

経営統合の完成から次の成長ステージへ

➤ 2023年度業績目標

- 売上収益145億円 / 売上総利益率47.6% / 営業利益21億円 / EBITDA35億円

➤ 合成皮革のプレミアムブランドとしての地位を確立

- サステナブル製品の開発
- 顧客ニーズに合致した機能性とデザイン性のある新製品の開発

➤ 規模拡大・収益性改善による企業価値の増大

- 特定の顧客に依存せず、各カテゴリーに分散されたバランスよい成長を実現
- 生産効率の改善

➤ 製販が一体化したグループ総合力の強化

- 子会社間でのコミュニケーションの強化
- システムインフラの整備

2021-2023 中期経営計画 (2) 用途別見込み・施策

家具	<ul style="list-style-type: none"> • コントラクト家具の回復に加え、在宅勤務に向けた住宅用家具、吸音性に優れたパーティションなどWith/Afterコロナへの対応 • 拡大するヘルスケア市場への対応 • 消費者が志向するサステイナブル製品の開発 • デジタルマーケティングの推進 	R&D / 製品開発	<ul style="list-style-type: none"> • バイオ/リサイクル製品の開発 2025年には新規開発製品の50%をバイオ/リサイクル素材を原材料として使った製品とする • グループ内コミュニケーションの円滑化による開発スピードのアップ
航空機	<ul style="list-style-type: none"> • 航空業界の緩やかな回復を見込み、民間航空機向け新規プログラム売上が伸長 • 軽量化素材の販売促進 	製造	<ul style="list-style-type: none"> • 工程進捗管理システムの導入により、製造工程を系統的に可視化、製造業務の効率化・迅速化・品質向上を図る • 群馬工場敷地内に新倉庫を建設し、原材料・仕掛品の管理を効率化 • 将来的な生産キャパシティの確保
自動車	<ul style="list-style-type: none"> • 既存顧客への売上伸長に加え、新規顧客(特にEV)に向けたシートプログラムを獲得 	管理 / その他	<ul style="list-style-type: none"> • アジア市場へのアプローチの検討 • 情報システム戦略の策定

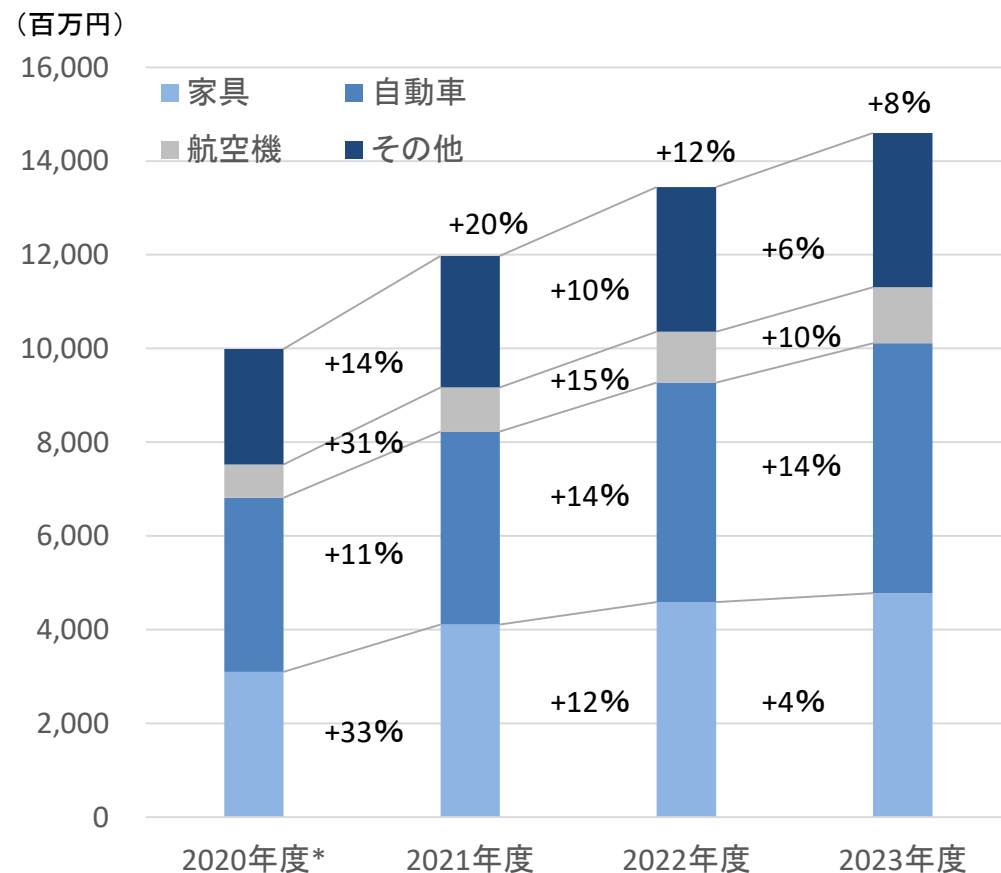
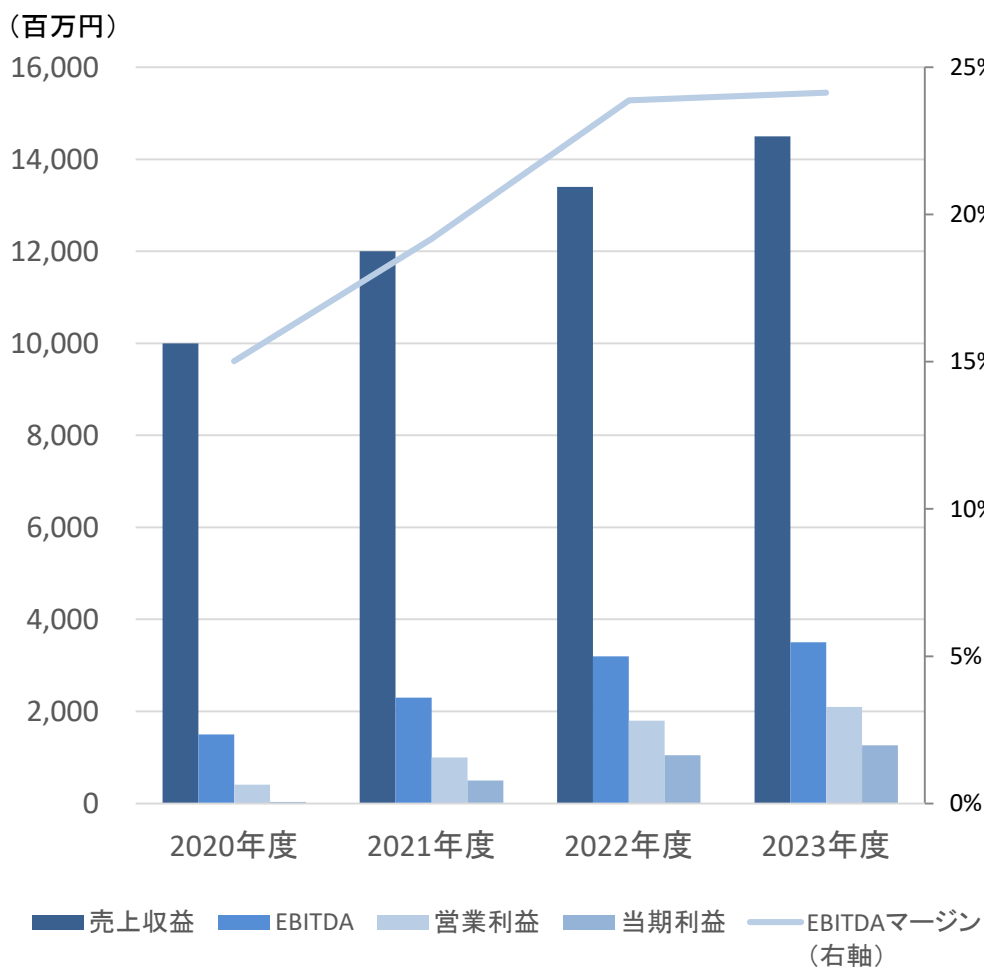
2021-2023 中期経営計画 (3) 業績目標

(百万円)	2020年度	中期経営計画			
		2021年度	2022年度	2023年度	2020年度比 差異
売上収益	10,000	12,000	13,400	14,500	+4,500
売上総利益	4,199	5,400	6,500	6,900	+2,701
営業利益	406	1,000	1,800	2,100	+1,694
税引前当期利益	-61	700	1,500	1,800	+1,861
当期利益	35	500	1,050	1,260	+1,225
EBITDA	1,502	2,300	3,200	3,500	+1,998
売上総利益率	42.0%	45.0%	48.5%	47.6%	+5.6P
営業利益率	4.1%	8.3%	13.4%	14.5%	+10.4P
EBITDA率	15.0%	19.2%	23.9%	24.1%	+9.1P
ROE	0.4%	5.1%	10.2%	11.2%	+10.9P
完全希薄化ベース*株式数	9,824,567	9,781,875	9,771,710	9,762,900	-
1株当たり利益(円)	3.5	51.1	107.5	129.1	-
前提為替レート(¥/\$)	106.8	106.0	109.0	109.0	-

*優先株の普通株への転換比率調整済

- 世界経済がコロナ禍から回復した後は、二桁前後の増収を継続。
- 既存の生産・販売体制を当中計期間中は大幅に増強する必要はないため、増収・生産効率改善効果の大部分が営業増益に寄与する。営業利益率の改善により、ROEも10%超に回復。
- 設備投資額は、太陽光パネル付き倉庫建設や更新投資に965百万円、2022年以降は安全と生産効率を重視した投資に年300～400百万円を想定。

2021-2023 中期経営計画 (3) 業績目標



*2020年度より用途別区分の一部を変更
ヘルスケアをその他⇒家具へ