

新中期経営計画「イノベーション21」 第三次計画について

中期経営計画「イノベーション21」 第二次計画（2016/3期～2018/3期）の振り返り

「社会インフラ」領域でのグループ経営

（1）ITインフラ流通事業

No. 1 ITディストリビューターとしての強みの発揮、
地域密着型営業とローコストオペレーションにより、大きく売上、利益を伸長

（2）繊維事業

衛生材料分野の需要増と国内工場の増強投資、また原燃料の低減効果で収益拡大、
赤字事業からの撤退で事業構造改革は完了

（3）工作・自動機械事業

工作機械と自動機の再編、工場の効率化によるコストダウンを推進



今後の課題

(1) ITインフラ流通事業

- Windows7リプレース需要の囲い込み
- サブスクリプションビジネスの推進
- 文教市場におけるICT環境整備に向けた販売パートナー支援

(2) 繊維事業

- 合繊綿増強投資後の円滑な稼働
- 国内外向け機能性レーヨン綿の拡大

(3) 工作・自動機械事業

- 米国・中国を中心とした海外事業拡大
- 生産体制の増強や効率化による収益の確立



新中期経営計画「イノベーション21」 第三次計画（2019/3期～2021/3期）の位置づけ

ITインフラ流通を主軸とした幅広い社会貢献型経営

収益基盤を活用した積極的な事業展開

新たなビジネス創造への挑戦期間

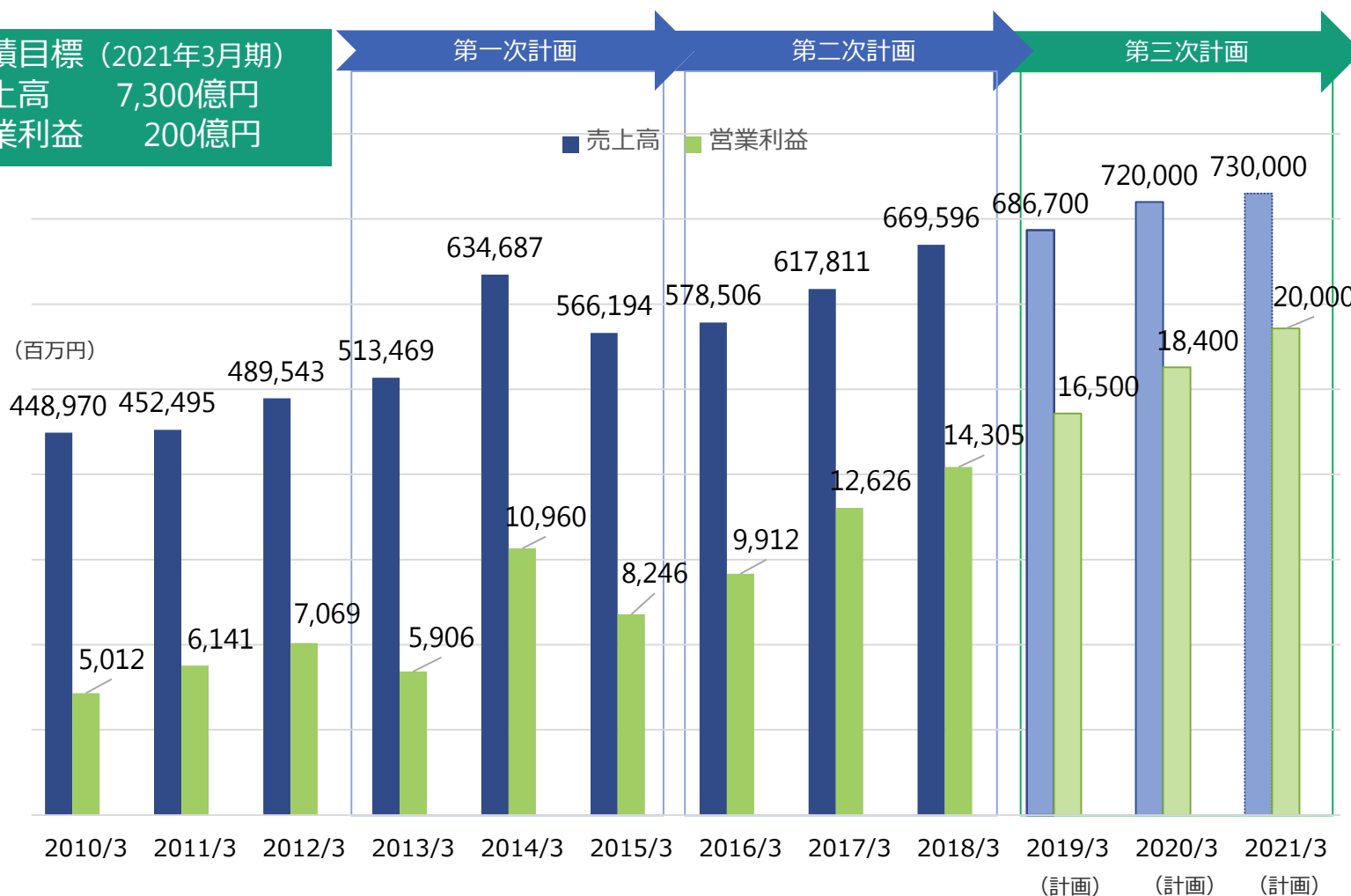
新中期経営計画「イノベーション21」 第三次計画（2019/3期～2021/3期）の基本方針

基本方針

- (1) ITインフラ流通事業の更なる拡大
- (2) 繊維および工作・自動機械事業での収益力強化
- (3) コーポレート戦略推進による連結企業価値向上

新中期経営計画「イノベーション21」 第三次計画（2019/3期～2021/3期）の業績目標

業績目標（2021年3月期）
売上高 7,300億円
営業利益 200億円



ITインフラ流通事業の戦略

重点戦略と施策

① 既存事業強化・拡大

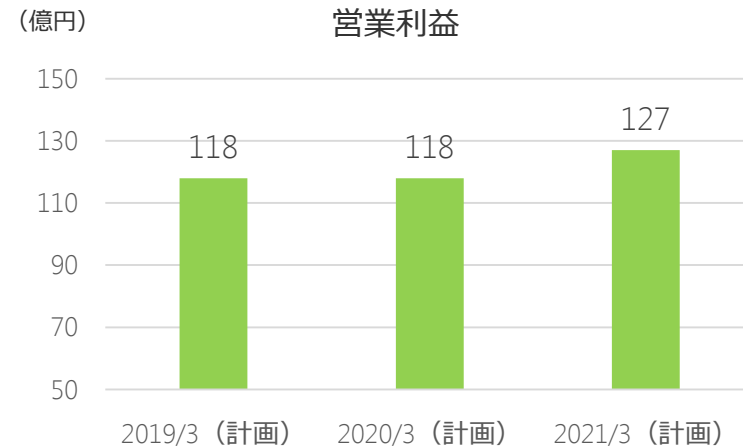
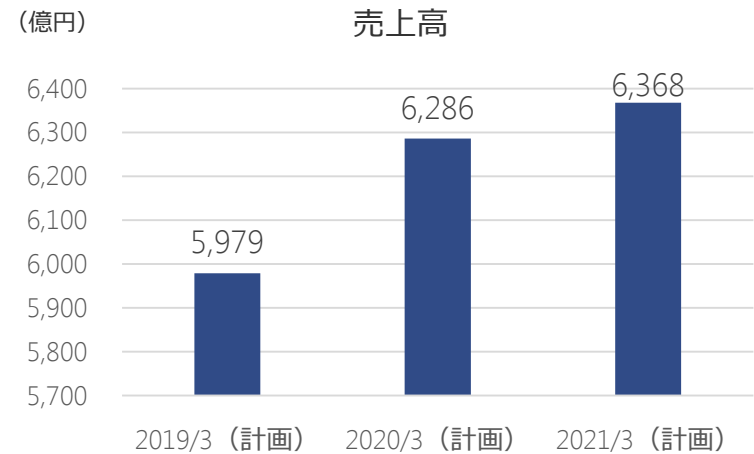
- エンドユーザーにフォーカスした活動
- コアとなるPC、サーバーのシェア拡大と新規市場開拓
- 高度化商材拡販に向けた技術力向上と販売パートナーの育成

② 市場創造

- iKAZUCHI機能拡充によるサブスクリプション型ビジネスの拡大
- 販売パートナー網整備による文教市場でのシェア向上
- モバイルデバイスの新たな利活用推進・提案による需要創出

③ 業務改革

- 物流効率化、電子商取引拡大等ローコストオペレーション追求
- 情報システム強化による業務効率化と生産性向上
- 働き方改革など労働環境整備



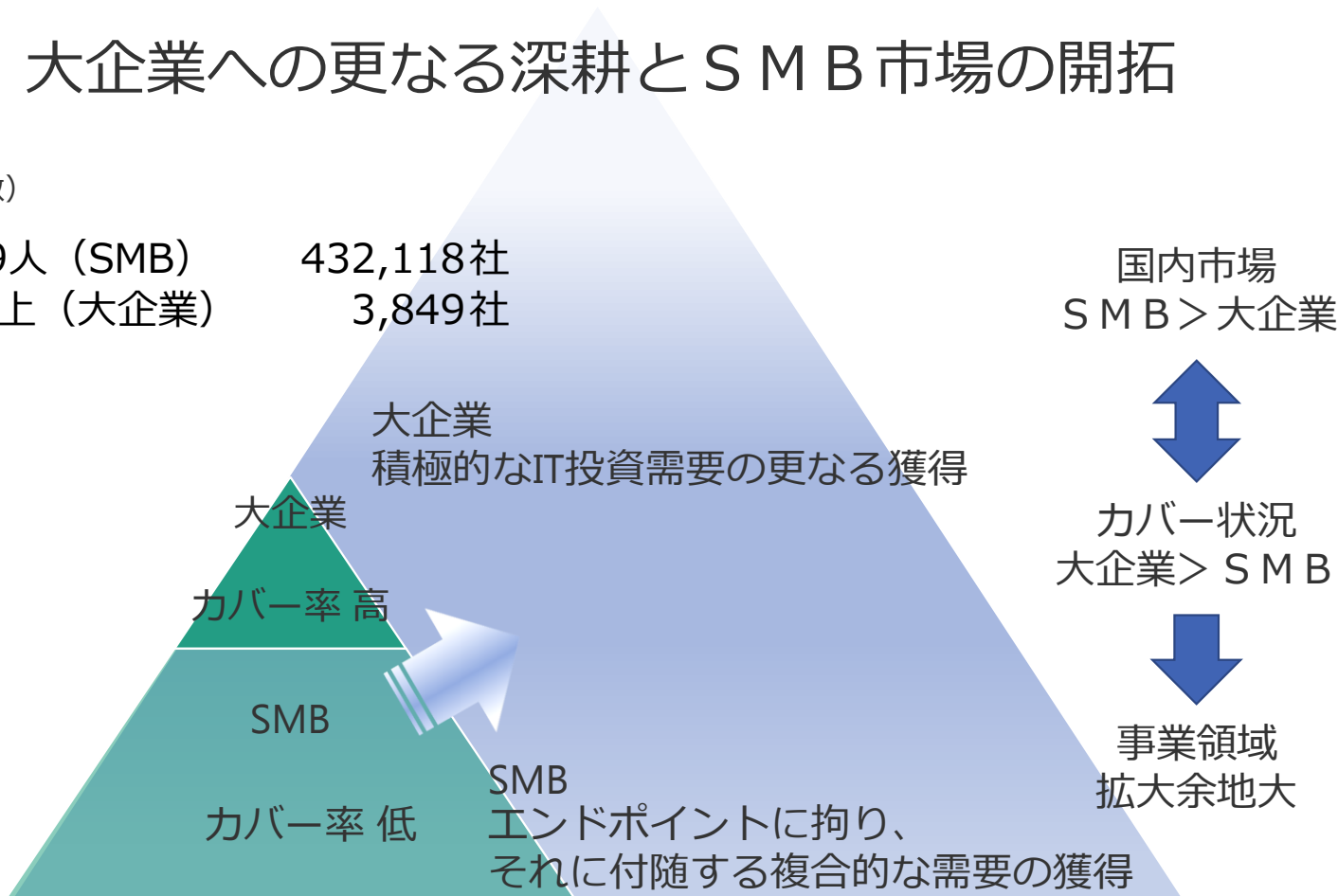


重点戦略① 既存事業強化・拡大 -エンドユーザーフォーカス-

大企業への更なる深耕とSMB市場の開拓

(常用雇用者数)

10人～999人 (SMB)	432,118社
1,000人以上 (大企業)	3,849社



企業数の出典：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査結果」(速報)
(<http://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/gaiyo.html>)

重点戦略② 市場創造

－サブスクリプション型ビジネスの拡大－

サブスクリプション管理ポータル iKAZUCHI(雷)の推進

クラウドビジネスを進める上で、月額課金や年額課金、従量課金などの様々なクラウドサービスの提供形態に対応した販売店様向けサブスクリプション管理ポータル。



利用しているサービスと
ライセンス



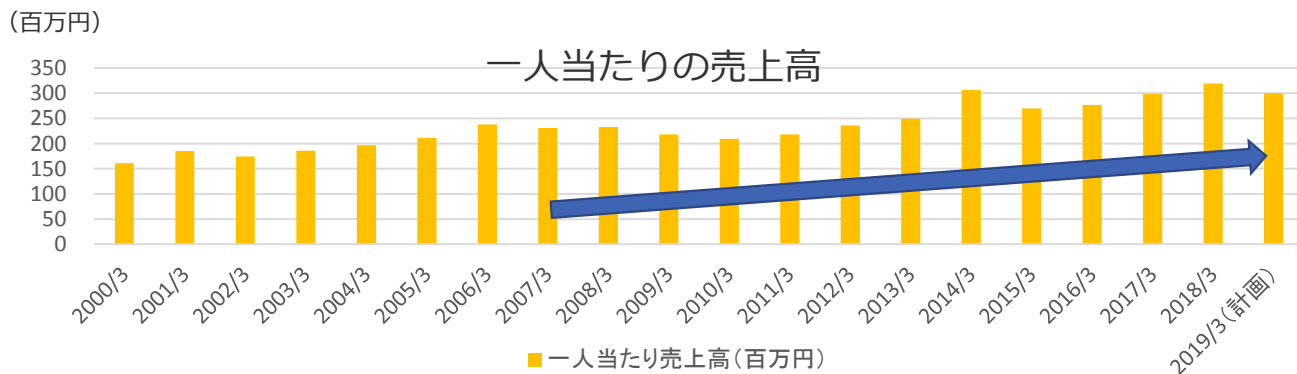
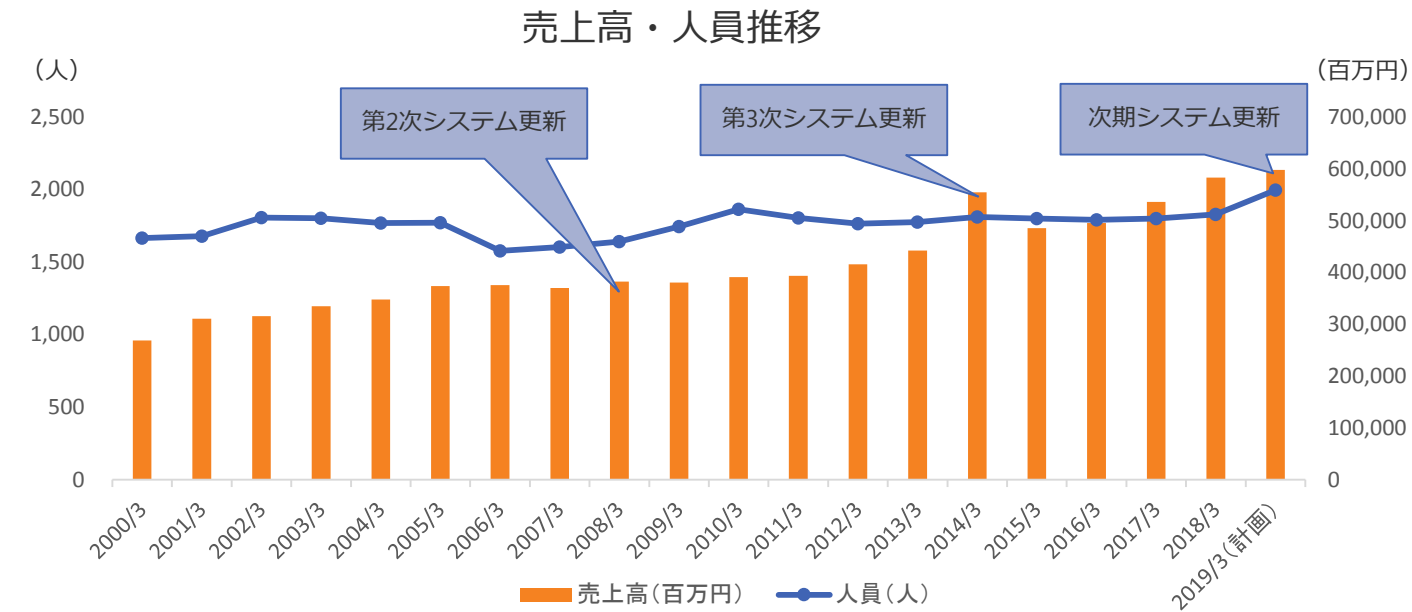
従量課金サービスの
最新の使用状況



利用状況に応じた
ご請求内容の管理

重点戦略③ 業務改革

—情報システム強化による業務効率化と生産性向上—



繊維事業の戦略

重点戦略と施策

①合織・レーヨン事業

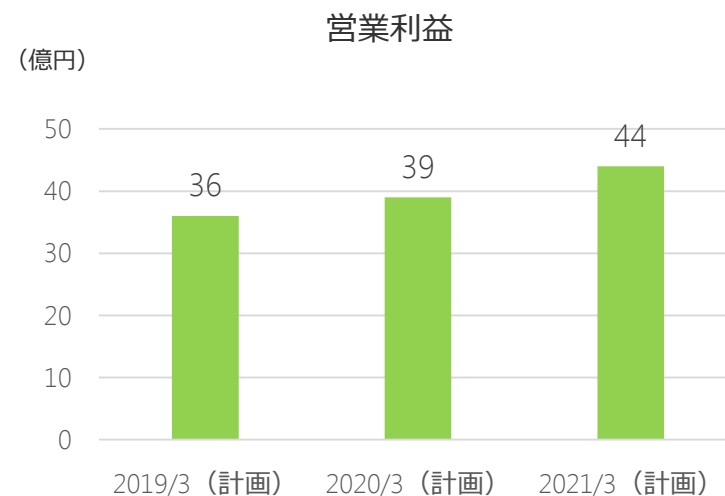
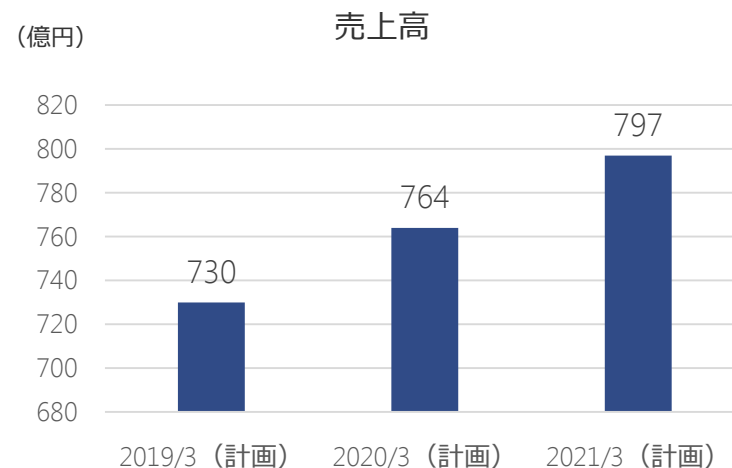
- ・国内増産効果およびアジアの不織布拡大で衛生材料分野の伸長
- ・高付加価値商品の展開で事業領域の拡大
- ・レーヨン分野は機能・差別化ワタの拡大と川下戦略の推進によりコスメ関連の製品化を加速

②産業資材事業

- ・フィルター、土木資材、ベルト関連の新商品展開
- ・海外生産拠点での地産地消ビジネスを進展
- ・オリンピック関連の受注強化および粘着加工品など戦略商品に注力

③製品事業

- ・開発機能剤等の活用による新たな事業領域への展開
- ・ファイバー戦略を軸とした開発提案型の営業強化
- ・新規ブランド投入により、既存小売先の収益維持・拡大





重点戦略 合繊部門

■ 国内増産効果およびアジア不織布拡大で衛生材分野の伸長

マーケット動向：中国を含むアジアでの衛生材や
コスメ関連需要の拡大

大型投資後の増産体制
による収益拡大

差別化商材投入による
コスメ市場での製品拡販

インドネシア生産拠点と
大和紡績香港との連携に
よる事業領域拡大

工作・自動機械事業の戦略

重点戦略と施策

① 営業基盤の拡充

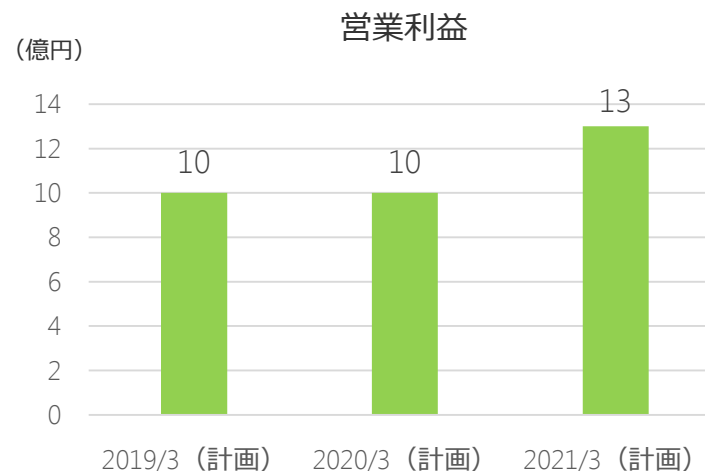
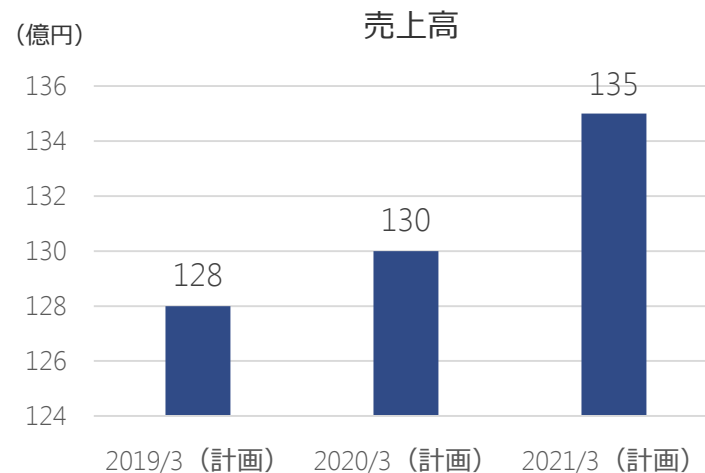
- 国内主力業界への技術提案力の強化
- 北米におけるディーラー・サービス網の整備・拡充
- アジア地域での需要取込み、エンジニアリングの強化

② 収益体質の確立

- 生産効率向上への積極投資
- コスト・品質の競争力強化
- アフターサービスの強化、西日本サービス拠点新設

③ 新規事業の創造

- 市場ニーズに適した戦略的商品開発
- ダイワボウグループ連携によるIoTやAIを活用した商品開発
- 外部パートナーとのアライアンス推進





重点戦略 工作・自動機械部門

- 生産効率向上への積極投資による、コスト・品質の競争力強化

マーケット動向：工作機械業界は17年度活況に推移

航空機エンジン向けを中心に需要継続

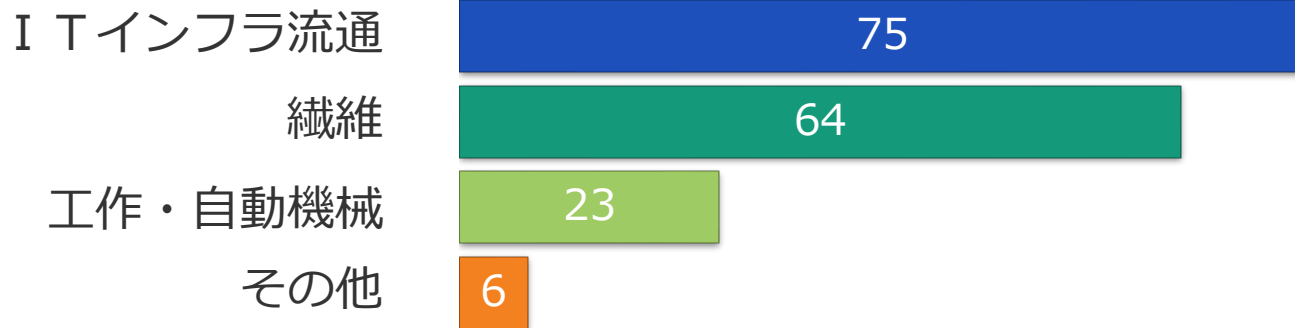
営業基盤の拡充による
需要の取込み

生産効率向上への積極
投資による収益拡大

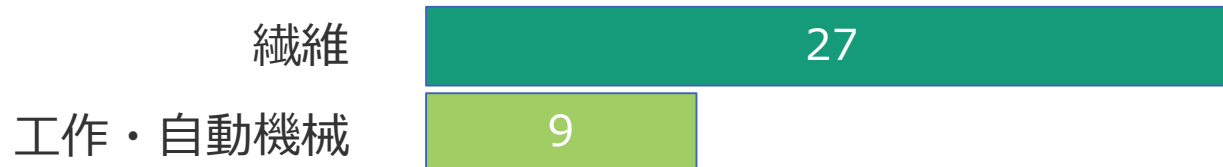
高度化や自動化ニーズ
への技術開発

コーポレート戦略 資源配分方針

第三次計画 設備投資額 168億円



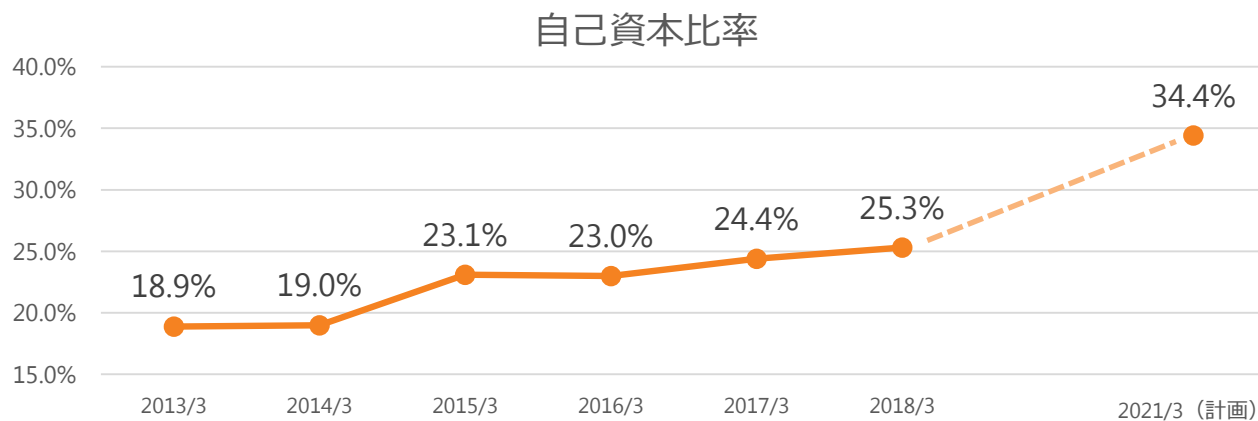
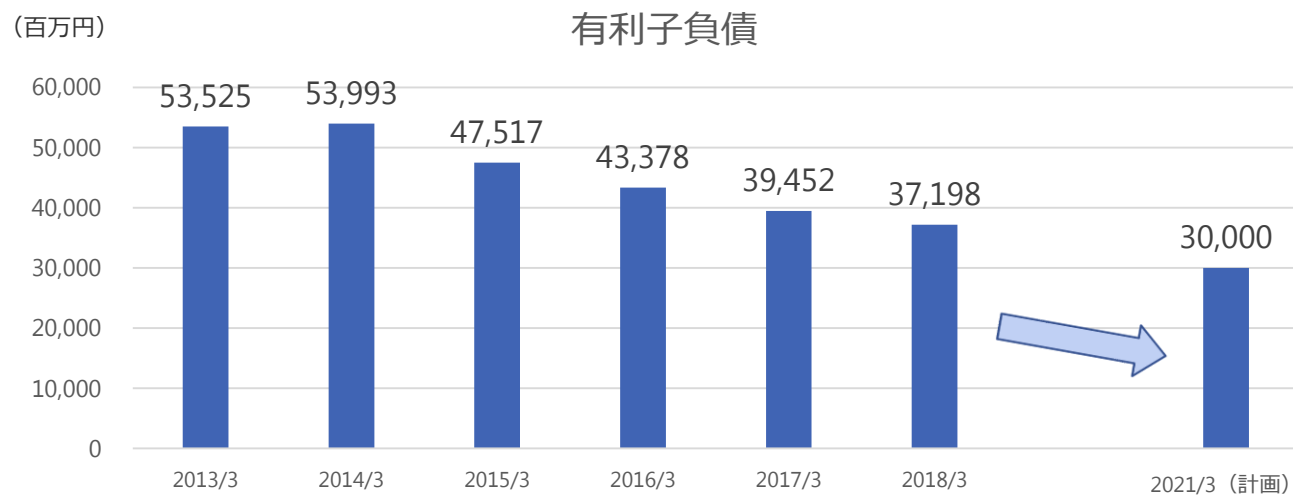
研究開発費 36億円





財務戦略

【財務目標】





免責事項

本資料に記載された業績予想値等の将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報をもとに、当社が合理的であると判断した一定の前提に基づいて作成したものであり、その正確性を保証するものではありません。

本資料の利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。