

平成 24 年 4 月 23 日

各 位

会 社 名 ジャニス工業株式会社
代表者名 取締役社長 山川 芳範
(コード番号 5342 名証 第2部)
問合せ先 経営管理部長 富本 和伸
(電 話 0569-35-3150)

「第3次中期経営計画」策定に関するお知らせ

当社はこのたび、平成27年3月期を最終年度とする「第3次中期経営計画」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 背景

当社は、平成 21 年 6 月に現社長の就任とともに、平成 21 年 4 月から平成 24 年 3 月までの 3 ヶ年を対象期間とした「第 2 次中期経営計画」を策定し、『安定的な経営基盤の構築』をスローガンに経営体制を一新し、財務体質の健全化と安定的に黒字を出せる体質へと転換を図ってまいりました。

その間の主な施策としましては、Janis 自社ブランド品のセット販売を強化するため、平成 23 年 7 月に発売したタンクレストイレ『スマートクリン』を仕上げとするフロントスリムトイレのラインナップの充実を進めてまいりました。生産面では OEM 先の新規獲得等による生産量の確保や、3 ヶ年で製造原価の 3 割を低減させていく『スリム 30』を展開し、利益が出せる体質となってまいりました。財務面では、平成 22 年 6 月に資本構成の見直しによる利益剰余金の積立不足を縮小させ、平成 23 年 3 月には遊休不動産である旧大曾工場跡地の売却を完了し剰余金も黒字に転じ、計画より一年前倒しで平成 23 年 6 月に復配を実現するに至りました。また、無担保社債の発行、コミットメントラインの締結など機動的かつ安定的な資金調達体制を構築し、平成 22 年 11 月から自己株式取得を再開し、復配と共に企業価値向上に努めてまいりました。

こういった一連の施策により、第 2 次中期経営計画の最終年に当たる平成 24 年 3 月期におきましても、昨今の厳しい市況環境の中ではありますが、営業利益など各利益段階で安定的に黒字を確保できるまでにいたしました。このように継続的な黒字体質への転換が図れたことから、今後は『**需要を創造し、社会に広く認知された Janis ブランドの構築**』をスローガンとし、平成 24 年 4 月から平成 27 年 3 月までを対象期間とした「第 3 次中期経営計画」を策定いたしました。

この「第 3 次中期経営計画」においては、衛生陶器メーカーとしての特色を国内外問わず最大限に活用し、経営理念にある独創性と活力ある人材づくりをすすめ、お客さま視点で高付加価値商品やサービスをご提供するなど、戦略を実践してまいります。

スローガン：『需要を創造し、社会に広く認知された Janis ブランドを構築する』

2. 基本方針

- (1) 『日本ブランド』の衛生陶器メーカーとして、国内外の特色ある企業とのコラボレーションを推進し、リフォーム事業など事業基盤の拡大を図ってまいります。
- (2) 巧水技術（水を巧みに扱う技術）で世界の頂点を目指し、『フロントスリム』トイレの更なる高付加価値化により、トイレ文化に貢献いたします。
- (3) 『世界一低コストの製造力』で、お客さまにお役立ちができる『提案営業』を推進し、社員一同『業績を尊重する精神』を貫き、継続的に業績を確保してまいります。

3. 業績目標

(単位：百万円)

	24年3月期予想	25年3月期	26年3月期	27年3月期
売上高	4,400	4,500	5,000	5,500
営業利益	200	210	250	280
経常利益	230	230	280	310
当期純利益	180	180	220	250
配当(円/株)	2	2	2	3
総労務費	1,400	1,360	1,500	1,700
製品在庫金額	350	350	320	300

4. 各部門の主要施策

(1) 営業部門

【売上計画】

(単位：百万円)

	24年3月期予想	25年3月期	26年3月期	27年3月期
売上高	4,400	4,500	5,000	5,500
Janisブランド	1,700	1,900	2,100	2,300
O E M	2,600	2,400	2,600	2,600
特販事業	0	200	300	600

【主な施策】

- ① お客さまにお役立ちできる『戦略的需要創造型提案営業』を推進し、Janis ブランドを構築する。
- ② 新商品の投入により、OEM販売先の売上げを確保し、揺るがない売上げ基盤の安定化を図る。
- ③ 特販事業部により独自のリフォーム市場を創り上げ、新たな事業の柱とする。

(2) 生産部門

【生産計画】

(単位：百万円)

	24年3月期予想	25年3月期	26年3月期	27年3月期
生産高	3,300	3,300	3,500	3,700
① 原価差益	130	150	200	250
仕入高	1,160	1,250	1,450	1,800
② 仕入差益	150	160	180	200
総差益(①+②)	280	310	380	450

【主な施策】

- ① 業績を意識した生産体制で、省人・省力・高付加価値の『モノづくり』を推進する。
- ② 生産設備の増強と海外調達を拡張して、お客さまからの要望にお応えしていく。
- ③ 未来思考で素材・機能・意匠・製法などを追及し、今までにない価値ある挑戦的な商品を作り出す。

(3) 開発部門

【開発目標】

- ① トイレ関連
 1. 独自の節水技術による『ローシルエット型次世代節水トイレ』の開発。
 2. 次世代型ローコストトイレの開発。
 3. 独自のコンセプトによる『オリジナル洗浄便座』の開発。
- ② その他
 1. 『オリジナル水栓金具』のシリーズ拡大。
 2. 『巧水スタイル』を具現化する次々世代商品の開発。

【主な施策】

- ① 国内外の企業・教育機関等とのコラボレーションを推進する。
- ② 機能要素の拡大に対応した試験・検証設備の充実を図る。
- ③ CAE・3D-CAD運用により、開発スピードを向上させる。

(4) 管理部門

【財務目標】

(単位：百万円)

	24年3月期予想	25年3月期	26年3月期	27年3月期
借入金	540	640	460	700
自己資本比率	50.3%	50.5%	52.0%	51.0%

【人員計画】

	24年3月期予想	25年3月期	26年3月期	27年3月期
総人員数	263	273	283	286

【主な施策】

- ① 『小さな巨人作り』をテーマに人事制度を改革し、業績を尊重し、不確実性の時代を乗り切っていける人材を育成する。
- ② 機動的な資金調達体制を構築し、積極投資・BCP対策に対応する。
- ③ 自己資本比率を更に高め、安定的に配当を継続実施する。

以上