



2020年11月10日

各位

会社名 シキボウ株式会社
代表者名 代表取締役 社長執行役員 清原 幹夫
(コード番号 3109)
問合せ先 取締役 上席執行役員
コーポレート部門長 竹田 広明
(TEL 06-6268-5411)

シキボウグループ「Revival Plan 2020-2021」策定に関するお知らせ

当社グループは、2020年11月10日開催の取締役会において、コロナ禍に対応するための緊急経営計画「Revival Plan 2020-2021」（通称：Revival 20-21）を決議いたしましたので、その概要について、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. Revival 20-21 策定の趣旨

現在、当社グループでは、持続的成長に向けたチャレンジの最終ステージとして、2018年度から、中期経営計画「Challenge to the Growth Final stage 2018-2020」（通称：CG final 18-20）を実行しております。繊維セグメントでは「自らの得意とする市場に対し独自技術で独自の素材の供給」と「企業間取引（B to B）の強化」、産業材セグメントでの産業資材部門では「国内基盤の維持・強化と海外販売の促進・拡大」、機能材料部門では「新中核事業に位置付ける化成品事業、複合材料事業のさらなる業容拡張と収益拡大」を事業戦略に掲げ、取り組みを実施してまいりました。本来であれば、当年度が同計画の最終年度となり、同計画の総決算および次期経営計画の策定に取り掛かる時期となるところであります。

しかし、現在のコロナ禍の影響は、長期間に及ぶことが想定され、当社においても、コロナへの緊急対応（Under CORONA）、復旧に向けての対応（With CORONA）、新しい日常への対応（After CORONA）などステージに応じた施策等を実施していく必要があります。今後、新しいビジネスモデル、新しい働き方への変換等、新ステージに応じた施策を実施するため、この緊急計画を策定するものであります。

2. Revival 20-21 の概要

Revival 20-21 については、CG final 18-20 の基本方針は継続しつつ、最終年度では2020年度の業績目標は一時凍結いたします。Revival 20-21 では、1年目（20年度）は、緊急対策として「止めること」「変えること」に取り組みます。新型コロナウイルス感染症により事業環境が一変し、今後も採算の改善が見込めなくなった分野や事業は、思いきって止めるという判断も必要となります。また、仕事のやり方や提案方法も With CORONA の環境に合わせて変えていかなければなりません。2年目（21年度）は、新常态に対応することで成長を「加速する

こと」、そして新たな事業やビジネスモデルを「創ること」に取り組みます。急激な環境の変化、コロナ禍・コロナ以後の新しい日常（ニューノーマル）への対応、コロナ禍からの復活・変身を成し遂げ、CG final 18-20の最終年度、さらに、その次の経営計画に繋げていきたいと考えております。

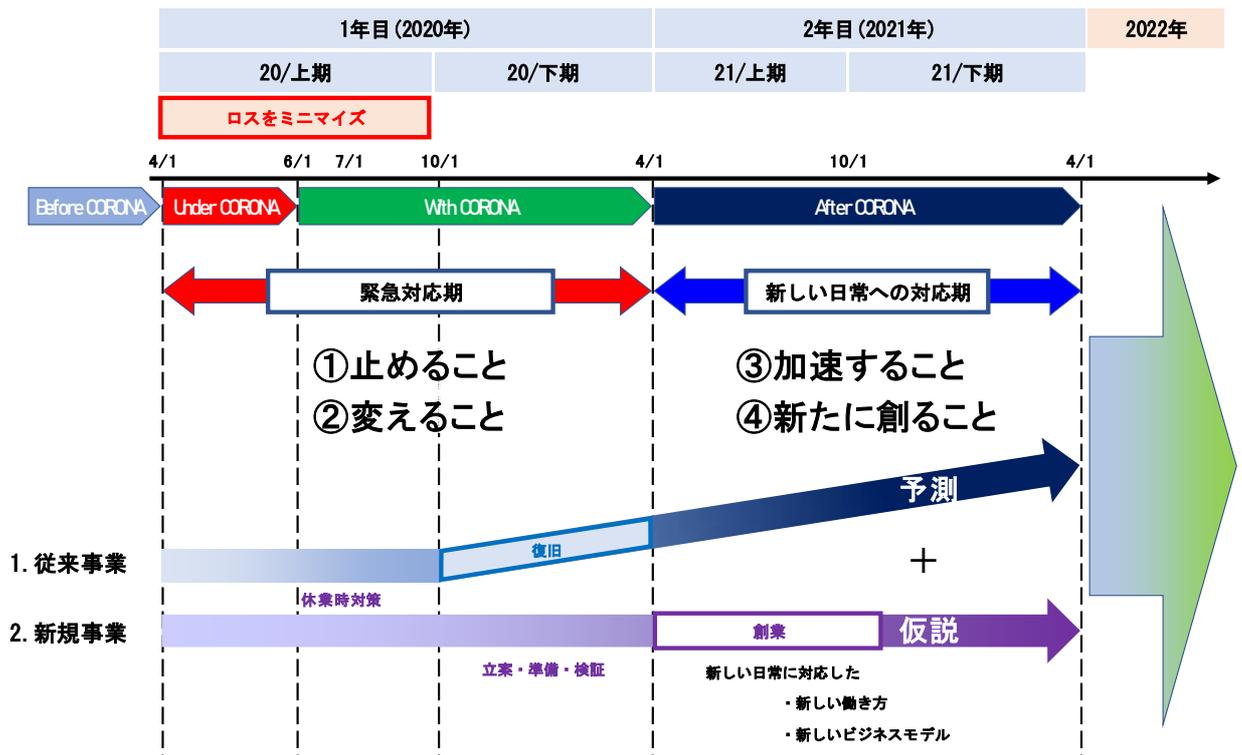
Revival 20-21の概要は次のとおりであります。

(1) 名称

「Revival Plan 2020-2021」

(通称：“Revival 20-21”)

全体イメージ



(2) 基本方針

現中期経営計画の方針を継続。

- ① 次の成長のための積極的な投資を行う
↳ 2019年度までにはほぼ完了。
- ② 既存組織の部分最適でなく、戦略を共有する戦略的事業単位（SBU）での全体最適を図る
- ③ 海外拠点をグローバル展開加速のための橋頭堡として、販売・生産・開発の機能を整える
- ④ 新中核事業に続く新たな成長の芽を育てる
- ⑤ ものづくり技術・ものづくり文化を支える人材を育てる
- ⑥ 成長を促進するためにグループ総合力を結集する

(3) 事業戦略

① 繊維セグメント

〈基本戦略〉

生産販売基盤の再構築と機能的連携による収益の拡大

〈個別戦略〉

国内外自家工場の効率的運営とサプライチェーンの再構築

衛生対策素材、環境対策・サステナブル素材の開発拡販

日本と海外、生産と販売の組み合わせにおける市場開拓

従来型アナログ手法に加え I T、W E B等を駆使したデジタル型事業運営の拡充

〈S B U戦略〉

原系販売事業：ホーチミン事務所と連携した海外販売の拡大

輸出衣料事業：フルテクトを武器に販路構築

ユニフォーム事業：衛生機能加工やエコ・サステナブル素材の拡販、定番化

生活資材事業：機能素材を駆使しリネンサプライ用資材の拡販

メディカル事業：デオマジックの中国市場への販路構築

② 産業材セグメント

【産業資材部門】

〈基本戦略〉

新型コロナによる収益悪化をミニマイズするための実効性・即効性のある対策の実行

ニューノーマルに対応し、採算性・新規性を重視した事業運営のゼロベース変革

カンバス・フィルターの事業間の垣根を超えた販売戦略の立案と実行

〈S B U戦略〉

カンバス：コルゲーターベルト市場での差別化商品の展開と海外販売展開

フィルター：海外市場では、顧客ニーズに適応した新商品の提供

両S B U共通：ニーズに適応した商品提供による国内シェアの維持拡大

【機能材料部門】

〈基本戦略〉

新中核事業として事業基盤を固める

化成品事業は持続的な拡大と収益確保

複合材料事業は成長軌道への復帰に向けて事業体制を再構築

〈S B U戦略〉

化成品：化学品分野では、ガラス繊維収束剤の商品開発を進め、中国市場での販売拡大

食品分野では、主力商品で機能化商品の拡販、イスラム圏での拡販

複合材料：航空分野、一般産業分野等において、新規事業開拓の推進

セラミック繊維三次元織物は航空機エンジン向けを中心に開発推進

③ 不動産・サービスセグメント

〈基本戦略〉

地域密着でトップを走る

<SBU戦略>

貸貸事業：顧客との信頼関係構築と貸貸物件の収益維持

リネンサプライ：新規顧客の獲得

設備の増強による顧客対応力強化

(4) 連結業績目標（2022年3月期）

新型コロナウイルス感染症の影響により、今後も不透明な状況が継続すると想定されますが、当社グループでは、上記戦略を実行し、コロナからの復活・変身をとげ、2021年度の連結業績目標としては、コロナ以前の2019年度水準、売上高380億円、営業利益20億円への復帰を目指します。

以上