

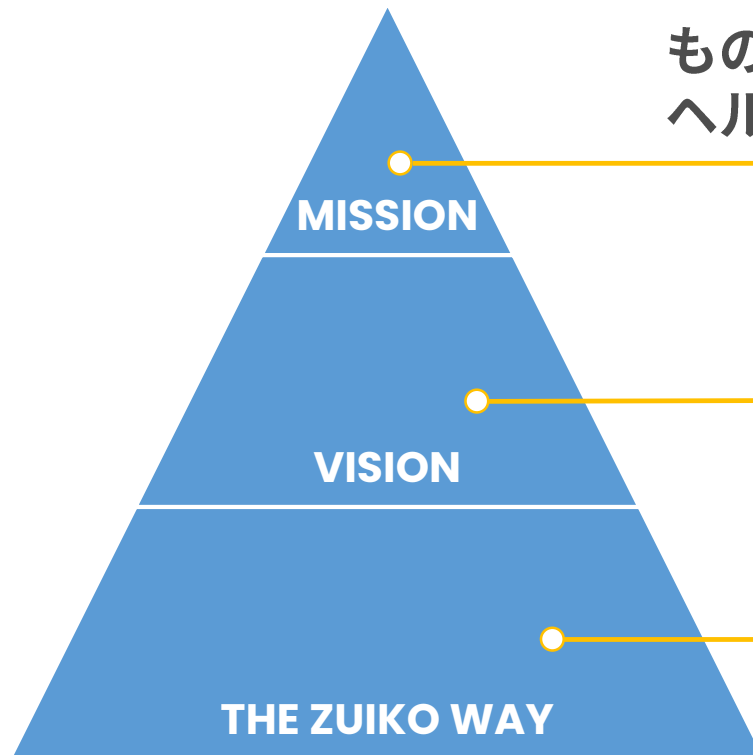
# 第3次中期経営計画

(2024年2月期～2026年2月期)

2023年4月6日



# Make the Impossible Possible



ものづくりのグローバルメーカーとして新しい価値を創造し、ヘルスケア産業の発展と人々の健康・福祉に貢献する

時代を先取りする独創性と技術力でお客さまの期待を超える機械を生み出し、グローバル市場に確固たる地位を築く

- 独創する
- 技術を深める
- 開拓する
- 共生する

持続的な成長と高い収益性を実現できる企業へ

財務目標

売上高：350億円  
営業利益率：10%  
ROE：7.0%

過去最高！

重点戦略Ⅰ

衛生用品製造機械事業  
の収益性向上

海外市場の  
さらなる開拓

製品の  
高付加価値化

コスト競争力  
の向上

重点戦略Ⅱ

社会課題の解決に貢献する  
新規事業への挑戦

メディカル  
事業

リサイクル  
事業

介護事業

その他  
(M&A含む)

重点戦略Ⅲ

持続的な企業価値向上に向けた基盤強化

サステナビリティ

経営体制の強化

DXの推進

1

第2次中期経営計画の振り返り

2

事業環境

3

第3次中期経営計画

1

## 第2次中期経営計画の振り返り

未達

- 第2次中期経営計画の売上目標は達成
- 部材コストの値上がり等による原価率の悪化、研究開発費の増加等が影響し営業利益率、ROEはともに未達成

売上高実績

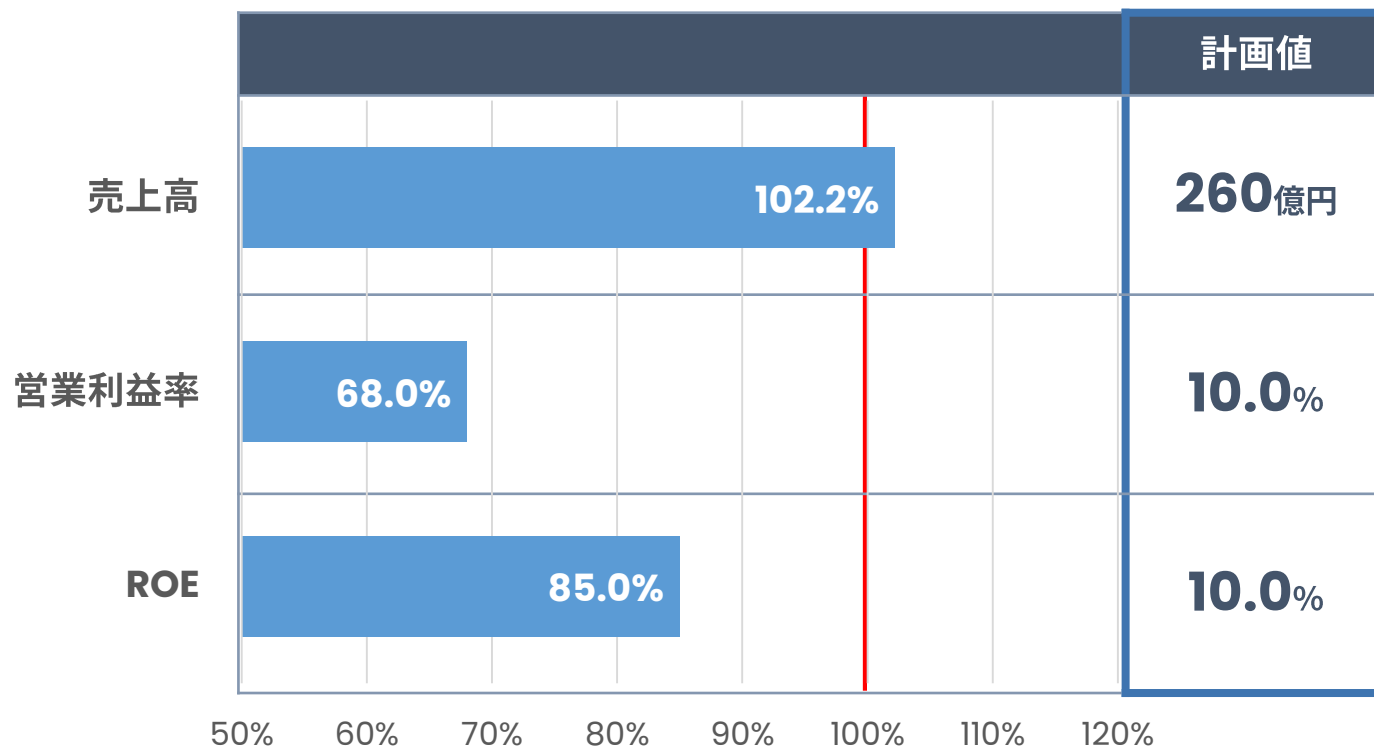
**26,565** 百万円

営業利益率

**6.8** %

ROE

**8.5** %



- コロナ禍の長期化による制約・計画遅れはあったものの、一定レベルの成果は達成。

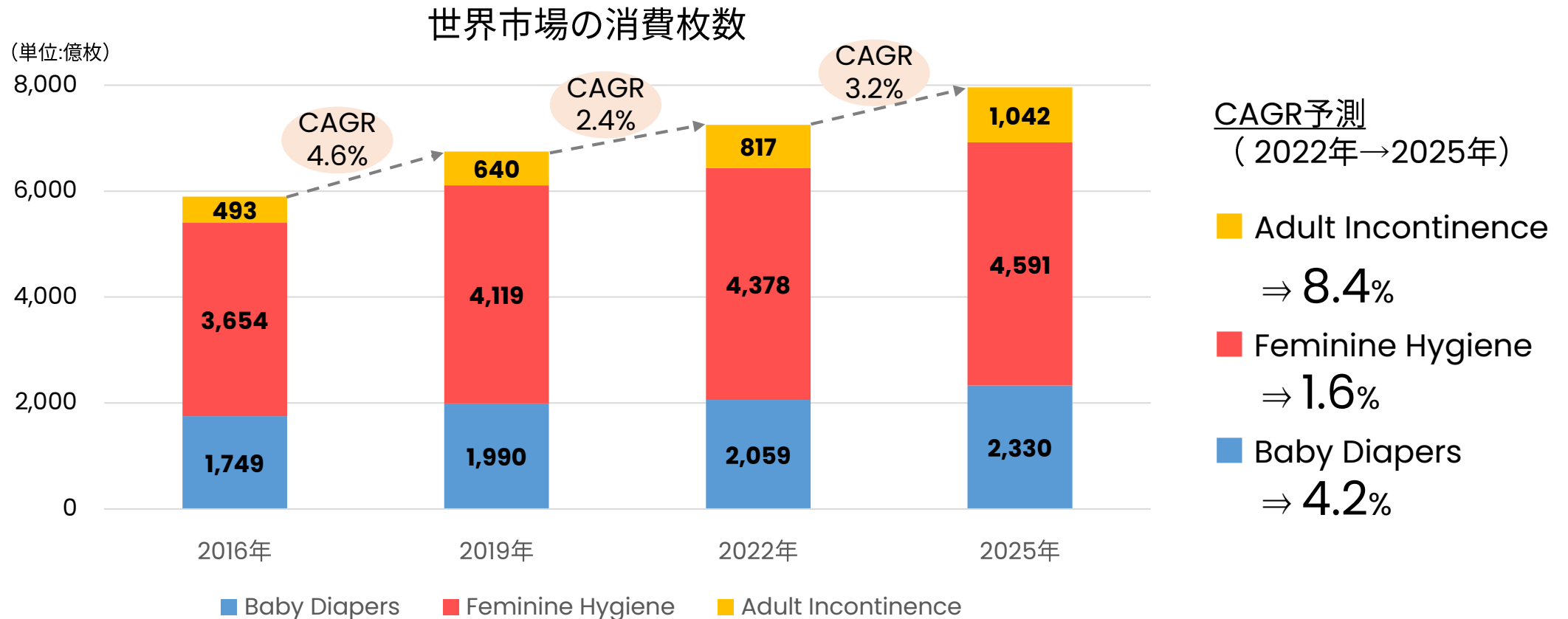
重点施策	成果
新製品・新ビジネス	<ul style="list-style-type: none"><li>● 衛生用品製造機械の新コンセプト機 ⇒目標であった2022年2月期には未完成も、2023年に完成。 (ZUIKO MODULAR SYSTEM)</li><li>● マスク加工機の開発 ⇒開発完了、2021年より納入開始。</li><li>● アジアエリアの拡販・アフリカエリアへの進出 ⇒コロナ禍の影響により不調</li></ul>
新マザー工場	<ul style="list-style-type: none"><li>● 2021年11月に新本社工場への移転完了 ✓ 大阪府下に分散していた生産工場を集約、物流効率の向上</li></ul>
新生産統合システム	<ul style="list-style-type: none"><li>● 新生産管理システムへの移行完了</li></ul>
新しい組織・働き方	<ul style="list-style-type: none"><li>● 2021年5月にCI（企業理念およびロゴデザイン）を刷新</li><li>● 組織のフラット化による意思決定の迅速化</li><li>● 社員サーベイの定期実施、人事制度の見直し</li></ul>

2

事業環境



- 衛生用品（子供用紙おむつ、女性用生理用品、大人用失禁用品）の消費量は緩やかな拡大が見込まれる。
- Adultは高い成長率が期待できるが市場規模はBaby・Feminineと比較してまだ小さい。



## 強み

- ✓ 日系衛生用品メーカーへの圧倒的な実績、高いリピート率
- ✓ 顧客ニーズに最適化した専用設計
- ✓ 肌ざわりや漏れにくさ、デザイン等の品質を適える技術力

## 弱み

- ✓ 売上のほとんどが日本・アジア地域に集中
- ✓ 高性能であるが高価格（価格競争力が低い）
- ✓ 顧客ごとに専用機を個別に設計・開発するため原価率が高い（量産効果が出にくい）

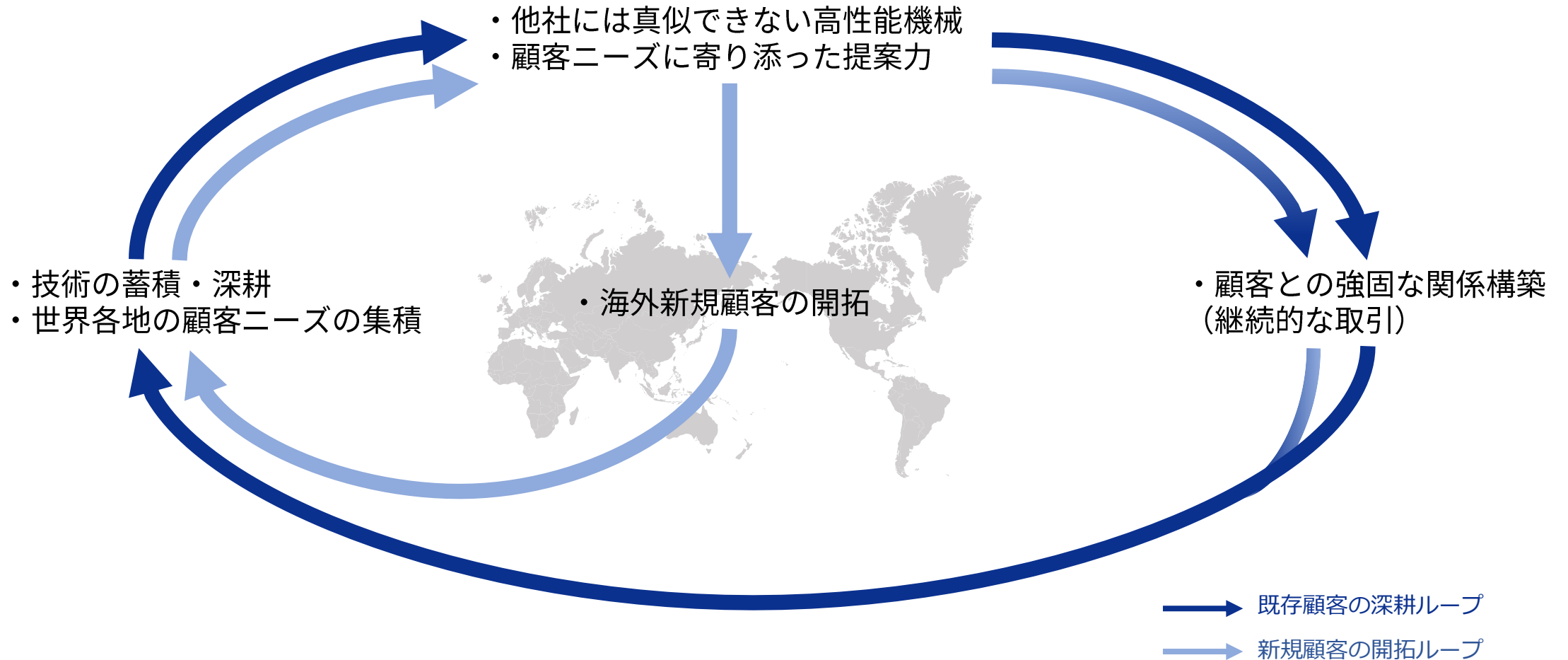
## 機会

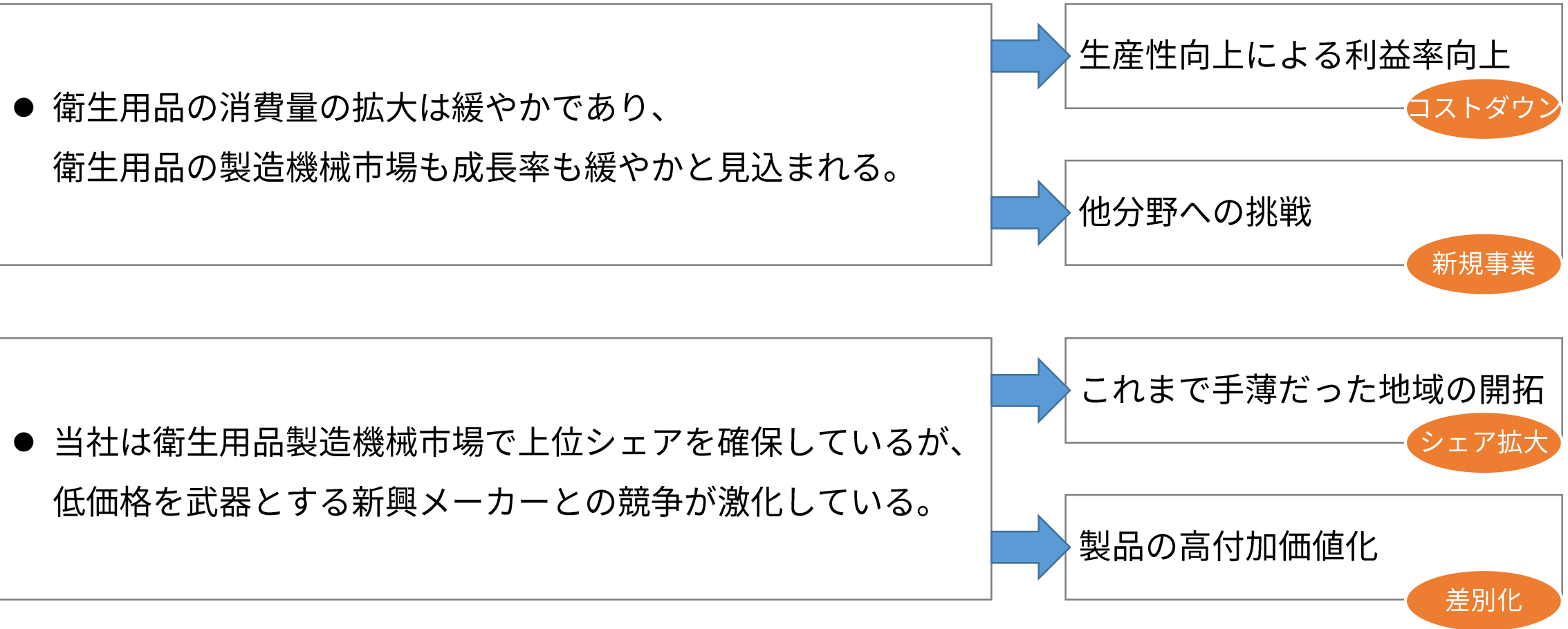
- ✓ 新興国での衛生用品の使用率向上
- ✓ インド・アフリカの所得水準の上昇による高性能機へのシフト可能性
- ✓ 日本・中国での高齢化による大人用紙おむつの需要拡大

## 脅威

- ✓ 中国等の低価格な汎用機メーカーの台頭
- ✓ 日本・中国での少子化による子ども用紙おむつの需要縮小
- ✓ 地政学的リスク
- ✓ 使い捨て衛生製品に対する環境配慮の高まり

- 世界各地の受注ニーズや最新動向を踏まえて、顧客のニーズに最適化した専用設計機械を提案。
- 他社の追随を許さない高い技術力により、品質を重視する顧客のリピート受注を獲得。





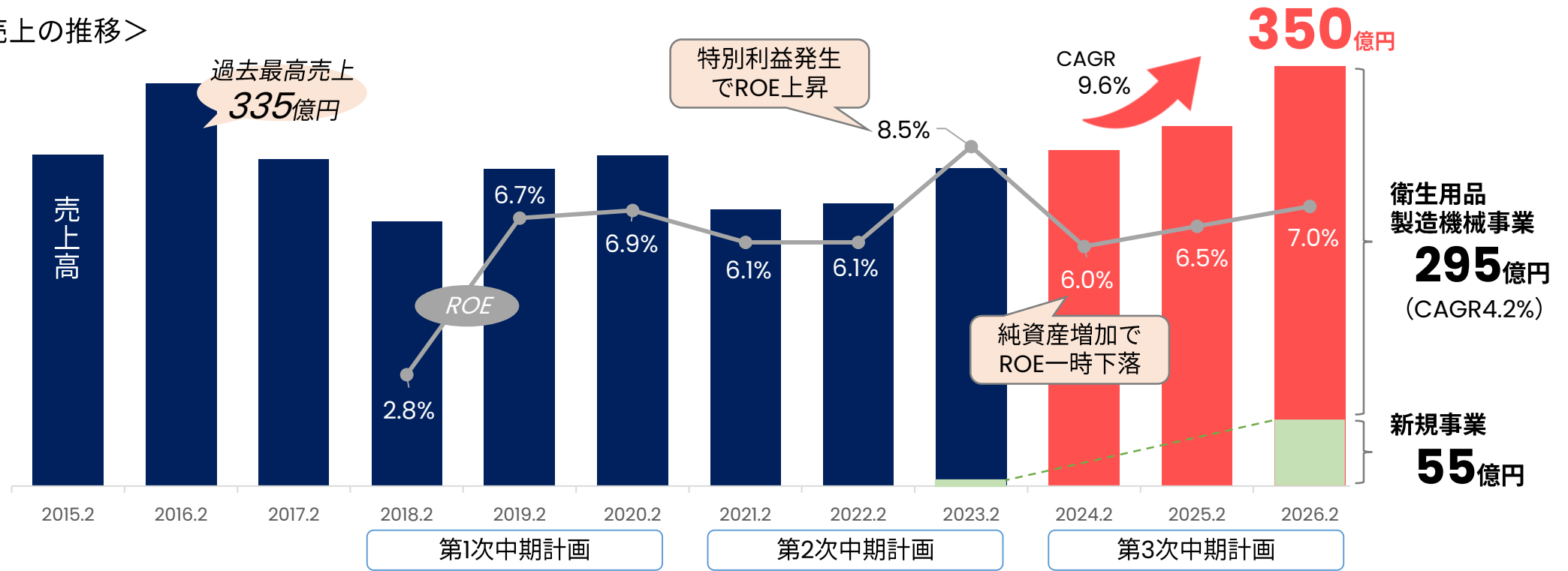
3

## 第3次中期経営計画

- I 衛生用品製造機械事業の収益性向上
- II 社会課題の解決に貢献する新規事業への挑戦
- III 持続的な企業価値向上に向けた基盤強化

- 衛生用品製造機械事業のシェア拡大及び新規事業の伸長により連結売上高350億円を目指す。
- 収益力の向上により営業利益率10%を目指す。

＜売上の推移＞

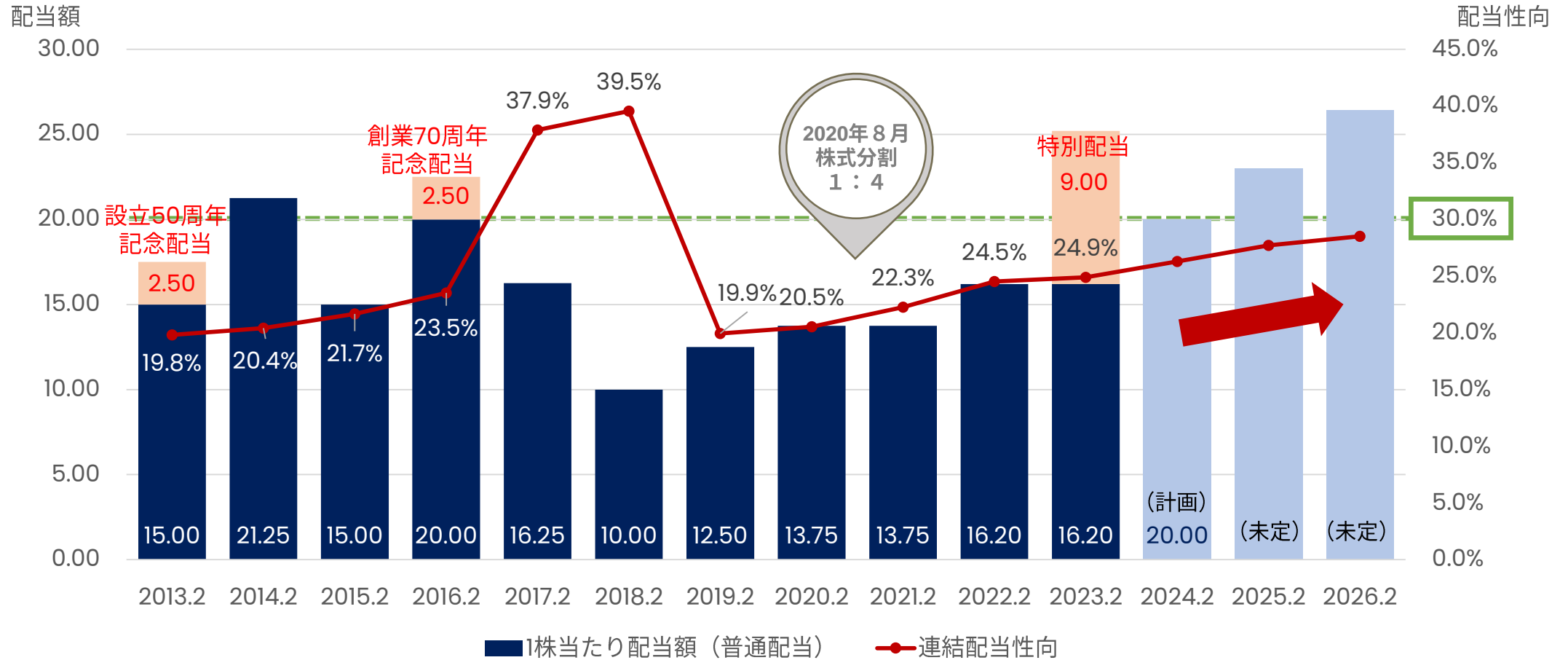


	2018.2	2019.2	2020.2	2021.2	2022.2	2023.2	2024.2	2025.2	2026.2
連結売上高 (億円)	220	264	276	230	235	265	280	300	350
営業利益率 (%)	3.0	7.9	8.8	8.2	9.1	6.8	10.0	10.0	10.0
ROE (%)	2.8	6.7	6.9	6.1	6.1	8.5	6.0	6.5	7.0

# 株主還元方針



- 連結配当性向30%を目標に、安定的かつ継続的な成長を目指す。
- 2023年2月期より、配当に加えて株主優待も開始。



(注) 2020年8月に実施した株式分割 (1株→4株) を考慮して、配当金額の修正を行っております。  
(2011.2~2020.2の年間配当額及び記念配当金、2021.2の中間配当)





## I. 衛生用品製造機械事業の 収益性向上

- ① 海外市場のさらなる開拓
- ② 製品の高付加価値化
- ③ コスト競争力の向上



## II. 社会課題の解決に貢献する 新規事業への挑戦

- ① メディカル事業
- ② リサイクル事業
- ③ 介護事業
- ④ DX関連事業
- ⑤ 金属加工事業
- ⑥ その他



## III. 持続的な企業価値向上に 向けた基盤強化

- ① サステナビリティ
- ② 経営体制の強化
- ③ DXによる業務革新



## I. 衛生用品製造機械事業の 収益性向上

- ① 海外市場のさらなる開拓
- ② 製品の高付加価値化
- ③ コスト競争力の向上



## II. 社会課題の解決に貢献する 新規事業への挑戦

- ① メディカル事業
- ② リサイクル事業
- ③ 介護事業
- ④ DX関連事業
- ⑤ 金属加工事業
- ⑥ その他



## III. 持続的な企業価値向上に 向けた基盤強化

- ① サステナビリティ
- ② 経営体制の強化
- ③ DXによる業務変革

## 海外市場の さらなる開拓

- 欧州市場での受注拡大  
⇒瑞光ヨーロッパの売上目標**10**億円
- インド市場での受注拡大  
⇒インドでの売上目標**50**億円
- アフリカ市場への進出準備

## 製品の 高付加価値化

- ターンキーソリューション  
加工機だけでなく、付帯設備の全てをZUIKOブランド化  
鍵を回すだけで、設備を稼動開始できる状態で納品へ
- 製品の省エネ・材料効率up  
顧客の省エネルギー、材料効率upを実現する機械の強化

## コスト競争力 の向上

- 生産工場集約による生産性向上、物流効率の向上
- 内製比率の拡大によるコストダウン
- 工番ごとの採算管理体制の強化





## I. 衛生用品製造機械事業の 収益性向上

- ① 海外市場のさらなる開拓
- ② 製品の高付加価値化
- ③ コスト競争力の向上



## II. 社会課題の解決に貢献する 新規事業への挑戦

- ① メディカル事業
- ② リサイクル事業
- ③ 介護事業
- ④ DX関連事業
- ⑤ 金属加工事業
- ⑥ その他



## III. 持続的な企業価値向上 に向けた基盤強化

- ① サステナビリティ
- ② 経営体制の強化
- ③ DXによる業務変革

売上目標 **20**億円

## メディカル事業

- 創傷ケア商品  
常備薬的な位置づけとして、受注・収益構造を安定化



- ヘルスケア商品  
創傷被覆材やマスクに続く新しい商材・サービスの開発強化



**NEW**

売上目標 **10**億円

## リサイクル事業

- 使用済み紙おむつ燃料化装置
  - 国内では、産廃業者、地方自治体、病院・介護施設、保育所、製紙会社・リネン工場などに積極的に販売
  - グローバル展開を見据えた装置の改良  
処理容量・速度の向上、CEマーク取得、高効率なボイラーシステム開発etc.
  - 海外での販売

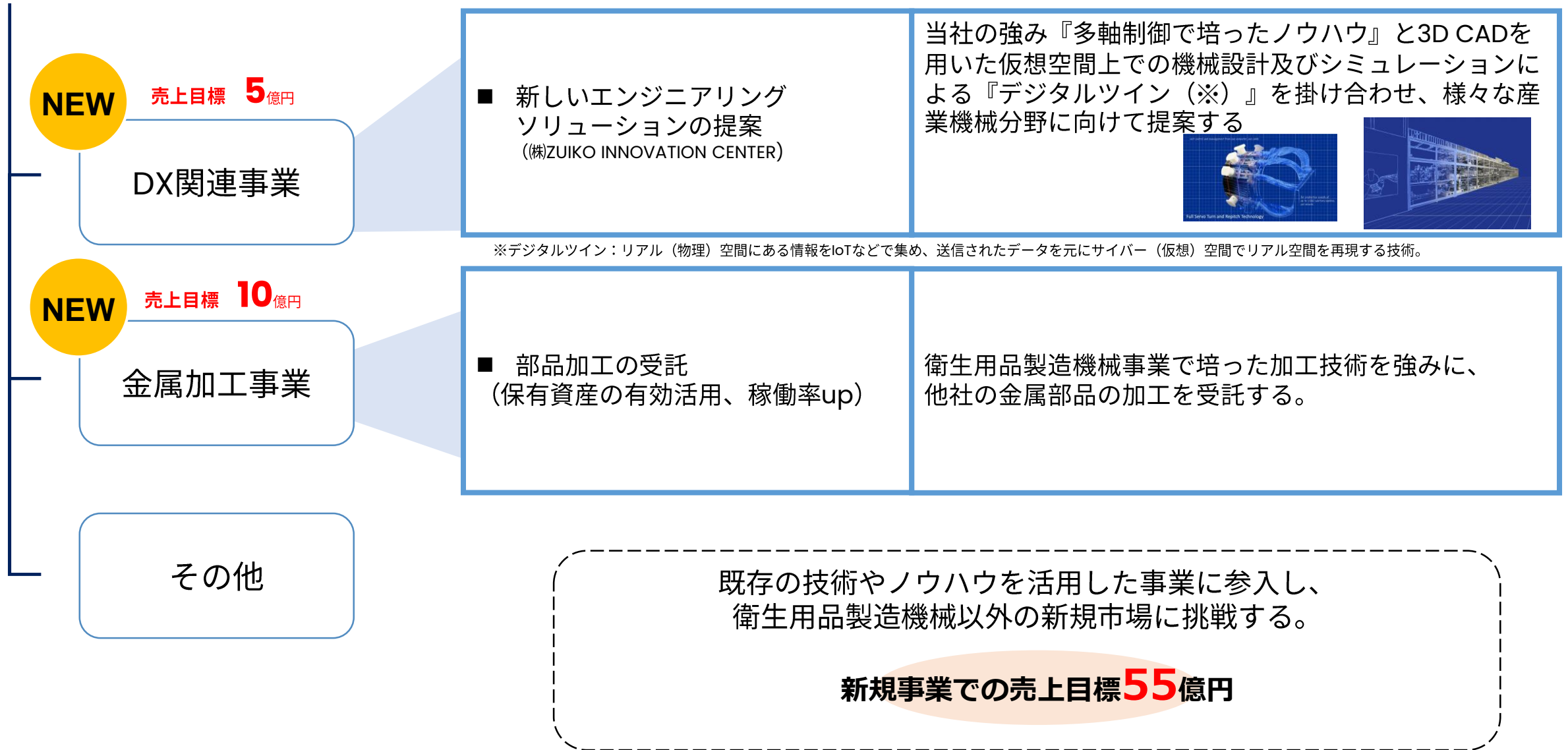
**NEW**

売上目標 **10**億円

## 介護事業

- 排泄ケア商品
  - 自動排泄処理装置、専用おむつの販売  
国内・海外での展開





※デジタルツイン：リアル（物理）空間にある情報をIoTなどで集め、送信されたデータを元にサイバー（仮想）空間でリアル空間を再現する技術。



## I. 衛生用品製造機械事業の 収益性向上

- ① 海外市場のさらなる開拓
- ② 製品の高付加価値化
- ③ コスト競争力の向上



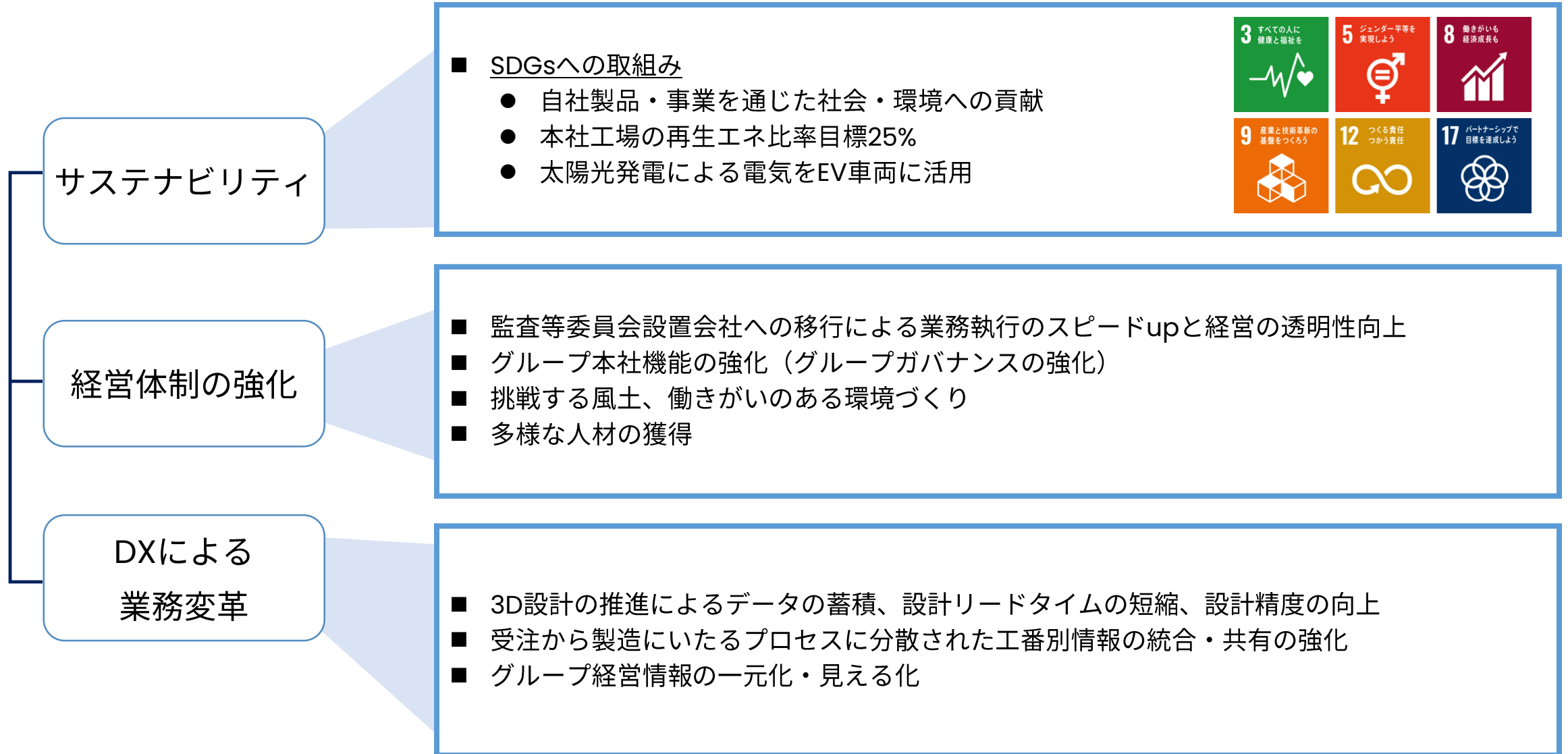
## II. 社会課題の解決に貢献する 新規事業への挑戦

- ① メディカル事業
- ② リサイクル事業
- ③ 介護事業
- ④ DX関連事業
- ⑤ 金属加工事業
- ⑥ その他



## III. 持続的な企業価値向上 に向けた基盤強化

- ① サステナビリティ
- ② 経営体制の強化
- ③ DXによる業務変革







## IRに関するお問い合わせ先

株式会社瑞光 経営戦略部

電話:072-648-2215

e-mail: [ir-contractus@zuiko.co.jp](mailto:ir-contractus@zuiko.co.jp)

本資料に掲載している将来予測に関する情報は、当社が現時点で合理的と判断する一定の前提に基づいています。そのため、実際の結果と大きく異なったり、予告なしに変更される可能性があります。