



2021年6月11日

各位

会社名 アゼアス株式会社
代表者名 代表取締役社長 齊藤文明
(コード番号：3161 東証第二部)
問合せ先 取締役常務執行役員 羽場恒彦
(TEL. 03-3865-1311)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2020年5月から2023年4月までの中期経営計画「Next Stage 実行計画2020」に取り組んでおりますが、足元の経営環境の変化を踏まえ、企業戦略と事業方針をあらためて整理のうえ、2期目をスタートいたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画を開示する背景

当社では、3年毎に中期経営計画を策定しており、現在計画の2期目に入りました。昨年計画の1期目には、新型コロナウイルス感染症拡大による生活様式や働き方の変更、デジタル化の加速による経済・社会構造の変化が進行しました。計画期間の途中ではありますが、これらの経営環境の変化を踏まえ、従来にも増して、計画の達成を意識した取組みをすべく、今回中期経営計画の内容を開示することといたしました。

2. 中期経営計画の基本方針

- (1) 飛躍的成長の基礎となる変革期と位置付け、積極的な投資を実行する
- (2) 事業ポートフォリオの見直しと事業構造改革により収益力を高める
- (3) 魅力のある企業集団を作り、顧客、社員、株主満足を向上させる経営を行う

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

中期経営計画 「Next Stage 実行計画2020」 (2020年5月1日~2023年4月30日)

地球のこと総て、その環境と安全に挑戦する。
The Challenge for the Earth : “Environment & Safety”

2021年6月11日



目次

1. 経営の基本理念
2. 中期経営方針
3. セグメント別事業戦略
4. 新型コロナウイルス感染症拡大への対応
5. アゼアデザインセンター秋田 設備投資計画
6. サステナビリティへの対応
7. 中期経営計画 2年目の年次経営計画
8. 目標とする経営指標

本資料は、2020年4月策定の中期経営計画に、その後の修正計画を反映のうえ、公表するものです。

1. 経営の基本理念

■ 社是

創造、革新、挑戦そして継承（Creation, Innovation, Challenge and Succession）

■ 経営理念

私たちは、自らの十分な感性、専門性、技術力をもって、公正で且つこだわりの有る商品を通じ、人々の快適な生活の実現に貢献します。

■ 経営理念の実践

- 公正主義の実践　私たちは、公明正大をもって、自らの行動の規範とします。
- 集中主義の実践　私たちは、絞り込み、差別化した各々のマーケットの中で、高い信頼と、その結果としての、高いシェアの獲得を目指します。
- 品質主義の実践　私たちは、私たちの商品、サービス、経営が各々のマーケットの中で、常にトップの品質となることを目指します。そして、私たちの商品、サービス経営に満足したお客様が、唯一、私たちの収入、収益の源であることを確認します。
- 積極的挑戦の実践　私たちは、行動を尊び、失敗を恐れず、何事にも積極的に挑戦します。そして、全ての社員が変革の担い手であることを自覚し、自ら迅速に行動します。
- 現場主義の実践　私たちは、自らの目で確認した現場にこそ真実が有ることを理解し、自らの行動の基盤を現場情報に置くこととします。

1. 経営の基本理念

■ 経営ビジョン

● 市場、社会でのポジション

- ・ 機能製品・機能素材を通じてLife(生活)・Work(労働)で快適と安全を提供し、各々の事業分野において存在感があり、感謝される企業となります。
- ・ マーケット創造、価値創造を機軸に地球環境を守り、持続可能な社会に貢献し続ける高品位な企業であり続けます。

● 事業運営の基本

- ・ 安全・防護事業において、製品、商品、サービスを通じてトータルソリューションを提供します、ワンストップサプライヤーとして顧客に貢献します。
- ・ 常に顧客、株主、社員の満足度の向上を実現しながら成長する経営を行います。
- ・ 変化する各々の事業環境にスピード感を持って挑戦し、現状から常に脱皮し、自らを革新することで、持続的に利益をあげる企業であり続けます。

2. 中期経営方針

経営方針

1. 飛躍的成長の基礎となる変革期と位置付け、積極的な投資を実行する
2. 事業ポートフォリオの見直しと事業構造改革により収益力を高める
3. 魅力のある企業集団を作り、顧客、社員、株主満足度を向上させる経営を行う

考え方

- 「マーケット創造」「価値創造」を基軸にした経営の実践
- 拡大が見込まれるマーケットへの挑戦
- 防護服・環境資機材事業
⇒ トータルソリューションに集中し、製品、サービスを差別化
- 機能性建材事業 ⇒ 新製品を軸に市場創造
- アパレル資材事業
⇒ 持続的成長できる営業モデルへの転換
- 顧客
⇒ 新事業、新製品、新サービスによる満足度向上
- 社員
⇒ やりがいある事業環境と安心安全な職場環境の提供により、社員と共に成長
- 株主
⇒ ガバナンス強化による透明性の高い経営と株主還元により、企業価値を向上

3. セグメント別事業戦略

■ 防護服・環境資機材事業

健康や安全を脅かすリスクを一つでも減らし、労働者が全力で働くことができる社会を実現する。

● 防護服を軸に、エンドユーザー向けソリューション営業に集中

▶ 有害物質から人と環境を守る

- 化学物質リスクアセスメント強化を踏まえた、作業者の有害物質ばく露管理
- 塗膜にPCB、鉛等を含む橋梁の高齢化工事への対応
- アスベストを含む施設の解体作業への対応
- がん診療連携拠点病院での看護師、薬剤師の抗がん剤ばく露防止対策

▶ 感染症から人と社会を守る

- 新型コロナウイルス感染症対策、豚熱(CSF)、鳥インフルエンザへの対応
- 感染症対策に向けた備蓄品や製品キットの供給

▶ 作業環境リスクから人を守る

- 再生医療分野へのプロモーション拡大
- 暑熱対策の空調服、難燃性防護服など製品の拡充



タイベック®ソフトウェアⅢ型
(タイベック®は、米国デュポン社の登録商標です)

● アゼアスデザインセンター秋田はじめ、防護服メーカー開発機能と国内生産網の強化

● 個人防護具製品主体の営業活動から、個人防護具、関連資材、設備の「ハード」と、安全・防護のシステムやノウハウの「ソフト」の双方を提供する、複合の営業体へと転換

3. セグメント別事業戦略

■ 機能的建材事業

機能的建材の提供を通じて、安全で快適な床材市場を創造する。

- 新製品“ReFace”他、健康、安全を実現する機能製品を軸に、エンドユーザーを中心とした新規顧客を開拓し、「和室」ビジネスから「空間」ビジネスへ転換
 - ▶ 新商品を投入、展示会やダイレクトメールなど積極的なプロモーション活動の展開を通じて新しい床材の販売に注力
 - ▶ 一般住宅、介護施設、宿泊施設等のリフォーム市場や、リネン業者など畳店以外の顧客に向け、新プロモーションを展開し、新しい商流を開拓

(新商品)
第3世代の畳表
“ReFace”

「洗練されたデザインと機能性を追求した新しい畳」



3. セグメント別事業戦略

■ アパレル資材事業

商品、情報、物流等、アパレル業界に関連したサービスを通じて、人々の快適、健康、安全のためのソリューションを提供し、継続的に成長できる社会的貢献度の高い企業となる。

(国内単体)

- 安全衣料分野の市場開拓を進め、エンドユーザー向けに最終製品を販売する事業転換を実行
- 副資材営業は選択と集中を進め、収益性の高いビジネスを強化

(国内・海外連結子会社)

- 中国国内では、日系アパレルメーカーや商社向け販売のほか、高機能、高品質で、ファッション性の高い商品の開発や、提案力の強化、OEM生産の受注に注力し、欧米中韓アパレルメーカーの中国国内需要も取り込むことで、中国での販売を拡大
- 国内では、医療、食品、介護用白衣の分野における副資材や、各種ユニフォーム向けの資材パックの販売を強化

3. セグメント別事業戦略

■ その他の実施施策

- マスクの国内生産をはじめとした新事業の創造
- 改正会社法を踏まえたガバナンス体制の充実と、コンプライアンスの周知徹底・強化
- 新人事制度定着による人材育成の強化
- 多様な働き方、女性活躍、健康経営の実践による、健康、安全レベルの向上
- プロセス改革による営業、業務活動のデジタル化推進
- 情報セキュリティの強化

(主な投資計画)

- 日本製マスクの生産拠点及び設備の整備
- 物流・在庫管理のICT化
- 業務プロセス効率化



4. 新型コロナウイルス感染症拡大への対応

<需要> 防護服需要は、短期的に急拡大

- 新型コロナウイルス対応を行う官公庁、医療機関等の需要が急増
- 大手製造業、商社等海外に支店を持つ企業から、支援物資としての需要が発生
- 一般産業(原子力発電所、清掃工場、メンテナンス、製造業等)において、供給不足に備えた需要が発生

<供給> 世界中で製品の困り込みが発生

- 防護服、マスク等需要急拡大に伴い、不織布等原材料が高騰
製品価格は一時的に3倍～5倍へ上昇
- 中国等の都市封鎖、人の移動制限により、生産工場が停止
- 欧米、アジアで輸出規制等が発動、防護服、マスク等輸入が大幅に遅れ

<課題> 感染症等、世界的な緊急事態に備えた供給体制

<対策> 原材料調達、生産網等の国内外サプライチェーンの見直し

- 日本国内の原材料、製品在庫水準を見直し
- 日本国内生産網の再構築、アゼアデザインセンター秋田を中核とした生産網の強化
- 中国生産製品を他国へ分散、中国以外のアジア諸国等へ生産国を分散検討

5. アゼアスデザインセンター秋田 設備投資計画

■ 目的

サプライチェーン対策として、日本国内の生産体制を強化することで安定的な供給を目指し、防護服、マスクの需要に対する社会的な要請に対応

■ 設備投資の概要

- 所在地 秋田県大仙市戸地谷字大和田 176-1
- 内容 建物設備増設、防護服・衛生マスク生産設備
建物増床面積：約 2,500 m²（予定）
協力工場を含めた生産体制を整備のうえ、将来的には国内生産の権限をアゼアスデザインセンター秋田に移管し、マザー工場としての機能を一層強化する計画
- 設備投資の額 約 7 億円程度（予定）
- 稼働開始時期 2022 年 5 月（予定）
 - * 許認可の承認時期により着工、稼働の予定が変更になる可能性あり投資資金については、自治体等の補助金を申請予定

6. サステナビリティへの対応

■ サステナビリティ経営の推進: 持続的成長を実現する強固な経営基盤の構築

- サプライチェーンの多様化による調達機能の強化
- 「安全・防護・健康・快適」をドメインとする「社会の安全・安心を実現する」事業ポートフォリオへの転換
- 経営を支える人材の育成と体制の整備

■ SDGsへの取り組み

- 安全・防護システムで人と環境を守ります

「安全・防護システムで、人と環境を守る」ことは、アゼアス株式会社のミッションであり、防護服・環境資機材事業は、当社の戦略的中核事業です。



- 健康・快適な生活の実現に貢献します

環境問題や気候変動対策に取り組む製品、ヘルスケア分野の製品に事業領域を拡大し、「健康・快適」な生活の実現に貢献します。



- アゼアスの特性を活かした社会貢献に取り組みます

取り扱う商品や経営資源を活かして、自発的な社会貢献活動に取り組みます。



- アゼアス健康経営宣言・子育てサポート企業

社員一人ひとりの人権を尊重するとともに、社員の健康が、企業の発展と社会への貢献につながると考え、健康経営宣言を行いました。また、社員全員が働きやすい環境をつくり、仕事と子育てを両立すれば、女性の参画が進み、全ての社員がその能力を十分に発揮できます。一般事業主行動計画で目標を掲げました。



6. 中期経営計画2年目(2021年5月~2022年4月)年次計画

■ 事業方針

- | | |
|---------------------------|--|
| ① 防護服、マスクの国内サプライチェーン網を再構築 | ・ 防護服の国内供給能力を大幅に増強
・ マスクの国内生産を新規開始
・ 品質管理部新設 |
| ② ソリューションの深化とイノベーション実践 | ・ 個人防護具、関連資材、設備の「ハード」と、安全・防護のシステムやノウハウの「ソフト」のを提供する、複合の営業体へ |
| ③ 脱商社 | ・ エンドユーザー向けに最終製品を販売するビジネスへ事業転換 |
| ④ 事業ポートフォリオの見直し | ・ 「安全・防護・健康・快適」をドメインとする「社会の安全・安心を実現する事業」構成へ |

■ 各事業の方向性

- 防護服・環境資機材事業
 - ▶ アゼアデザインセンター秋田の設備投資による防護服製造機能強化を基盤に、関連資材の提供とノウハウの提案をセットアップした、独自のソリューションビジネスを深化
 - ▶ リスク予測、危険予知など、リスクを未然に防ぐ安全・防護システムの開発
- 機能性建材事業
 - ▶ 新製品ReFaceを中心に、ユーザーの安全、健康を実現する機能性建材に集中し、ユーザー向けに最終製品を販売するビジネスを一層拡大
 - ▶ 新規販路開拓に注力するとともに、WEBプロモーションによる営業手法を活用
- アパレル資材事業
 - ▶ 新素材を採用した安全対策衣料の展開など、ユーザー向けに最終製品を販売するビジネスへ転換

7. 目標とする経営指標

■ 目標指標

(単位:百万円)

	2020年4月期 (計画策定時)	中期経営目標
売上高	9,941	12,000
経常利益	477	600
ROA(連結)	6.2%	7.0%
ROE(連結)	5.8%	7.0%

※ 新型コロナウイルス感染症の影響は含んでいません。