

2021年1月12日

各位

会社名 北日本紡績株式会社
 代表者名 代表取締役社長 粕谷 俊昭
 (コード：3409 東証第2部)
 問合せ先 取締役 篠原 顕二郎
 (TEL. 076-277-7530)

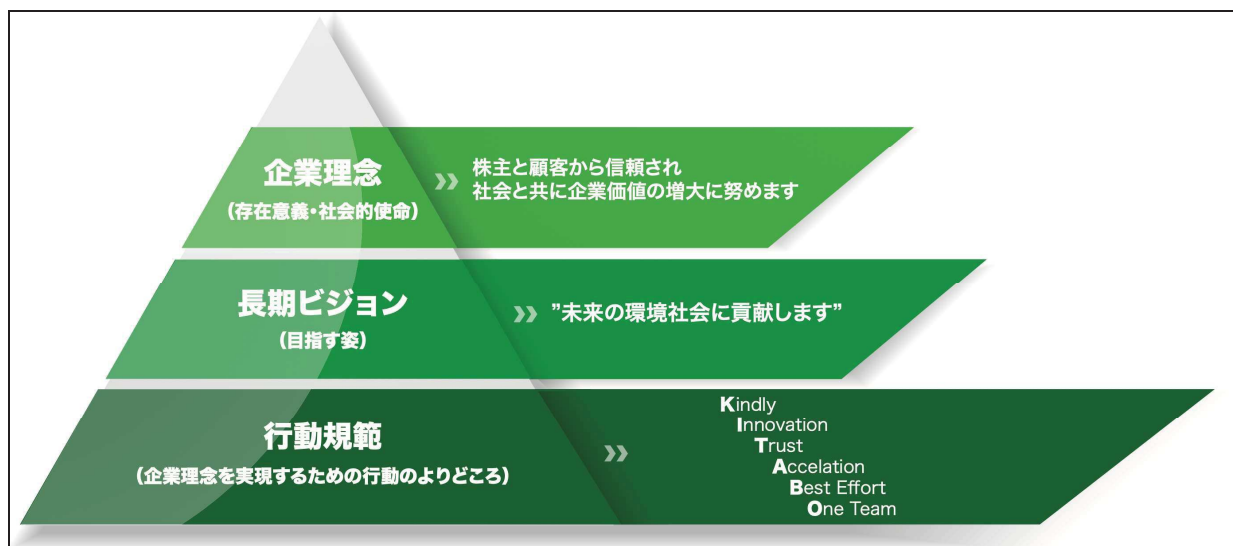
中期経営計画の新策定に関するお知らせ

当社は、2022年3月期から2024年3月期を対象期間とする中期経営計画を策定しましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

【ブランドステートメント】

当社は、2022年10月に創立74周年を迎えます。創業以来、紡績事業を中心として事業を展開して参りましたが、今後は紡績事業に留まることなく、多方面に視野を広げるとともに、紡績事業を通じて培った高い技術力を活かし、新たな挑戦をして参ります。



【中期経営戦略】

1. 紡績事業及びテキスタイル事業の強化

- ① 高機能繊維の開発
 - ・取引先との連携強化
 - ・研究開発の迅速化
- ② 自社ブランドの確立
 - ・抗ウイルス抗菌紡績糸の開発及び上市
- ③ グレードの多様化によるテキスタイル販売強化

2. 新規事業の早期実現

- ①ヘルスケア事業
 - ・M&Aによる事業基盤作り
 - ・健康補助食品を中心とした販売強化
- ②リサイクル事業
 - ・繊維廃材及びエンジニアプラスチックのリサイクル事業開始

【業績目標】

(単位：百万円)

	2021年3月期 (予想)	2022年3月期 (目標)	2023年3月期 (目標)	2024年3月期 (目標)
売上高	626	974	1,243	1,384
営業利益	△96	9	74	102
営業利益率	△15.3%	0.9%	6.0%	7.4%

以上



中期経営計画
2022 - 2024

北日本紡績株式会社

Kitanihon spinning Co., Ltd.

3409 東証2部

2021年1月

トップメッセージ

当社は1948年10月に会社発足以来、72年間、紡績事業を頑なに行って参りました。その間、高度成長バブル、リーマンショック、東日本大震災、コロナの世界的蔓延等、日本の社会経済情勢は、目まぐるしく変遷しており、当社も変化に対するスピーディーな対応力が求められます。

現在、従来の紡績事業に留まらず「紡績・テキスタイル」「ヘルスケア」「リサイクル」という3つの異なる領域で、事業を展開する新しいKITABOとして、「環境」「衛生」「高機能」の3つのソリューションで持続可能な社会に貢献していくつもりです。

今後も、「チャレンジと実行」を続け、未来の環境社会に適合した会社を目指します。

北日本紡績株式会社
代表取締役社長 粕谷 俊昭

目次

1. ブランドステートメント
2. 過去の業績推移と総括
3. 中期経営計画の全体像
4. 環境分析
5. 経営戦略
6. 新規事業の進捗状況

ブランドステートメント

ブランドステートメント

中期経営計画の策定に伴い

北日本紡績が約束する価値や企業姿勢を
広くステークホルダーに伝えるために
短い言葉で表現したもの



過去の業績推移と統括

トピックス 取組の成果・実績

テキスタイル事業の開始

- 2019年8月 中東向け民族衣装用に販売開始

新型コロナウイルスによる影響

- 国内自動車生産の大幅減による紡績稼働率の大幅低下

ヘルスケア事業の開始及びM&A

- 2020年8月 マスクの製造販売開始
- 2021年1月 株式会社中部薬品工業の完全子会社化

紡績糸の新用途開発

- 2020年9月 抗菌・抗ウイルス糸の研究開発開始

リサイクル事業の開始

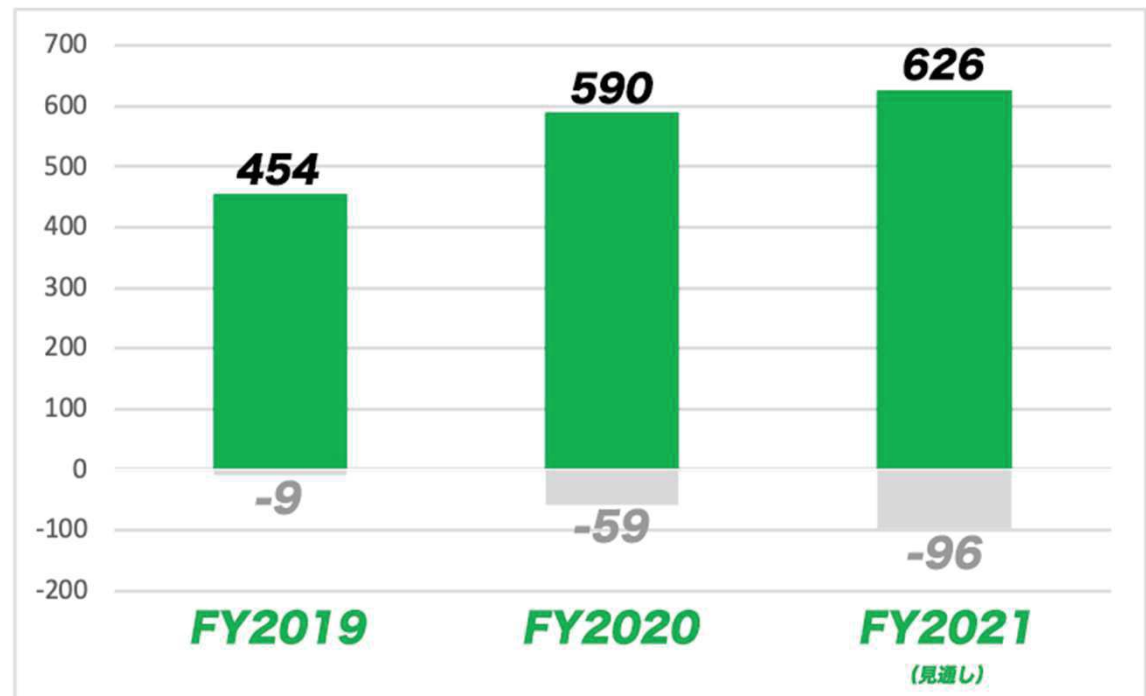
- 2020年9月 プラスチックスの再生事業の検討開始
- 寧波大発化学繊維有限公司と業務提携締結

資本政策

- 2020年11月 株主割当増資の実施

KITABO業績推移

■ 売上 ■ 営業利益 (単位：百万円)



中期経営計画の全体像

損益計算書(連結ベース)

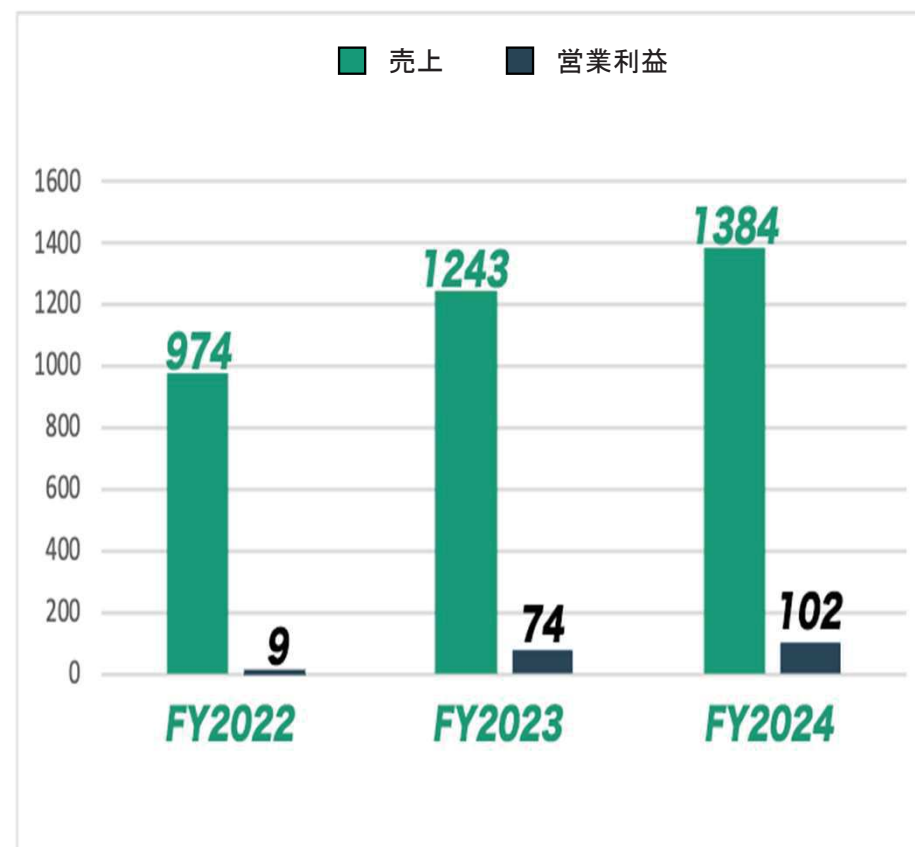
(単位:百万円)

	FY2022	FY2023	FY2024
紡績事業	357	450	469
テキスタイル事業	400	500	600
ヘルスケア事業	67	67	67
リサイクル事業	10	36	60
連結子会社	140	190	188
売上高	974	1243	1384
営業利益	9	74	102

主要事業である紡績事業は新型コロナウイルスの影響で大幅に受注が減少したが段階的に新型コロナウイルス発生前の水準まで回復する見込み。
新規事業の早期実現、テキスタイル事業の販路拡大による2022年3月期の営業利益黒字化を目指す。

KITABO売上高推移

(単位:百万円)



環境分析

SWOT分析

S

- ・高い紡績技術
- ・大手繊維メーカーが主要顧客
- ・主要紡績糸が有望なアラミド繊維

W

- ・営業力が弱く、外部のマーケット情報が入ってこない
- ・新規事業開発力が弱い
- ・自前での研究開発組織がない

O

- ・新型コロナウイルスで世界の感染症意識の高まり大
- ・増資を実行→投資のための資金確保

T

- ・世界的な新型コロナウイルス感染症の長期化による経済のスローダウン
- ・地球温暖化による衣料市場の成長鈍化

経営戦略

「環境」「衛生」「高機能」の3つのソリューションで持続可能な社会に貢献

1. 紡績事業及びテキスタイル事業の強化

① 高機能繊維の開発

- ・取引先との連携強化
- ・研究開発の迅速化

② 自社ブランドの確立

- ・抗ウイルス抗菌紡績糸の開発及び早期上市化

③ グレードの多様化によるテキスタイル販売強化

2. 新規事業の早期実現

① ヘルスケア事業

- ・M&Aによる事業基盤作り
- ・健康補助食品を中心とした販売強化

② リサイクル事業

- ・繊維及びプラスチック廃材のリサイクル事業開始

新規事業の進捗状況

抗ウイルス抗菌紡績糸の開発及び早期上市化

世界初の新型コロナウイルス菌に効果的な「紡績糸」を開発中

※従来は、後加工が主流

2021年4月上市予定



新規事業の進捗状況

ヘルスケア事業

- ・マスクの製造販売開始（2020年8月）
大手スーパーマーケット・ドラッグストアチェーンを中心に順調に販売中
- ・M&A戦略による中部薬品工業の子会社化（2021年1月）



リサイクル事業

- ・北陸3県での繊維・プラスチック廃材の仕入れ調査開始
- ・大手メーカーの遊休土地利用検討

