



2018年5月11日

各 位

会 社 名 カネヨウ株式会社  
代表者名 代表取締役社長 川島 正博  
コード番号 3209  
問合せ先 取締役職能担当 中村 陽介  
(TEL. 06-6243-6500)

### 新中期3ヶ年計画の策定に関するお知らせ

昨年11月2日付で中期3ヶ年計画の進捗状況において報告していました通り、昨年10月1日付で原料・テキスタイル貿易事業を譲り受けたことで、事業規模や収益規模が拡大し、現行の中期3ヶ年計画の前提条件が大きく変化しました。そのため、当年度を初年度とする「新中期3ヶ年計画」を作成し、本日開催の取締役会で決議いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

#### 記

#### 1. 3つの基本方針

- (1) 収益基盤の拡大と強化
- (2) 安定した財務体質の維持
- (3) 早期復配の実現

#### 2. 目標

<定量目標(2021年3月期)> 括弧内は2018年3月期実績

- |            |          |        |
|------------|----------|--------|
| (1) 経常利益   | 3億円超     | (2億円)  |
| (2) ネットDER | 0.5倍未満維持 | (0.4倍) |
| (3) 純資産比率  | 30%超     | (23%)  |

<定性目標>

継続的かつ安定的な適正配当の早期実現

なお、新中期3ヶ年計画の概要につきましては、添付資料をご参照下さい。

以 上

# 新中期3ヶ年計画

2019年3月期～2021年3月期

『収益基盤の拡大と強化』と『安定した財務体質の維持』  
を基本方針として早期復配を実現する。

カネヨウ株式会社

(注)見通しに関する注意事項

本資料における当社の今後の計画・見通し・戦略等、将来に関する記載は、当社が現時点において把握可能な情報をもとに判断したものであり、これらには様々なリスクや不確実性が内在しております。

従って、経営環境の変化、未知のリスクの顕在化およびその他様々な要因により、実際の業績等の結果は大きく異なる可能性があることをご承知おき下さい。

なお、表示の数値は、百万円未満を四捨五入しておりますので、個別数値と合計数値・増減額が一致しない場合があります。

## <<目次>>

### 【1】『新中期3ヶ年計画』の骨子

(1) 基本方針、重点施策 3頁

(2) 事業別取組方針 4頁

【2】 (1) 寝装用原料事業 5頁

(2) 寝装・インテリア 事業 6頁

(3) 生活関連・アパレル素材事業 7頁

(4) 中東貿易事業 8頁

(5) 原料・テキスタイル貿易事業 9頁

# 【1】-(1) 基本方針・重点施策 『新中期3ヶ年計画』の骨子

## 3つの基本方針【経営目標】

- 収益基盤の拡大と強化
- 安定した財務体質の維持
- 早期復配の実現

## 重点施策

- 事業拡大の為の人材と資金の投入
- グローバル取引と社内シナジーの強化
- 安定的な配当に向けた分配可能利益の蓄積
- 人材の採用と教育
- ガバナンスの強化

## 『収益基盤の拡大と強化』 と 『安定した財務体質の維持』 の構築

### 定量目標

	現状(2018年3月期)	目標(2021年3月期)
経常利益	2億円	3億円超
ネットDER	0.4倍	0.5倍未満維持
純資産比率	23%	30%超(最終年度目標)

### 定性目標

継続的かつ安定的な適正配当の早期実現

# 【1】- (2) 事業別取組方針

## 取組方針

### 寝装用原料

- 【羽毛原料】 1) 機能素材による差別化された原料を開発する。  
2) 投資を含めた原料から製品までの一貫生産体制を構築する。
- 【合繊原料・羊毛原料】  
1) 大手仕入先と相場に左右されない差別化原料を開発する。

### 寝装・インテリア

- 【寝装製品】 1) 中国を中心とする海外への輸出展開を図る。  
2) 主導権の取れる商品での取組を強化する。
- 【インテリア】 1) インテリア品は在庫水準の適正化を図る。  
2) ブランド提案による新規取組を創造する。  
3) 新直送物流システムを研究・開発する。

### 生活関連・アパレル素材

- 1) 車両・建材・土木分野の不織布メーカーへの原料販売に注力する。
- 2) 農業資材、梱包資材の競争力を高める。
- 3) 当社に強みのあるニット生地を活用し、原料から製品までの一貫取引を推進する。

### 中東貿易

- 1) 市場のニーズにマッチした商品の開発・導入を急ぐ。
- 2) 今後市場構造の変化の中で、シェア拡大が予想される業態へのアプローチ強化に努める。
- 3) 事業の多角化を目指し、新規商材の開発・発掘、新規市場の開拓に積極的に取り組む。

### 原料・テキスタイル

- 【原料】  
1) 衣料分野の付加価値&機能素材に軸足を置いたオペレーションへ移行する。  
2) 産業資材素材市場へ参入する。
- 【生機】  
1) ミラノ店起点の取引を拡大する。(BREXIT以前の商量復活へ)
- 【織物】  
1) 主要顧客のニーズに基づいたソーシングへ移行する。(MARKET-INへの進化)  
2) 日本品素材の欧米市場への輸出取引の更なる拡販と高利益率を維持する。  
3) 米国市場向け取引の量的拡大を図る。  
4) ユニフォーム用途素材の商域を拡大する。

## 【2】-(1) 寝装用原料事業

### 外部環境

- 1) 鳥インフルエンザの影響で羽毛原料の価格が高騰。  
低価格・低品質原料の需要が活発。
- 2) トレーサビリティーの重要性が、より一層求められる。
- 3) 合繊原料は仕入価格の上昇で利益率が圧迫されている。

### 取組方針

- 1) 羽毛原料は付加価値加工で差別化を進め、取扱量を維持する。
- 2) 生産国との連携によるトレーサビリティー体制、国内外の加工基地に対する投資を含めた一貫生産体制を構築する。
- 3) 合繊原料、羊毛原料は、仕入先との取組により相場に左右されない差別化された原料を開発する。

### 戦 略

#### 【羽毛】

1. 機能素材による差別化された原料の開発。(防臭・防ダニ素材)
2. 投資を含めた、原料から製品までの一貫生産体制作り  
(トレーサビリティー、仕入ソース、国内生産基地)

#### 【合繊・羊毛原料】

1. 大手仕入先との差別化原料の開発



DeoPower dw  
デオパワー



## 【2】-(2) 寝装・インテリア事業

### 外部環境

- 1) 無店舗販売の増加傾向が続く。
- 2) 通信販売は紙面からインターネット、TVショッピングへと移行。
- 3) ヒット商品の不在。

### 取組み方針

- 1) 中国を中心とする海外への輸出展開を図る。
- 2) 当社に強みのある寝装製品商材を引き続き優良顧客に販売していく。
- 3) インテリアは在庫水準の適正化を計ると共に、ブランド提案で新規取組を作る。
- 4) 新直送物流システムの研究・開発。



### 戦略

- 1) 中国への輸出はインターネット業者、中国国内メーカーの販売網を利用。中東ルートは当社販売網を利用。
- 2) 寝装問屋に対するムートン、ガーゼケット、シルクの拡販。
- 3) ホテル向け新しい枕企画、カーテンの提案。  
(IoT枕寝具、センサー付寝具は、関係メーカーの開発に協力していく形で継続)
- 4) インテリア品は適正在庫を継続し、柄数の絞り込み・販売先の開拓により在庫リスクを削減する。
- 5) 機能およびブランドの提案による新規取組創造、ネット・TV通販取引の強化による販売チャネルの拡充。
- 6) 寝装、インテリア問屋に対し、共通テーマで寝具とカーペット両製品の販売。(キャラクター、ブランド)

## 【2】-(3) 生活関連・アパレル素材事業

### 外部環境

- 1) 不織布向け合繊原料の仕入れ価格上昇。
- 2) 産業資材環境は堅調ながら、原料価格は高騰。
- 3) アパレル環境は悪く、国内ニット生地市場にも影響。

### 取組方針

- 1) 車両・建材・土木分野の不織布メーカーへの原料販売に注力する。
- 2) 農業資材、梱包資材の競争力を高める。
- 3) 当社に強みのあるニット生地を活用し、原料から製品までの一貫取引を推進する。
- 4) 各分野への積極的な投資を視野に入れる。

### 戦 略

#### 【不織布向け】

- 1) 再生(エコ)ポリエステルの販売に注力する。
- 2) ポリエステル以外のポリプロピレン、レーヨン、ナイロン等の取扱い原料を増やし拡大する。

#### 【農業資材、梱包資材】

- 1) 国内外の新規仕入ソースを開拓し、競争力を高める。
- 2) 耐久年数の長期化等、差別化された資材を開発する。

#### 【アパレル製品】

- 1) 生産基地とオペレーションのソフトを確立する。



自動車用内装材(不織布用原料)



吸音材(不織布用原料)



防草シート

## 【2】- (4) 中東貿易事業(中東向け民族衣装用生地)

### 外部環境

- 1) 原油価格の低迷と不安定な中東情勢により、中東向けテキスタイル輸出を取り巻く環境は非常に厳しい。
- 2) 今後、市場構造の変化が急速に進むものと思われる。

### 取組み方針

- 1) 中東向けテキスタイル輸出は、市場のニーズにマッチした商品の開発、導入を急ぐ。
- 2) 今後市場構造の変化の中で、シェア拡大が予想される業態へのアプローチ強化に努める。
- 3) 事業の多角化をめざし、そのための新規商材の開発、発掘、新規市場の開拓に積極的に取り組む。

### 戦 略

- 1) 従来品に更に付加価値をつけた商品の販売
- 2) 既製品トープを製造、卸売りする客先への生地販売の強化
- 3) 自社製品を活用しての東南アジア及びインド向けシャツ地販売
- 4) 社外及び社内コラボレーションによる新規取引の構築
- 5) 新ビジネス推進に必要な能力を有するスタッフの採用・育成



中東民族衣装

## 【2】- (5) 原料・テキスタイル貿易事業

### 外部環境

地政学リスク顕在化を背景に、日欧米市場の市況見通しは不透明ながら、流通在庫の減少と短納期発注が増加傾向にある。

【原料】主要取扱素材の原料相場は強含む展開だが、レギュラー品は低マージンでの過当競争激化。

【生機】2016年6月BREXIT以降、当事業主戦場の欧州で大きく落ち込んだ需要が回帰傾向。

【織物】主要グローバルブランドの小ロット・短納期化加速。  
消費者の嗜好変化加速、流行素材・ブランドの短命化とPRODUCT-OUTの終焉。

### 取組方針

【原料】衣料分野の付加価値&機能素材に軸足を置いたオペレーションへの移行。産業資材素材への参入。

【生機】ミラノ店起点の取引拡大(BREXIT以前の商量復活へ)

【織物】主要顧客のニーズに基づいたソーシングへ移行。  
(MARKET-INへの進化。)  
日本品素材の輸出の欧米市場での更なる拡販と高利益率の維持。  
米国市場への量的取引の拡大。  
安定需要と継続性が見込めるユニフォーム用途素材の商域拡大。



### 【原料】

1. 台湾・インドネシア拠点と連携強化(メル、紡績糸等)
2. 台湾・インドネシアを中心とした機能素材・再生素材取扱いに特化し、産業資材・衣料・寝装3分野における社内協業を推進。
3. 取引商材や市場の選択と集中を図る。

### 【生機】

1. ミラノ店を拠点とした寝装・インテリア分野での主要顧客との取引回帰。
2. アセアン・アジアのサプライヤー・欧州販売代理店も含めたバリューチェーンの強化。
3. 新規販売市場の販路拡大。

### 【織物】

1. 日本の主要取扱商材の拡大  
(合繊長繊維織物から天然短繊維織物へ)
2. 香港店経由、欧米ブランド先への販売
3. 欧州市場の販路拡大と米国市場の主要客との取組強化
4. 低収益取引・資金効率の低い取引からの撤退
5. 寝装・インテリア部とのCO-WORKによる新規取引の実現