



2021年5月14日

各 位

会社名 神 栄 株 式 会 社
代表者名 代表取締役社長 赤澤 秀朗
(コード番号3004 東証1部)
問合せ先 執行役員 経営戦略部長 中西 徹
(TEL. 078-392-6911)

中期経営計画に関するお知らせ

当社グループでは、2022年3月期（2021年度）から2024年3月期（2023年度）までの3年間を対象とする新たな中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト 2023」を策定しましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 策定の背景

当社グループは、2018年3月期から2020年3月期までの中期経営計画 WAVE “10” Season 2 において、新しい価値を創造し、豊かな社会づくりに貢献できる企業グループを目指し、そのための経営基盤の確立と企業風土の醸成を基本方針と定めました。計画に基づき各種施策を進める中、最終年度にあたる2020年3月期において、経営基盤の確立に向けた大きな課題への取り組みとして、不振が長く続いていた繊維関連のアパレル小売事業とレグウェア事業からの撤退を行ったことを受け、2021年3月期を当社グループの新たな事業ポートフォリオ組成とそれによる事業と収益の基礎固めの年度とするために、新中期経営計画の策定を1年見送ることといたしました。

中期経営計画の策定を見送った2021年3月期につきましては、新型コロナウイルスの感染拡大による国内外の大きな環境変化については適時適切に対処し、マイナス面の影響については最小限に留めるとともに、強化すべき分野を見定めて注力することで、収益改善を果たしました。一方、米国における集団訴訟等の終結に向けた和解合意を進め、また各事業・ビジネスの収益力の分析を始めとする各種課題への取り組みを積極的に推進してまいりました。

このような2021年3月期までの取り組み結果と現状の新型コロナウイルス問題の影響を踏まえ、2022年3月期から2024年3月期までの3年間を対象とする新たな中期経営計画を策定したものであります。

2. 新中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト 2023」の概要

1) 目標

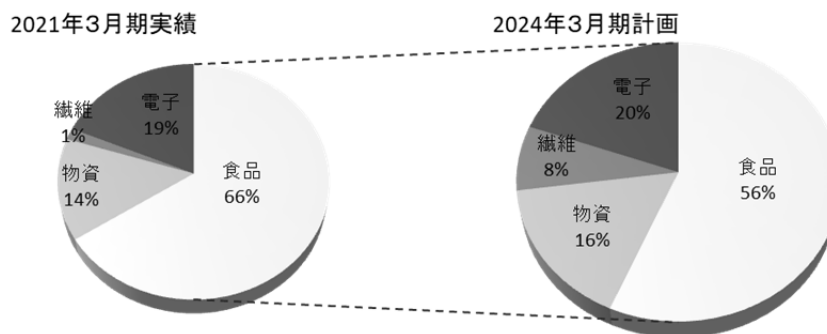
本計画期間において、環境変化にも適切に対応し安定的に連結経常利益10億円を創出できる企業・収益体質を構築いたします。

2) 基本方針

① 新たな事業ポートフォリオの組成

食品関連セグメントについては現状の収益基盤をベースにしたさらなる事業拡大を強力に推進しながら、物資関連・繊維関連・電子関連の各セグメントがそれぞれ早期に収益基盤を確立・安定化することで、すべてのセグメントが収益を拡大しつつバランスの取れた事業ポートフォリオを構築することを目指します。

目標とするセグメント利益の構成比率及び連結経常利益額は以下の通りです。



	2021年3月期実績	2024年3月期計画
連結経常利益	676百万円	1,250百万円

② DX (デジタルトランスフォーメーション) の推進

デジタル化の推進により、各セグメントにおいて既存のビジネスモデルを進化させ、新たな戦略を構築するとともに、業務管理の面においても業務プロセスの高度化と生産性の改善を図ります。

③ 新たな働き方改革と生産性改善

ニューノーマル (新常态) における個人の働き方、勤務のあり方、組織のあり方等を考察し、生産性の維持・向上と多様な働き方を両立させる在宅勤務制度等を整備して運営します。

④ デジタルコミュニケーションの推進

マーケティングの推進や企業価値の向上、社会との積極的なコミュニケーションを図るため、ウェブ、ブログ、SNS の効果的な活用を進めるとともに、新製品などの事業情報について積極的なプレスリリースを行います。

⑤ ヒューマンリソースの確保・育成

優秀な人材を採用し活用し続けることができるよう、社員のやりがいや多様な働き方などにおいて満足度を高め、会社と社員が互いの期待に応え続ける関係の構築を目指します。

⑥ ガバナンス・コンプライアンス強化の継続

ガバナンスの強化を図るとともに、多様性を認め、ジェンダーにとらわれない企業風土の醸成を進めます。

⑦ リスクマネジメントの強化

コロナ禍がもたらす与信リスクの増大や、既存の新型コロナウイルス感染症の拡大、あるいは新たな感染症の蔓延リスクへの対応を実施するとともに、地政学上のリスクや異常気象などの気候変動リスクにも留意します。

3) 事業戦略

既存事業では、当社グループの強みを有する中核的事業の拡大を目指し、ものづくりをキーワードとして、高付加価値製品・商品を取扱うことを基本とします。

食品関連・物資関連・繊維関連の各セグメントにおいては、仕入ソーシング力の増強を図り、価格・品質競争力をベースに強固なサプライチェーンを構築します。また、電子関連セグメントにおいては、製造メーカーとして生産効率の向上を図り価格競争力を強化する一方、新たな高付加価値製品の開発に注力します。さらに、すべてのセグメントにおいて、販路を多様化し事業の厚みを増すため、より川下に近い流通層・ユーザーへのアプローチを継続します。

新規事業開発については、4つのセグメントと既存事業に関連し当社グループの強みを活かせることを前提に推進します。

以上を踏まえた各セグメントにおける主な中期事業戦略は以下の通りです。

① 食品関連

冷凍食品事業において、日配を基軸にした既存の冷凍食品の輸入販売に加えて、市販市場への取組みや食品・惣菜メーカーへの供給を通じて川下の流通層へのアプローチを進めて新たな販路・商流を構築するとともに、海外市場の開拓を推進し、収益源の多様化と規模拡大を図ります。

② 物資関連

物資・工業製品等において、日本の優れた技術・製品の輸出や海外での適地調達による機能するサプライチェーンの構築を図り、グローバルな展開を推進し、建築金物・資材分野では、ファブレスメーカーとしての企画開発力を磨き、高付加価値商品のラインナップを拡充するとともに新規販路の開拓を進めます。

③ 繊維関連

コロナ禍の影響も受けるアパレル市場や繊維業界の大きな変化に対応し、テレビショッピング・通販向け等、将来性が見込まれる新たな顧客層・市場・商材での事業拡大にチャレンジします。

④ 電子関連

高い技術力と品質力を強みとして高付加価値製品・サービスを提供することを基本に、センサ機器分野は新たなセンシング市場への進出による事業規模の拡大、計測・試験機器分野は成長市場への参入による事業基盤の安定化、コンデンサ分野は事業構造の変革により収益の安定化を目指します。

以 上