開発による収益性の安定化	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 強みのあるノウハウ×強みを有する地域での事業展開を主軸</li> <li>✓ 既存主力ネットカフェ店舗の改装等による収益性向上策</li> <li>✓ フィットネス事業の立ち上げ及び収益化</li> </ul>

# “基礎収益”の継続拡大 (5/5) 各グループの事業の方向性

## 海外事業における事業の方向性

	大きな方向性	事業方針
iiyama	<input type="checkbox"/> <b>事業基盤の更なる強化</b> # 製品ラインアップ強化 # 地理的拡大 # 営業陣営強化	✓ 高付加価値製品のラインアップ強化 ✓ 新市場開拓強化（地理的拡大） ✓ 営業人員拡充による営業強化
R-Logic	<input type="checkbox"/> <b>シナジー発現の為の基盤強化</b> # 製品・サービス多様化 # 東南アジアにおける地理的拡大	✓ 経営体制の強化：管理体制強化、事業の選択と集中推進 ✓ 成長の為の営業強化：事業の多角化による顧客基盤の拡大 ✓ シナジー発現対策：他グループ会社・アライアンス先との連携模索

# 免責事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現時点において入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に係る仮定を前提として作成されており、実際の業績等は様々な要因によりこれらの見通しとは異なる可能性があります。

当社は、これらの将来の見通しに関する事項を常に改定する訳ではなく、またその責任も有しません。

尚、実際の業績等に影響を与えうる主な項目例は以下の通りとなりますが、将来見通しに影響を与える項目はこれらに限定されるものではありません。

- » 当社グループの事業領域を取り巻く各種経済情勢
- » 当社グループの製品・サービスに対する需要
- » 新製品等開発に係る当社グループの能力及び新製品・サービスの動向
- » M&Aや他社との事業等の提携
- » 資金調達環境、為替動向等の財務を取り巻く環境
- » 事故・自然災害等

## < IR及び本資料に関するお問い合わせ >

株式会社MCJ  
経営企画室 広報IR担当

E-mail : [ir-otoiawase@mcj.jp](mailto:ir-otoiawase@mcj.jp)  
HP : [www.mcj.jp/](http://www.mcj.jp/)

**MCJ**  
HOLDING COMPANY