



2023年8月31日

各 位

会社名 株式会社ツインバード
代表者名 代表取締役社長 野水 重明
(コード番号 6897 東証スタンダード)
問合せ先 取締役企画管理本部本部長 渡邊 桂三
(TEL 0256-92-6111)

長期ビジョン「VISION 2030」及び 新中期経営計画(2023-2025) の策定に関するお知らせ

当社は、長期ビジョン「VISION 2030」及び新中期経営計画(2023-2025)を策定いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 前中期経営計画(2020-2022)の振り返り

前中期経営計画(2020-2022)では、「事業構造を筋肉質に転換し、強化した財務体質を活用して収益事業で成長を目指す」という基本戦略を掲げ、TWINBIRDブランドの価値向上、経営品質の向上、成長事業の進展に取り組んでまいりました。

家電製品事業では、既存製品を大胆に絞り込みながら高付加価値の新製品を投入し、商品ミックスの最適化と原価低減を実行した結果、売上総利益率は改善したものの、最終年度におきましては急激な外部環境の変化もあり、売上高は減少いたしました。

FPSC事業では、ワクチン運搬庫の大型受注の収益獲得により、利益計画の早期達成に貢献いたしました。しかしながら、リフレッシュサービスや海外ODAを通じた輸出を継続しているものの、出荷台数はピークアウトしています。従来から取り組んできた主要4分野(医薬・計測・エネルギー・食品)においては、売上高は微増となっております。

財務面では、エクイティファイナンスの実行により向上した財務安全性をテコに、将来の事業拡大のため、商品開発投資・広告投資・DX投資等の戦略的投資を継続しておりますが、現時点では投資が先行しており、投資効果の刈り取りに課題を残す結果となりました。

2. 長期ビジョン「VISION 2030」について

こうした振り返りを踏まえ、上場企業としての原点に立ち返り、ステークホルダーズの皆様のご期待にお応えし続けるため、3カ年の中期経営計画のみならず、2030年に向かって長期ビジョン「VISION2030」を策定しました。「お客様満足No.1」のその先へ～燕三条発のイノベーションで、世界中の人々に持続可能な幸せを提供するブランドになる～を目指します。

3. 新中期経営計画(2023-2025)の策定にあたり

私たちの強みは、300人の小さな組織でありながら、自社工場を含む「フルセットのバリューチェーン」を有しており、加えて様々な「パートナー企業との共創を行う柔軟さ」を併せ持っていることです。新中期経営計画(2023-2025)では、需要の大きな生活必需品カテゴリーに、ツインバードの

独自性あふれる製品を、小型から中型までのラインナップで拡充いたします。このため、積極的な新商品開発投資を実行します。さらに、このユニークなバリューチェーンを顧客起点で仕組み化することにより、事業拡大のフレームワークを構築いたします。

引き続き、株式会社ツインバードに対するご支援・ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

4. 新中期経営計画（2023-2025） 最終年度（2025年度） 数値目標

	2025年度 (2026年2月期) 目標値	参考：2022年度 (2023年2月期) 実績（連結）	2022年度比
売上高	150億円	109億円	+37.2%
営業利益	8億円	0.4億円	20倍
営業利益率	5.3%	0.4%	+4.9pt
ROE（自己資本利益率）	5.0%以上	0.8%	+4.2pt 以上
DOE（純資産配当率）	1.8%以上	1.7%	+0.1pt 以上
PBR（株価純資産倍率）	1.0倍以上		

（注）本計画に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値や施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

以上

株式会社ツインバード

証券コード：6897



長期ビジョン VISION 2030
新中期経営計画 2023-2025

2023年8月31日

目次

- I. 代表取締役社長 挨拶
- II. VISION 2030 ～長期ビジョン～
- III. 新中期経営計画 2023-2025
 - 1. 前 中期経営計画2020-2022の振り返り
 - 2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
 - 3. 家電製品事業の戦略方針と実行計画
 - 4. FPSC事業の戦略方針と実行計画
 - 5. 投資計画と資本政策
 - 6. ESG方針

Ⅰ. 代表取締役社長 挨拶

代表取締役社長 挨拶

●前中期経営計画（2020-2022）の振り返り

前中期経営計画（2020-2022）では、「事業構造を筋肉質に転換し、強化した財務体質を活用して収益事業で成長を目指す」という基本戦略を掲げ、TWINBIRDブランドの価値向上、経営品質の向上、成長事業の進展に取り組んでまいりました。

家電製品事業では、既存製品を大胆に絞り込みながら高付加価値の新製品を投入し、商品ミックスの最適化と原価低減を実行した結果、売上総利益率は改善したものの、最終年度におきましては急激な外部環境の変化もあり、売上高は減少いたしました。

FPSC事業では、ワクチン運搬庫の大型受注の収益獲得により、利益計画の早期達成に貢献いたしました。しかしながら、リフレッシュサービスや海外ODAを通じた輸出を継続しているものの、出荷台数はピークアウトしています。従来から取り組んできた主要4分野（医薬・計測・エネルギー・食品）においては、売上高は微増となっております。

財務面では、エクイティファイナンスの実行により向上した財務安全性をテコに、将来の事業拡大のため、商品開発投資・広告投資・DX投資等の戦略的投資を継続しておりますが、現時点では投資が先行しており、投資効果の刈り取りに課題を残す結果となりました。

●長期ビジョン「VISION2030」について

こうした振り返りを踏まえ、上場企業としての原点に立ち返り、ステークホルダーズの皆様のご期待にお応えし続けるため、3ヵ年の中期経営計画のみならず、2030年に向かって長期ビジョンVISION2030を策定しました。「お客様満足No.1」のその先へ～燕三条発のイノベーションで、世界中の人々に持続可能な幸せを提供するブランドになる～を目指します。

●新中期経営計画（2023-2025）の策定にあたり

私たちの強みは、300人の小さな組織でありながら、自社工場を含む「フルセットのバリューチェーン」を有しており、加えて様々な「パートナー企業との共創を行う柔軟さ」を併せ持っていることです。新中期経営計画（2023-2025）では、需要の大きな生活必需品カテゴリーに、ツインバードの独自性あふれる製品を、小型から中型までのラインナップで拡充いたします。このため、積極的な新商品開発投資を実行します。さらに、このユニークなバリューチェーンを顧客起点で仕組み化することにより、事業拡大のフレームワークを構築いたします。

引き続き、株式会社ツインバードに対するご支援・ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2023年8月31日

株式会社ツインバード 代表取締役社長 野水 重明

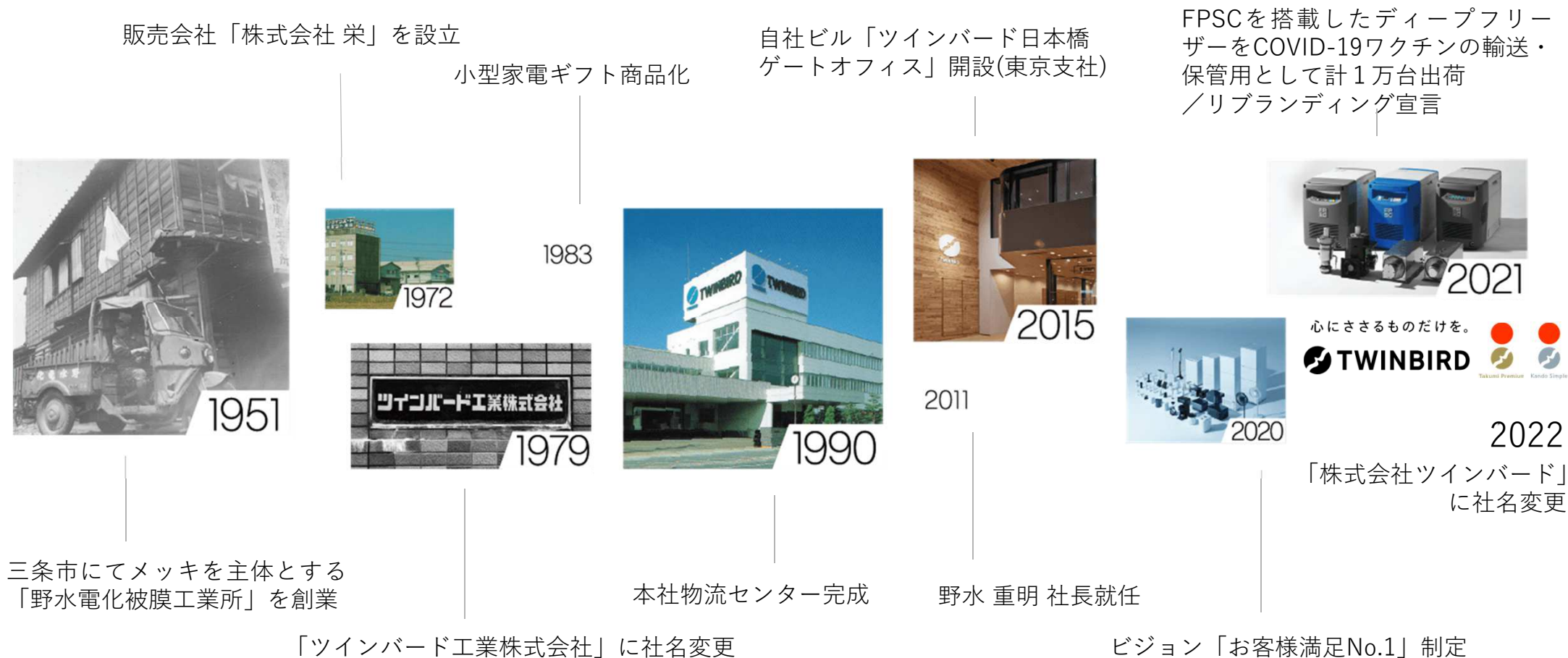
II . VISION 2030

～長期ビジョン～

2030年の社会変化

2030年の社会変化		機会と脅威
政治・規制動向 Political/Legal	<ul style="list-style-type: none">地政学リスクの高まり消費増税による国内個人消費の収縮先進国を中心に脱炭素への動きが加速	<ul style="list-style-type: none">グローバルサプライチェーン断絶リスクの顕在化国内家電市場の競争が激化家庭用・産業用省エネ機器の需要拡大
経済動向 Economical	<ul style="list-style-type: none">経済・金融の混乱単身・少人数世帯が増加消費の中心が団塊ジュニア世代に世界白物家電市場が9.2%成長	<ul style="list-style-type: none">為替変動リスクの高まり顧客嗜好の変化海外家電市場に向けた商品の開発と販路開拓
社会・文化動向 Social/Cultural	<ul style="list-style-type: none">国内生産年齢人口が2022年比8.7%減エシカル消費が拡大	<ul style="list-style-type: none">DXによる生産性の向上と経営のスリム化脱プラ・脱炭素の要請に応じた製品の開発
技術動向 Technological	<ul style="list-style-type: none">D2C市場が拡大AR/VRの一般化とメタバースの普及AIを活用した需要予測が一般化	<ul style="list-style-type: none">新たなビジネス機会の創出リアル×デジタルによる顧客体験の進化DXによる在庫のスリム化

ツインバードの歴史



ツインバードの大義

燕三条地域

感動体験

持続的な幸せ

燕三条地域 燕三条 / Shikano River, Sanyo, Niigata
37°29'23.0"N 139°51'25.0"E



燕三条地域 燕三条 / Rice field, Natsumi no Kaki, Sanyo, Niigata
37°42'50.0"N 139°51'34.0"E



ツインバードが大切にすべき価値観

時代に左右されない

ずっと安心して使える

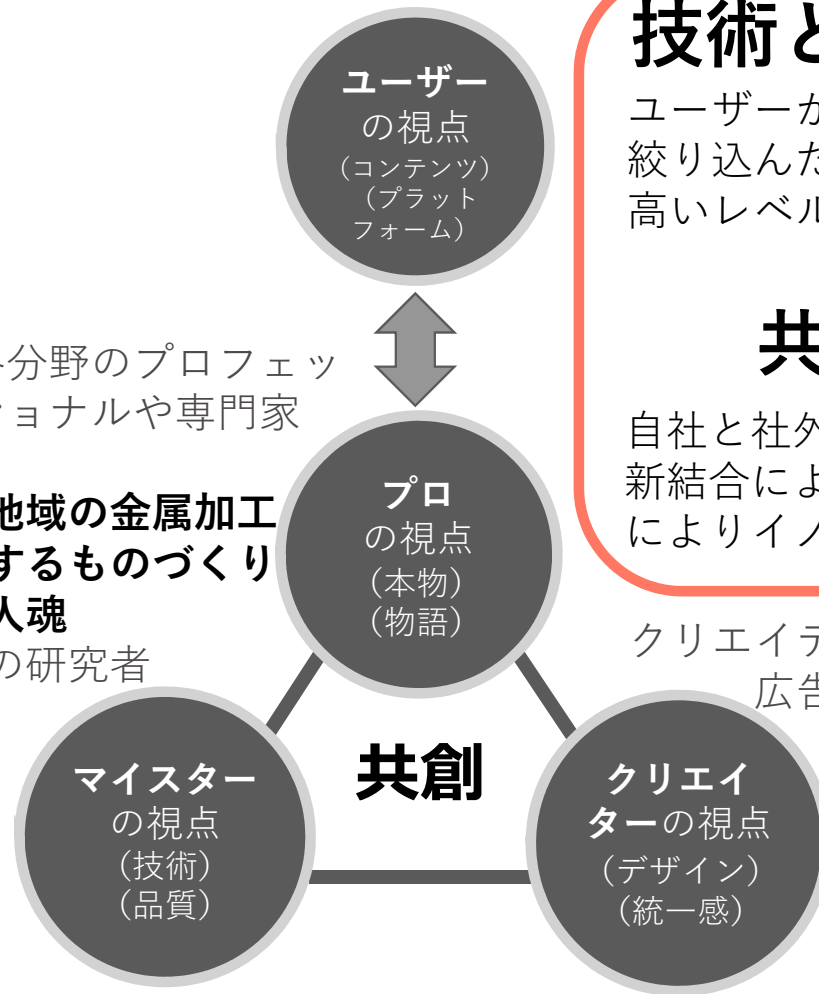
本質的な豊かさ

TWINBIRDの強み - クラフトマンシップと共創の精神



新潟県燕三条地域の金属加工
技術を中心とするものづくり
の生態系と職人魂
大学や研究所の研究者

各分野のプロフェッ
ショナルや専門家



ツインバードの経営理念・パーパスと「VISION 2030」

経営理念

感動と快適さを提供する商品の開発
相互信頼を通じた豊かな関係作り
快活な職場づくりへの参画と社会の発展への寄与
自己の成長と豊かな生活の実現

パーパス

1. 感動と快適さの提供により、人々の「持続可能な幸せ」を創造する
2. 燕三条地域特性を生かした付加価値創造により、地域経済成長を牽引する
3. グローバル視点で活動し、国内外の社会課題を解決する

VISION 2030

「お客様満足No.1」のその先へ
～燕三条発のイノベーションで、世界中の人々に持続可能な幸せを提供するブランドになる～

VISION 2030：家電製品事業

家電製品事業

ブランド投資を結実させ、「熱狂的なファン」100万人を獲得する！

国内市場

- ・ 燕三条発のイノベーションで、お客様の「一番美味しい」「一番快適な」を創造する製品群を提供する
- ・ 家電製品事業で確立したブランド資産をレバレッジし、事業領域を拡大する

海外市場

- ・ 市場環境に合わせて自社ブランドとOEMを使い分け、東アジア市場に加え、経済成長著しい東南アジア市場を開拓する

VISION 2030 : FPSC事業

FPSC事業

世界の人々の健康と、持続可能な社会づくりに貢献する！

- 医療・バイオ分野
- 化学・エネルギー分野
- 計測・環境分野
- 食品・流通分野

- ・ パンデミックで立証されたFPSC冷凍機の高い信頼性を武器に成長するグローバルコールドチェーン市場に向け、低温～超低温までカバーする冷凍庫・冷凍運搬庫を提供する
- ・ 性能担保に必須となる定期保守サービスを事業化する

- 脱炭素への貢献

- ・ 脱炭素に取り組む企業に対し、省電力・低排熱など FPSCエンジンの優れた環境性能を訴求し、既存冷却装置の置き換えを進める

新中期経営計画2023-2025の位置づけ

VISION 2030

「お客様満足No.1」のその先へ

～燕三条発のイノベーションで、世界中の人々に持続可能な幸せを提供するブランドになる～

既存商品点数を半減、商品
ポートフォリオを最適化

HOP

中期経営計画 2020-2022

事業構造を筋肉質に転換
強化した財務体質を活用し
収益事業で成長を目指す

「匠」から「仕組み」へ

STEP

中期経営計画 2023-2025

バリューチェーンの仕組み化と
積極的な新商品開発投資により
成長のフレームワークを作る

非連続な事業成長のフェーズへ

JUMP

中期経営計画 2026-2028

お客様に販売する店舗網を構築し
ツインバードの世界観を表現する
デジタルやM&Aを活用し、グロー
バルにスケールする

2020

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2027

2028

2029

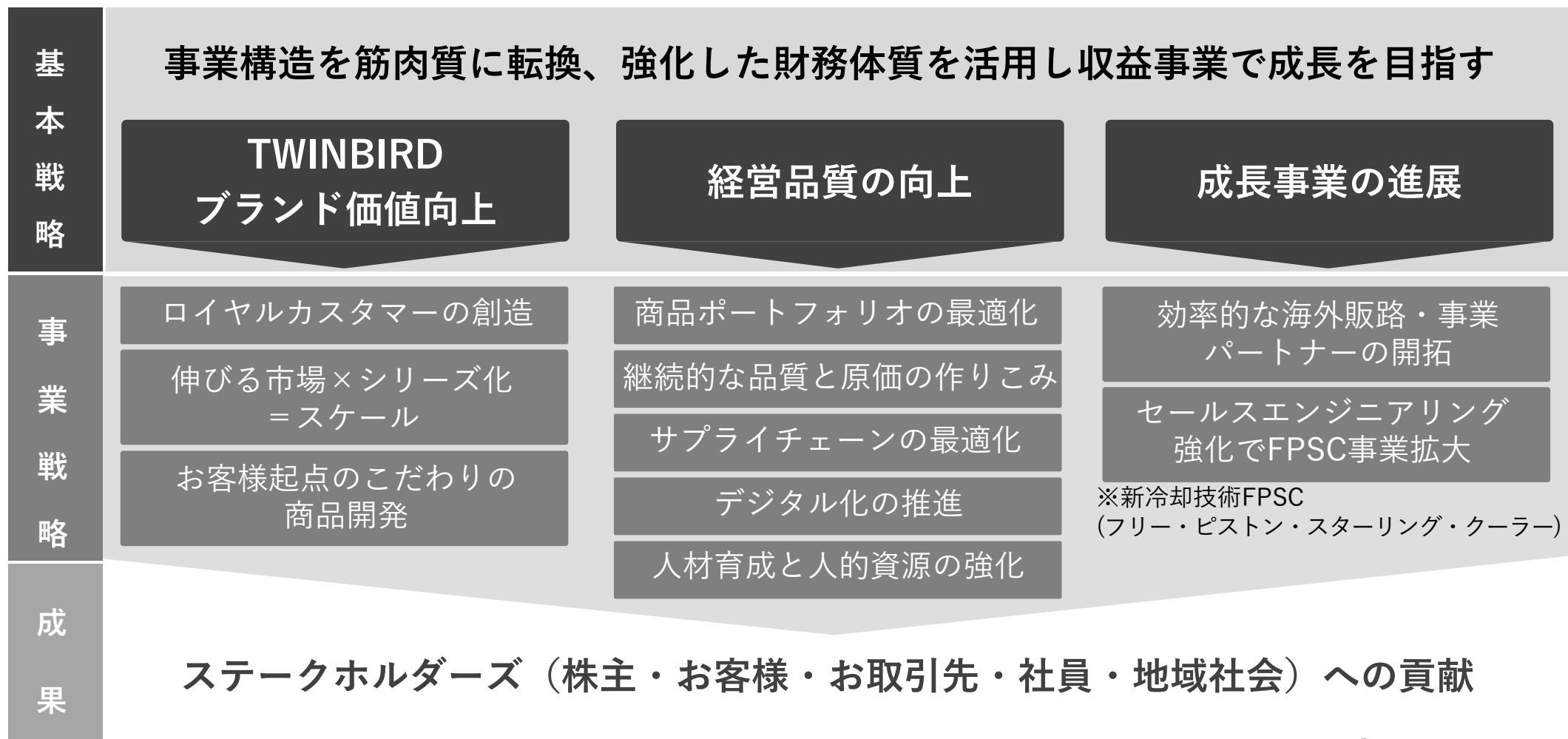
2030

III. 新中期経営計画2023-25

新中期経営計画2023-2025

1. 前 中期経営計画2020-2022の振り返り
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
3. 家電製品事業の戦略方針と実行計画
4. FPSC事業の戦略方針と実行計画
5. 投資計画と資本政策
6. ESG方針

前 中期経営計画2020-2022の骨子：基本戦略・事業戦略



前 中期経営計画2020-2022の振り返り

FPSC事業のワクチン運搬庫の大型受注により、2020年度及び2021年度の業績は目標値を大幅に上回る一方、サプライチェーンの脆弱化や原価高騰等の影響を受けて、2022年度は下期で業績改善も目標未達となる

(百万円)	2020 実績	2020 中計目標	差異	2021 実績	2021 中計目標	差異	2022* 実績	2022* 中計目標	差異
純売上高	12,505	12,200	+305	12,869	12,600	+269	10,930	13,180	△2,250
営業利益	608	250	+358	719	350	+369	40	480	△440
営業利益率	4.9%	2.1%	+2.8pt	5.6%	2.8%	+2.8pt	0.4%	3.6%	△3.2pt
経常利益	484	130	+354	610	230	+380	143	450	△307
当期純利益 (親会社株主帰属)	164	60	+104	419	150	+269	69	300	△231
ROE	2.3%	0.9%	+1.4pt	5.0%	2.3% 以上	+2.7pt	0.8%	4.6% 以上	△3.8pt
自己資本比率	62.2%	59% 程度	+3.2pt	78.2%	60% 程度	+18.2pt	74.5%	62% 程度	+12.5pt

* 2022年度の実績及び中計目標は収益認識会計基準適用後の数値となります

前 中期経営計画2020-2022の振り返り（各事業戦略）

基本方針： 事業構造を筋肉質に転換 強化した財務体質を活用し収益事業で成長を目指す

基本戦略	事業戦略	前 中期経営計画期間における実施状況
TWINBIRD ブランド 価値向上	ロイヤルカスタマーの創造	自社オンラインストア会員数増加も、ロイヤル化は道半ば
	伸びる市場×シリーズ化＝スケール	冷蔵庫・洗濯機など一部の商品カテゴリについてはシリーズ化
	お客様起点のこだわりの商品開発	「匠・感動」新商品を立ち上げも、開発期間が長期化
経営品質の 向上	商品ポートフォリオの最適化	商品点数を半分に削減も、開発効率向上が課題
	継続的な原価と品質の作り込み	原価低減が進捗、商品の高付加価値化により技術難易度向上
	サプライチェーンの最適化	商品絞込みにより効率化が進むも、国内外の製造拠点見直し必要
	デジタル化の推進	管理系システムの投資完了、SCMシステムの要件定義が完了
	人材育成と人的資源の強化	新人事制度の見直しや教育体系の再構築に着手
成長事業の 進展	効率的な海外販路・事業パートナー開拓	従来の東アジア市場に加え東南アジア市場の開拓へ方針設定
	セールスエンジニアリング強化でFPSC事業拡大	国内2,500万人のワクチン接種に貢献し、ODAを通じて海外展開

ブランドプロミス

私たちツインバードは、70年間、
燕三条に根ざしてきた300人の会社です。

1951年メッキ加工業として創業し、1984年から本格的に家電事業を始めました。

小さい会社だからこそ、豊かな自然の中で製品をつくり続けてきたからこそ、
確かに信じられることがあります。

それは、人々を心から感動させ、本当に暮らしを豊かにできるのは、
必要以上の機能を付加したり、毎年のようにモデル変更したりする家電ではなく、
安心できる品質と、ずっと使ってもらえる機能と、タイムレスなデザインをもった
本質的に価値ある家電だということ。

私たちはこの思いを胸に、燕三条の様々な職人たちや各分野の名高い匠とチームを組み、
スペシャルティコーヒー界のレジェンド田口護氏と開発した

「全自動コーヒーマーカー」をはじめとする数々の成果を世に送り出してきました。

また、FPSC量産化の技術開発によって、

「ワクチン運搬庫」や「国際宇宙ステーションの冷凍冷蔵庫」など、

インパクトある社会貢献も実現してきました。

70周年を機に、私たちは自らの信念をより明確に打ち出すため、
2つのブランドラインを立ち上げます。

匠の技をおうちで好きなだけ味わえる、「匠プレミアム」。

本当に必要なものだけがくれる感動と快適を長く提供する、「感動シンプル」。
近い将来、この2つの考え方ですべての商品開発を行なっていきます。

未来へ向けてあらためて、私たちは約束します。

心にささるものだけを。

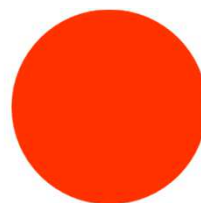
 TWINBIRD

2021年11月 創業70周年 リブランディングを宣言

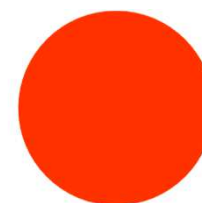
新コーポレートロゴ/ ブランドプロミス発表

2つのブランドラインを立ち上げ

心にささるものだけを。



Takumi Premium



Kando Simple

「匠プレミアム」と「感動シンプル」ブランドライン



Takumi Premium

あの匠の技を、好きなだけ。
「匠プレミアム」



匠の技術・暗黙知を家電の力で具現化する「Takumi Premium」



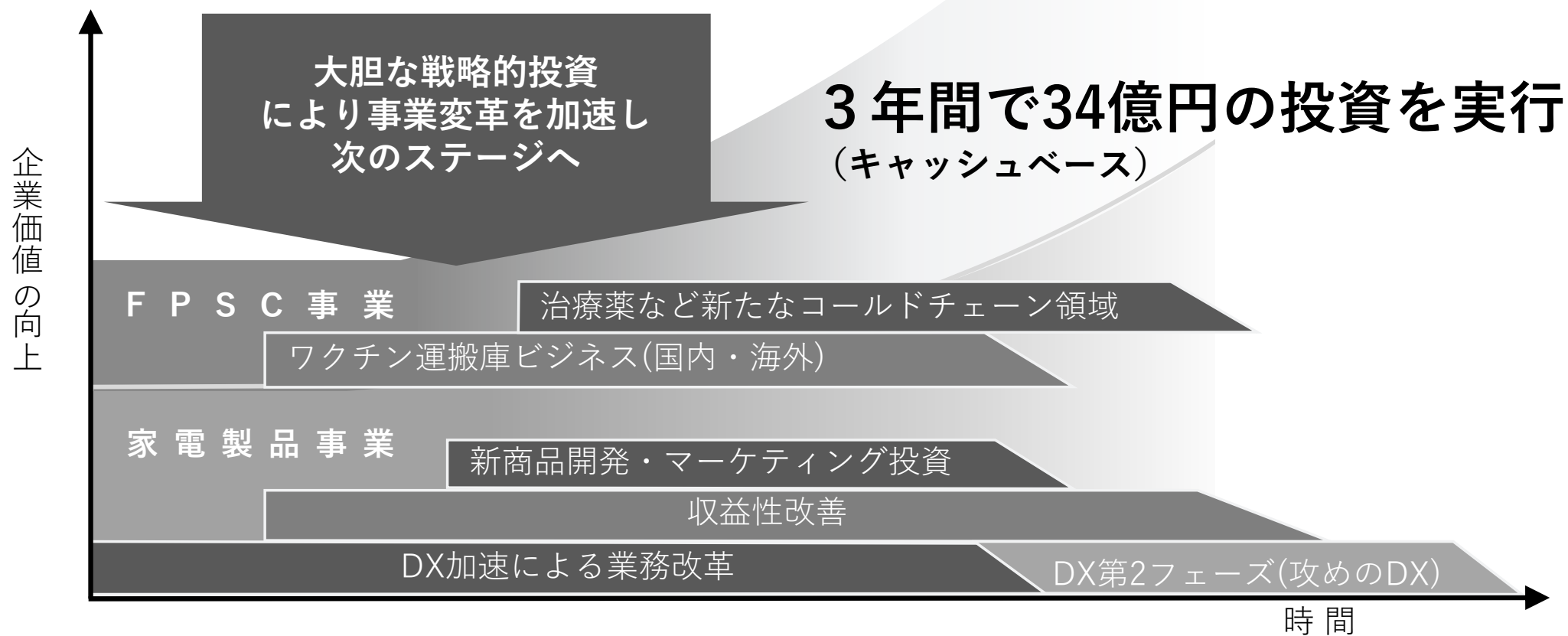
Kando Simple

シンプルって、こんなに豊かだ。
「感動シンプル」



生活者の”不”を最もシンプルな形で解消する「Kando Simple」

戦略的投資の実行（2020年度～2022年度）



新中期経営計画2023-2025

1. 前 中期経営計画2020-2022の振り返り
- 2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子**
3. 家電製品事業の戦略方針と実行計画
4. FPSC事業の戦略方針と実行計画
5. 投資計画と資本政策
6. ESG方針

環境認識（白物家電動向）

・アフターコロナの社会へ

- ✓ 巣ごもり需要の一巡
- ✓ 外出機会の増加やサービス消費へのシフトが見込まれる
- ✓ 規制緩和の中で旺盛なインバウンド需要が見込まれる

・価格上昇を受け消費行動の変化により 高付加価値製品と低価格製品への二極化が進む

- ✓ 原材料・輸送費の高騰により多くの白物家電の販売価格が上昇
買い控えにより販売数量は減少するも、高付加価値製品の底堅い
需要に支えられ、金額ベースでは2年連続で増加する見通し
- ✓ 物価上昇による生活防衛意識の高まりから、消費は高付加価値製
品と低価格製品への二極化が進む
- ✓ 買い替え需要は底堅く推移

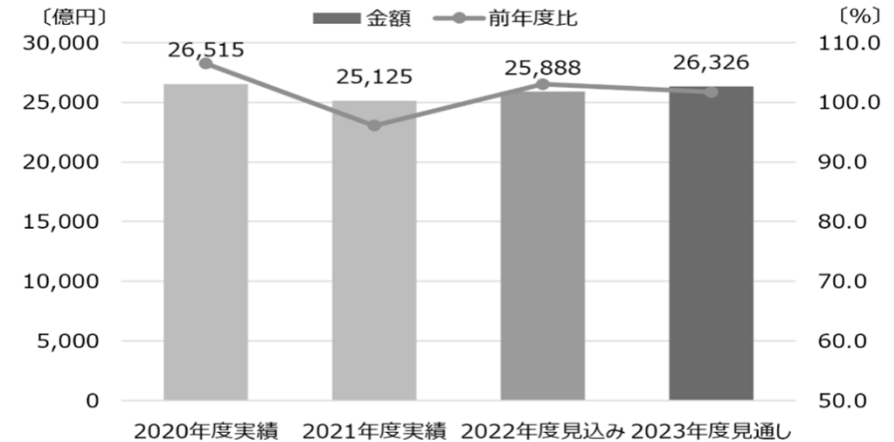
・国内少子高齢化の進展と単独/少人数世帯の増加

- ✓ 今後20年間で世帯数は約5%減る見通しも、単独世帯数は増加傾向
- ✓ 大量生産大量消費からニーズの多様化が進む

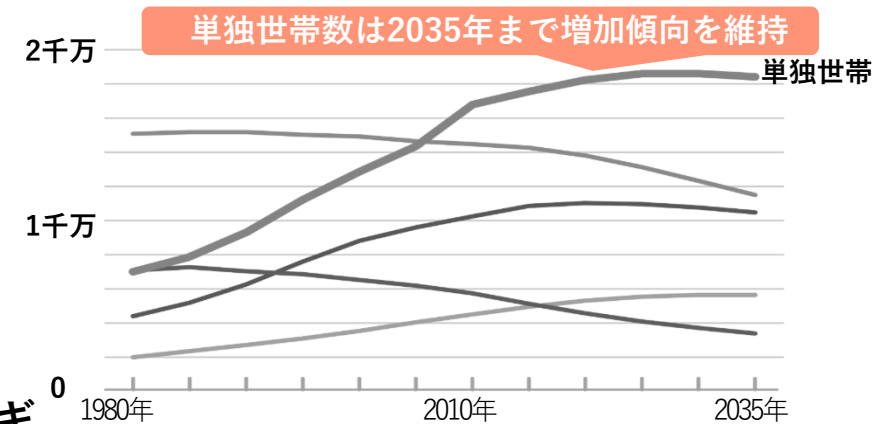
→単独/少人数世帯にフィットする中小型製品のラインナップがカギ

白物家電の出荷金額

出典：日本電機工業会（JEMA）



世帯数の変化と予測



出典：国立社会保障人口問題研究所



新中期経営計画2023-2025の骨子



新中期経営計画2023-2025 最終年度目標

2025

売上高

150億円

(2022年度比 +37.2%)

営業利益

8億円

(2022年度比 20倍)

営業利益率

5.3%

(2022年度比 +4.9 pt)

ROE

5.0%以上

DOE

1.8%以上

PBR

1.0倍以上

新中期経営計画2023-2025

1. 前 中期経営計画2020-2022の振り返り
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
- 3. 家電製品事業の戦略方針と実行計画**
4. FPSC事業の戦略方針と実行計画
5. 投資計画と資本政策
6. ESG方針

家電製品事業：寄り添うお客様

シンプルでこだわりの強い少人数世帯の生活者



家電製品事業：「匠・感動」商品を中心に生活必需品のラインナップ強化

需要の大きな生活必需品カテゴリーに、ツインバードの独自性あふれる製品を小型から中型までのラインナップで拡充する。このため、積極的な新商品開発投資を実行する。

増加する単独・少人数世帯

ターゲットを絞った商品作り

- ・ミニマリズム
- ・趣味やこだわり
- ・SDGsへの共感
- ・良いモノを長く使う
- ・独自のライフスタイル
- ・ブランドより機能優先
- ・値段よりこだわり
- ・ストーリーへの共感



注力カテゴリーのシリーズ化

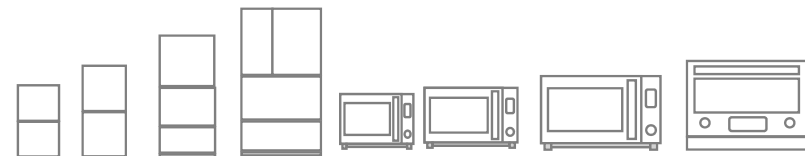
注力カテゴリー

リピートやライフステージごとの買替需要も見込める需要の大きな生活必需品

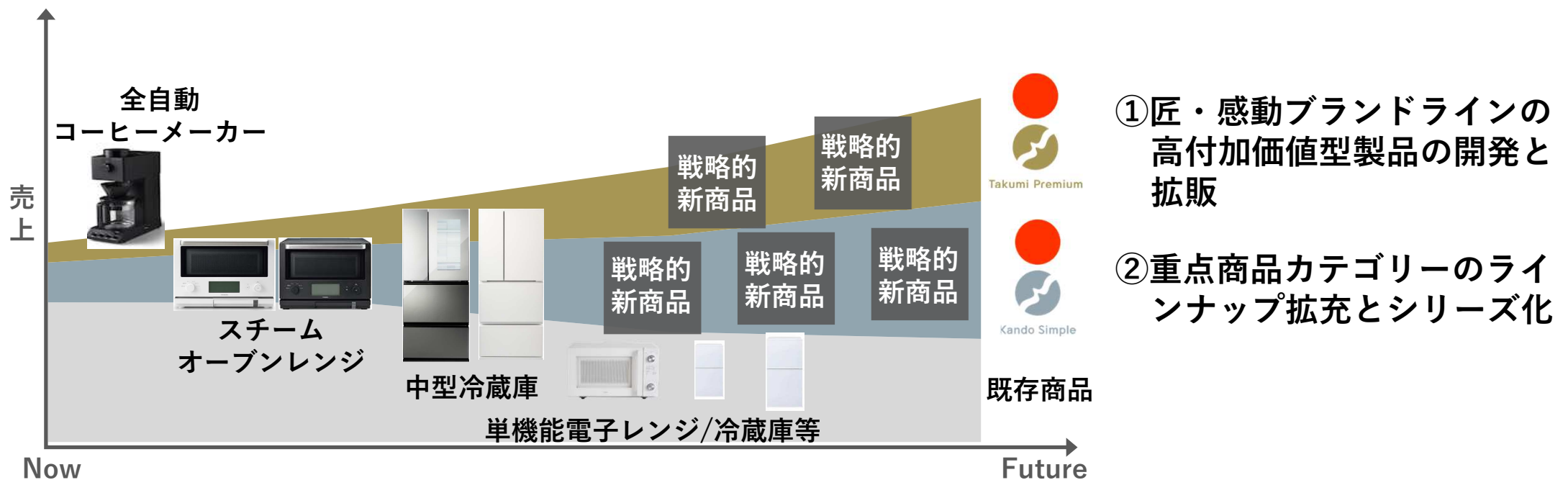
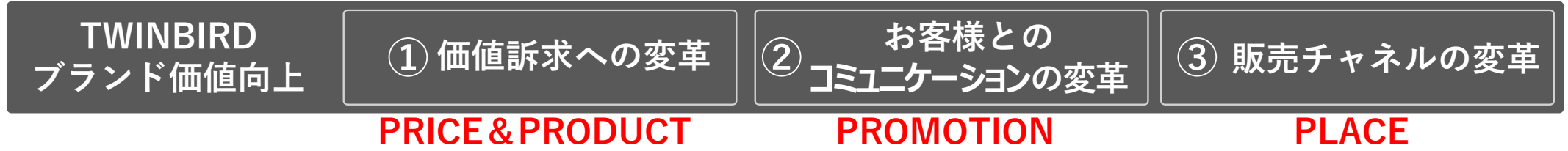


シリーズ化

お客様にお選びいただきやすく
ご販売しやすい商品ラインナップ



家電製品事業：収益性向上と成長のシナリオ



- ① 匠・感動ブランドラインの高付加価値型製品の開発と拡販
- ② 重点商品カテゴリーのラインナップ拡充とシリーズ化

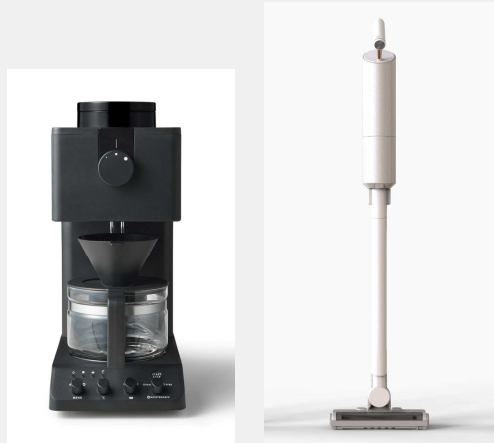
・ 図はイメージを表現しています。

【免責事項】・ 上記記述内容には、将来の見通しや取組み内容に関する記述が含まれています。これらの記述は、当該資料を作成した時点における情報や予測に基づいて作成されたものであり、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は様々な要因により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

家電製品事業：海外市場の開拓

- ・ 東アジア市場に加え、事業パートナーとの協業により東南アジア市場を開拓

自社ブランド事業の展開



事例：東アジア市場でのブランド展開

CM-D457TWB：匠_全自動珈琲メーカー（台湾市場）

TB70：感動_充電式スティック型クリーナー等（韓国市場）

OEM事業の展開



事例：東アジア市場でのOEM事業

英会話知育教材の共同開発

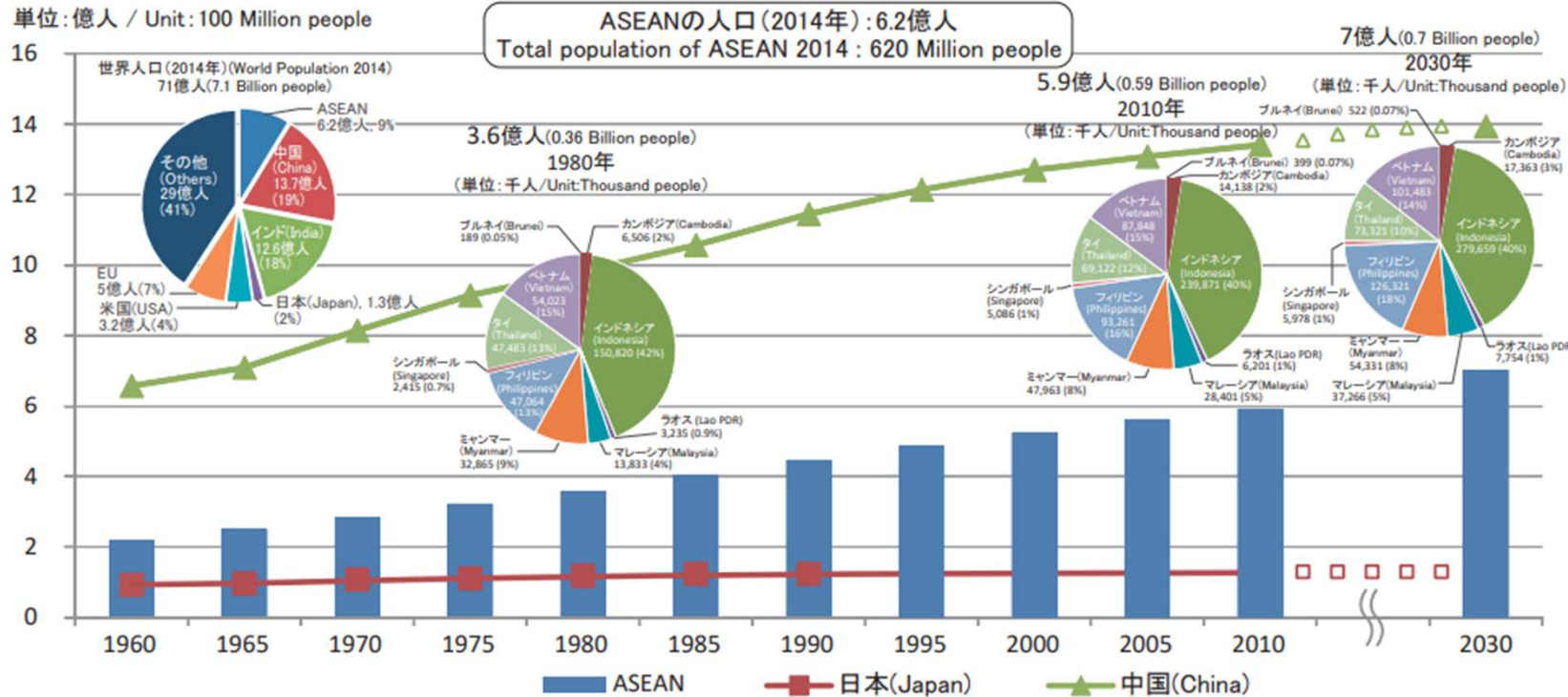
BR2：Mickey Mouse Blu-ray MATE

※ World Family English Ltd.様とのビジネス

東アジア市場
の事業例

家電製品事業：成長著しい東南アジア市場の開拓

東南アジア市場の開拓



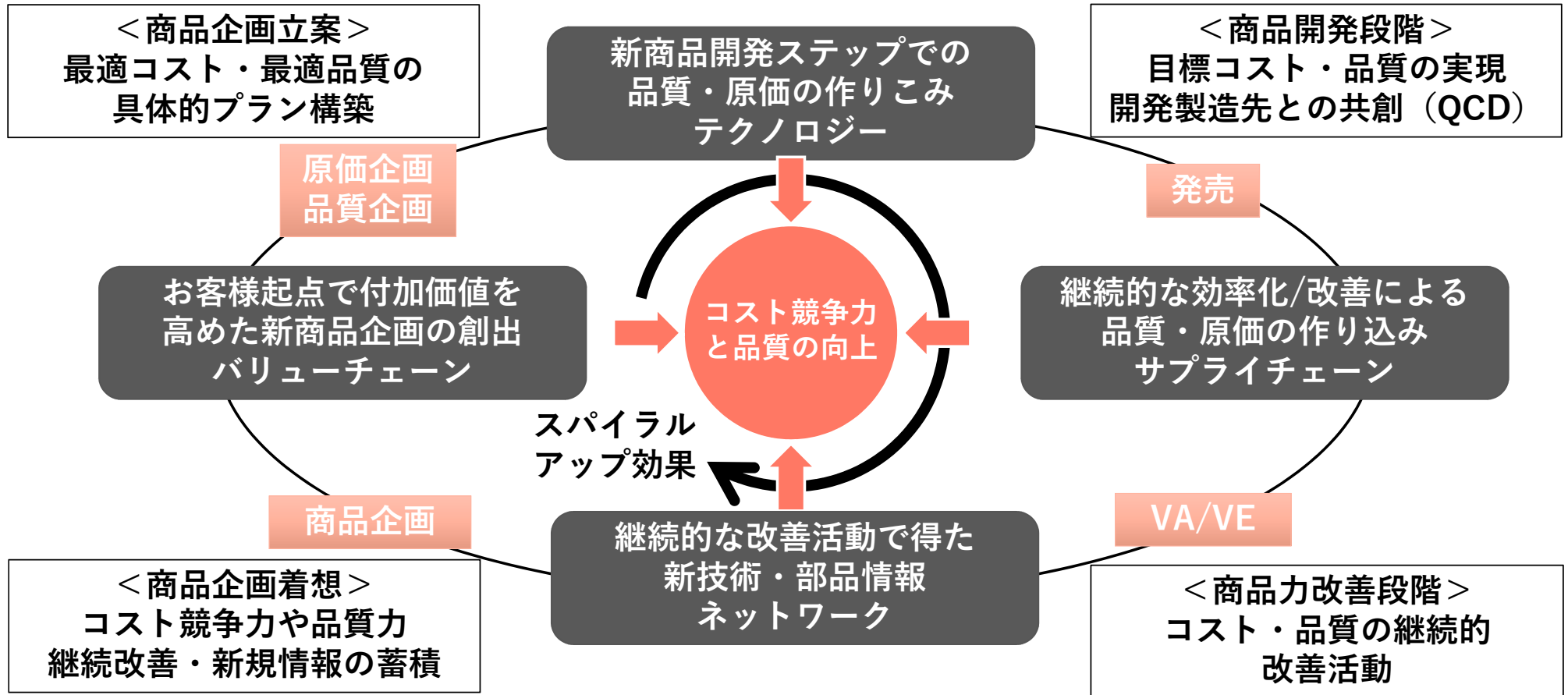
人口増加
人口ボーナス

高い
経済成長率

Source : Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat, World Population Prospects:The 2010 Revision, <http://esa.un.org/unpd/wpp/index.htm> and IMF, World Economic Outlook Database,<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/weodata/index.aspx>

出典：国際機関日本アセアンセンター

家電製品事業：継続的な品質・原価の作り込み



家電製品事業：継続的な品質・原価の作り込み

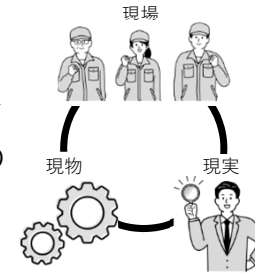
お客様のお声活動 (Voice of Customer)

- ツインバード独自のコールセンターシステムの強化
- 業界トップクラスの応答率
- お客様のお声を受止め、製品に反映するVOC活動
- お客様対応品質の向上



品質の更なる作りこみ

- 三現主義の徹底
- お客様に寄り添う
- 蓄積した市場品質データを基に、商品企画開発の上流から品質を企画し、作り込む



「お客様満足No.1」のその先へ
～燕三条発のイノベーションで、世界中の人々に持続可能な幸せを提供するブランドになる～

安心・安全
長く使える商品

信頼性向上の取組み

- 高付加価値型製品や生活必需製品へのシフトに合わせた、製品信頼性向上への取組み
- 設計寿命向上プロジェクトによる製品の長寿命化



品質マネジメントシステム (QMS)

- ISO9001に準拠したツインバード独自のQMS
- QMSの厳格運用による継続的品質保証活動
- 「魅力品質」を追求し、ブランディングに貢献



家電製品事業：熱狂的なファンを創造する取り組み

生活者から購入者へ

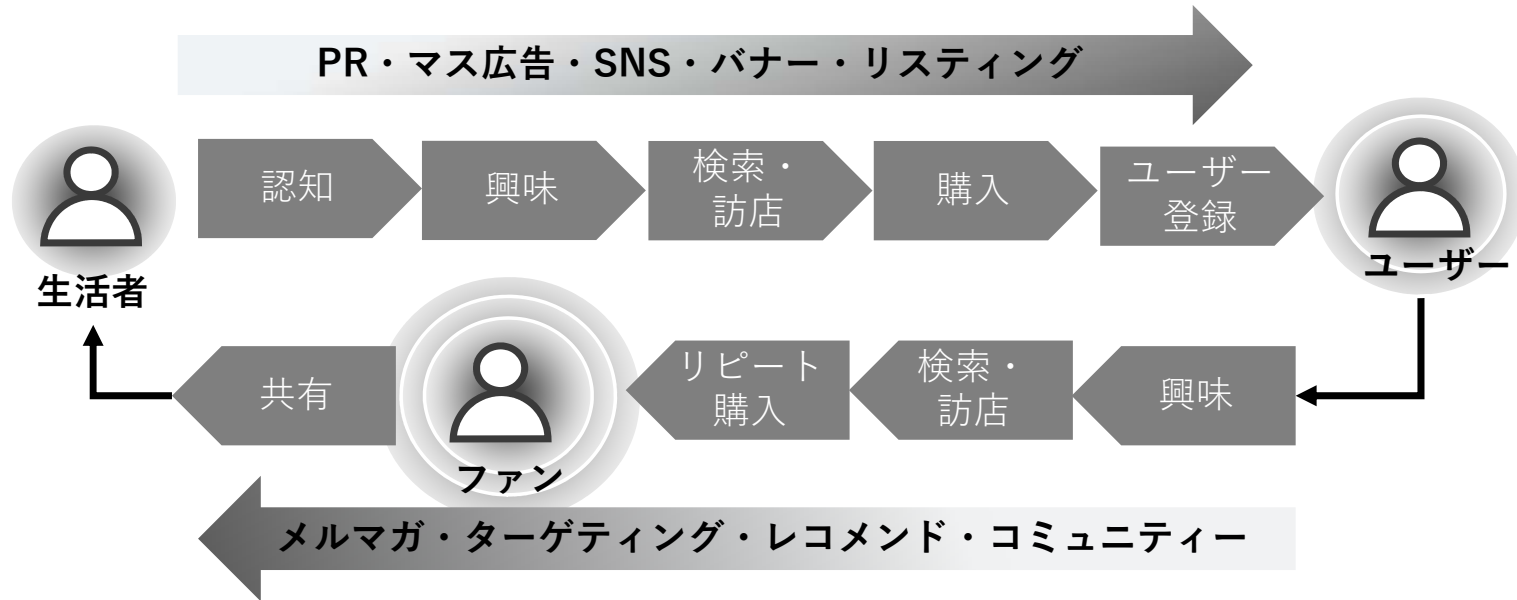
- ・ 匠プレミアム・感動シンプルを中心とした魅力的な商品投入と商品価値の適切なコミュニケーションによる需要創造

購入者からユーザーへ

- ・ 会員特典の充実により製品購入者の会員化促進

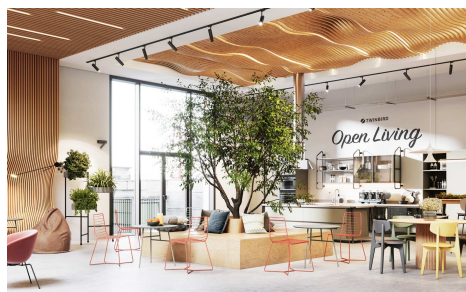
ユーザーからファンへ

- ・ 会員登録頂いたお客様との継続的なコミュニケーションにより熱狂的なファンを創造



家電製品事業：ツインバードの世界観を発信する空間の展開

より多くのお客様にTWINBIRDブランドの世界観を体感いただく



Step 3：自社ストアの展開

- TWINBIRDの家電・非家電を通じ、老若男女がリラックスして体験できる空間を提供



Step 2：ポップアップストア展開

- TWINBIRDの家電と燕三条の非家電でブランドの世界観を表現

Step 1：Shop in Shop展開

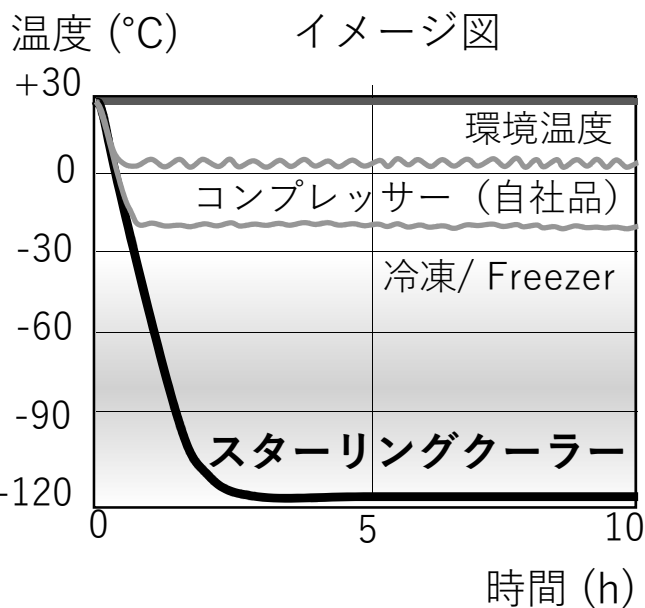
- 量販店・百貨店・専門店でTWINBIRDコーナーを設置

新中期経営計画2023-2025

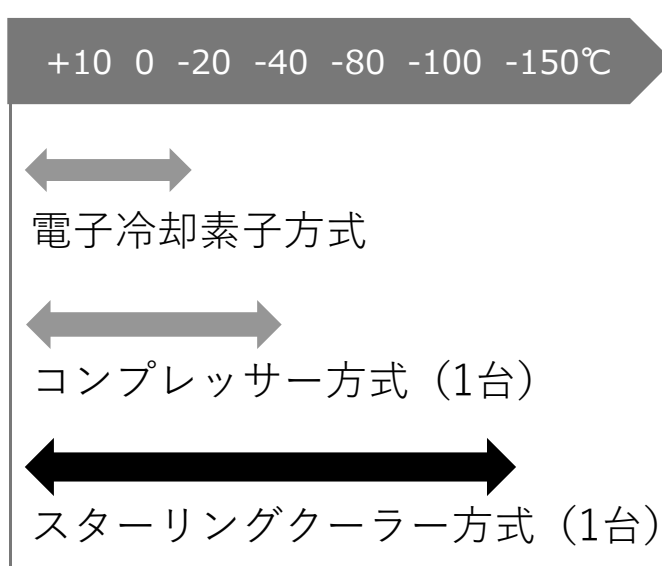
1. 前 中期経営計画2020-2022の振り返り
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
3. 家電製品事業の戦略方針と実行計画
4. **FPSC事業の戦略方針と実行計画**
5. 投資計画と資本政策
6. ESG方針

FPSC事業：FPSC技術の優位性（コンプレッサー方式との比較）

1. 厳密な温度制御



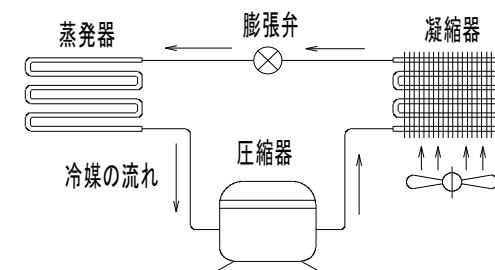
2. 極低温領域への適用



3. コンパクト・ポータブル

■ コンプレッサー方式

- ✓ 冷却システムが複雑
- ✓ 移動中の冷却に適さない



■ スターリングクーラー方式

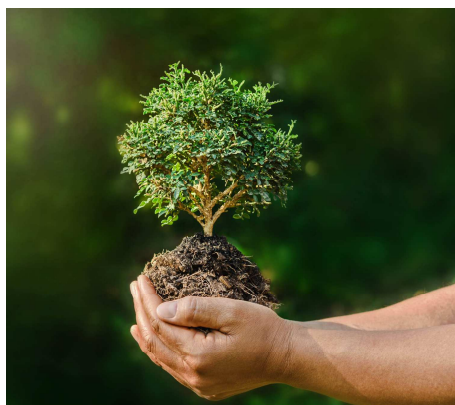
- ✓ システムの小型化やポータブル用途に適する



FPSC事業：FPSC技術の優位性（コンプレッサー方式との比較）

4. 環境にやさしい

- ✓ 冷媒にフロン不使用
- ✓ 省エネルギー設計



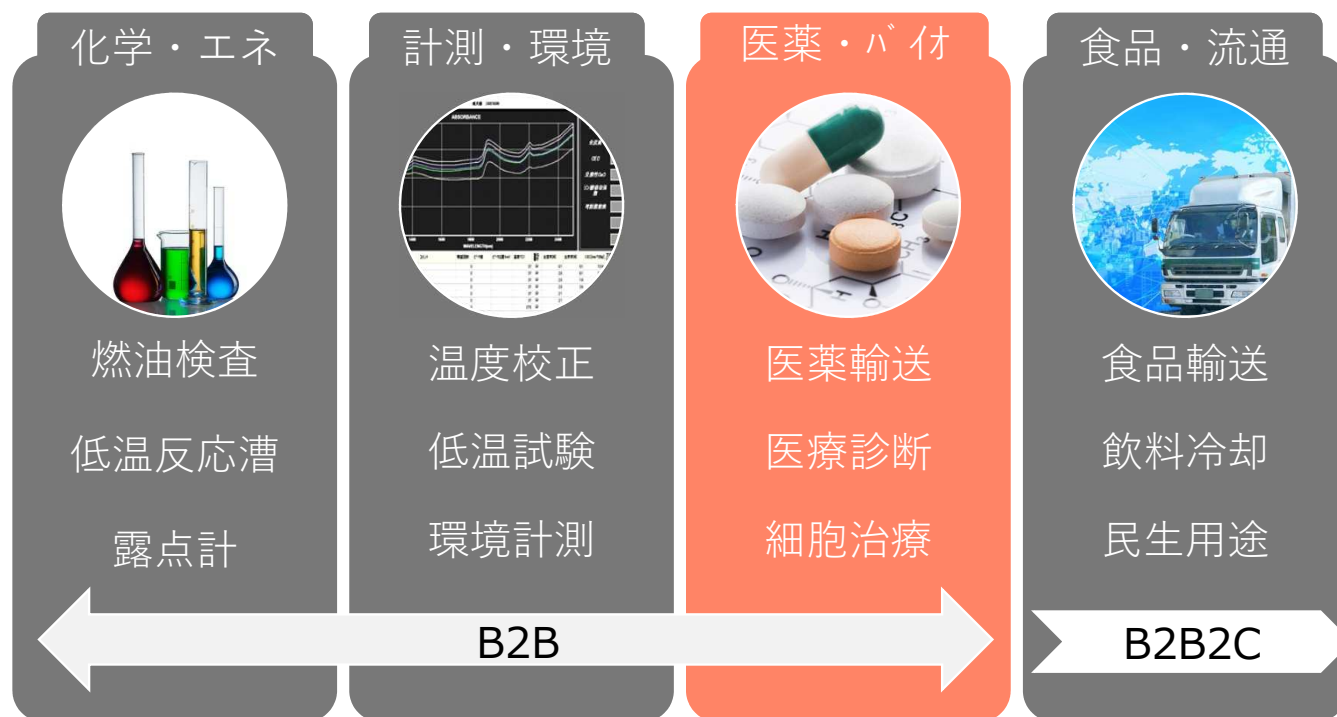
5. 宇宙での利用実績：高い技術力と信頼性



FPSC事業：注力4分野と主要な地域

- 4分野に注力し、重点顧客との取引深耕と成功事例の横展開により、事業規模の拡大を図る

注力4分野



※新冷却技術 FPSC (フリー・ピストン・スターリング・クーラー)

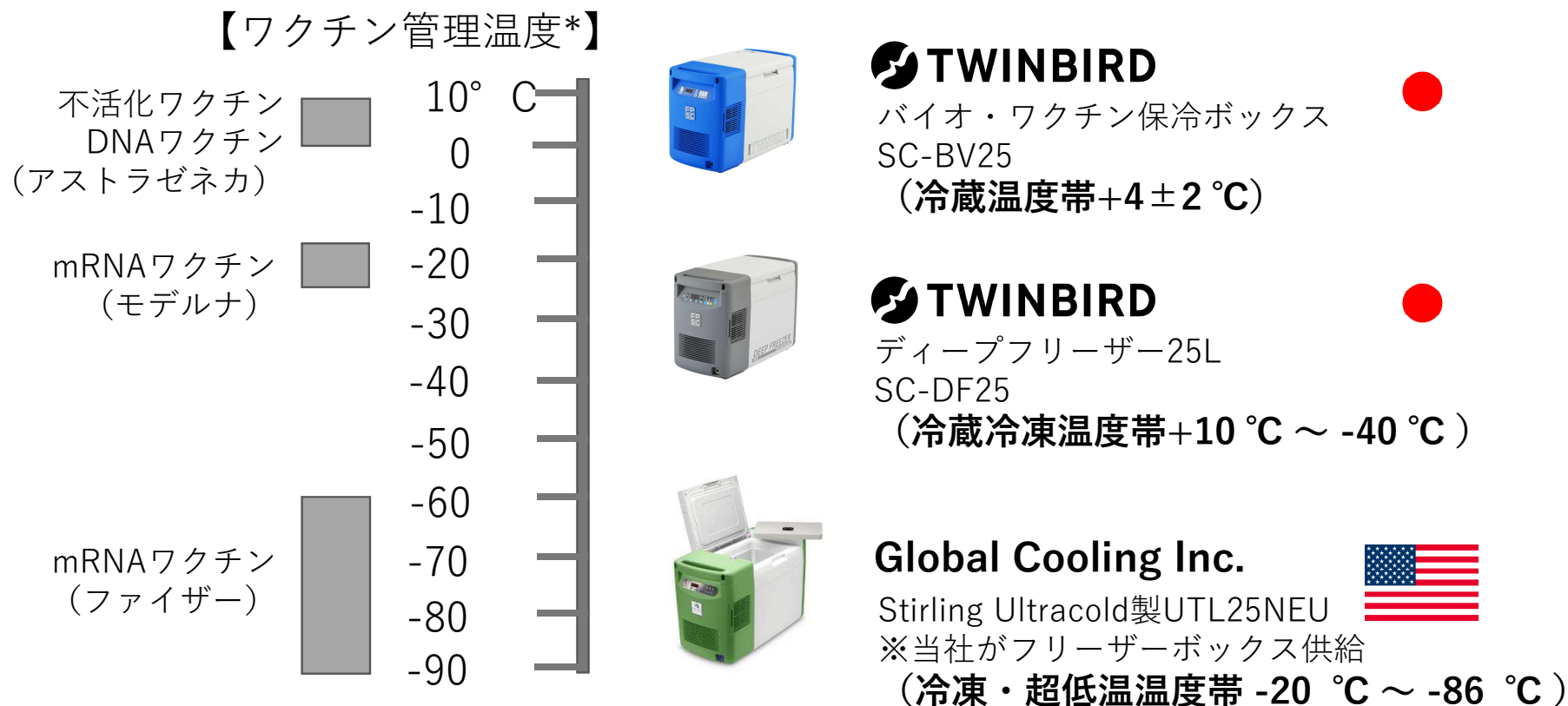
主要な地域

北米および欧州



FPSC事業：FPSC技術の優位性

ラストワンマイル(接種会場への輸送)における多様なワクチンの管理温度帯に対応



FPSC事業：医薬品コールドチェーン構築による新たな事業領域への挑戦

遺伝子型ワクチンのコールドチェーン構築実績とFPSC方式の技術優位性で新たな事業展開を検討

遺伝子型ワクチン (mRNA*)での 安全安心なコールドチェーン構築実績

- 厚生労働省が採択した唯一の可搬型武田モデルナ社製ワクチン用低温冷凍庫
- 国内10,000台を超える出荷実績、ワクチン接種現場での安心安全の使用実績



* モデルナワクチン、ファイザーワクチン



FPSC方式の技術的優位性の活用

- コンプレッサー方式や他の冷却方式と比較した技術的優位性を活用して事業開発
 - ① 可搬性に優れ「搬送」「保管」で継続使用可能
 - ② 冷蔵・冷凍・超低温で1°C刻みの温度設定可能
 - ③ 家電同様の使い易さ、国内生産で高い信頼性
 - ④ 省電力、家庭用電源 およびシガー電源に対応

厳格な温度管理が求められる コールドチェーンへ展開拡大



病院治療

医療研究

治験

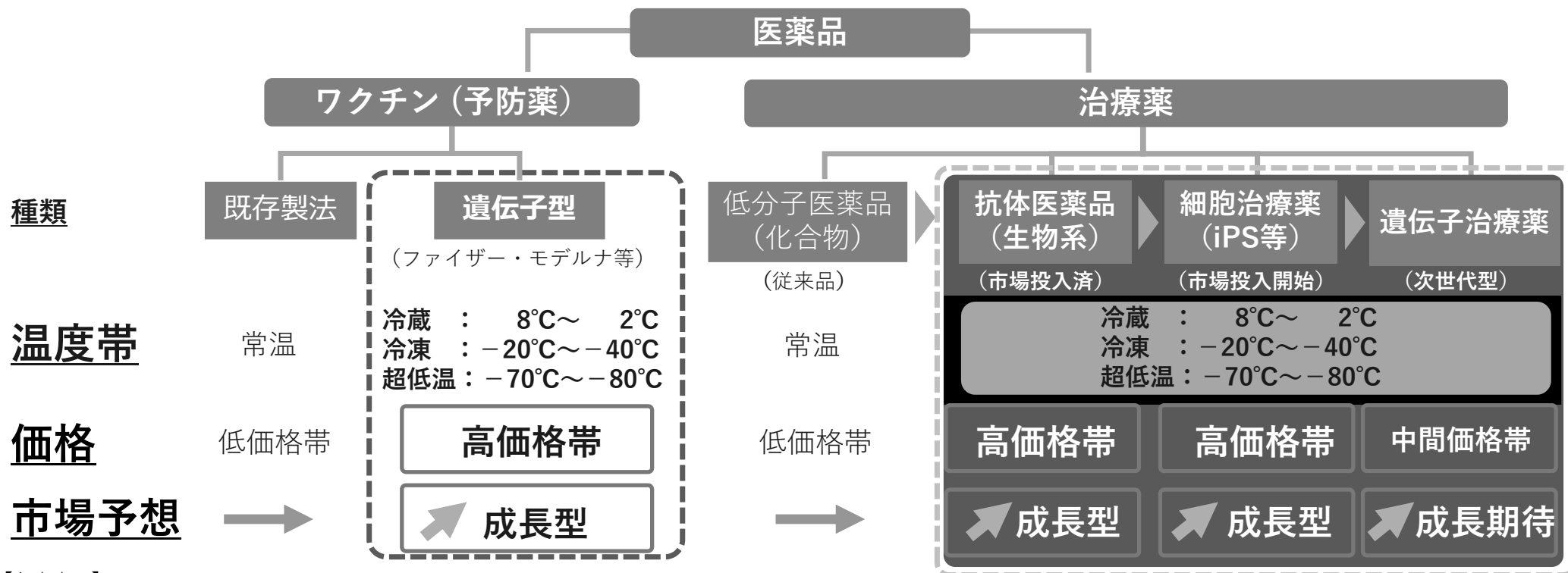
先進的治療薬

【免責事項】

- 上記記述内容には、将来の見通しや取組み内容に関する記述が含まれています。これらの記述は、当該資料を作成した時点における情報や予測に基づいて作成されたものであり、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は様々な要因により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

FPSC事業：医薬品コールドチェーン構築による新たな事業領域への挑戦

ワクチンに加えて、コールドチェーンを必要とする医薬品のグローバル成長市場、「抗体医薬品 & 細胞治療薬 & 遺伝子治療薬」への事業拡大を検討



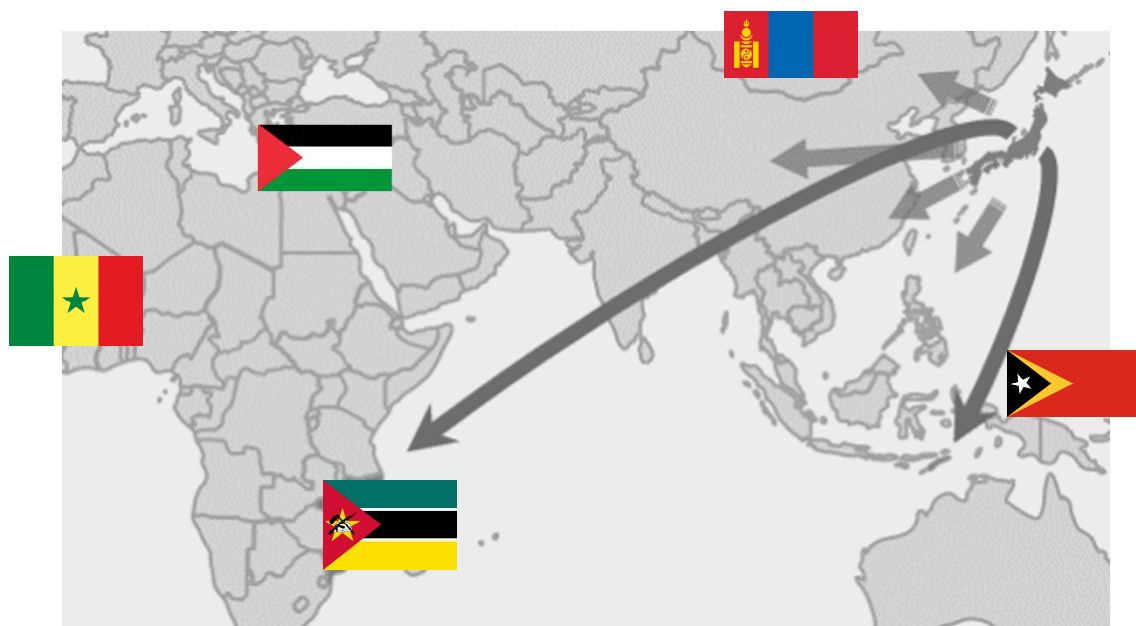
【免責事項】

上記記述内容には、将来の見通しや取組み内容に関する記述が含まれています。これらの記述は、当該資料を作成した時点における情報や予測に基づいて作成されたものであり、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は様々な要因により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

FPSC事業：「ラスト・ワン・マイル支援」を通じた海外展開

新型コロナウイルス感染症対策への国内貢献実績をアフリカ・アジア各国に展開中

2021年度よりJICAと連携し「ラスト・ワン・マイル支援」（日本政府によるODA）を通じて、東ティモール、モザンビーク、セネガル、モンゴルにワクチン運搬庫を納入いたしました。2023年度は、中東パレスチナの他、各国へ国際貢献活動の拡大を継続してまいります。



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

写真提供：JICA
私たちは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています

FPSC事業：「国際認証取得」によるグローバル展開の加速

「国際認証取得」に向けた活動 ～世界のユーザーにお選びいただくためのパスポート～

ワクチン運搬庫 SC-DF25WLの国内実績を踏まえ、「国際認証取得」を推進中
WHO認可による医療機材の認証制度であるPQS(Performance, Quality and Safety)認証は
国連機関やNGO、慈善団体の機材選定基準

<国際認証> ①事業所の認証 ISO 9001/ISO 14001
②製品の認証 IEC規格(欧州)

PQS認証

ワクチン運搬庫
SC-DF25 ディープフリーザー
PQSカテゴリー：E003(Refrigerators and freezers)

WHO認可の医療機材

社会課題解決に向けた活動

グローバル展開の加速



FPSC事業：脱炭素需要の開拓

産業分野におけるCO₂削減等「カーボンニュートラル政策」に向けた新たな活用提案

冷却工程を必要とする製造ライン
排熱による温度上昇を抑えるため
大規模なエアコンが必要

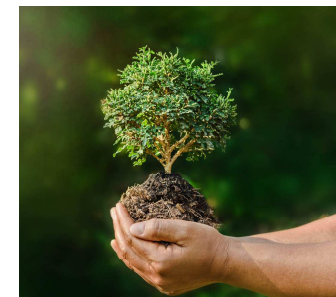


ご提案



FPSC技術の特徴

省電力・低排熱・フロン不使用

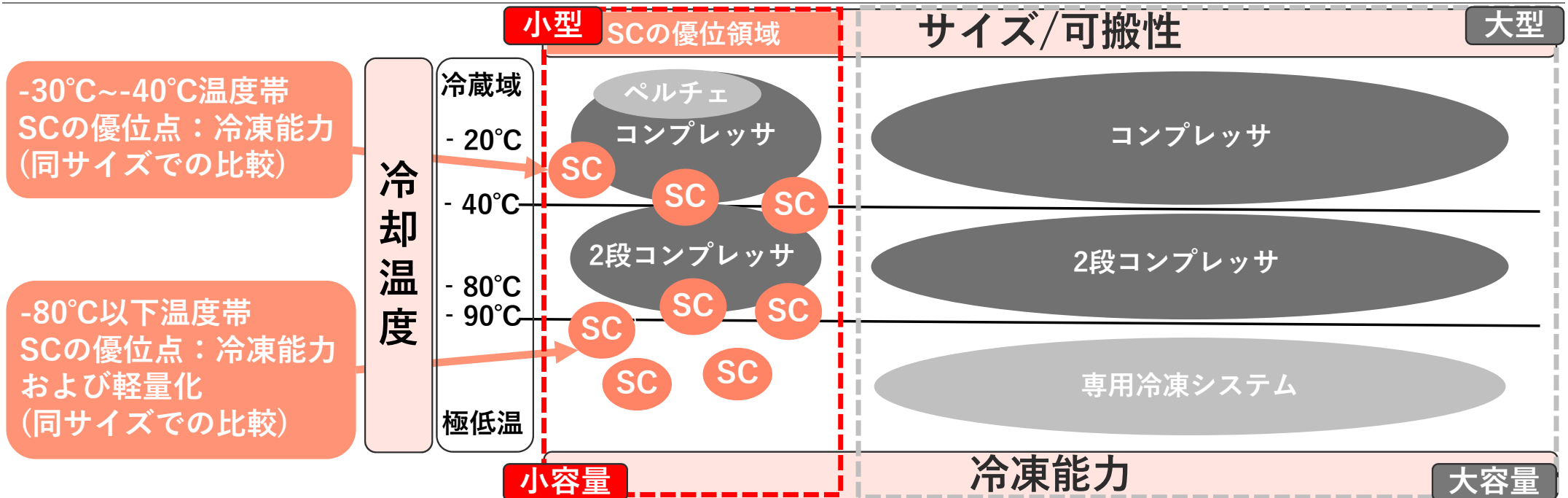


使用電力量の大幅な削減「CO₂削減/脱炭素」に貢献可能

当社は日本政府が進める2050年カーボンニュートラルに寄与すべく、FPSC技術の普及に取り組めます



FPSC事業：スターリング冷凍機(SC)の技術的優位性



-20°C~-40°Cは現状需要がある温度帯
-80°C以下は今後の需要が見込まれる温度帯
(出典：GII超低温フリーザー市場調査レポート)

-20°C~-40°C温度帯への展開強化 (ワクチン搬送、医薬品搬送)

-80°C以下温度帯への展開強化 (細胞搬送、医薬品搬送)

SCの技術的優位性を活かした利用領域の拡大

FPSC事業：グローバルコールドチェーンのスタンダード技術を目指して



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

当社は SDGsの一つである「すべての人に健康と福祉を」の達成に向けて、国内外のネットワークを通じ、グローバル規模での最新技術に基づくコールドチェーンの構築や医療サービスの拡充に参画し、当社スターリング冷凍技術が医療分野でスタンダードの一つとなるよう取り組んでまいります。

私たちは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています

新中期経営計画2023-2025

1. 前 中期経営計画2020-2022の振り返り
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
3. 家電製品事業の戦略方針と実行計画
4. FPSC事業の戦略方針と実行計画
5. **投資計画と資本政策**
6. ESG方針

新中期経営計画2023-2025 投資計画

2023-2025 (3年間累計)

戦略的投資

55億円※

(前中計期間比 +20億円)

※キャッシュベース

商品開発投資

33億円

(前中計期間比 +10億円)

減価償却費

19億円

(前中計期間比 +8億円)

- 前中計期間（2020-2022）において強化した財務体質を活用するとともに、収益改善によりキャッシュ創出力をさらに高め、今後も積極的に戦略的投資を実行
- 本中計期間（2023-2025）では、匠・感動製品を中心にラインナップ拡充を実現する商品開発投資（研究開発費、金型投資）やブランディング投資を継続的に実行
- 2024年度稼働予定のサプライチェーンマネジメントシステムにより業務効率向上を大きく実現
- 家電製品事業のグローバル展開やFPSC事業に関する投資も継続し、販路拡大を企図

新中期経営計画2023-2025 資本政策・株主還元政策

2025（最終年度目標）

ROE
5.0%以上

DOE
1.8%以上

PBR
1.0倍以上

- 業績の向上を図り財務体質の強化を図ることで、安定的かつ持続可能な株主還元（配当・自己株式取得）をおこなうことを基本方針とする
- 配当についてはDOE1.5%以上の水準を安定的に確保し、段階的に引き上げを進める
- 自己株式の取得を適切な時期に機動的に実行し、総還元性向の向上を図る
- 2025年度に当社株主資本コストを踏まえ、ROE 5.0%以上、及びPBR1.0倍以上を目指す

新中期経営計画2023-2025

1. 前 中期経営計画2020-2022の振り返り
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
3. 家電製品事業の戦略方針と実行計画
4. FPSC事業の戦略方針と実行計画
5. 投資計画と資本政策
- 6. ESG方針**

新中期経営計画2023-2025 ESG方針

■ 燕三条発のイノベーションで、世界中の人々に持続可能な幸せを提供するブランドになるため、ESGを意識した企業活動を展開していく

中長期的な取り組み	E：環境	S：社会	G：ガバナンス
家電製品事業	<p>7 7.1 再生可能エネルギーの活用 12 12.2 気候変動に配慮した資源の活用 生産効率化 ムダ撲滅</p> <p>7 7.1 再生可能エネルギーの活用 DXによるSCM改善</p>	<p>9 9.1 持続可能な消費と生産 17 17.1 持続可能な消費と生産 燕三条地域のものづくりネットワークを 活用した開発・製造</p> <p>8 8.1 労働者の権利と福利厚生 17 17.1 持続可能な消費と生産 燕市および新潟県のふるさと納税返礼品 の提供を通じた地域貢献</p>	<p>公正で透明な企業活動の実践 及びリスク管理の徹底</p>
FPSC事業	<p>7 7.1 再生可能エネルギーの活用 13 13.1 気候変動に配慮した資源の活用 脱炭素に取り組む企業の既存冷却 装置の置き換えを通じたCO2削減</p> <p>13 13.1 気候変動に配慮した資源の活用 地球温暖化係数ゼロの ヘリウム冷媒を使用</p>	<p>3 3.1 持続可能な消費と生産 10 10.1 持続可能な消費と生産 ラスト・ワン・マイル事業を通じた 感染症対策の途上国支援</p> <p>3 3.1 持続可能な消費と生産 医薬品コールドチェーンの確立</p>	
経営基盤の強化	<p>7 7.1 再生可能エネルギーの活用 本社敷地内に250 k W の太陽光発電を運用</p>	<p>5 5.1 多様な人材の確保と育成 10 10.1 持続可能な消費と生産 ダイバーシティの進展 ・女性管理職のさらなる登用 ・障がい者雇用の推進 ・グローバル人材の登用と育成</p> <p>5 5.1 多様な人材の確保と育成 8 8.1 労働者の権利と福利厚生 ツインバードらしい働き方改革の推進 (働きやすさ×やりがい=働きがい)</p>	<p>ステークホルダーズへの 的確な情報開示</p> <p>多様な社外取締役を含めた、取締役会・ ガバナンス委員会等での活発な議論</p>



IRに関するお問い合わせ先

株式会社ツインバード 執行役員 企画管理本部 副本部長 井上 淳也 (TEL : 0256-92-6111)

決算に関するお問い合わせ先

株式会社ツインバード 取締役最高財務責任者 企画管理本部 本部長 渡邊 桂三 (TEL : 0256-92-6111)

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する意見や予測等は、資料作成時点で一般に認識されている経済・社会等の情勢及び、当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されており、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更される可能性があります。万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社及び情報提供者は一切責任を負いませんのでご承知おきください。