



平成25年11月28日

各 位

会 社 名 不二サッシ株式会社  
代表者名 代表取締役社長 土屋 英久  
(コード番号 5940 東証2部)  
問合せ先 執行役員 総合企画部長 濱高 和長  
(TEL: 03-6867-0777)

## 不二サッシグループ中期経営計画「躍進」(2014-2016年度)策定について

当社グループは、2014年度から2016年度を期間とする中期経営計画「躍進」を別紙のとおり策定いたしましたので、お知らせします。

以 上

不二サッシグループ

中期経営計画

「躍進」

(2014-2016年度)

2013年11月28日

不二サッシ株式会社

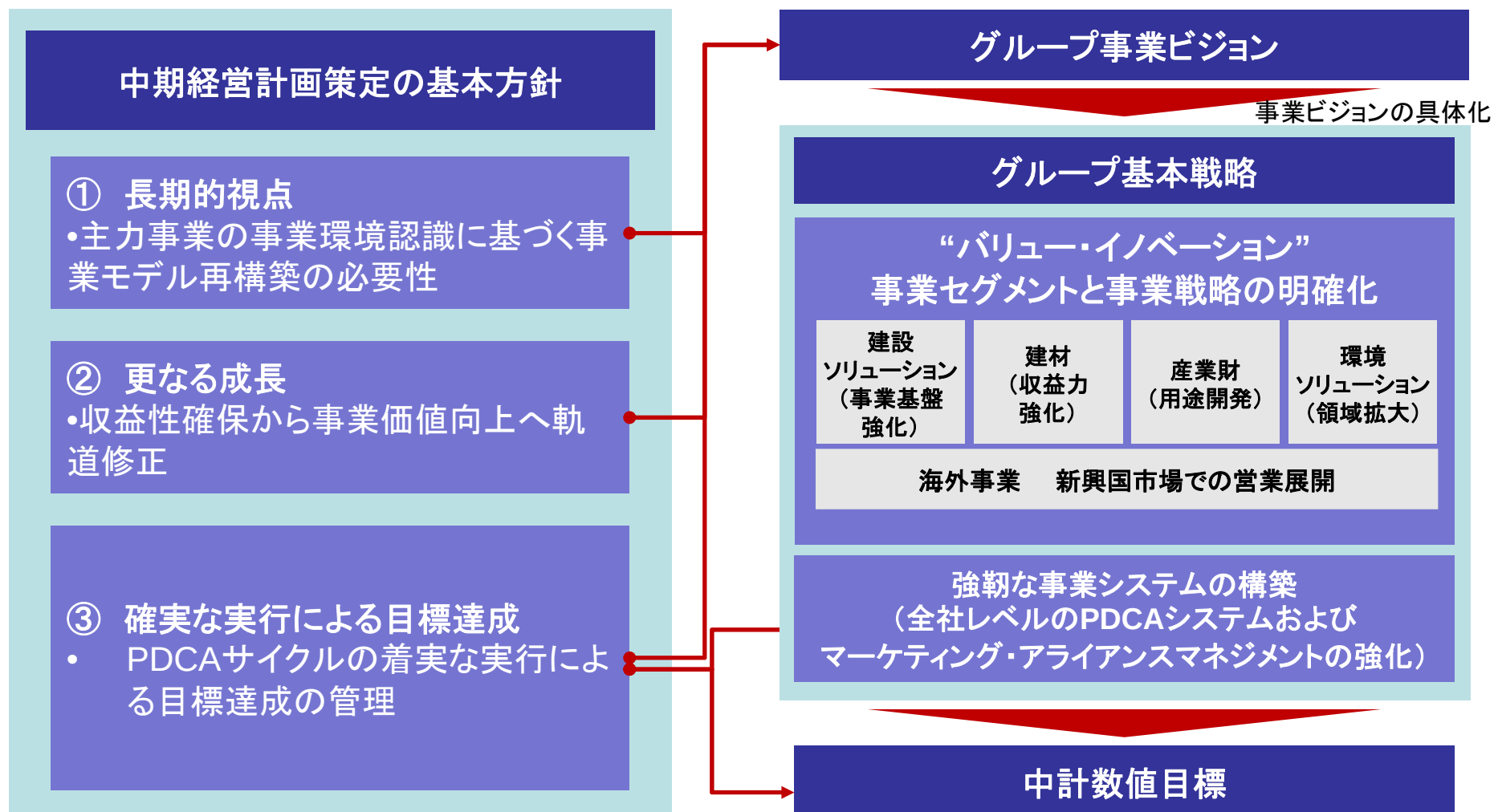
本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 1. 中期経営計画(2014～2016年度)「躍進」 ..... | 2頁  |
| ① メインメッセージ .....                 | 3頁  |
| ② グループ事業ビジョン .....               | 4頁  |
| ③ これまでの振り返り .....                | 8頁  |
| ④ 中期経営計画「躍進」の数値目標 .....          | 9頁  |
| 2. 外部環境認識 .....                  | 10頁 |
| 3. グループ基本戦略 .....                | 12頁 |
| 4. 優先株について .....                 | 16頁 |

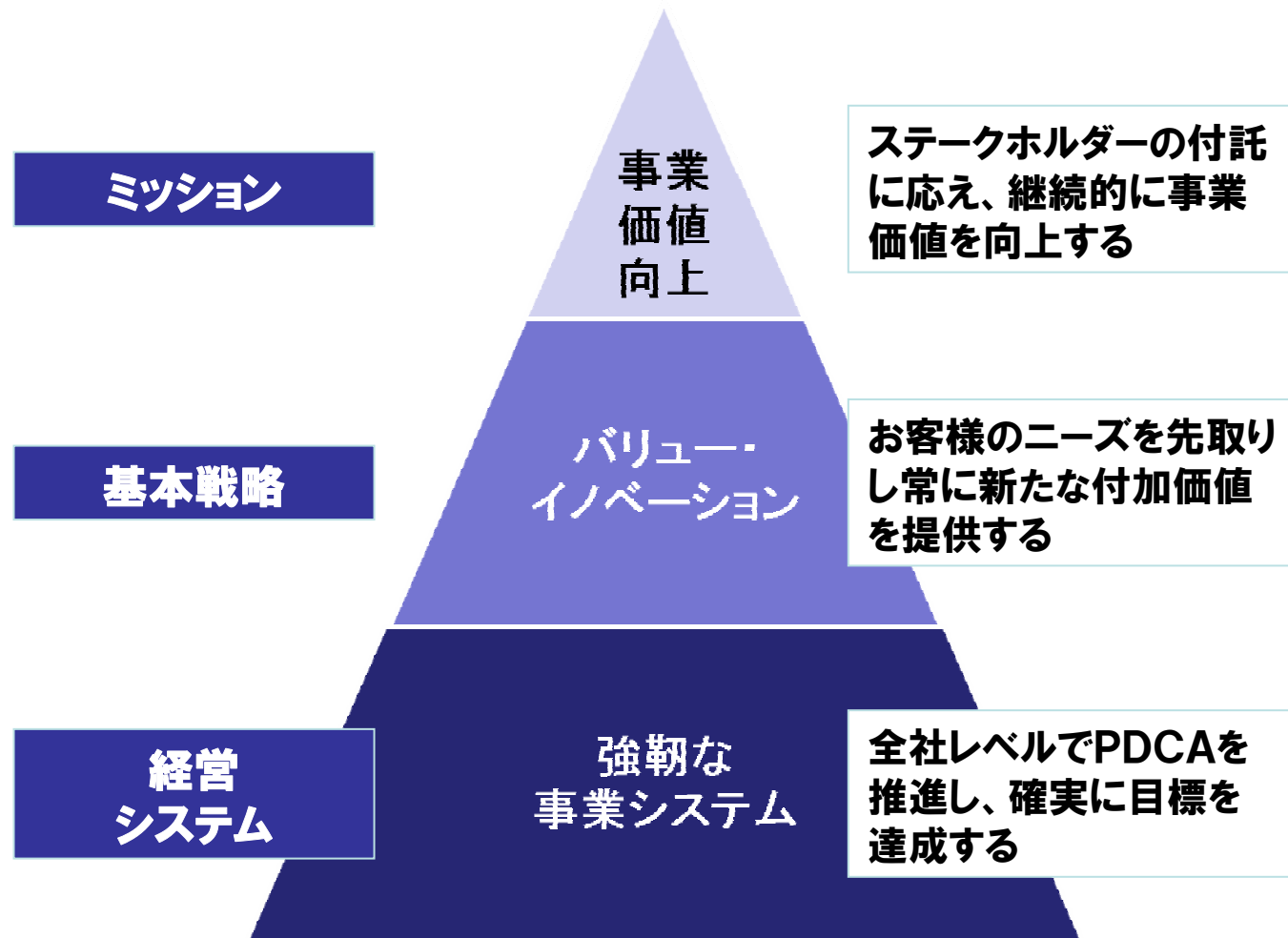
# **I. 中期経営計画「躍進」**

---

□ 中期経営計画は、これまでの振り返りに基づき基本方針を定め、グループ事業ビジョンを基礎とするグループ基本戦略並びに数値目標を策定いたしました。



## 不二サッシグループ 事業ビジョン体系



## 目指す企業像への道のりと中計の位置付け

### 2020年度 数値目標

|       |         |
|-------|---------|
| 売上高   | 1,300億円 |
| 営業利益率 | 6%      |

不二サッシの目指す企業像  
(2020年)  
ビジネスイノベーションを成  
し遂げた、顧客価値を提供  
するエンジニアリング企業

Change

“改革”  
(2011-13年度)  
収益力および財務基盤の  
強化のための事業構造改  
革断行

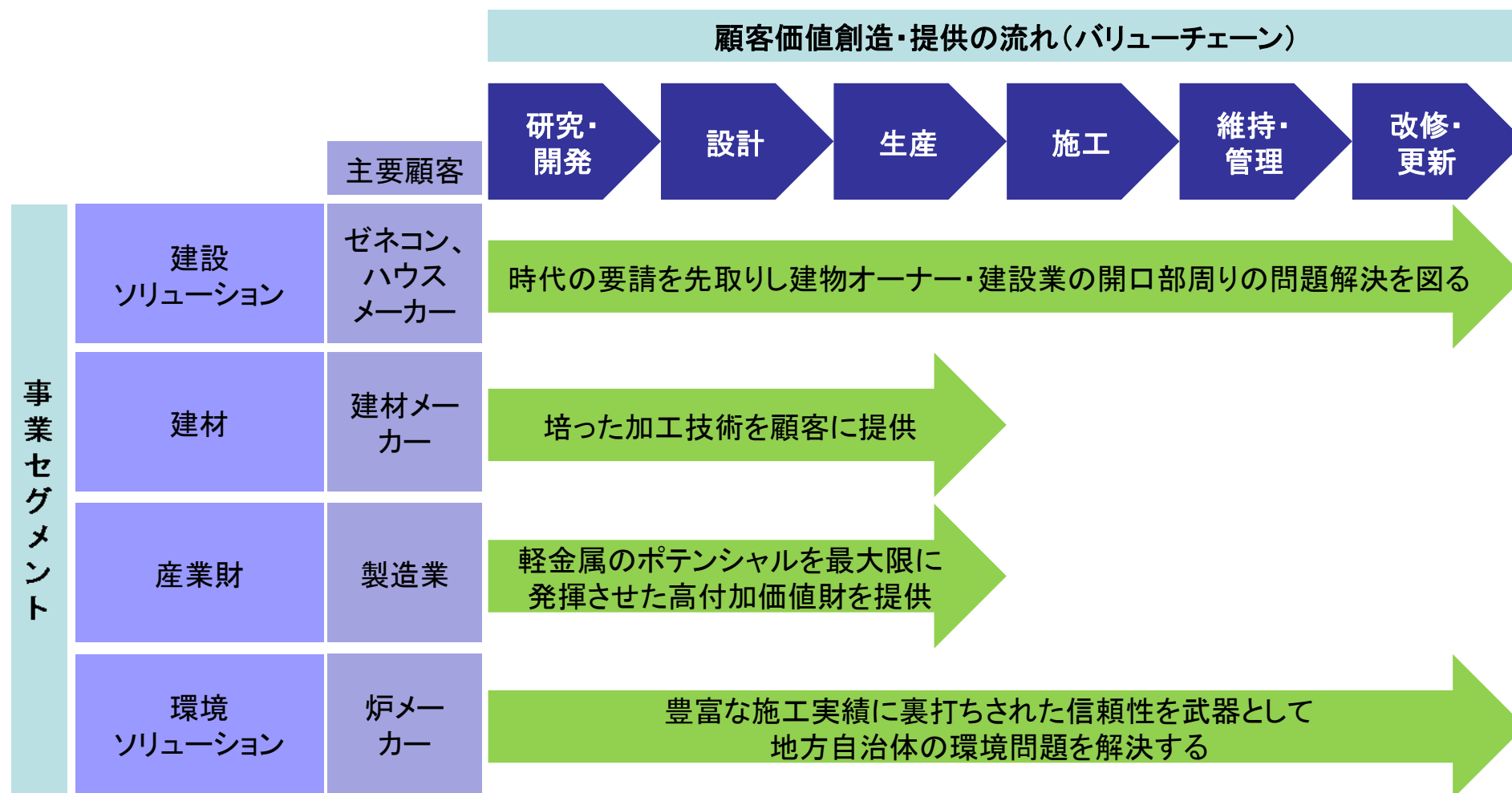
Progress

“躍進”  
(2014-16年度)  
商品力強化と新分野への  
挑戦を、強靱な事業システ  
ムの構築で両立

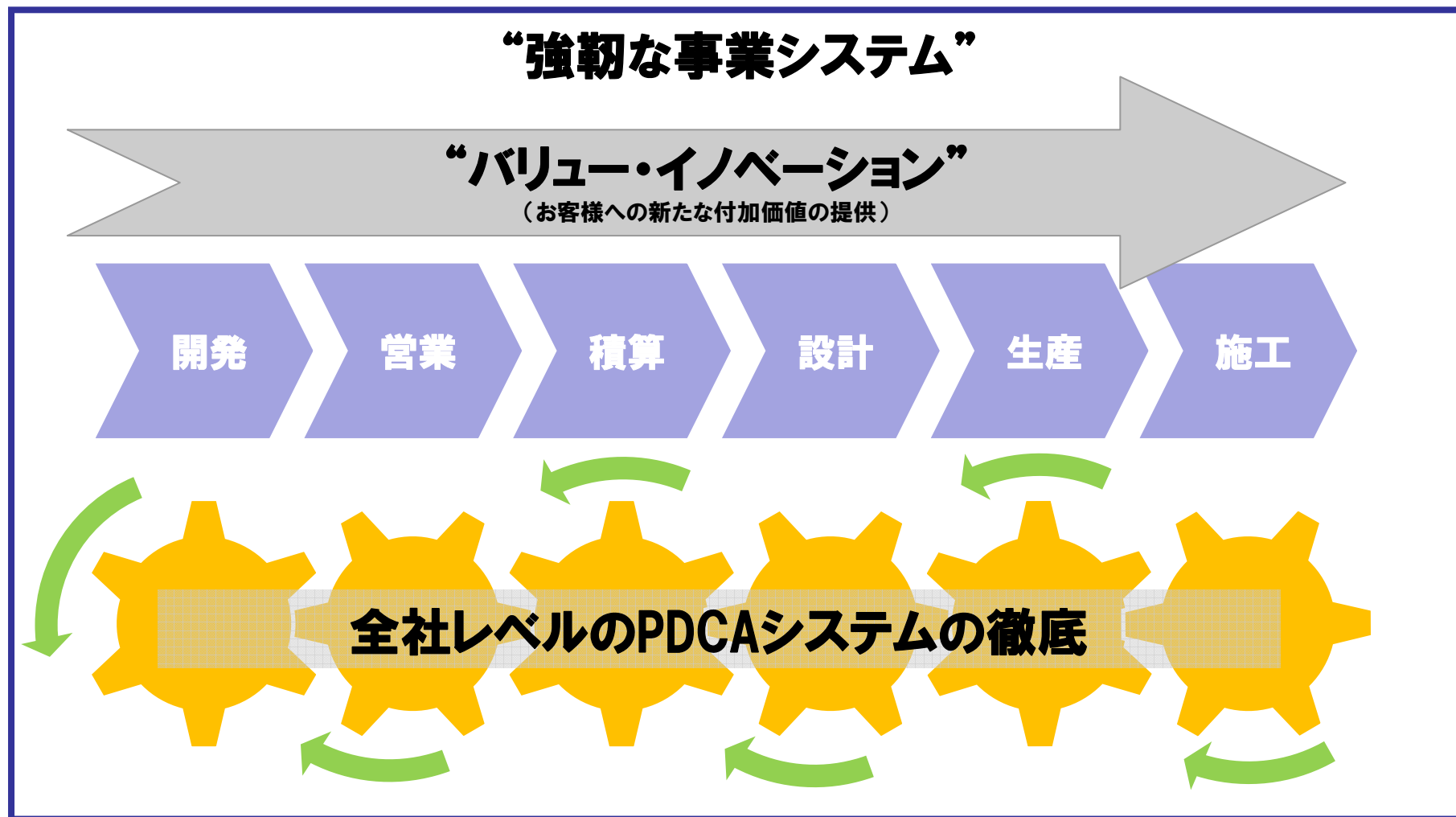
Create

“創造”  
(2017-20年度)  
コア事業の収益安定化と  
新分野での収益基盤構築

□ 不二サッシの目指すエンジニアリング企業は事業セグメント毎のお客様に対し、最適な形で価値を提供します。







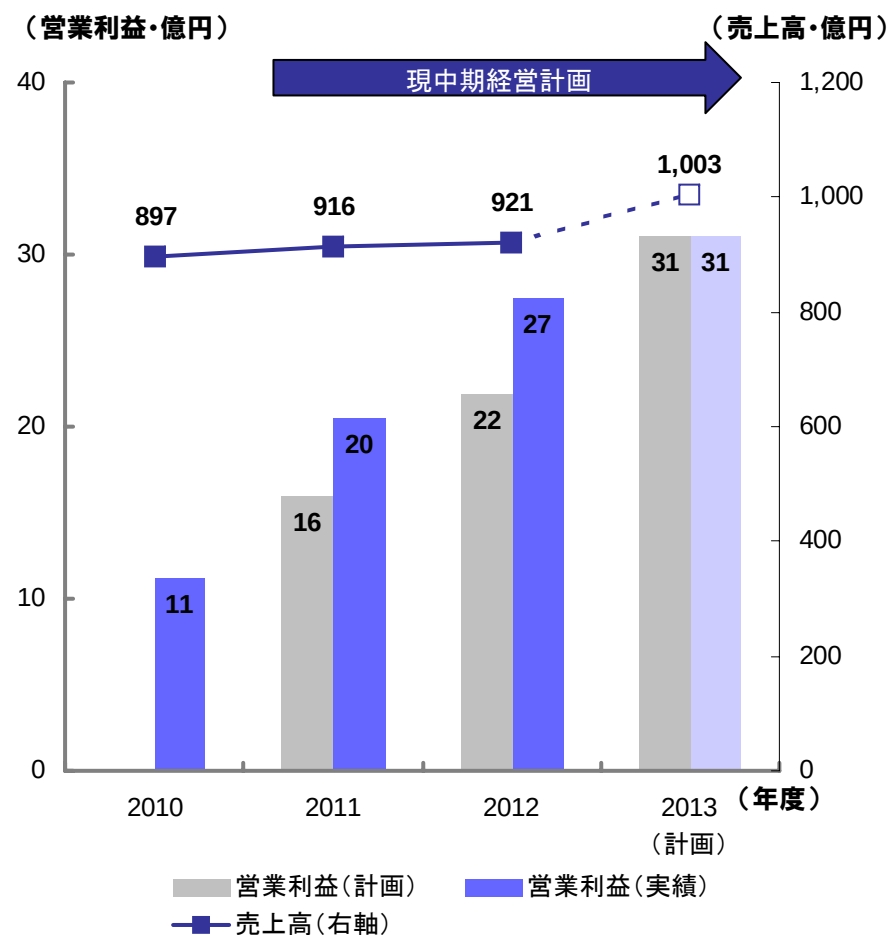
“事業の躍進”を実現する

## □ 現中期経営計画では、収益力及び財務基盤の強化を図ってまいりました。

### 現中期経営計画期間 ハイライト

1. ビル建材事業(新築)の収益力強化
  - － 海外生産および資材生産効率化によるコストダウン
2. リニューアル事業への経営資源の投入
3. アルミ加工技術力を活かしたアルミ精密品・加工品分野の強化と新素材開発
4. 環境事業の拡充、LED事業等成長分野への進出による収益源の多様化
5. グループ経営の効率化等による合理化推進
6. 財務体質の改善

### 現中期経営計画期間 業績推移



## □ 新中期経営計画では、バリューイノベーションの実現を推進いたします。

### 中期経営計画 基本戦略

1. バリューイノベーションの実現
  - － コア事業の商品力強化(商品開発投資拡大)  
顧客起点での商品体系の構築と商品開発力の強化
  - － 業務プロセス改革  
業務プロセス全体を徹底的に効率化
2. 強靱な事業システムの構築
  - － 全社レベルのPDCAの徹底
3. 成長分野の強化
  - － 市場機会が見込める分野(リニューアル事業・フロント事業・環境事業等)の事業モデルを充実させ、商品力・提案力を含めた事業領域拡大を強力に推進する。
4. 新分野への挑戦
  - － 新素材事業(マグネシウム合金)  
各産業との共同用途開発による拡販
  - － 海外事業  
不二ブランド商品の拡販を図るとともにアジアを中心としたアライアンス戦略を推進する。

➤ 成長分野・新分野の売上は30%以上拡大(2013年度比)

### 中期経営計画 数値目標

単位: 億円、%

|       | 2013年度<br>(見込み) | 2016年度<br>(計画) |
|-------|-----------------|----------------|
| 売上高   | 1,003           | 1, 050         |
| 営業利益率 | 3%              | 4%             |
| 純資産   | 110             | 180以上          |
| 有利子負債 | 250             | 220以下          |

## II. 外部環境認識

---

## □ 日本国内及び海外の市場機会に即した成長戦略を推進します。

### 国内

- 新設住宅着工戸数は、人口・世帯数の減少を受け、2013年度をピークに漸減
- ビル、住宅ともに、リフォーム市場が順調に拡大
- 環境意識の高まりから、ビル、住宅、環境プラントにおける省エネ対策が加速
- 金融経済政策、企業の構造改革が進み、日系企業特に製造業の国際競争力が回復、設備投資が拡大
- 東日本大震災被災からの本格的な復興・地域再生による建設需要の増加
- 2020年度の東京オリンピック開催に伴う首都圏での建設投資拡大、ならびに全国的なインフラ投資拡大

### 海外

- アジアを中心に、巨大な中間所得層が拡大
- アジアにおける都市インフラ整備進展に伴う活発な不動産投資
- アジア市場への日系企業の投資、量販店等の進出増加
- アジアに生産拠点を有する日系メーカーの現地調達拡大

## III. 事業基本戦略

---

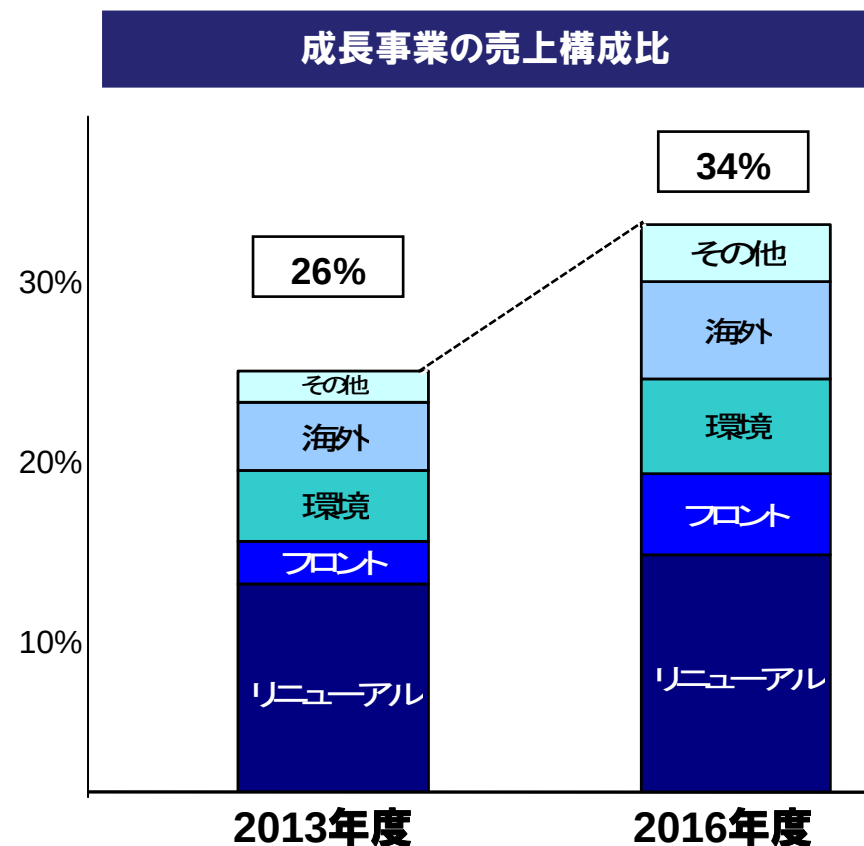
## □ グループ事業ビジョンに則り、以下を事業基本戦略とします。

| 事業基本戦略                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 顧客価値提供を強化する“顧客価値起点での改革”実現を狙いとして事業ポートフォリオを顧客軸で組み直し、①建設ソリューション、②建材、③産業財、④環境ソリューションを事業の4本柱とする。</li> <li>■ 海外事業は、①～④の海外展開を横断的に統括する戦略</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>建設ソリューション</b><br>ビル新築事業<br>リニューアル事業<br>フロント事業<br>住宅建材事業他                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 顧客価値起点での改革                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 商品体系の構築と商品開発力の強化</li> <li>- 価値提供の仕組みを根本から見直して徹底的に効率化し、確固たる収益の柱とする。</li> </ul> </li> </ul> |
| <b>建材</b><br>一般形材販売事業他                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 長年培った素材加工技術を顧客に提供し、収益力強化を図る。</li> </ul>                                                                                                                                   |
| <b>産業財</b><br>加工品事業<br>マグネシウム事業                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 電気・輸送・精密機械等成長市場への販路開拓による加工品事業の拡販や新素材(マグネシウム合金)を鉄道車両・自動車・航空・宇宙・福祉等の新たな用途を開発することで、安定した収益成長を図る。</li> </ul>                                                                   |
| <b>環境ソリューション</b><br>環境事業                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 既存事業領域での優位性をさらに強固なものにし、新商品開発や周辺領域への事業拡大により、収益源を多様化させ事業価値向上を担う。</li> </ul>                                                                                                 |

海外事業

### □ 成長事業の売上を30%以上拡大いたします。

- リニューアル事業
  - サッシリニューアルから建物リニューアルへ
  - 提案営業の実施  
リフォーム・リニューアル・リノベーション
- フロント事業
  - チェーン店等改装ニーズの取り込み
- 環境事業
  - 飛灰処理設備以外への提供ソリューション  
拡大
- 海外事業
  - 不二ブランド商品の拡販を図るとともにアジアを中心としたアライアンス戦略を推進する。
- 新素材事業(マグネシウム合金)
  - 各産業との共同用途開発による拡販





## 目標

### 【売上目標】

2012年度実績 40億円

2013年度見込 45億円

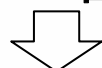


2016年度目標 60億円

### 【調達コストダウン目標】

2012年度実績 30百万円

2013年度見込 33百万円



2016年度目標 45百万円

## 新商品「Fフロント(水防タイプ)」



ゲリラ豪雨から店舗を守る  
止水・耐水フロントです。  
文化シャッターとのコラボ  
レーションにより開発され  
ました。

## 主要戦略・施策

### ■ 売上拡大

- －プロモーター制度の継続実施により  
エリア主導でスピーディな施策を実  
施
- －両社のノウハウ・ネットワークの相互  
補完
- －ストック市場における協業を継続・強  
化

### ■ 商品開発

- －両社技術の融合による新商品開発

### ■ コストダウン

- －不二倉業による両社物流体制の見  
直し

### ■ 海外市場

- －アジア市場の開拓における協業推進

優先株については中期経営計画内(2017年3月まで)に解決に向けて市場環境や財務状況を総合的に勘案した上で、あらゆる手段を検討してまいります。

## <優先株の状況>

|       | 当初金額   | 現在残高  | 保有者   | 状況                                                |
|-------|--------|-------|-------|---------------------------------------------------|
| 第1種優先 | 2,000  | 0     | －     | 2008/3までに全額普通株式に換済                                |
| 第2種優先 | 6,000  | 3,000 | りそな銀行 | 2009/3単独株の資本増集により文化シヤッターから30億円分買取り実施              |
| 第3種優先 | 6,000  | 0     |       | 2008/7に30億円取得・消滅済<br>2013/9/5市場売却するべく優先株式を野村証券が取得 |
| MSCB  | 2,000  | 0     | －     | 16億円普通株式に換、4億円は2008/3に期限満償還済                      |
| 計     | 16,000 | 3,000 |       |                                                   |

※第3種優先株式は、市場売却中であり最終的な償却は野村証券市場売却完了後

富士通グループの企業  
**不二サッシ**