

不二サッシグループ 中期経営計画 「創造」 (2017-2020年度)

2017年5月11日
不二サッシ株式会社

中期経営計画（2017～2020年度）「創造」

① メインメッセージ	2頁
② これまでの振り返り	4頁
③ グループ事業ビジョン	5頁
④ 基本戦略	7頁
⑤ 数値目標	8頁
⑥ 事業別戦略	9頁
(1) ビル建材事業（新築）	
(2) 住宅建材事業	
(3) 形材外販事業	10頁
(4) リニューアル事業	11頁
(5) 環境事業	
(6) 海外事業	12頁
(7) 特需事業・LED事業	
(8) マグネシウム事業	13頁
(9) 新規事業	
⑦ 文化シャッター株式会社との協業	14頁
⑧ 企業体質強化	15頁

経営理念

不二サッシは 窓から夢をひろげていきます

私たちはお客様との^{きずな}絆を大切にします

私たちは心をこめた商品を世に出します

私たちは活力あふれる気風づくりに努めます

当社グループは、すべてのステークホルダーから
高い信頼を得るため、持続的成長を目指します。

不二サッシ株式会社は2020年に90周年を迎えます。
これからの厳しい市場環境を再認識し、
4カ年の新中期経営計画「創造」を策定いたしました。

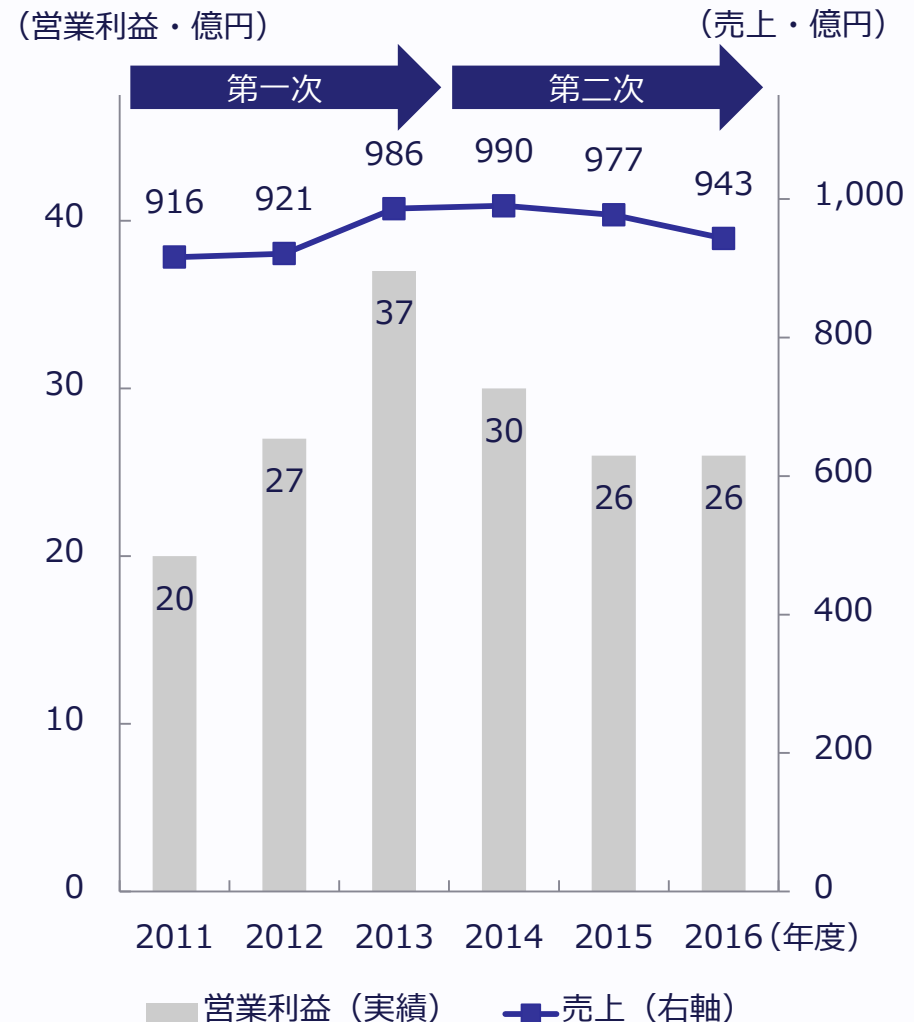
「変革への挑戦、選ばれる企業へ」

のスローガンのもと、
前中期経営計画で掲げた基本方針を継承しつつ、
「事業ポートフォリオ戦略」を推進し、
2020年とその先の10年を見据えた成長シナリオを
描いています。

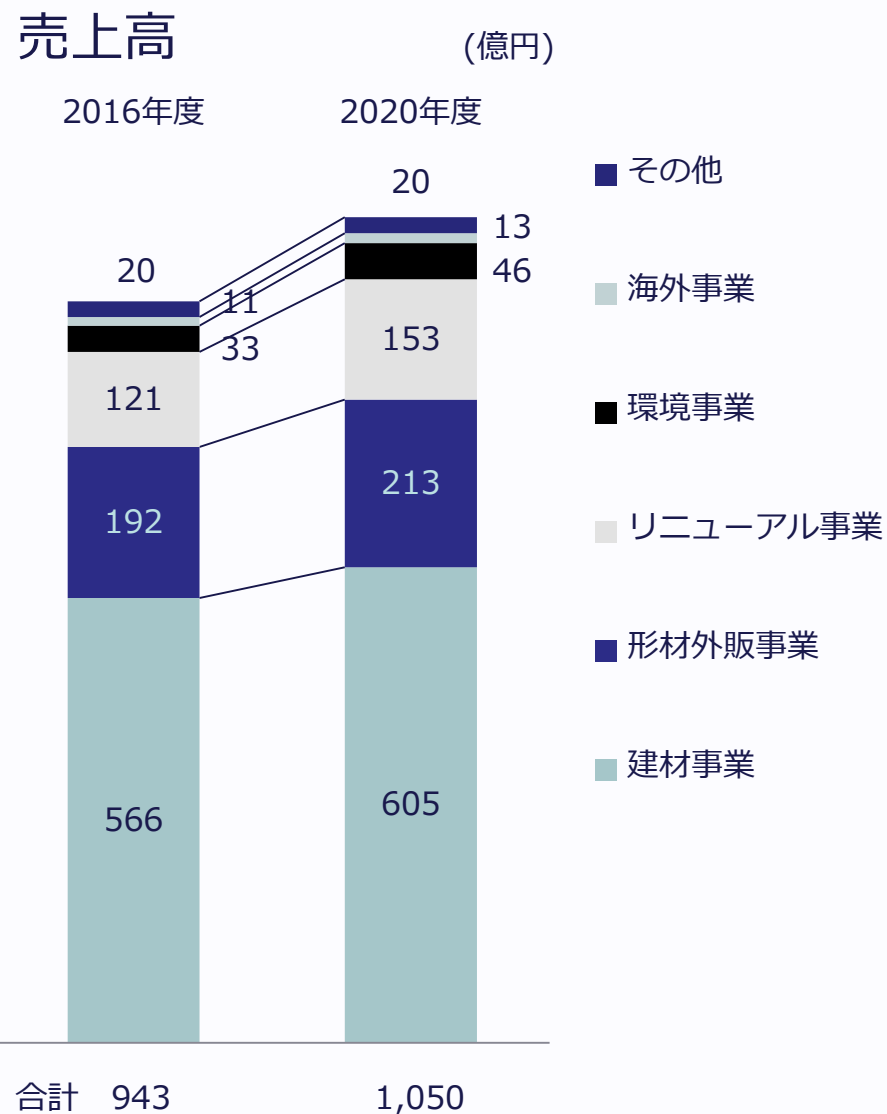
前中期経営計画の成果と課題

- 積極的な投資により生産性、商品力を強化。
- 全社レベルのPDCAを徹底し、強靱な事業システムの構築を推進。
- 7期連続黒字達成。
- 有利子負債を圧縮。
- 優先株式の処理を終了。
- 2016年3月期に18年ぶりに復配を実現。
- リニューアル事業、環境事業の収益拡大・構成比率が進展せず。
- 海外事業では不二サッシマレーシア社を事業縮小。
- 外部環境変化への対応不足。
- 売上高1,000億円に届かず。

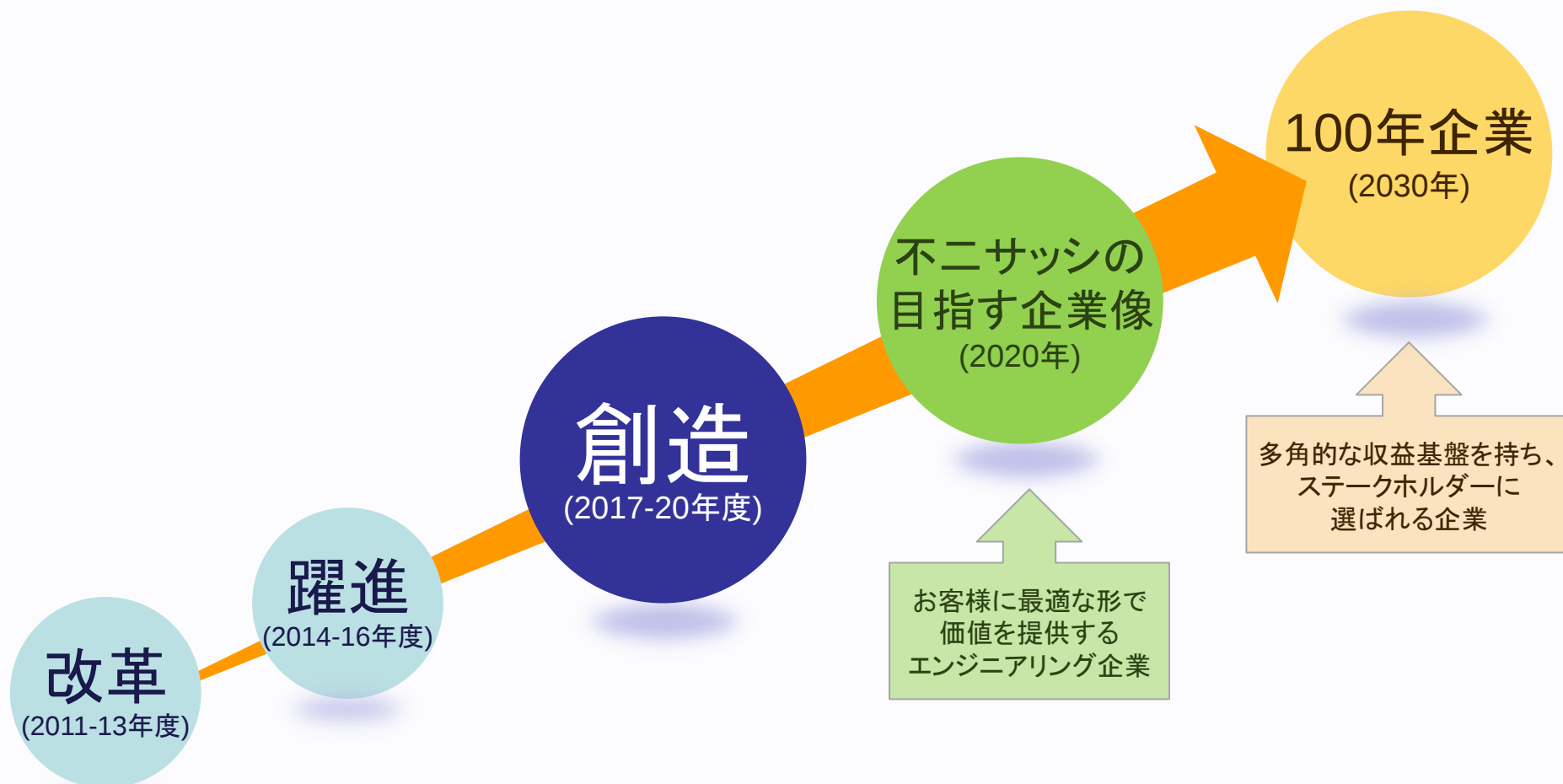
第一次・第二次中期経営計画 期間業績推移



- 売上高1,000億円を早期に実現するとともに利益率のアップを図ります。
- コア事業である建材事業・形材外販事業において安定的な収益を確保しながら、潜在成長力が高いリニューアル事業、環境事業の基盤を強化します。
- 海外事業は、グループ総力を挙げて新たな海外政策をスタートさせ、収益拡大を図ります。
- 次代を担う人財育成に注力し、100年企業となるべく成長を続けます。

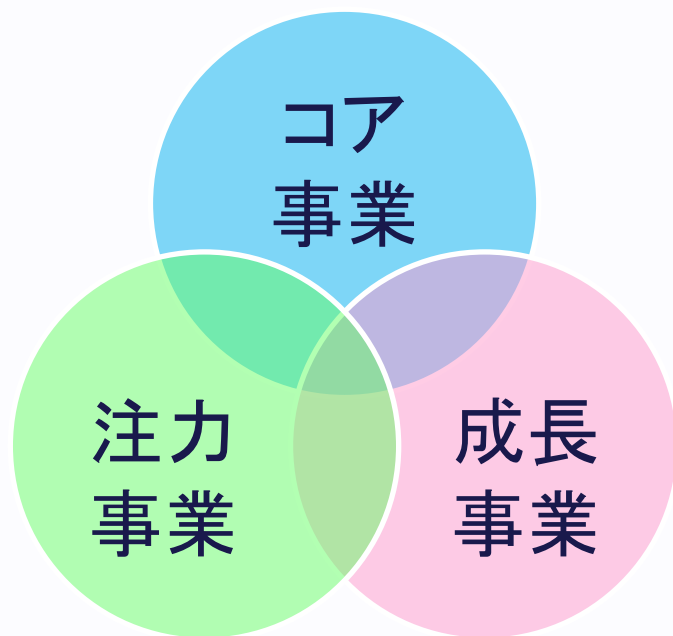


目指す企業像への道のりと中計の位置付け



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。

- 第三次中期経営計画「創造」(2017年度～2020年度)ではコア事業の継続的な収益安定化と注力事業の強化及び成長事業での事業基盤構築に取り組み、お客様に最適なかたちで価値を提供するエンジニアリング企業を目指す。
- 長期的な施策では収益性や成長性の低い事業から、より収益や成長が期待できる事業へ資源を集中する戦略（事業ポートフォリオ戦略）を推進し、グループの経営資源の最適配分によって収益基盤の更なる強化と多角的な収益事業の育成を目指す。



コア事業	■ ビル建材事業(新築) ■ 住宅建材事業 ■ 形材外販事業
注力事業	■ リニューアル事業 ■ 環境事業
成長事業	■ 海外ビル事業 ■ 特需事業・LED事業 ■ マグネシウム事業

グループ事業ビジョンに則り、以下を数値目標とします。

	2016年度 (実績)	2020年度 (計画)
売上高	943億円	1,050億円以上
営業利益	26億円	35億円以上
営業利益率	2.8%	3.3%以上
純資産	175億円	230億円以上
自己資本比率	20.4%	25.0%以上
配当性向	8.0%※	15.0%以上
D/Eレシオ	1.2	0.9以下

※2016年度の配当性向は税効果を除外して算出

（１）ビル建材事業（新築）のシェアアップと収益力の向上

- 不二サッシグループのコア事業はビル建材事業（新築）であると再認識し、提案力（営業・設計力）、競争力（品質・納期・コスト）を強化することでシェアアップを図る。
- ZEB（ネットゼロエネルギービル）施行に向け環境対応商品（高断熱商品等）を開発し、市場へ投入する。

（２）住宅建材事業の売上拡大

- 高断熱サッシの拡販
次期高断熱サッシを開発し導入することで拡販を図る。
- 取扱商品（住宅用新築・リフォーム用）の拡大
全国の販社機能を活用した施工・流通体制の強化及び共通施策により受注拡大を図る。
- エコ関連商品の受注拡大
販路の新規開拓及び見直しと顧客ニーズを取り入れた商品開発により売上・利益の拡大を図る。

（３）アルミ形材・加工品の販路拡大

■ 形材事業

非建材商材（鉄道インフラ・車両等）取り組みにより新規顧客の開拓を行い売上拡大を図る。

■ 精密加工品事業

設置が加速している鉄道駅舎ホーム柵の受注獲得を目指す。

■ アルミ加工品事業

増加している仮設足場材に加え、搬送機、ロボット化事業への受注獲得を図る。

（４）リニューアル事業の売上拡大

- 拡大が見込まれるリニューアル市場においては、マンションリニューアルの事業モデルを首都圏・関西以外の他の都市へ段階的に展開する。
- サッシ・玄関・手すり・パイプシャフト等の改修のほか、防水工事や外壁塗装工事等を継続していく。
- メンテナンス組織を整備し、物品販売の売上拡大に繋げる。

（５）環境事業の業容拡大

- 主力である飛灰処理プラント・リサイクルプラントとともに今後も市場の安定が見込まれており、体制を強化し技術を活かしていくことでシェアアップを図る。
- 飛灰プラント受注獲得に連動する薬剤の売上とともに、商材の拡大及び新たな市場を開拓することで売上拡大を図る。

（６）海外事業の再構築

- ターゲット地域をベトナム、フィリピン他 A S E A N 地域及び台湾に絞り、受注した物件を確実に対応し海外でのノウハウの蓄積、ニーズの把握、諸情報の収集及び分析を行い海外事業モデルを構築する。

営業政策	ターゲット市場
文化シャッターとの協業	ベトナム他 A S E A N 地域
日系企業への営業強化	ベトナム・フィリピン
太天興業との合併会社	台湾

- 不二サッシフィリピン社を海外生産拠点とし、安定的に供給できる生産体制を構築する。

（７）特需事業・LED事業の推進

- 商品体系の確立、新規事業立ち上げ、既存商品・差別化商品の販売拡大を通して事業の多角化を図る。

（８）マグネシウム事業の推進

- 産学官との共同研究における試作案件の増加と医療分野をはじめマグネシウム合金の特性を活かせる専門分野への新合金の供給を目指し基盤構築に取り組む。

（９）新規事業

- 事業ポートフォリオ戦略の一環として技術の強みやノウハウを活かした新たな事業、商材を模索する。

主要戦略・施策

■ 売上拡大

- ・プロモーター制度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

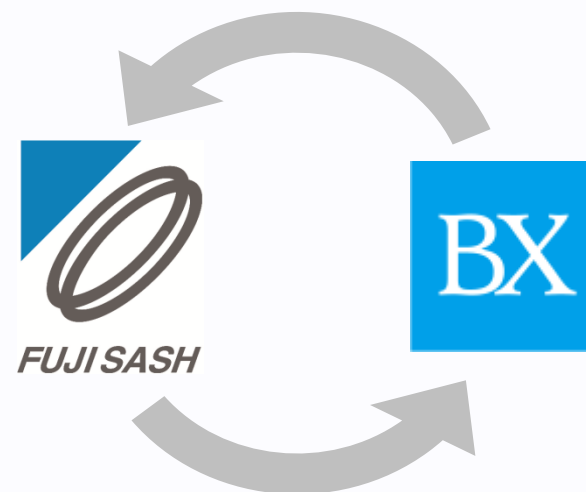
- ・両社技術の融合による新商品開発

■ コストダウン

- ・両社物流体制の見直し

■ 海外市場

- ・ASEAN市場開拓推進



100年企業に向けて

事業ポ
ートフォリオ
戦略

人財

ガバ
ナンス

人財

- 次代を担う人財の早期育成、能力開発により、成長を持続させる。
- 従業員が誇りを持ち、働きやすく働きがいがある企業を目指す。

事業ポートフォリオ戦略

- 事業仕分けによる経営資源の有効活用および業務、仕組みの効率化推進による生産性の向上ならびに組織・体制の強化を図る。

ガバナンス

- 責任ある経営体制の確立と、経営の透明性向上、経営に対する監視・監督機能の強化に努め、ガバナンス体制を強固にする。

窓から夢をひろげていきます
不二サッシ

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。