

ロームの企業目的と目指す姿

ロームの事業活動は、創業時から変わらない「企業目的」に基づいており、良い商品の供給やものづくりを通じて、文化の進歩向上に貢献してきました。現在は、それをより具体化したステートメントや経営ビジョンに基づき、事業活動を行っています。また、2030年度にグローバルメジャーを目指すことを掲げ、そこからバックキャストした形で中期経営計画を策定しました。戦略立案においては、ロームが解決すべき経営の重要課題として「マテリアリティ」を抽出し、関連する「リスクと機会」を特定することで中長期的な価値創造ストーリーを描いています。

2030
グローバルメジャー
の実現

2025
中期経営計画

“MOVING FORWARD to 2025”

“自動車” “海外”での成長実現と
更なる成長に向けた基盤づくり

> P.28

マテリアリティ
リスクと機会

> P.24-27

企業目的

われわれは、
つねに品質を第一とする。
いかなる困難があろうとも、
良い商品を国の内外へ永続かつ
大量に供給し、文化の進歩向上に
貢献することを目的とする。

ステートメント

Electronics for the Future

ロームは、エレクトロニクスの技術で、
社会が抱えるさまざまな課題を解決し、
未来に向けて、人々の豊かな暮らしと、
社会の発展を支え続けていきます。

経営ビジョン

パワーとアナログにフォーカスし、
お客様の“省エネ”・“小型化”に
寄与することで、社会課題を
解決する。

ROHM
SEMICONDUCTOR

ローム株式会社

社名の由来

半導体メーカー「ROHM」の社名は、創業当時の生産品目である抵抗器 (Resistor) の頭文字「R」に抵抗値の単位Ω「ohm」を組み合わせたものです。「R」は信頼性 (Reliability) にも通じており、品質を第一とするロームのポリシーを表しています。

ロームが目指す「グローバルメジャー」とは

ロームは2030年度に「グローバルメジャー」となることを目指しています。その実現には、ロームというブランドをグローバル規模で確立し、社会に必要な会社として認められることが必要です。

1 社会・世界中の顧客に必要不可欠な会社

企業目的に掲げる「品質第一」を礎に、市場及び顧客のニーズを先取りしながら、パワー・アナログのすり合わせ技術を更に進化させ、顧客の商品の“省エネ”・“小型化”に寄与することで、社会課題を解決する、世の中に必要不可欠な会社として人々に認識されることを目指しています。

2 「パワー・アナログのローム」としてのブランドの確立

注力する自動車及び産業機器向けのパワー・アナログ半導体をはじめ、あらゆる商品に対して、社会や顧客から「ロームなら大丈夫」と品質を信頼し安心していただき、まず「パワー・アナログならローム」と思い浮かべていただけるようなブランド力の確立を目指します。

3 パワー・アナログ半導体で世界トップ10、売上高1兆円の達成

パワー・アナログ半導体の分野で世界トップ10、売上高1兆円をグローバルメジャー達成の指標としています。これは、顧客から確固たる信頼を得て、本当に世の中に必要とされている会社と認められるためには、企業規模の拡大が必要なこと、また、売り上げを社会に貢献した総量と捉えているためです。

At a Glance

ロームは、LSI、半導体素子から、モジュール、抵抗器まで、幅広い商品を提供しており、なかでも、垂直統合生産体制 (IDM*) を最大限に生かせるパワー・アナログ分野にフォーカスしています。脱炭素、省エネのキーデバイスとして、社会や顧客からの期待も大きくなっており、自動車市場を中心とした電装化・電動化の進展で、需要も伸び続ける見通しです。ロームは、これらのニーズにこたえるパワー・アナログ半導体を開発・供給し続け「お客様の“省エネ”・“小型化”に寄与する」ことで、社会課題の解決に貢献していきます。 *は用語集に掲載

ロームがフォーカスする「パワー」「アナログ」技術

■ パワー

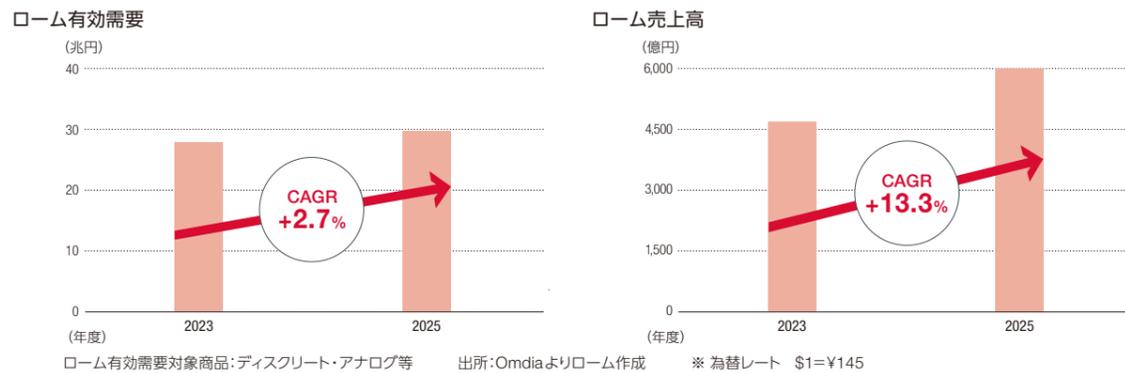
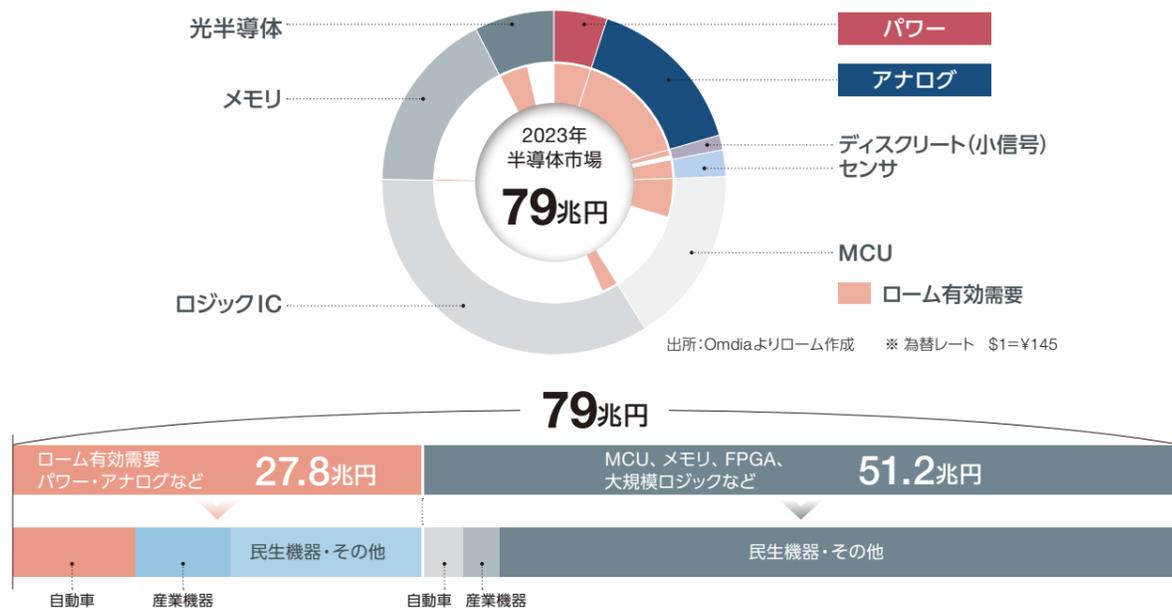
従来のシリコン (Si) 半導体と比較して大幅な低損失と小型化が実現できるシリコンカーバイド (SiC) パワーデバイス。省エネルギー化のニーズがますます高まるなかで、ロームは世界に先駆け SiC パワーデバイスの開発とラインアップの強化を進めており、自動車市場や産業機器市場を中心にさまざまなアプリケーションで採用実績が広がってきました。

SiC パワーデバイスに加え、従来の Si パワーデバイスや他の電子部品についても、素子開発やモジュール技術を結集し、顧客に最適なソリューションの提案を続けていきます。

■ アナログ

アナログ技術は連続的に変化する情報を電気信号として処理する要素技術であり、電子機器やモータなどの安定動作を支える電源制御回路に広く応用されています。IoT や人工知能 (AI) を駆使したデータ活用、自動運転の拡大など、電子機器は今後も飛躍的に増大し、それらに使用されるアナログ半導体の更なる高性能化、省エネ・小型化が期待されています。ロームではアナログ技術に精通した開発エンジニアによる最適設計と、長年培ってきた高い要素技術・すり合わせ技術により、顧客のニーズにこたえていきます。

■ ロームがターゲットとするパワー・アナログの市場規模 (ローム有効需要)



ロームのポジショニング ~世界Power & Analogメーカー売上高シェアランキング (2023年)~

2030年度にグローバルメジャーになるべく、パワー・アナログ分野で世界トップ10、売上高1兆円を目指しています。オーガニック成長を基本としつつ、他社との連携、M&Aも視野に入れながら、目指す姿に向けて経営資本を強化していきます。

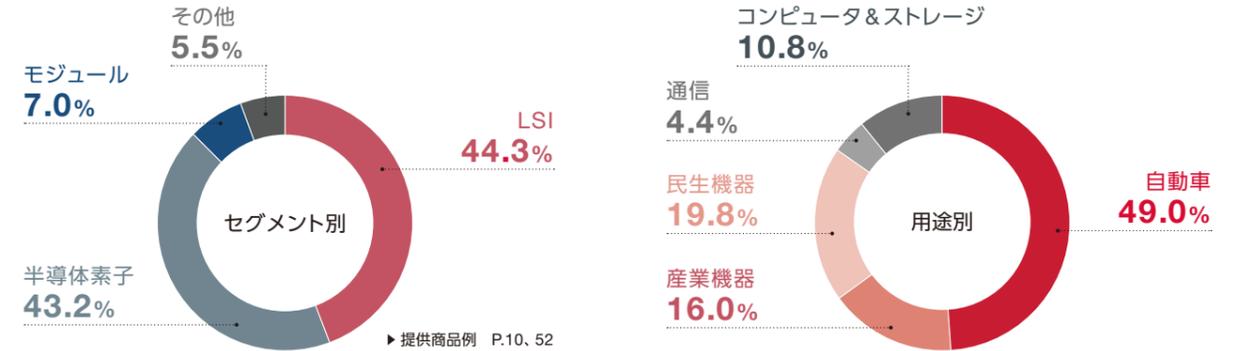
2023 Rank	2022 Rank	Company Name	2023 Sales	2022 Sales	'22-'23 Growth	2023 Share
1	1	Texas Instruments	12,916	15,416	-16.2%	11.4%
2	2	Analog Devices	10,837	11,142	-2.7%	9.6%
3	4	Infineon Technologies	9,535	8,707	9.5%	8.4%
4	3	Qualcomm	8,067	10,302	-21.7%	7.1%
5	5	STMicroelectronics	7,915	7,007	13.0%	7.0%
6	7	onsemi	5,311	5,136	3.4%	4.7%
7	10	NXP	4,313	4,425	-2.5%	3.8%
8	6	Renesas Electronics Corporation	4,243	5,158	-17.7%	3.8%
9	8	Skyworks Solutions	3,855	4,447	-13.3%	3.4%
10	9	MediaTek	3,827	4,441	-13.8%	3.4%
11	11	Qorvo	2,820	3,272	-13.8%	2.5%
12	12	Broadcom Limited	2,564	2,551	0.5%	2.3%
13	15	Marvell Technology Group	1,965	1,882	4.4%	1.7%
14	14	Microchip Technology	1,909	1,883	1.4%	1.7%
15	16	ROHM Semiconductor	1,852	1,825	1.5%	1.6%
16	17	Monolithic Power Systems	1,821	1,794	1.5%	1.6%
17	13	Cirrus Logic	1,741	1,961	-11.2%	1.5%
18	18	Mitsubishi Electric	1,703	1,497	13.8%	1.5%
19	20	Fuji Electric	1,427	1,267	12.6%	1.3%
20	23	Robert Bosch	1,306	1,044	25.1%	1.2%

Source: Competitive Landscaping Tool CLT, Annual 2Q24
Power & Analog: Bipolar PT, FET PT, IGBT PT, Rectifier & Power Diodes, Thyristor, Amplifier/Comparator, Data Converters, Interface, Voltage Regulator/Reference, Analog ASIC, Analog ASSP

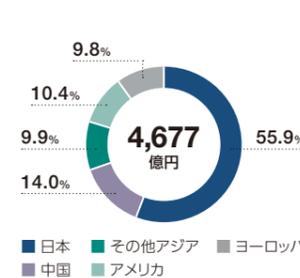
■ 2023年度 業績

売上高 **4,677** 億円

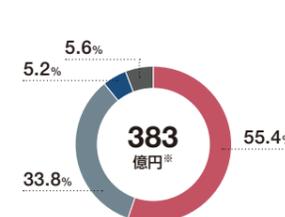
売上高構成比



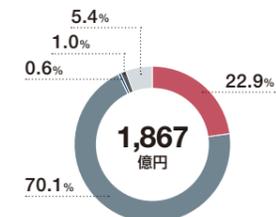
顧客国籍別売上高構成比



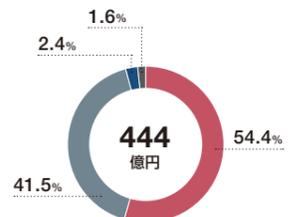
営業利益



設備投資額



研究開発費



※ 当期の営業利益は433億円ですが、一般管理費や決算調整額を除いた383億円の内訳を表示しています。

イノベーションの歴史

良い商品の供給やものづくりに果敢に挑戦し、文化の進歩向上に貢献

小型抵抗器の専門メーカーとして創業したロームは、企業目的に基づき、文化の進歩向上に貢献しながら事業領域を拡大してきました。今後も、これまで培ってきた強みを生かし、エレクトロニクスの技術でさまざまな課題を解決することで、未来に向けて、人々の豊かな暮らしと、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

1950年代

民生機器メーカーの需要拡大

- ・トランジスタラジオ
- ・カラーTV



▶ ラジオの部品づくりへの挑戦：日本初の小型抵抗器の開発

ラジオ修理のアルバイトをしていた創業者の佐藤研一郎が、「修理だけではつまらない、自分でも何かつくってみたい」と考え、当時の真空管ラジオに欠かせない部品である抵抗器の開発に着手。1954年に日本初の小型抵抗器「平行リード型固定抵抗器」の実用新案を取得し、大学卒業と同時に東洋電具製作所を創業。トランジスタラジオのブームとともに売り上げを伸ばし、抵抗器の国内シェア60%を達成。

- 1954 東洋電具製作所創業 小型抵抗器の実用新案取得
- 1958 株式会社 東洋電具製作所設立

1960～1970年代

世界的なIC需要の高まり

- ・ポータブルカセットオーディオ
- ・VTR
- ・CDプレーヤー



▶ IC暴風に立ち向かう：半導体への挑戦

抵抗器が最盛期を迎え、まだ「IC」という言葉を知る人も少なかった1964年、ICについての講演会で当時の技術担当責任者は「ICは今後、抵抗器に取って代わるかもしれない」という言葉を聞く。危機を感じた佐藤は抵抗器事業も続けつつ、「IC」という新たな分野へのチャレンジを決意。そして1967年、ローム初の半導体商品が完成。1971年には本格的なIC開発のため、日本企業として初めてシリコンバレーに進出。

- 1967 トランジスタ、スイッチングダイオードの開発・販売を開始
- 1969 ICの開発を開始
- 1979 商標をR.ohm(アール・オーム)からROHM(ローム)に変更

売上高・営業利益の推移



1980～1990年代

社会的なデジタル化の推進

- ・デジタルカメラ
- ・パソコン
- ・DVD
- ・携帯電話



▶ 「カスタムICのローム」としてデジタル機器の技術革新に貢献

当時は大手電機メーカーが社内に半導体事業部を持つ場合が多く、ロームは唯一ともいえる独立系半導体企業。さまざまなメーカーから寄せられる最新ニーズに迅速かつ確実に対応するとともに、ニーズの一步先をゆく商品を開発する提案型のビジネスを強みとした。セミカスタムからフルカスタムまで取りそろえ、幅広い市場のニーズに対応できるラインアップと仕組みを構築することで、「カスタムICのローム」として大きく飛躍。

- 1981 ローム株式会社に社名変更
- 1982 デジタルトランジスタの開発・販売を開始
- 1985 マイコン、ゲートアレイ、VTRデジタルサーボの商品化
- 1989 東京証券取引所市場第一部に上場

2000年代

エレクトロニクス市場のグローバル化

- ・液晶テレビ
- ・カーナビゲーション



▶ 研究開発の拡大、M&Aの積極化

ITバブルの崩壊を境に日本経済が一変。日系民生機器市場を中心に成長を遂げていたロームにとっても苦難の時代に。社会情勢も大きく変化するなか、研究開発テーマの拡大や産学連携、M&Aのほか、事業ポートフォリオの転換に取り組む。中心となったのが自動車市場への本格参入。民生技術を生かしたカーオーディオ向け商品など、自動車向け商品ラインアップが徐々に拡大。海外市場にも注力し、世界を見据えた商品開発やグローバルでの拡販体制も強化。

- 2008 OKIセミコンダクタ(株)(現:ラピセミコンダクタ(株))を子会社化
- 2009 SiCウエハ製造のドイツSiCrystal社を子会社化

2010年代

省エネ化・電動化のニーズの高まり

- ・スマートフォン
- ・タブレットPC
- ・ハイブリッドカー



▶ ポートフォリオの変革：自動車・産業機器市場向けの開発強化

自動車や産業機器市場へのシフトを加速。パワーデバイスにも本格参入し、2010年には世界で初めてSiC MOSFET*の量産に成功。アナログICやディスクリートも自動車向けの品質を満たせるようにするため、開発から製造まであらゆるプロセスを見直し、自動車向け商品ラインアップも拡大。採用商品もカーナビなどインフォテインメント系を皮切りに、ミラー制御などのボディ系やパワートレインなど駆動系にまで広がる。

- 2010 SiCパワーデバイスの量産・販売を開始
- 2012 絶縁ゲートドライバICの開発・量産を開始
- 2013 シェント抵抗器の開発・量産を開始
- 2015 世界初、トレンチ構造採用のSiC-MOSFETを開発・量産

2020年～

脱炭素・循環型社会への潮流

- ・電動車(xEV)
- ・充電ステーション

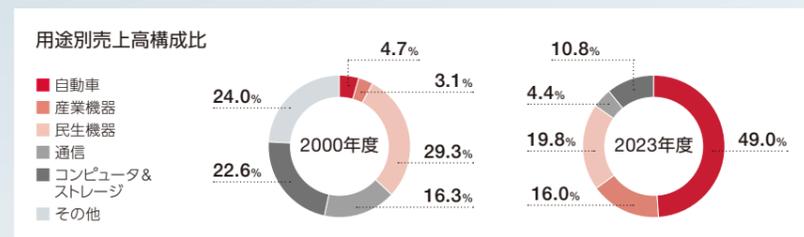


▶ 省エネ・小型化に寄与する商品で環境負荷低減に貢献

脱炭素社会の実現が喫緊の社会課題となるなか、世界各国がガソリン車からxEVへの移行を推進。省エネのキーデバイスとして、半導体の重要性が増し、社会や顧客からの期待も大きくなるなか、経営ビジョンに基づき、パワー・アナログ半導体の開発に注力。SiCを中心にパワーデバイスの開発、量産体制を拡充するとともに、デバイス性能を最大限に引き出す絶縁ゲートドライバICなど周辺部品を含めたパワーソリューションの提供を加速。

- 2020 業界トップの低オン抵抗を実現した第4世代SiC MOSFETを開発
- 2021 中期経営計画「MOVING FORWARD to 2025」を策定
- 2022 東京証券取引所の市場第一部からプライム市場に移行

*は用語集に掲載



ロームらしさ

ロームは、半導体・電子部品メーカーとして、創業以来60年以上にわたり、設計技術や製造技術、品質保証技術、ソリューション提案能力を積み上げてきました。長い歴史のなかで蓄積してきた、こうした技術や能力は「すり合わせ技術」「IDM」「幅広い商品群」「顧客志向」の4つに特長付けられます。これらの特長が、従業員に深く浸透している「品質第一」を中心とするカルチャーと相互に連携することで、高品質な製品の安定供給を実現しています。今後も、強みを最大限に生かせる「パワー」「アナログ」の技術分野にフォーカスし、ロームならではの価値を提供していきます。

すり合わせ技術 要素技術を結集し、価値を最大化できる開発力

ロームが注力する「パワー」「アナログ」領域の競争力の源泉は、顧客のニーズを踏まえ、「回路設計」、「レイアウト」、「プロセス」といった自社のプロセスの特長を理解し、最適設計することです。また、組み立てにおいても放熱設計やパッケージ技術、測定技術など総合的な技術の最適化が大きな強みとなっています。

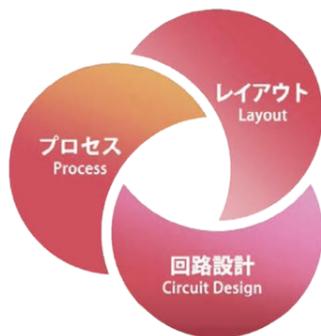
この技術の最適化を実現するのが、「すり合わせ技術」です。国内外で活躍する開発や製造部門のエンジニアが一体となって、それぞれが専門とする要素技術やノウハウを結集し、高いレベルですり合わせることで、顧客や市場ニーズに合った付加価値の高い商品を開発しています。

要素技術

プロセス

顧客の要望や期待を熟知した設計エンジニアとすり合わせながら、将来必要となる製造プロセスを開発します。ウエハプロセスは、耐圧やサイズ、素子特性に合わせて最適につくり込んでいきます。

パッケージは、顧客のセットにおける実装環境に適した小型かつ放熱特性の良い構造につくり込んでいきます。例えばフリップチップパッケージなどのパワー半導体は、大電流を供給できるよう、チップとパッケージの接続抵抗を低減するためにレイアウトとのすり合わせが重要となります。



レイアウト

回路設計エンジニアから受け取った回路図をウエハにつくり込む際、回路機能や性能を満足させ、無駄のないチップサイズに入れ込むことが要求されます。システムを理解した上で、回路性能を十分に発揮できるよう、ばらつきなどを考慮して素子やブロックの配置、配線の引き回しを行います。これは、ノイズや静電気などの外的要因による誤動作を防ぐため、信頼性を担保する技術となります。

回路設計

仕様設計する際には、顧客の要望をヒアリングするだけでなく、システムやアプリケーションが、どのような環境で使用され、どのような動作や機能を期待されているかを調査、把握します。その期待される仕様に対し、最適なプロセスやパッケージを選定します。

回路設計は仕様、電気的特性に対してばらつきを考慮し、十分に動作マージンの取れた回路設計技術が求められます。特にアナログ技術はトランジスタの一素子ごとのプロセス特性を考慮し、回路を組み立てていきます。

Voice 社員の声

付加価値の高い商品を開発するという強いマインドで、すり合わせ技術の高度化に挑戦

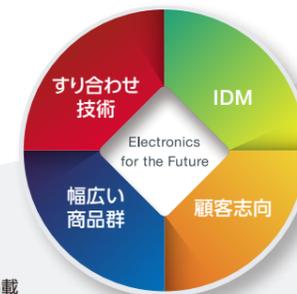
私はIntelligent Power Devices (IPD)と呼ばれる半導体スイッチのProduct Marketing Engineer (PME*) 業務を行っています。商品の市場トレンドを的確に見極め、お客様のニーズを先取りした開発を行う仕事です。

IPDは製造プロセス、パッケージ、回路設計の各エンジニアのすり合わせによってできた商品です。また、従来では両立が困難だった発熱抑制と低オン抵抗を実現できています。これはロームが半導体メーカーとして60年以上にわたる歴史のなかで蓄積してきた技術や能力があったからこそ可能となりました。この技術は負荷短絡時や発熱時に、より高いレベルの保護を提供し、自動車や産業機器用途などに幅広く採用されており、安全性や快適性の向上に役立っています。

ロームのエンジニアは、経験・要素技術・ノウハウなどを集結し、顧客や市場ニーズに合った付加価値の高い商品を開発するというマインドを持っています。また、長年にわたって積み上げてきた技術を集結し、すり合わせ技術を生かして、顧客価値を最大化する商品・ソリューションの提案・徹底した顧客サポート体制を持っているのがロームの大きな強みだと思っています。今後は、省エネや小型化に寄与する商品の開発を進め、エネルギー問題の解決や環境負荷の低減に貢献したいと考えています。また、自社ならではの開発力に磨きをかけられるよう、高度専門人材の育成に力を入れていきたいと思っています。



LSI事業本部
電源・LSI事業担当 PME*G
グループリーダー
大和 哲郎



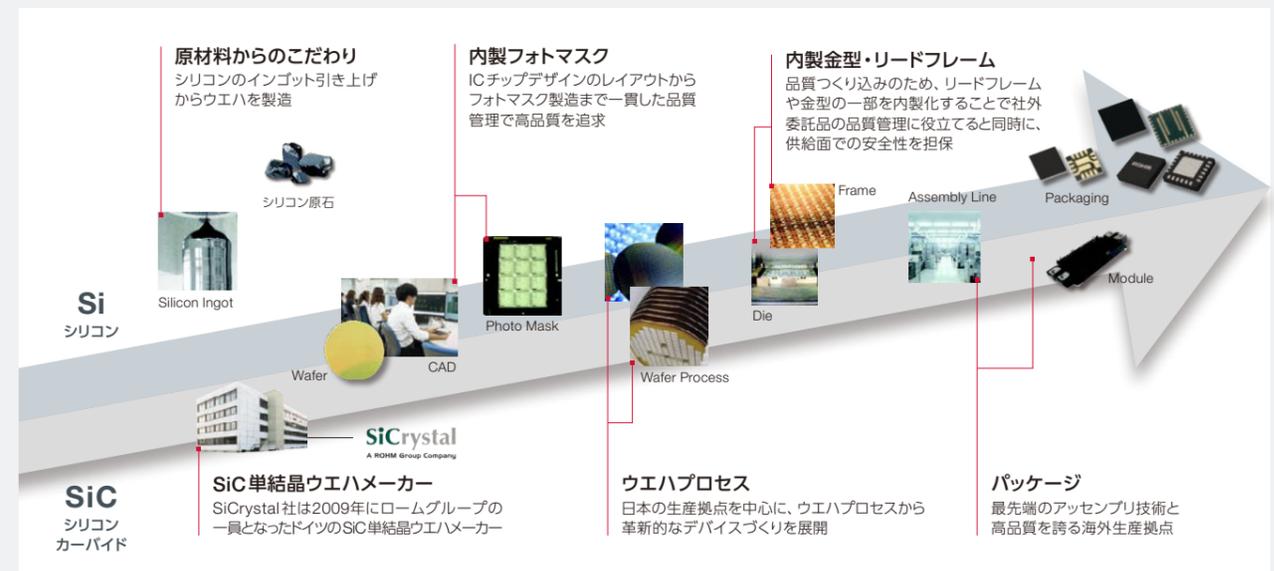
* は用語集に掲載

IDM 徹底した品質管理、安定供給、コスト競争力

ロームが60年以上にわたって追求してきた「品質第一」の「ものづくり」。これらを支えるのが、「垂直統合生産体制 (IDM)」のビジネスモデルです。材料段階から完成品までの生産工程をグループ内で完結させることで、一貫した品質保証・安定供給体制と、災害などの不測の事態でも供給を継続できる事業継続マネジメント (BCM*) 体制を構築しています。

ロームでは、一般的には内製化されていないウエハ、フォトマスクやリードフレーム、金型に至るまでを自社内で製造することで、IDMにしかできない徹底したトレーサビリティを実現できます。それはロームで働く従業員の「品質第一」への思い入れといえます。

垂直統合型生産体制



Voice 社員の声

常識にとらわれない次世代の生産ラインを構築

フレキシブルライン*という「無人化・多品種生産ライン」をコンセプトとした次世代後工程生産ラインを開発するにあたり、既存の工程管理をベースにしながらも考え方を大きく変えなければなりません。そのとき、工程設計ノウハウを持つローム・アポロ (株) と、本社のものづくり革新部、事業部などが一体となり、常識にとらわれない、これまでにない生産ラインが実現できたのです。このように、生産ラインの内作も含め、ものづくりに関する一切を自社で行うIDMのビジネスモデルがロームの強みです。生産工程の知見を設計・開発へシームレスにフィードバックすることができるため、フロントローディングにつなげることができます。また、生産システムや製品テスト装置の多くを自社開発することで、生産効率の改善とコストダウンを推進しています。

創業以来、培ってきた生産装置の開発、チューニングの技術や知見をふんだんに注ぎ込んだ生産ラインが、今日も世界各地の生産拠点で稼働しています。今後の更なる品質・生産性向上のための課題には、やるべきことができていない部分と、現状の延長線上でやってもうまくいかない部分のどちらもあると感じています。これまで培ったことに愚直に取り組みながら、フレキシブルラインのような、常識にとらわれないアイデアで現状を打破する視点を、常に持っていたいと考えています。



ローム・アポロ (株)
広川工場 AP先進製造部
システム課 課長
田中 雄喜

ROOMらしさ

幅広い商品群 受動部品からIC、パワーデバイスに至る総合提案力

小型抵抗器の専門メーカーとして創業以来、ROOMは常にユニークな商品の開発に努めてきました。抵抗器の高品質・高信頼性が認められ、着実に売り上げを伸ばしていた1960年代、ROOMはICへの挑戦を決断します。しかし、日本にはエンジニアはおろか、文献すら少ない状況。当時、まだ小規模な企業にすぎなかったROOMにとって無謀な挑戦でした。それを可能にし、画期的なICを開発できるまでに至ったのは、「いかなる逆境においても積極的に活路を見出す」という、創業者から受け継いだチャレンジ精神です。

大きな目標に挑戦する過程で、ダイオード、トランジスタ、LEDといった商品が次々に生まれていきます。その後も光デバイスやモジュールに事業領域を拡大し、近年ではSiCをはじめとするパワーデバイス分野にも注力しています。市場や顧客のニーズにこたえるために挑戦を続けた結果、商品の領域も広がり、顧客の課題解決につながる総合提案が可能となっています。

商品ラインアップ

エレクトロニクス機器を広く支える、これらの幅広い商品群と蓄積された技術ノウハウが、顧客へのソリューション提案や総合的な技術サポートを可能にしています。



Voice 社員の声

さまざまな商品を組み合わせ合わせた回路を新技術として設計できる強みを生かし提案力を強化

私の業務はField Application Engineer (FAE*)として、お客様向けに技術サポートやアプリケーションの提案を行うことです。具体的には、ROOMの商品を使った回路提案を実施し、アプリケーション軸でサポートするほか、デバイスのアプリケーション評価、お客様対応、評価基板設計、セット設計などを行います。営業や事業部のエンジニアと共にお客様への訪問を行い、お客様の評価で起きる問題を解決しています。

例えば、SiからSiCへ置き換えたと、高速なスイッチングが可能となる半面、サージなどによってSiCが使えなくなる場合があります。ROOMなら、SiもSiCも扱っているからこそ、それぞれの特長を捉えてお客様に合った商品を提案できます。ROOMのLSI、汎用デバイスと組み合わせ合わせた回路をお客様に提案し、SiCのサージを抑え、採用につなげることができました。

新しい技術に挑戦できる企業風土は、ROOM特有のものと考えています。さまざまな商品を組み合わせ合わせた回路を新技術として設計することができ、それをお客様への提案などに取り入れることができます。その強みを社会課題の解決に生かすには、お客様が本当に必要としている商品を開発することです。ROOMに不足している機能、特性をお客様から聞き、事業部にフィードバックして次世代の開発につなげていきたいと考えています。



システムソリューションエンジニアリング
本部 FA E2部 電動パワートレイン
FAE課 車載ハイパワーソリューションG
杉本 沙慧

顧客志向 顧客視点でのソリューション提案

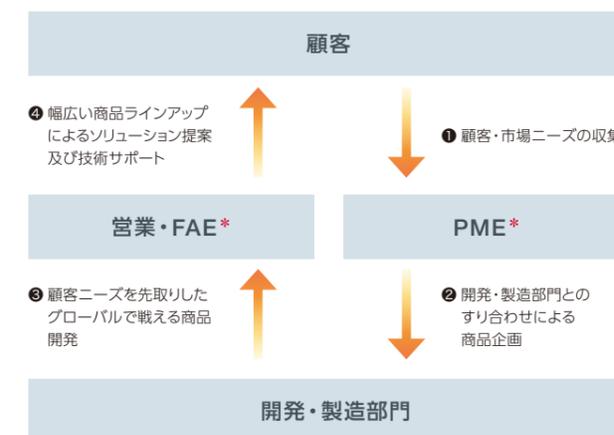
1980~90年代、「カスタムIC」で大きく成長を遂げたROOM。最新ニーズに迅速かつ確実に対応するとともに、ニーズの一步先をゆく商品を開発する提案型のビジネスを強みとしてきました。これは現在まで連続と受け継がれ、顧客とのコミュニケーションを大切に、商品開発や提案を行っています。

商品の開発仕様決定時には、商品機能や特性、周辺回路の構成も含め、顧客が求める性能を実現するために、電子機器に関する技術や自社の設計・製造の能力を熟知したエンジニアが、最適な回路の構成や特性、信頼性などを検討して仕様設計を進めています。試作段階においては、顧客側での検証結果を踏まえて特性の合わせ込みを行うことで、電子機器の特性を最適化できる商品やソリューションをいち早く提供します。

さらに毎年、顧客に対して「品質満足度調査」を実施しています。商品の仕様や品質だけでなく、デリバリーやサポート体制に対しても評価をいただくことで、顧客の声をしっかり聞き入れ、要求品質を満たす商品及びサービスを提供できるよう努めています。

顧客ニーズを先取りした商品企画・提案力

xEVのような成長の著しい分野では、必要十分な機能をあらかじめ実装した特定用途向け汎用製品 (Application Specific Standard Product (ASSP)) を先行して開発する戦略を進めています。市場ニーズを踏まえた上で、いかに最適な機能を搭載するかが重要であり、Product Marketing Engineer (PME*)はグローバルで市場要求性能や機能を調査し、商品企画を絞り込む活動を行っています。顧客の開発動向などの技術情報を熟知したField Application Engineer (FAE*)は、顧客が求める最適なソリューションの提案ときめ細かな技術サポートを担当し、PMEとFAEの両輪でグローバルでのソリューション提案力の強化を進めています。



Voice 社員の声

品質への確固としたコミットメントでお客様との信頼関係を構築

私は、ROHM Semiconductor U.S.A., LLCのセールス・ディレクターとして、米国南西部地域のさまざまなアプリケーションのお客様にROOM商品を取扱っています。お客様のニーズと要件を理解してソリューションを提供し、販売プロセス全体を通じてご満足いただくことが仕事です。

ROOMの顧客志向の強さを感じたのは、高度に特殊な部品を必要とするお客様と仕事をしたときのことです。正確な仕様を満たすのが困難であったにもかかわらず、ROOMのエンジニアは、お客様のニーズを徹底的に理解するため、緊密にコミュニケーションをとり、協力することで、お客様の期待にこたえられるだけでなく、それを上回るカスタマイズされたソリューションを開発しました。ROOMの文化の特長は、顧客中心、顧客志向です。お客様に最高品質の商品とサービスをお届けし、短期的な取引に注力するのではなく、お客様との長期的な関係の構築と維持を優先します。そして、誠実さ、信頼、倫理的な行動を重視するコアバリューに支えられ、お客様とやりとりを行っています。進化するお客様のニーズにこたえ、社会課題の解決に貢献するために、ROOMは顧客志向とサポート体制を更に強化する取り組みを優先するべきです。顧客中心的なバリューに忠実でありながら、より広範な社会課題にも取り組むことで、ROOMは半導体のリーディングカンパニーとして繁栄し続けることができると考えています。



Director of Sales, SW Region
OVERSEAS SALES (USA)
AMERICAN SALES USA WEST
Clint Studebaker

社長メッセージ

パワー・アナログ半導体で社会課題の解決に貢献し、 グローバルメジャーとして社会やお客様から選ばれる 会社を目指します。

世界では、持続可能な社会の実現に向けた取り組みが加速し、企業においても環境など、さまざまな社会課題の解決につながる活動が重要視されています。ロームにとって、これらの考え方は決して新しいものでなく、創業時より掲げる「企業目的」に基づき、良い商品の供給やものづくりを通じて、文化の進歩向上に貢献してまいりました。

創業から60余年、企業規模や経営環境は大きく変化しましたが、「企業目的」は不変であり、ロームのDNAとして、脈々と受け継がれています。「脱炭素社会」の実現に向けて半導体の重要性が高まるなか、社会やお客様からの期待におこたえできるよう、中期経営計画に基づき、2030年度に向けた飛躍的な成長を見据え、財務・非財務の両面で、より強固な経営基盤を構築してまいります。

創業の精神を受け継いだ社長としての使命

「企業目的」や「現場重視」など創業者の思いをしっかりと受け継ぎながら、従来のトップダウン型の経営からさまざまなステークホルダーとの対話を重視するサステナビリティ経営への転換を図る。未来に向け成長していくために、ステークホルダーの皆さまとの対話を重視し、共感を得ていくことで、基盤づくりを進めていく。

社長に就任した2020年は、創業者の逝去や、新型コロナウイルスの流行と、社会にとってもロームにとっても転換期といえました。大きな変化が求められるなかで、経営者としては対話を重視し、グループ一体となってサステナブルに成長するための基盤づくりに取り組んでまいりました。

これは私自身が心がけているマネジメントスタイルでもありますが、きっかけとなったのは2001年に立ち上がった「あすかプロジェクト」への出向でした。最先端の技術開発をオールジャパンで進めるため、日本国内の主要半導体メーカーが共同設立した組織で、名だたるメーカーの技術者たちが集っていました。そこでの経験は、リーダーとしての自身のキャリアを見つめ直す良い機会となりました。癖の強い、個性派ぞろいの技術者ばかりの環境では、一方的な指示では誰も動きません。自分の思いを周囲に素直にさらけ出しつつ、相

手の考えに耳を傾けることで、人は自然と集まってくるということを学びました。以来私は、人の共感を得られるようなマネジメントをして、社員のモチベーションを上げることを意識するようになりました。

また、創業者の佐藤研一郎氏から教えられたのは、「現場が一番大事」ということでした。私がアメリカのグループ会社に頻りに長期出張をしていたころ、佐藤氏もまた、よくその工場に顔を出し、社員一人ひとりと対話を重ねていました。その姿を見て私は、直接オペレーターの方と接して、現場をしっかりと見ること、周囲の共感を呼ぶ、説得力のある自らの思いを持つことができる、ということに佐藤氏から学びました。私は、自分自身の経験や、創業者の教えを糧に、現場重視で、社員と対話し、共感を得ていくリーダーとしてロームを率いてまいります。

代表取締役社長
社長執行役員
松本 功

社長メッセージ



パワー・アナログ半導体におけるロームの強みを生かし、「グローバルメジャー」へ

自動車生産台数の増加や、電動化・電装化の促進によって、パワー・アナログ半導体を中心に安定した成長が見込まれる。自動車市場と海外市場を中心に売り上げを大きく伸ばしていき、2030年度「グローバルメジャー」を目指す。

ロームは2021年、中期経営計画として「MOVING FORWARD to 2025」を打ち出しました。中期経営計画の策定は、これまでのロームになかった新たな試みです。そのなかで2030年度の目指す姿として「グローバルメジャー」を掲げました。注力する自動車及び産業機器向けのパワー・アナログ半導体をはじめ、あらゆる商品に対して、社会やお客様が「ロームなら大丈夫」と信頼し安心してくださること。お客様が半導体・電子部品を必要とされる際には、最初に「ローム」を思い浮かべていただけるようなブランド力を持つこと。そして社会に必要な会社として認められること。この3つの意味が込められています。平たくいえば、「世の中で絶対に必要な会社であり続ける」といった定義です。定量的な目標としては、注力しているパワー・アナログ半導体の分野で世界トップ10に入ること、さらに売上高1兆円を掲げています。

そこからバックキャストして、強固な経営基盤を構築するための5カ年計画として策定したものが「MOVING FORWARD to 2025」です。2025年度の財務目標として売上高6,000億円以上、営業利益率20%以上、ROE9%以上を掲げています。振り返りますと、2021年度からの2年間は、コロナ禍で、半導体の特別需要、円安の効果もあり、順調に滑り

出しましたが、3年目となる2023年度は、市場全体の減速と、お客様の在庫調整の影響を受け、前年比で減収減益となりました。売上高は、注力市場である自動車市場において増加したものの、産業機器市場を含む他市場においては前年を下回る結果となりました。SiCパワーデバイス事業への積極的な投資に伴う固定費負担の大幅な増加により、営業利益率も大きく低下しました。

2024年度の業績についても、ここ2年の設備投資に伴う固定費の増加もあり、非常に厳しい計画を立てています。ただ、これも今が底であると認識しており、この1年で、今一度、収益の改善に取り組んでまいります。その一環として、2024年4月には、取締役の担当職務を変更しました。各事業における責任を明確にし、業務執行をより一層、強力で推進するための時限的な処置です。中期経営計画3年目で売上高・利益が踊り場を迎え、厳しい局面を迎えるなか、中期経営計画を達成するため、取締役たちがもっと現場に近寄り、一体となり、成長路線に立て直していくという意思表示です。

一方で、パワー・アナログ半導体で自動車市場と海外市場を中心に大きく伸ばすとの方針は変わっていません。自動車市場では、EV市場の減速が話題になっており、足元の成長

率としては鈍化しているものの、自動車生産台数の増加や、電動化・電装化の促進により、注力するパワー・アナログ半導体を中心に、安定的な成長が見込まれます。具体的には、パワーデバイスではSiCパワーデバイスのEV向けトラックションインバータにおけるシェア拡大、LSIではラピステクノロジー(株)*の商品を加えた戦略TOP10の売上高比率向上により、中期経営計画の達成を目指します。なかでも、EV向けのSiCパワーデバイスの需要は今後も着実に伸びる見通しであり、こうした需要に安定して対応できる供給体制をいち早く構築することが、今後のパワー・アナログ半導体における国

* 2024年4月1日付で、ロームは同社100%子会社のラピステクノロジーの吸収合併を実施。

際的な競争力の向上につながると考えています。そのため、2023年度の決算発表では、政府からの助成金も活用し、2021年度から2025年度までの成長投資を6,000億円から7,000億円に増額することを発表しました。売り上げに占める設備投資の割合が高い状況が続いており、負担が大きいものの、SiCパワーデバイスを中心に、注力商品のシェアの獲得に向けて戦略的な投資が必要不可欠だと考えています。

中期経営計画達成のためにも、最終年度の2025年度で業績を回復させるには、この2024年度でしっかり精査し、強固な経営基盤を築くとともに、企業価値の向上に努めてまいります。

グローバルメジャーに向けたビジネスモデルの変革

更なる成長のためには、市場の変化や地政学的リスクに備えたビジネスモデル変革は不可欠。他社との連携、M&Aも常に視野に入れていく。親和性が高い東芝の半導体事業との業務提携に向け、技術開発、生産、販売、調達、物流など、あらゆる事業活動で連携を強化し、両社の企業価値向上を目指していく。

グローバルメジャーを目指すにあたっては、市場の変化や地政学的リスクにも目を向ける必要があります。市場軸でいえば、自動車、産業機器、民生機器といった分野があり、地域別では、日本が主ですが、中国、アジア、欧州、米州で事業を展開しています。特定のお客様、地域に偏りすぎると、何か突発的な問題が起きた場合、会社としての売り上げが急落してしまいます。そうしたことがないよう、バランスの良いビジネス設計をできるよう努めています。例えば、SiCパワーデバイス事業では、特定の地域のお客様に依存するのではなく、130社以上のワールドワイドなお客様からの採用が決まっています。生産拠点の分散も含め、地政学的リスクに対してしっかりと対策を講じていきたいと考えています。

また、オーガニック成長を続けることを基本としつつ、他社との連携、M&Aも進めていきます。その一つが、東芝デバイス&ストレージと進めるパワー半導体の製造連携です。共同で申請していた製造連携及び量産投資計画が、日本政府(経済産業省)の「半導体の安定供給確保のための取組に関する計画」として認定され、ロームは最大で964億円の助成金を見込んでいます。

ロームと東芝は、製造連携を進めるパワーデバイスのみならず、アナログICやロジック、マイコン、小信号デバイスといった重なる事業領域が多くあります。注力商品のカテゴリーも近く、親和性が高いため、より大きなシナジーが発揮できると考えています。そこでロームは2023年、東芝の非公開化に参画しました。2024年6月から、東芝デバイス&ストレージの半導体事業において、技術開発、生産、販売、調達、物流など、あらゆる事業活動で連携を強化することで、両社の企業価値向上を目指す協議を開始しています。今後1年をかけて、しっかりと話を進め、より良い連携の形につなげたいと考えています。

本件に関しては、具体的な説明ができていないことで、市場から不安の声が上がっていることは理解しています。できるだけ早く連携の道筋を見出し、その内容について発信できるよう努めますので、なにとぞご理解ください。厳しい市場環境のなかではありますが、成長の実績をしっかりとつくり、ロームの意思を株主やステークホルダーの皆さまに分かりやすく伝えていくことに努めてまいります。

社長メッセージ

人的資本経営の実現による「会社の品質」を向上

ロームが取り組むべき大きな課題の一つは人的資本経営であり、2023年度から取締役会で本格的に議論を開始。企業の目指す姿に共感し、自律的な成長や多様性を尊重しあえる人財の育成や企業文化を形成することで、グローバルメジャー実現に向けた基盤を整備する。

ステークホルダーの皆さまから信頼される会社になるには、「会社の品質」を向上させることが重要と考え、ONE ROHMでサステナビリティ経営の高度化を推進しています。なかでも、DE&I*を含む人的資本経営は大きな課題の一つであると認識しており、2023年度からは取締役会で本格的に議論を開始しました。

取締役会ではまず、人的資本経営ストーリーの全体像について議論しました。会社の目指す姿として基本方針や経営ビジョンを掲げ、長期的にはグローバルメジャーの実現を目標としています。そして、それを実現するために求められる人財像を突き詰めたところ、やはり企業理念や会社の目指す姿に共感し、自律的な成長や多様性を尊重しあえる人財が必要という結論に至りました。ここで課題となるのが、このような人財のグローバルレベルでの獲得や育成、そして意識の変革です。そのため、ロームでは近年さまざまな取り組みを行って

おり、その一つとして、2024年4月に本社人事部にHuman Resources as Business Partner (HRBP)を組織しました。グループ全体の持続的な発展に寄与するグローバルタレントを、世界を舞台に獲得、育成するなど、各事業・グループ会社の戦略や人的課題に寄り添い、共に解決していく役割を担うだけでなく、自律した成長型のマインドセットを持ったプロフェッショナル人財の育成に寄与し、グローバルメジャー実現に向けた基盤を整備していきます。また、多様性を尊重し、相互に認めあう意識の変革には対話の文化が不可欠であり、そのために立場に関係なく日頃から本音で話せる環境を構築し、風土を醸成していければと考えています。

事業の持続的な成長や中長期的な企業価値の向上につなげることができるよう、今後も取締役会において議論を続けていきます。

* DE&I: ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

企業価値の最大化のため、更にガバナンスを強化

厳しい局面を乗り越え中期経営計画を達成するため、社外取締役が取締役会議長に就き、ガバナンス改革を推進する。

ロームでは、「企業目的」「経営基本方針」などの目的・方針を実現するため、常に最良のコーポレートガバナンスを追求しています。ロームはすべてのステークホルダーに支えられた存在であるとの認識に基づき、企業の運営及び行動が公正性、健全性、透明性に根差したものでなければならないと考えています。

ガバナンス改革の取り組みでは、独立社外取締役比率を向上させるとともに、報酬構成や取締役の当社株式保有に対するあり方について協議を継続するなど、着実に成果を出しています。2024年4月からはこれまで社長が務めてきた取締役会議長を、社外取締役である南雲忠信氏にお願いしています。

私が議長のと きも、活発な意見は出ていましたが、一方で、社長である私の発言や思いが取締役会議長の発言となることに違和感を覚えるようになりました。横浜ゴム(株)の代表取締役社長や会長を務められた南雲氏は、豊富な知識と経験を有し、グローバル戦略を積極的に推進した実績をお持ちです。南雲氏が議長となり、私も率直に意見を言いやすくなり、これまで以上に活発な議論ができるようになったと思います。

また、社外取締役に就任した小崎垂依子氏は、サステナビリティファイナンスの専門家として事業創出などを支援してきた豊富な経験をお持ちのため、取締役会だけでなくサステナビリティ経営委員会にも入り込んでいただき、財務・非財

務が両輪一体となった経営を実現するための助言を期待しています。そして、社員とも積極的にコミュニケーションをとり、多様な社員が挑戦できる土壌づくりをサポートしていただきたいと考えています。

役員報酬については、株主の皆さまとの一層の価値共有を深めることを目的に、2024年6月に取締役の株式報酬に関する方針・制度について見直しを行いました。「グローバルメジャー」を目指すべく、今後も引き続き、企業価値の持続的な向上につながる最適な報酬制度のあり方を探求していきます。

50年後、100年後も人々の豊かな暮らしと社会の発展を支え続ける会社となるために

100年後の未来を予測することは難しいが、ロームは良い商品を生み出して社会に役立つ会社になるとの創業以来の思いを、この先も持ち続けていく。

地政学的リスクへの警戒など、世界経済の見通しはさまざまな要因が影響し不透明ですが、エレクトロニクス市場では気候変動対策や脱炭素社会に向けた省エネ化の一層の促進に加えて、各国における工場の自動化・デジタル化投資などが進むと思われます。特に、我々ロームが重点市場として取り組んできた自動車や産業機器市場では、環境負荷の低減、カーボンニュートラルを達成するため、電動化を中心に技術革新が進んでおり、そのカギを握るのが、パワー半導体や、アナログ半導体です。昨今の大きな動きとしては、AIの普及があります。AI普及によりサーバーの需要が広がることで、大量の電力を使用することが懸念されています。こういった場でも、ロームのパワー・アナログの技術が貢献できるのではないかと思います。

社会やお客様からの期待も大きくなるなか、エレクトロニクス(商品・技術)で社会課題を解決していくことがロームの使命と考え、それを明文化したのがステートメントや経営ビジョンです。2050年ごろまでは、これらに基づき、エレクトロニクスの技術で世の中の課題を解決し、人々の暮らしを豊かにするような商品を生み出して社会に役立つ会社になろうという思いを、持ち続けてまいります。更にその先、例えば100

年後となると、もちろん正確に予測することはできません。ただいえるのは、「良い商品を国の内外へ永続かつ大量に供給し、文化の進歩向上に貢献する」との創業以来の企業目的は引き継がれていくということです。

100年後の「良い商品」がエレクトロニクスではないかもしれませんが、企業目的に基づき、事業活動を行えば、新たな社会に役立つ商品は生み出されていくはずで、そのためしっかりと経営基盤をつくってまいります。私が先頭に立ち、「社内一体となって、品質保証活動の徹底化を図り、適正な利潤を確保する。」という経営基本方針のもと、技術と商品を通して環境や社会に貢献していけるよう、邁進してまいります。

ステークホルダーの皆さまには、ご理解とご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

2024年9月
代表取締役社長
社長執行役員

松本 功

ロームの価値創造プロセス

ロームは、品質第一に基づいた企業目的を掲げ、パワーとアナログにフォーカスし、お客様の商品の“省エネ”・“小型化”に寄与することで、社会課題の解決と企業価値の向上を目指しています。顧客ニーズを先取りした商品企画・提案力を生かし、研究開発から営業・顧客サポートまで一体となった事業活動の推進により、顧客の求める品質を担保した商品を提供しています。

インパクト

- 省エネに寄与する商品の開発 >>> モータや電源の効率改善に貢献
- 小型化に寄与する商品の開発 >>> 材料、廃棄物の削減

社会課題

▶ P.24

技術

社会変化に対応するエレクトロニクス製品の需要の高まり

顧客の信頼と期待にこたえるものづくり

マテリアリティ

▶ P.26

文化の進歩向上につながる技術の進化

高品質な製品の安定供給

サステナビリティ重点課題

持続可能な技術の強化、革新的な製品の開発、供給

気候変動への対応

資源の有効活用

社会

労働力人口減少下における人財の確保

従業員エンゲージメントの強化

ダイバーシティ推進

従業員の健康と安全の確保

ガバナンス

経営基盤及び事業活動基盤の強化

コーポレートガバナンスの強化

サプライチェーン全般にわたる社会的責任の遂行

リスクマネジメント

製品の安全性の確保・製品品質の強化

持続可能なサプライチェーンマネジメント

製品安全・品質の強化

インプット

▶ P.20

財務資本

自己資本比率	65.3%
時価総額	9,372億円
純資産	9,681億円
現預金+有価証券	2,445億円

製造資本

設備投資額(過去5年間)	4,759億円
国内生産拠点	12カ所
海外生産拠点	9カ所
製造技術開発(生産効率向上のための自社開発)	
生産能力向上に向けた設備投資額(過去5年間)	2,529億円
品質向上に向けた設備投資額(過去5年間)	104億円

知的資本

長年の開発・製造で社内に蓄積されたノウハウ	
研究開発費売上高比率	9.5%
産学連携機関数	28機関
産学連携研究(案件)数	50件
特許保有数(2022年度実績)	9,310件

人的資本

連結従業員数	23,319人
うち、連結外国人従業員数	16,606人
研究開発人員	3,170人
女性比率	27.7%
新卒採用	163人(ローム単体)
キャリア採用	86人(ローム単体)
エンジニア(STEM*関連職種)	2,399人(ローム単体)
* Science, Technology, Engineering and Mathematics	
企業目的・経営基本方針浸透研修の実施	

社会関係資本

長年培った半導体市場におけるロームブランド顧客・サプライヤーとの信頼関係	
--------------------------------------	--

自然資本

取水量	11,588千m ³
エネルギー消費量	
非再生可能エネルギーの総消費量	917千MWh
再生可能エネルギーの総消費量	700千MWh

ビジネスモデル

▶ P.20



ロームの強み

▶ P.8



成長戦略/中期経営計画

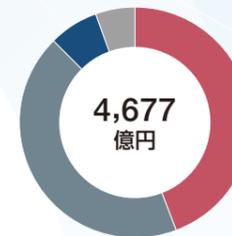
“MOVING FORWARD to 2025”

▶ P.28

アウトプット

▶ P.20

2023年度セグメント別売上高



LSI	2,072億円	44.3%
半導体素子	2,019億円	43.2%
モジュール	329億円	7.0%
その他	257億円	5.5%

2023年度国籍別売上高



日本	2,613億円	55.9%
中国	652億円	14.0%
その他アジア	462億円	9.9%
アメリカ	488億円	10.4%
ヨーロッパ	460億円	9.8%

アウトカム

▶ P.20

経済価値

財務資本	
株主還元	50円/株
総還元性向	73%
過去10年間のTSR	+146.9%(年率9.5%)
自社株買い	200億円
納税額	318億円(うち国内274億円)

社会価値

製造資本	知的資本	人的資本
社会関係資本	自然資本	

特許保有数	9,589件(前年比+279件)
顧客の品質満足度スコア	3.72/5ポイント
女性管理職比率	13.0%
男性従業員育児休業取得率(ローム単体)	55.6%
年次有給休暇平均取得率(ローム単体)	81.7%
1人当たり年間平均教育開発時間(ローム単体)	9.6時間
1人当たり年間平均教育開発費用(ローム単体)	33,142円
購買先活動総合評価実施済みのサプライヤーからの購入比率	87.5%
CSR調達セルフアセスメント結果B以上のサプライヤーからの購入比率	80.6%
水排出量	9,881千m ³ (前年比359千m ³ 減)
温室効果ガス(GHG)排出量	6,767千t-CO ₂ (前年比2,154千t-CO ₂ 減) ※スコープ3含む
廃棄物排出量	14,606t(前年比2,114t減)
再生資源化率	98.6%(前年比0.6ポイント増)
寄附金(協賛含む)(ローム単体)	379.8百万円

※2023年度実績値

※2023年度実績値

バリューチェーンの進化

ロームはバリューチェーンにおいて、諸資本を効果的かつ効率的に活用することで、事業活動を推進し、高品質な製品の安定供給を実現しています。IDMならではの、フロントローディングによる徹底した品質管理と、企業目的に基づいた従業員へのマインド教育の実施により、製品の品質を担保していることが強みの源泉となっています。

1. R&D ▶ P.40

パワーとアナログにフォーカスし、中長期的な将来を見据えてイノベーション推進室からR&D部門へ研究開発テーマをインプットし、研究開発力の強化を図っています。自動車や産業機器といった注力分野に加えて、新規分野に関する情報収集にも取り組んでいます。

主要な資本・リソース	ロームの特長・強み	深化のための取り組み課題
人的資本 研究開発の人財ポートフォリオ 知的資本 研究開発テーマの技術ポートフォリオ、産学連携 社会関係資本 顧客・サプライヤーとの連携 財務資本 研究開発を支える財務基盤 →研究開発費売上高比率～9%	<ul style="list-style-type: none"> 既存製品と技術ポートフォリオを拡大していくための戦略的なR&Dテーマ展開 要素技術を結集し、価値を最大化できる開発力 →商品開発、製造部門と連携した研究開発体制 オープンイノベーション 産学連携テーマを促進する研究公募制度の実施 	<ul style="list-style-type: none"> 文化の進歩向上につながる技術の進化 持続可能な技術の強化、革新的な製品の開発、供給 Corporate Venture Capital (CVC*)などを活用した新規市場・注力市場の事業拡大、新規市場開拓のための種まき スペシャリスト職制度の導入による高度な技術人財の確保 AIを活用した研究開発の推進によるフロントローディングの強化

2. 商品企画 ▶ P.8、11

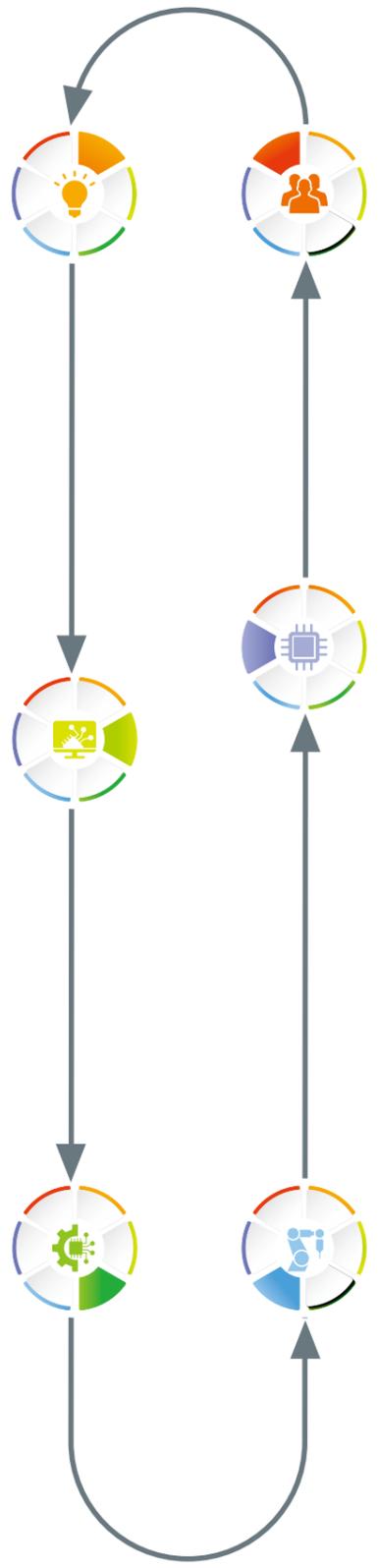
必要十分な機能をあらかじめ実装したASSP*を先行して開発する戦略を進めています。PMEがグローバルで市場要求性能や機能を調査し、市場ニーズを踏まえた上で、いかに最適な機能を搭載するかという観点で商品企画を絞り込む活動を行っています。

主要な資本・リソース	ロームの特長・強み	深化のための取り組み課題
人的資本・知的資本 PME*(Product Marketing Engineer: 先端技術を熟知し、新商品開発権限を有する人財) 社会関係資本 顧客との信頼関係 知的資本 市場ニーズ、顧客要求の蓄積	<ul style="list-style-type: none"> 商品開発経験者の高度なすり合わせ技術 顧客ニーズを先取りした商品企画力 PMEの海外拠点配置によるグローバル顧客への対応体制 	<ul style="list-style-type: none"> 文化の進歩向上につながる技術の進化 持続可能な技術の強化、革新的な製品の開発、供給 PME人財の育成・強化 PMEの増員(尖った製品の企画・開発)

3. 商品開発 ▶ P.8、10、11

顧客のニーズと自社の製造プロセスの特長を理解し、長年にわたって積み上げてきた要素技術を結集して最適設計を進めています。半導体製造のすり合わせ技術、放熱設計、パッケージ技術、測定技術など技術の最適化を総合的に進めます。

主要な資本・リソース	ロームの特長・強み	深化のための取り組み課題
人的資本・知的資本 顧客のニーズにこたえる豊富な開発人財 知的資本 IDM*を生かした豊富なコア技術 社会関係資本 顧客との信頼関係	<ul style="list-style-type: none"> 製造部門と連携し、IDMを生かした付加価値の高い商品開発 省エネ化/小型化と機能安全を追求した製品の開発 パワーとアナログを中心とした回路設計・商品開発力 高品質な製品を担保するためのテスト開発 	<ul style="list-style-type: none"> 文化の進歩向上につながる技術の進化 持続可能な技術の強化、革新的な製品の開発、供給 開発人財の育成・強化 スペシャリスト職制度の導入による高度な技術人財の確保 高付加価値製品開発強化による海外顧客売上高比率の向上



6. 営業／顧客サポート ▶ P.10、11

顧客の商品の機能や特性、周辺回路の構成などを熟知し、求められる性能に対してロームが持つ技術や幅広い商品群を最適に組み合わせたソリューション提案と徹底した顧客サポートを行います。

主要な資本・リソース	ロームの特長・強み	深化のための取り組み課題
人的資本・知的資本 FAE*(Field Application Engineer)、営業人財 社会関係資本 顧客との信頼関係	<ul style="list-style-type: none"> 顧客視点でのソリューション提案 QCDSを実現できる営業人財(Q:品質、C:コスト、D:デリバリー、S:サービス、サティスファクション) 直販営業での顧客との強い信頼関係、顧客密着体制 	<ul style="list-style-type: none"> 文化の進歩向上につながる技術の進化 持続可能な技術の強化、革新的な製品の開発、供給 FAEと営業が一体となり、ソリューション提案による海外顧客売上高比率の向上 デジタルトランスフォーメーション(DX)を活用した顧客ニーズ吸い上げの効率化、顧客の品質満足度スコアの向上 商社などを活用した販売チャネルの多様化 ブランド認知度の向上

5. 製造 ▶ P.9、38

自社で品質を担保するため、材料段階から完成品までの生産工程をグループ内で完結させるIDMを築いています。さらに、生産設備の開発も自社で行い、生産効率を改善し、コストダウンを実現します。

主要な資本・リソース	ロームの特長・強み	深化のための取り組み課題
人的資本・知的資本 プロセス技術人財、製造技術人財、製造技術ノウハウの蓄積 社会関係資本 顧客・サプライヤーとの信頼関係 財務資本 柔軟な設備投資を可能とする強固な財務基盤 製造資本 国内外の生産ネットワーク 自然資本 水、電気、金属、ガス、原材料など	<ul style="list-style-type: none"> パワーとアナログを中心とした製造技術開発力 前工程・後工程・テスト工程の一貫製造体制による強固な品質保証と供給体制 製造工程における再生可能エネルギーの積極的な導入 	<ul style="list-style-type: none"> リスクマネジメント 気候変動への対応 従業員の健康と安全の確保 資源の有効活用 GHG排出量削減、水資源の削減、廃棄物量の削減、化学物質管理の徹底 組み立て工程の生産性向上・自動化を加速(フレキシブルライン*の要素技術を活用) 製造の複数拠点化/OSAT*の活用 ゼロディフェクトの推進

4. 調達 ▶ P.66

部材品質の確保や安定供給と、労働・倫理や環境に配慮したCSR調達により、高品質かつ安心・安定したもののづくりが可能になります。サプライヤーとの継続的な信頼関係・協力関係を大切にし、双方が持続的に成長できる調達活動を目指しています。

主要な資本・リソース	ロームの特長・強み	深化のための取り組み課題
人的資本・知的資本 ロームの製品品質を担保できる購買人財 知的資本 幅広い商品ラインアップを支える調達ノウハウの蓄積 社会関係資本 サプライヤーとの信頼関係 環境資本 環境に配慮した部品・材料の調達	<ul style="list-style-type: none"> サプライヤーとの信頼関係と協業 原材料から完成品までの調達ネットワークの一元管理 先行手配などリスク部品に対する対策及び各業界動向の市場把握(ウエハ、フォトマスク、リードフレームなどの原材料) 複数購買による安定したサプライチェーンマネジメント 	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能なサプライチェーンマネジメント 資源の有効活用 リスクマネジメント BCM*体制/ESGに関する取り組みの整った購買先からの調達強化 サプライチェーンの把握により有事の迅速な影響調査を実現 キャッシュ・コンバージョン・サイクル(CCC)の改善



ステークホルダーとの価値共創

ロームは、環境・社会課題を解決し、ステークホルダーから選ばれ続けるグローバルメジャーとなることを目指しています。この実現に向けて、あらゆるステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションの機会を積極的に設け、さまざまな期待におこたえていくことで、信頼関係を強化できるよう努めています。

	ステークホルダーとの関係	ステークホルダーから期待されていること	対話の方法・機会	ステークホルダーとの主な取り組み事例
 顧客	<p>高品質な商品の供給を通じて、自動車、産業機器、民生機器などのメーカー及び部品メーカーとの信頼関係の構築に努めています。また、顧客との共同研究や開発を通して、新たな価値創造を目指しています。併せて、商社との協力関係構築にも取り組んでいます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 顧客商品価値の向上 新製品・製品改善につながる要望の実現 製品の適正品質の実現 製品の安定供給 適切な製品情報の開示 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客訪問及びオンラインによる営業活動 展示会 製品説明会・技術交流会 共同研究・開発 顧客の品質満足度調査 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客ニーズを先回りで理解し、商品企画へとつなげる体制の強化 ……▶ P.8, 11 顧客のセットの省エネ・小型化を実現する総合的なシステム提案 ……▶ P.10, 11 顧客の品質満足度スコアの改善及び結果に基づく改善活動の推進 ……▶ P.39
 従業員	<p>経営基本方針のなかで、「広く有能なる人材を求め、育成し、企業の恒久的な繁栄の礎とする。」と掲げています。創業以来、蓄積されてきた会社の歴史や技術、資産は会社にとって重要な財産であり、それを培ってきたのは紛れもなく人財です。だからこそ、ロームでは、従業員一人ひとりが個人個人の能力を最大限に引き出せるよう成長意欲に投資し、人材育成に注力することに加え、広く有能なる人財が生き生きと活躍できる舞台を整備することを通じて、会社と従業員の循環的な成長を目指しています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 労働安全衛生の確保 人権の尊重と差別の排除 人材の育成と活用 ダイバーシティ(多様性)の尊重 Well-beingの実現 	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメントサーベイ 従業員意識調査 社長との座談会による対話 社内決算説明会 内部通報システム(コンプライアンスホットライン) 	<ul style="list-style-type: none"> チャレンジを生み出す風土の醸成によるエンゲージメントの強化 ……▶ P.46 エンゲージメントサーベイスコアの改善及び結果に基づく改善活動の推進 ……▶ P.48 ダイバーシティ推進 ……▶ P.48, 49 従業員の健康と安全の確保 ……▶ P.49
 サプライヤー	<p>高品質かつ安心・安定したものづくりを可能にするには、調達における部材品質の確保や安定供給はもちろんのこと、労働・倫理や環境に配慮したCSR調達への取り組みは欠かせません。ロームは、サプライヤーとの継続した信頼関係・協力関係を大切にしながら、双方が持続的に成長できる調達活動を目指します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 透明で公正な取引の徹底 グローバルサプライチェーンにおける人権、労働安全衛生環境への配慮 調達BCPの徹底 グリーン調達の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 対面及びオンラインによる調達活動 調達デューデリジェンス CSR調達推進説明会 CSR調達監査 CSR調達セルフアセスメント(CSRアンケート) サプライヤー用ホットライン 	<ul style="list-style-type: none"> BCM体制・ESGに関する取り組みの整ったサプライヤーからのCSR調達の強化 ……▶ P.66 サプライチェーン把握による有事の迅速な影響調査を実現 ……▶ P.67
 株主・投資家	<p>株主・投資家の皆さまとの「対話」による双方向コミュニケーションを重要視しています。企業情報をタイムリーに提供するとともに、株主・投資家の皆さまからの期待や評価を社内にフィードバックすることによって企業価値の最大化に取り組んでいます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 企業価値向上 資本コストを上回る株主リターンの実現 情報の適切、公正、タイムリーな開示 コーポレートガバナンスの高度化 	<ul style="list-style-type: none"> 株主総会 経営陣による証券アナリスト・機関投資家向け決算説明会(2回)※ 対面及びオンラインによるIR活動(取材件数:550件以上)※ 工場見学会(15回)※ <p>※2023年度実績</p>	<ul style="list-style-type: none"> IR活動を通して得られた意見・要望について、経営層へのフィードバック及び経営への反映 ……▶ P.85 株主・投資家との対話充実のための情報開示及びIRツールの強化 ……▶ P.85 ESG課題についての取り組みに関する開示の充実 ……▶ P.26
 社会・環境	<p>創業以来、企業市民の一員として社会の発展充実や健全化に貢献するため、地域社会と接点を持ち、交流を深める活動を大切にしています。社会の発展、文化の進歩向上のため、地域をはじめ、広く社会のニーズにこたえ、より良い社会環境の実現を目指します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 環境負荷低減及び自然環境の保全 それぞれの地域の課題にこたえる活動の展開及び発展への貢献 NPOをはじめとした社会貢献団体との協働 社会貢献活動 	<ul style="list-style-type: none"> 生産、事業活動における環境負荷の低減 3つの軸に基づく社会貢献活動 <ul style="list-style-type: none"> - 教育支援(出張授業など) - 環境保全(緑化活動、ビオトープエリアを通じた環境教育活動など) - 文化・地域交流(音楽支援) 	<ul style="list-style-type: none"> GHG排出量、水資源、廃棄物量の削減、化学物質管理の徹底 ……▶ P.60 各拠点における地域社会とのコミュニケーション強化及び生物多様性の推進 ……▶ P.61, 71