



今後の事業展開について

2023年10月27日

株式会社ツインバード 証券コード：6897

1. 長期ビジョン VISION 2030
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
 - 1) 家電製品事業の戦略方針と実行計画
 - 2) FPSC事業の戦略方針と実行計画
 - 3) 投資計画と資本政策
3. 2024年2月期の業績見通し

1. **長期ビジョン VISION 2030**
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
 - 1) 家電製品事業の戦略方針と実行計画
 - 2) FPSC事業の戦略方針と実行計画
 - 3) 投資計画と資本政策
3. 2024年2月期の業績見通し

ツインバードの歴史

販売会社「株式会社 栄」を設立



1951

三条市にてメッキを主体とする
「野水電化被膜工業所」を創業

小型家電ギフト商品化



1972



1979

「ツインバード工業株式会社」に社名変更

1983

自社ビル「ツインバード日本橋
ゲートオフィス」開設(東京支社)



1990

本社物流センター完成



2015

2011

野水 重明 社長就任

FPSCを搭載したディープリー
ザーをCOVID-19ワクチンの輸送・
保管用として計1万台出荷
／リブランディング宣言



2021



2020

ビジョン「お客様満足No.1」制定

心にささるものだけを。
TWINBIRD Takumi Premium Kando Simple

2022
「株式会社ツインバード」
に社名変更

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

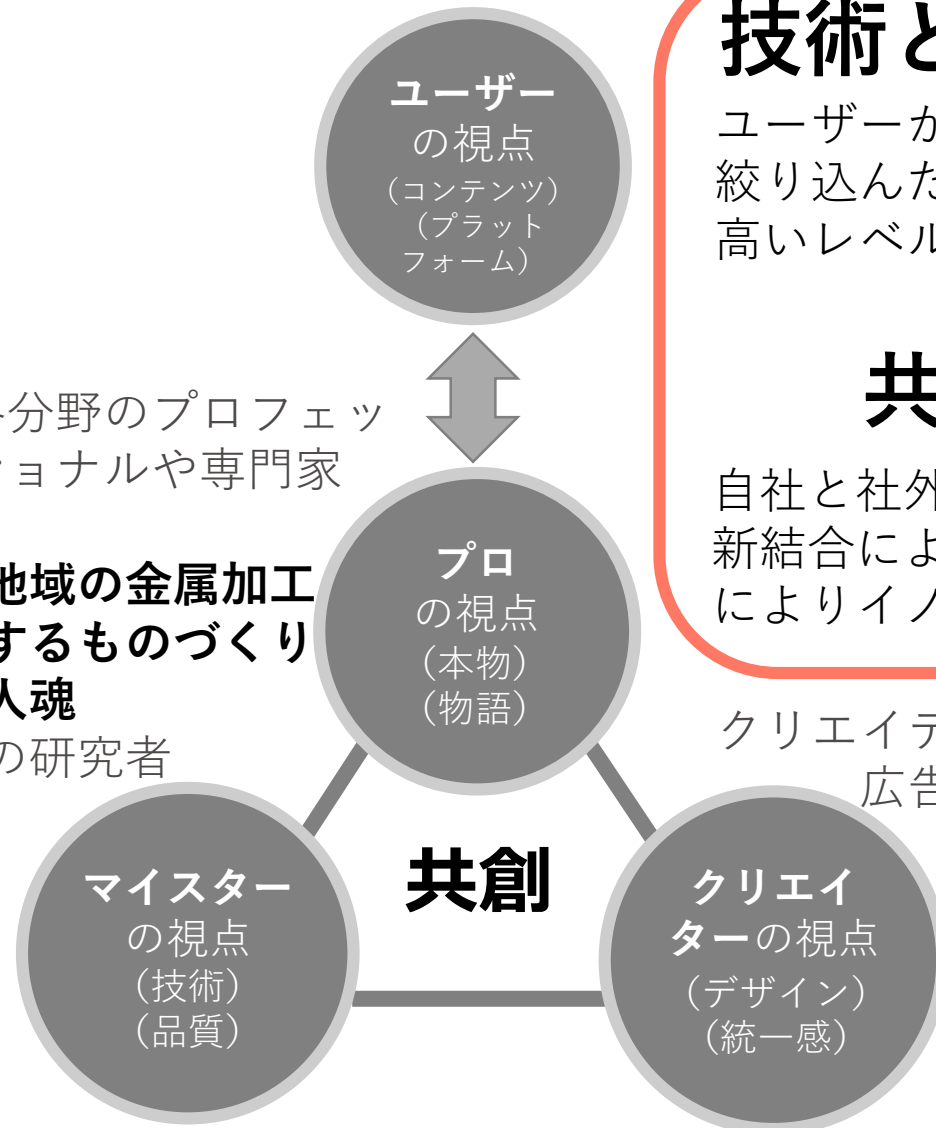
本質的な豊かさ

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



技術と芸術の融合

ユーザーが求める価値を見極め、
絞り込んだ本質機能とデザインを
高いレベルで融合させ作り込む

共創の精神

自社と社外のパートナー企業との
新結合による新しい技術の組合せ
によりイノベーションを実現する

クリエイティブ会社のデザイナー
広告代理店のクリエイター

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

1. 長期ビジョン VISION 2030
- 2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子**
 - 1) 家電製品事業の戦略方針と実行計画
 - 2) FPSC事業の戦略方針と実行計画
 - 3) 投資計画と資本政策
3. 2024年2月期の業績見通し

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

アジェンダ

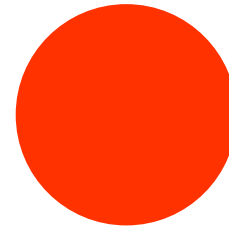
1. 長期ビジョン VISION 2030
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
 - 1) 家電製品事業の戦略方針と実行計画**
 - 2) FPSC事業の戦略方針と実行計画
 - 3) 投資計画と資本政策
3. 2024年2月期の業績見通し

2021年11月 創業70周年 リブランディングを宣言

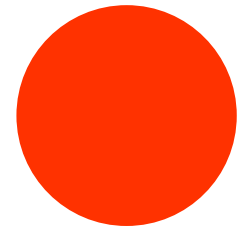
新コーポレートロゴ/ ブランドプロミス発表

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」

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



注力カテゴリーのラインナップ化

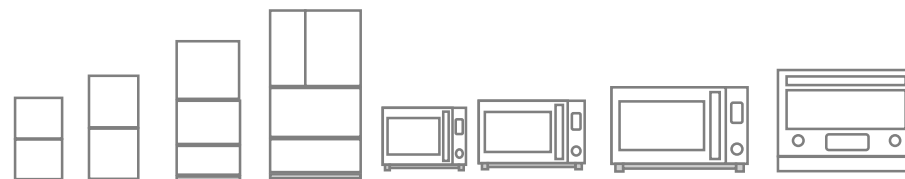
注力カテゴリー

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

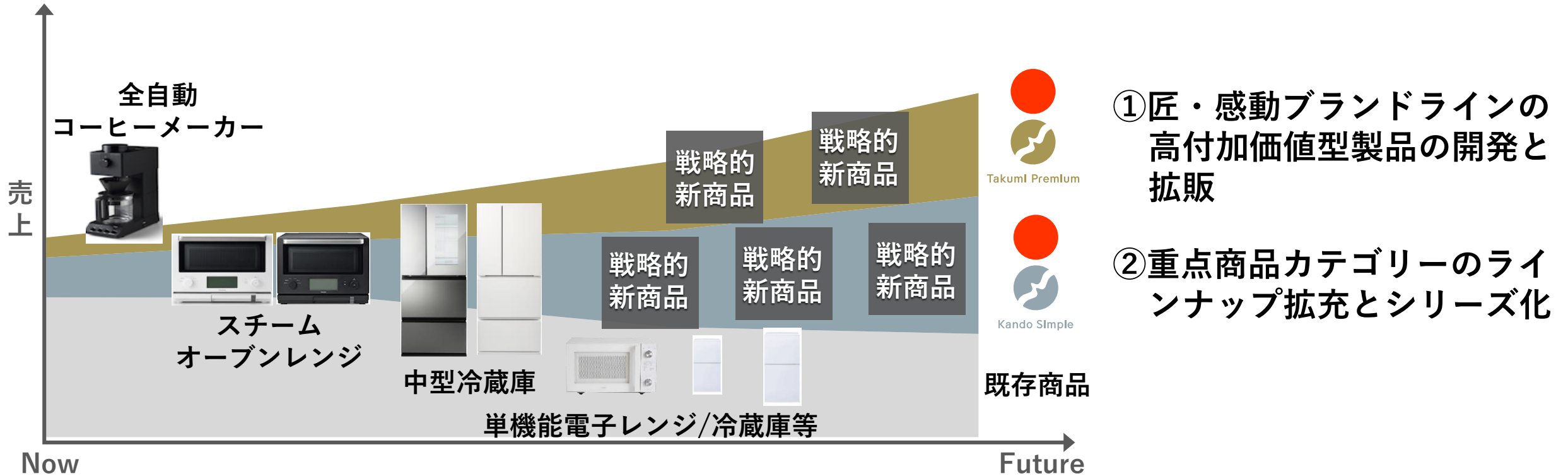
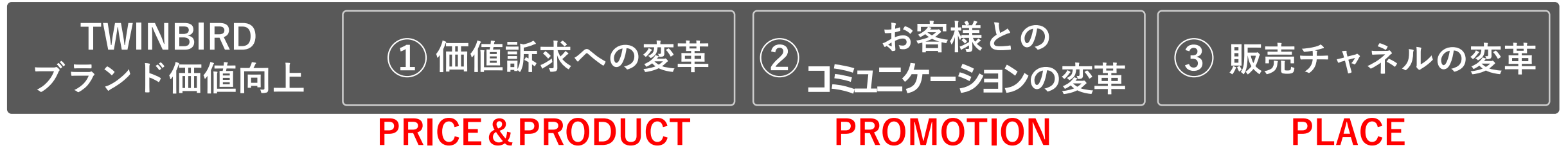


シリーズ化

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



・ 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：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

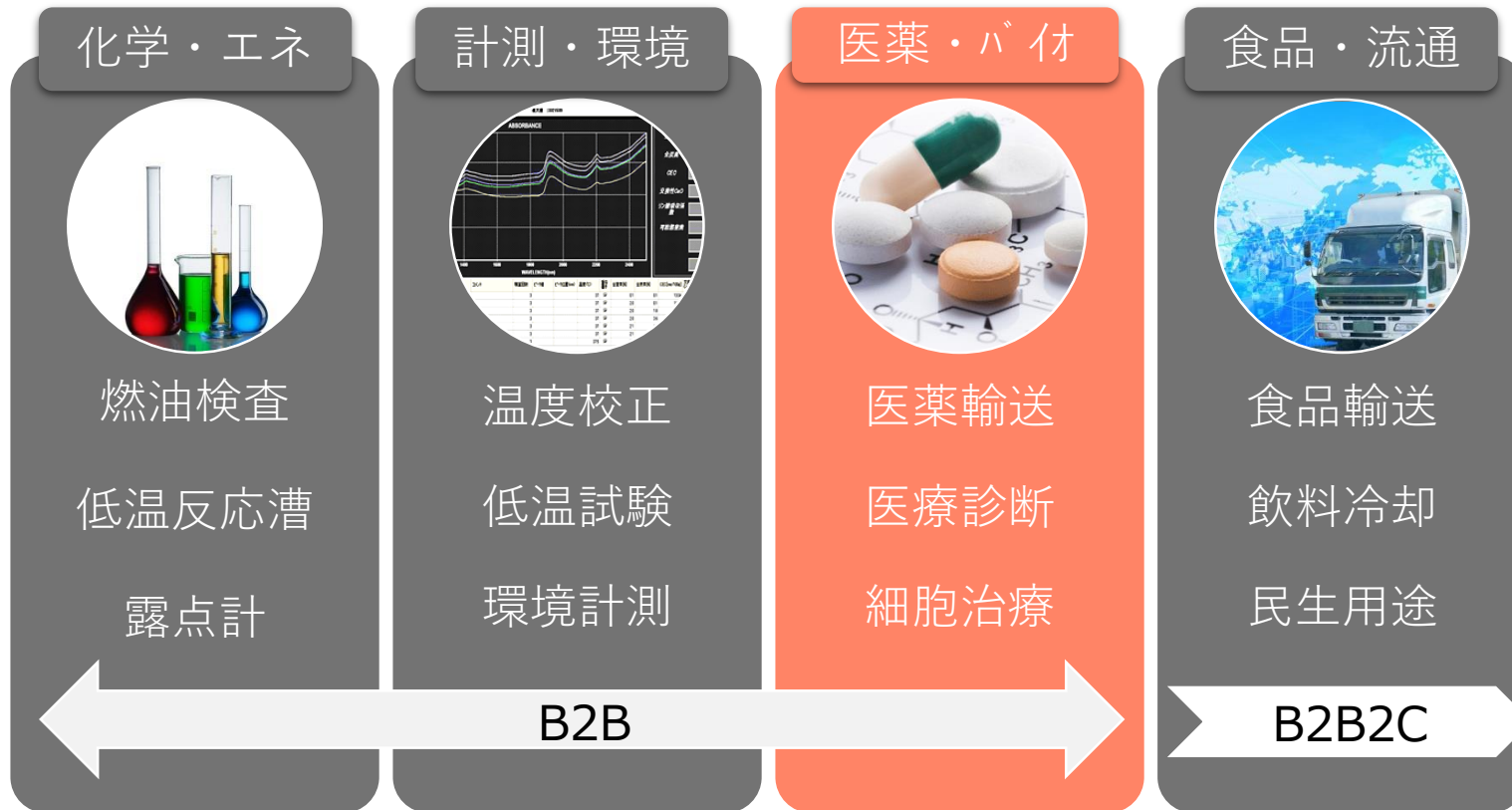
アジェンダ

1. 長期ビジョン VISION 2030
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
 - 1) 家電製品事業の戦略方針と実行計画
 - 2) FPSC事業の戦略方針と実行計画**
 - 3) 投資計画と資本政策
3. 2024年2月期の業績見通し

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



主要な地域

北米および欧州



※新冷却技術 FPSC (フリー・ピストン・スターリング・クーラー)

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℃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

【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。

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

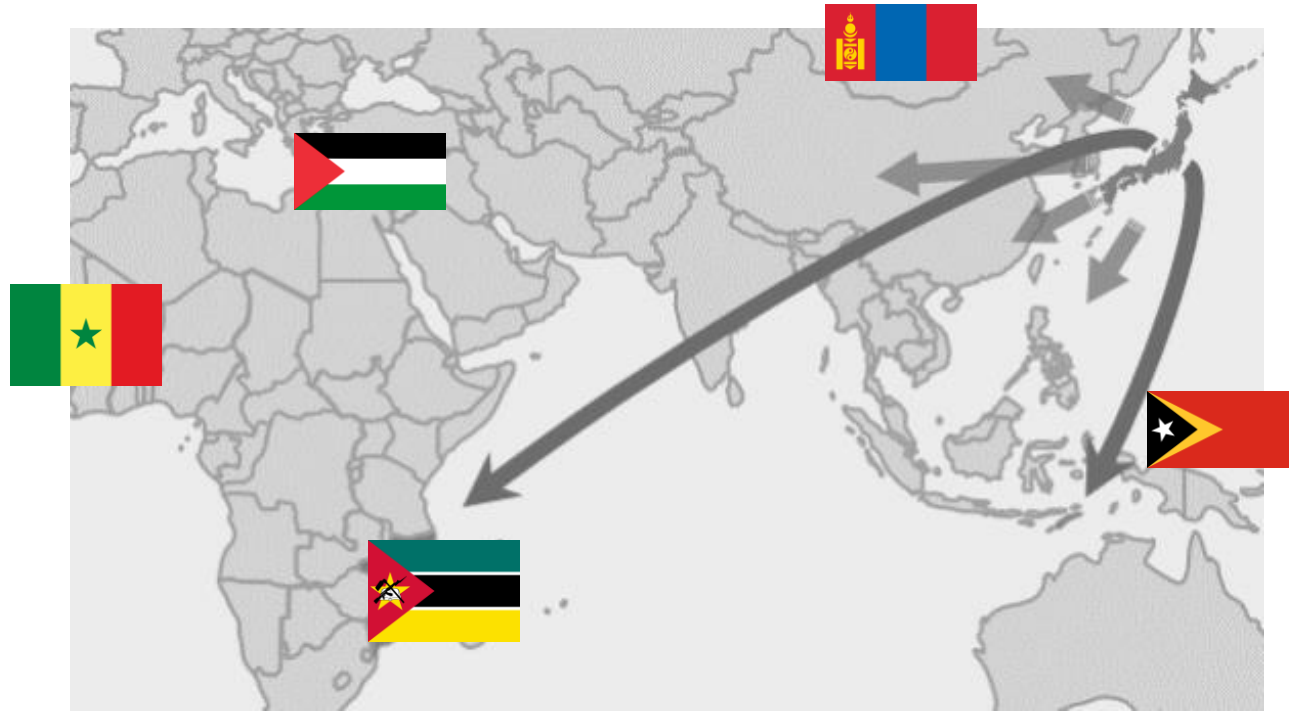
治験

先進的治療薬

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

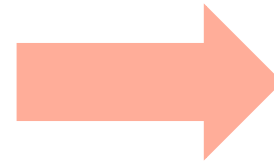


FPSC事業：脱炭素需要の開拓



日本政府が進める2050年カーボンニュートラルの実現に貢献
脱炭素に貢献する次世代の産業用冷却装置として
自動車部品業界の一部にて採用決定
今後様々な業界に提案

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
大規模なエアコン設備が必要

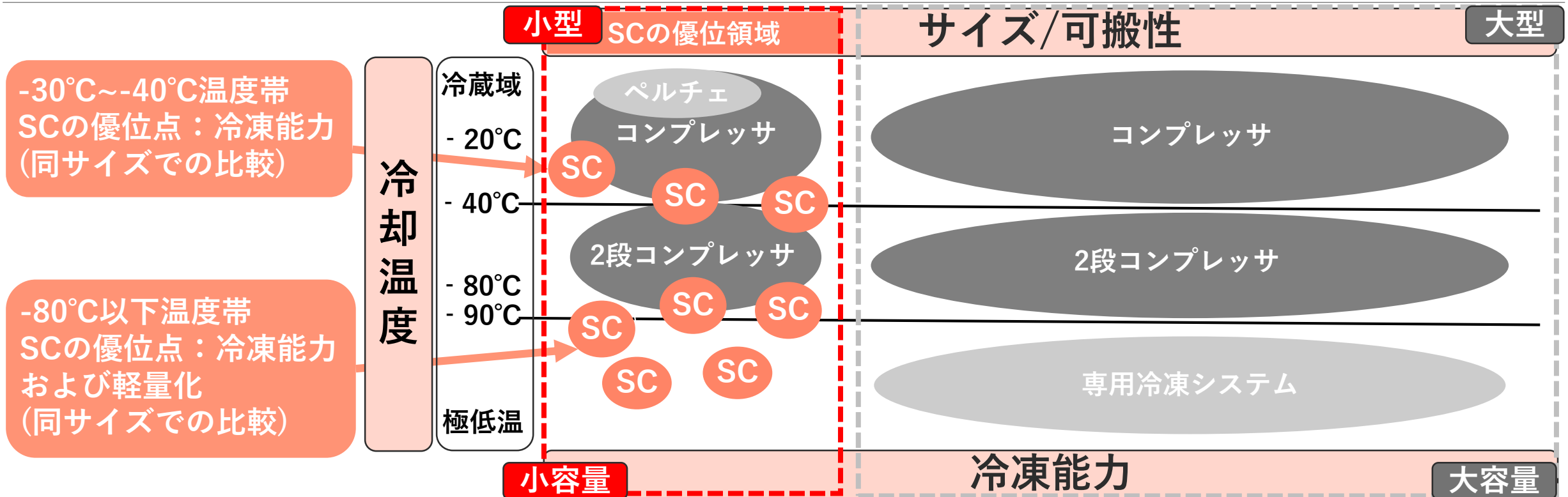


FPSC技術の特徴
省電力・低排熱・フロン不使用



使用電力量の大幅な削減

FPSC事業：スターリング冷凍機(SC)の技術的優位性



-30°C~-40°C温度帯
SCの優位点：冷凍能力
(同サイズでの比較)

-80°C以下温度帯
SCの優位点：冷凍能力
および軽量化
(同サイズでの比較)

-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

アジェンダ

1. 長期ビジョン VISION 2030
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
 - 1) 家電製品事業の戦略方針と実行計画
 - 2) FPSC事業の戦略方針と実行計画
 - 3) 投資計画と資本政策**
3. 2024年2月期の業績見通し

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

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

アジェンダ

1. 長期ビジョン VISION 2030
2. 新 中期経営計画2023-2025の骨子
 - 1) 家電製品事業の戦略方針と実行計画
 - 2) FPSC事業の戦略方針と実行計画
 - 3) 投資計画と資本政策
3. **2024年2月期の業績見通し**

2024年2月期 第2四半期（累計）決算ハイライト（再掲）

売上高は巣ごもり需要の反動減に加え、電気代や物価上昇による生活防衛意識の高まりから、消費マインドの低下や買い替えサイクルが長期化したことなどの影響を受けたものの、前年下期から投入した新製品が当第2四半期（累計）の売上に寄与した結果、前年同期並みに推移。利益面は前年下期に実行した価格改定、新製品の導入、原価低減効果により売上総利益率が前年同期比3.7pt改善^{※2}、また販売費及び一般管理費率を同1.1pt削減^{※2}し、前年同期より営業損失を半減・圧縮

売上高

47.8億円

(前年同期^{※1} 48.0億円)

売上総利益率

30.3%

(前年同期^{※1} 26.5%)

営業利益

△2.2億円

(前年同期^{※1} △4.8億円)

経常利益

△1.9億円

(前年同期^{※1} △4.0億円)

四半期純利益

△1.4億円

(前年同期^{※1} △2.9億円)

家電製品事業
セグメント利益*

1.5億円

(前年同期^{※1} △0.7億円)

FPSC事業
セグメント利益*

0.7億円

(前年同期^{※1} 1.0億円)

自己資本比率

74.1%

(前期末比 +1.0pt)

*調整額（全社費用4.6億円）を除外
※1 連結子会社の解散・休眠化に伴い当期より非連結決算へ移行したため、前年同期は連結数値を記載しております ※2 前年同期の単体数値との比較

2024年2月期 第2四半期（累計）決算のポイント（再掲）

■ 第2四半期（累計）業績

- 家電製品事業は、消費マインドの低下や買い替えサイクルが長期化したことなどの影響を受けたものの、前年下期から投入した2ドア冷凍冷蔵庫（定格内容量121L）や4ドア冷凍冷蔵庫（「中身が見える冷蔵庫」「背伸びせず使える冷蔵庫」 定格内容量354L）などの新製品が当第2四半期の売上に寄与した結果、売上高は前年同期並みに推移
セグメント利益は、前年下期に実行した価格改定、新製品導入、原価低減効果により売上総利益率が改善したことに加え、販売費及び一般管理費を圧縮して黒字転換を実現
- FPSC事業は、米国向けワクチン用運搬庫がコロナ禍収束に伴い販売一巡したため前年同期より減収

■ 通期業績予想（2023年4月12日公表値から変更なし）

- 長期にわたり製造コストが高止まりする環境の中、2023年9月5日に家電製品の5%以上の価格改定を実施
最大の需要期である年末商戦に向けて、9月末には「おいしい低糖質パンベーカー」を発売、さらに11月には全自動コーヒーマーカーに続く、匠の技術・暗黙知を家電の力で具現化する「匠プレミアム」戦略的新製品をはじめ、冷凍冷蔵庫・全自動洗濯機・フラット電子レンジなどの生活必需品を中心に続々と新製品を投入し、売上高の伸長を図る
- 新商品開発投資を継続しながらも、原価低減活動や物流費の圧縮、経費削減を実行し、更なる収益性の改善を図る
変動費率を低減し損益分岐点を引き下げるとともに、売上高の伸長により当第4四半期は大きく業績が向上する見込み
- WHO（世界保健機関）のPQS(Performance, Quality and Safety)認証を2023年10月末日途に取得予定
UNICEFなど国連関係機関等の機材選定基準を満たすことで、ワクチン運搬庫の海外販売を拡大

■ 中間配当及び年間配当予想（2023年4月12日公表値から変更なし）

- 中間配当は当初予想どおり1株当たり3円を支給
年間配当は1株当たり13円（中間配当3円、期末配当10円） DOEは1.7%を予想

①家電製品の出荷価格改定

弊社は、家電製品について2023年9月5日より出荷価格を順次改定いたします。

日米金利差を背景とした円安の長期化、海外製造委託先における人件費高騰などを背景に調達価格が上昇しております。また、全世界的なエネルギー資源の価格高騰によるインフラ料金の上昇により、家電業界のみならず多くの業界において製造コストの上昇が続いております。

この様な外部環境の中、弊社と致しましては、設計や製造工程の見直しに加え、海外製造委託先との価格交渉によるコストダウンを一層強化するとともに、引き続き販管費の圧縮などのローコストオペレーションによる経営努力を徹底してまいりました。

しかしながら、長期にわたり製造コストが高止まりする環境の中、弊社の経営努力のみでは到底吸収出来ない水準に達しております。上記の理由から、2023年9月5日より下記の通り、出荷価格の改定をさせていただきます。

記

- | | |
|-----------|--|
| 1.対象カテゴリー | キッチン家電製品（電子レンジ、調理家電、冷蔵庫など）
リビング家電製品（掃除機、照明、空気清浄機など） |
| 2.価格改定率 | 現行出荷価格の約5%以上 |
| 3.価格改定日 | 2023年9月5日出荷分より順次 |

②戦略的新商品 匠ブランジェトースターを投入（11/17発売予定）



GOOD DESIGN AWARD 2023
BEST 100



③新製品の投入 おいしい低糖質パンベーカー (9/30発売)



GOOD DESIGN
AWARD 2023

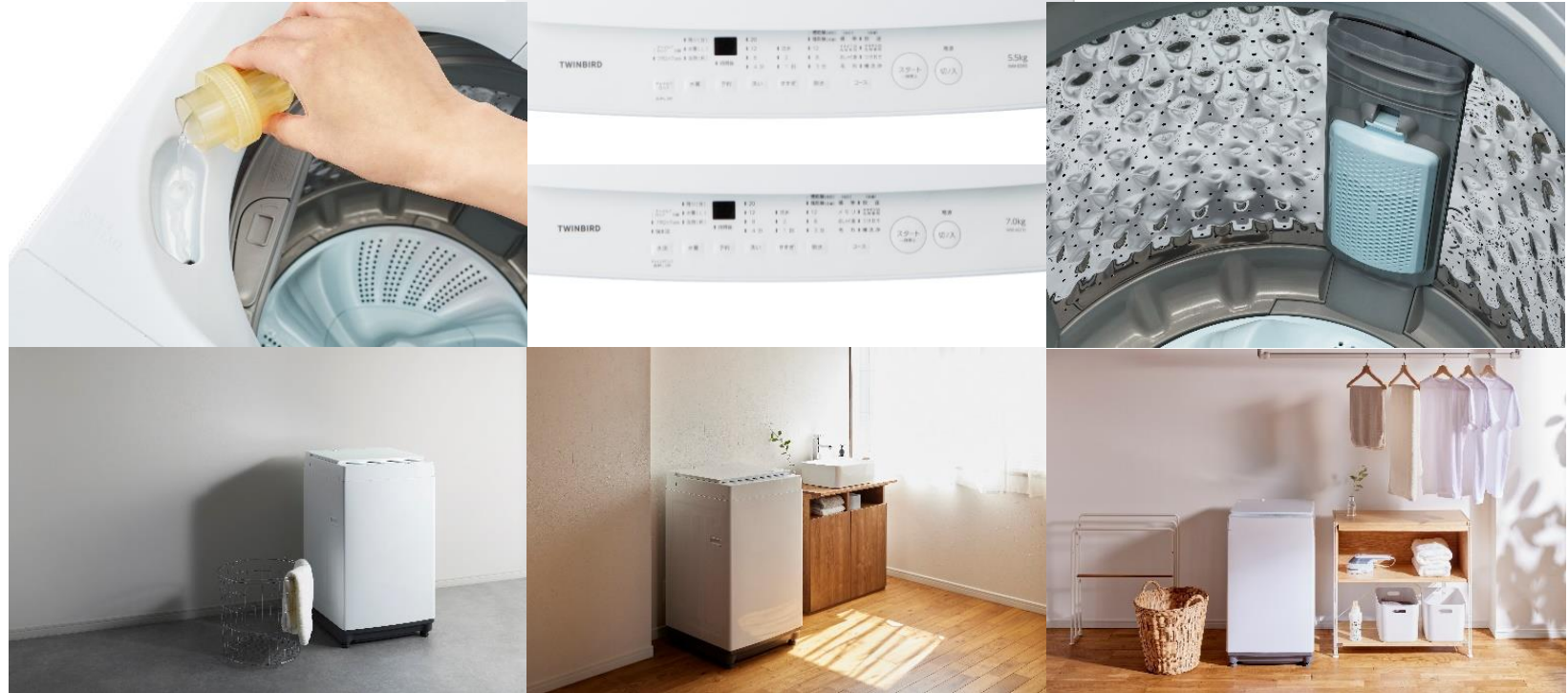


Kando Simple



③新製品の投入 全自動電気洗濯機5.5kg/7.0kg (11月発売予定)

「すすぎ0回洗剤専用」コースも搭載。10分洗濯でタイパに良い



③新製品の集中投入（第3四半期に投入予定新製品）

需要の大きな生活必需品カテゴリーのラインナップを拡充中

 GOOD DESIGN
AWARD 2023



BM-EF38B
おいしい低糖質
パンベーカリー
2023年9月30日発売



DR-E268B
フラット電子レンジ
2023年10月26日発売



HR-F915B
2ドア冷凍冷蔵庫
ハーフ&ハーフ
2023年10月26日発売



HF-E916W
1ドア冷凍庫
2023年10月26日発売



WM-ED55W
全自動電気洗濯機
5.5kg
2023年11月
発売予定

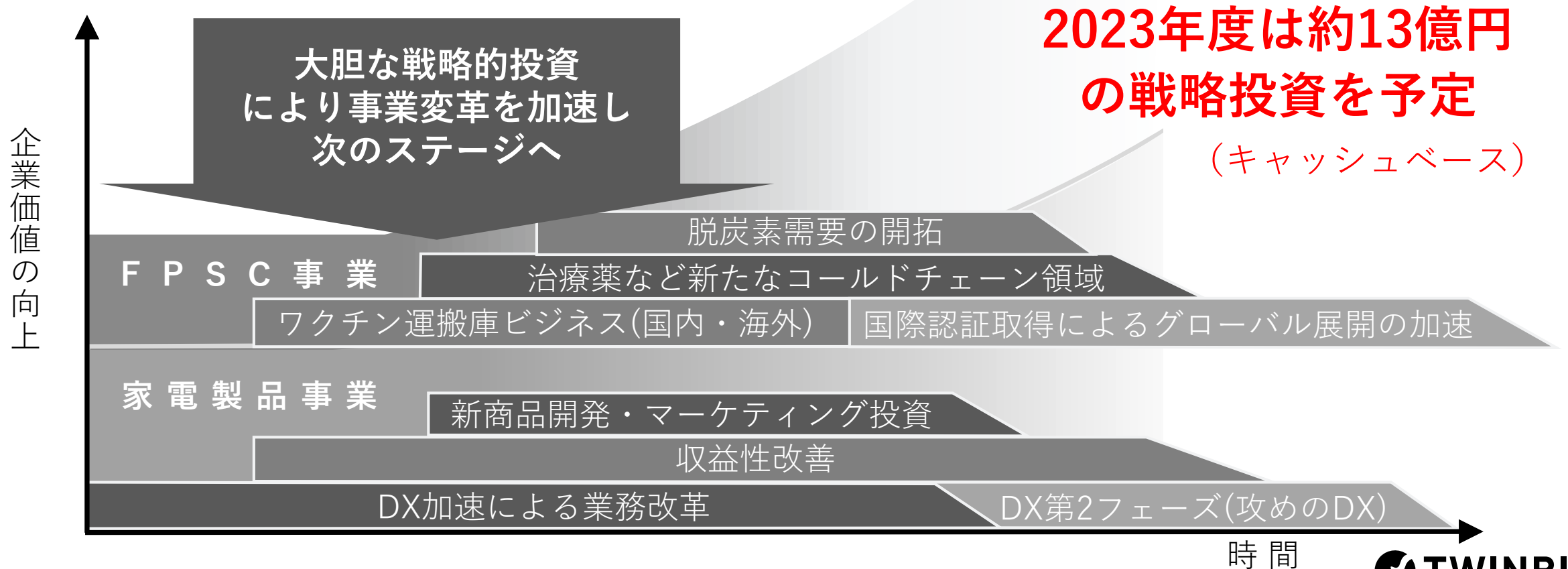


WM-ED70W
全自動電気洗濯機
7.0kg
2023年11月
発売予定

④原価低減（海上運賃含む）／⑤経費節減

- ・VA/VE活動を含む原価低減を継続的に実施
- ・創意工夫により経費節減を推進

→戦略的投資は計画通り継続し、将来の事業拡大を目指す



2024年2月期 通期個別業績予想（2023年4月12日公表値から変更なし）（再掲）

- 長期にわたり製造コストが高止まりする環境の中、2023年9月5日に家電製品の5%以上の価格改定を実施
最大の需要期である年末商戦に向けて、9月末には「おいしい低糖質パンベーカー」を発売、さらに11月には全自動
コーヒーマーカーに続く、匠の技術・暗黙知を家電の力で具現化する「匠プレミアム」戦略的新製品をはじめ、冷凍冷
蔵庫・全自動洗濯機・フラット電子レンジなどの生活必需品を中心に続々と新製品を投入し、売上高の伸長を図る
- 新商品開発投資を継続しながらも、原価低減活動や物流費の圧縮、経費削減を実行し、更なる収益性の改善を図る
変動費率を低減し損益分岐点を引き下げるとともに、売上高の伸長により当第4四半期は大きく業績が向上する見込み
- WHO（世界保健機関）のPQS(Performance, Quality and Safety)認証を2023年10月末目途に取得予定
UNICEFなど国連関係機関等の機材選定基準を満たすことで、ワクチン運搬庫の海外販売を拡大

単位：百万円	2023年度	2022年度		
	通期 個別業績予想	前期 個別実績	差額	前期比 変動率
売上高	11,000	10,838	161	1.5%
営業利益	300	42	257	598.8%
売上高比	2.7%	0.4%	2.3pt	
経常利益	260	147	112	76.8%
当期純利益	180	57	122	213.1%



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。