

平成 27 年 5 月 13 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 取締役経営管理部長 富本 和伸
(電 話 0569-35-3150)

「第4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30年3月期を最終年度とする「第4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 24 年 4 月から平成 27 年 3 月までの 3 ヶ年を対象期間とした「第 3 次中期経営計画」を策定し、『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』をスローガンにブランド戦略に注力し、売上げの拡大と安定的な黒字を確保する経営基盤を構築してまいりました。

その間の主な施策としましては、当社初のテレビコマーシャルの放映を開始すると共に、自社ブランド拡販のため、東京に続き大阪・仙台・福岡および中国上海にショールームを開設してまいりました。自社商品としましては、平成 25 年 10 月にフロントスリム節水型トイレ『マイティークリン』を発売し、リフォーム需要の取り込みに注力してまいりました。生産面では OEM 先の拡販等による生産量の確保や、原材料・燃料等の値上げに対して乾燥設備・釉薬塗装ラインの効率化更新・タンク脱型ロボットの導入等のコストダウンを推進し、高騰する製造原価の歯止め策をうってまいりました。財務面では、BCP の観点からもコミットメントラインの継続締結をおこない、機動的かつ安定的な資金調達体制を推進し、平成 22 年 11 月から再開した自己株式取得も継続して企業価値向上に努めてまいりました。また、最終年度には第 4 次中期経営計画に備え、従業員へのモチベーション向上と自己株式活用を目的として株式給付信託(J-E S O P)も導入してまいりました。

こういった一連の施策により、売上高は 3 ヶ年連続で増収とすることができましたが、為替等による昨今の厳しい市況環境により、営業利益等は最終年度で減益にいたしました。

このような環境の中、引き続き国内シェア拡大に注力するため、『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』を継続スローガンとし、平成 27 年 4 月から平成 30 年 3 月までを対象期間とした「第 4 次中期経営計画」を策定いたしました。

この「第 4 次中期経営計画」においては、大型設備投資による製造原価低減と国内衛生陶器メーカーとして高品質な商品づくりに注力し、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) 80周年を迎える『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、事業基盤の拡大を図ってまいります。
- (2) トイレメーカーとしてコア技術に磨きを掛け、安全で品位ある『フロントスリム』商品をご提供すると共に、安心して迅速なサービス対応を通じてお客様のニーズを事業運営に反映してまいります。
- (3) 国内メーカーとして環境負荷とコストを低減し、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)

	(ご参考) 27年3月期	28年3月期	29年3月期	30年3月期
売上高	5,074	5,100	5,300	5,500
営業利益	188	140	180	210
経常利益	205	160	200	230
当期純利益	184	80	100	130
営業利益率	3.7%	2.7%	3.4%	3.8%
配当(円/株)	3	3	3	3

4. 各部門の主要施策

(1) 営業部門

【売上計画】

(単位：百万円)

	27年3月期	28年3月期	29年3月期	30年3月期
売上高	5,074	5,100	5,300	5,500
Janis	1,828	1,900	2,000	2,100
OEM他	3,246	3,200	3,300	3,400

【主な施策】

- ① 80周年を迎える老舗メーカーらしく Janis ブランドを構築すると共にメンテナンス網を充実させ、サービスの向上を図る。
- ② 安定的な売上げ基盤を構築のため、OEM専属部署を細分化し、営業提案を強化する。
- ③ 需要創造する提案営業をより一層推進し、新規市場を開拓する。

(2) 生産部門

【生産計画】

(単位：百万円)

	27年3月期	28年3月期	29年3月期	30年3月期
生産高	3,540	3,370	3,570	3,747
仕入高	1,647	1,692	1,750	1,860
設備投資	118	575	180	260

【主な施策】

- ① 46年ぶりとなる衛生陶器の焼成炉更新により、製造原価低減させると共に環境負荷を低減させる。
- ② 日本メーカーとして絶対品質と品位を追求し、ブランド構築を図る。
- ③ モノづくり研究を未来思考でおこない、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。

【主な設備投資】

- 焼成炉・釉薬塗装ラインの更新
- 高圧力成形機のテスト導入
- トイレ関連部材の内製化投資

(3) 開発部門

【開発目標】

- ① トイレ関連
 - 1. マイティークリンのPトラップ仕様(マンション向け)開発
 - 2. 排水器具・ボールタップの内製化
 - 3. 温水洗浄便座の品質向上と品番統合
- ② その他
 - 1. 節湯タイプの水栓開発

【主な施策】

- ① 技術関連情報の棚卸と整備により基礎技術を蓄積し、多能工化による知識の共有で開発力を強化する。
- ② お客様目線で品質基準を見直し、確実なDRの実施で修繕費を削減する。
- ③ 海外仕入商品の購買・品質管理体制を確立し、利益ある調達体制を再構築する。

(4) 管理部門

【財務目標】

(単位:百万円)

	27年3月期	28年3月期	29年3月期	30年3月期
自己資本比率	55.4%	55.3%	55.9%	56.9%
R O A	3.7%	2.7%	3.5%	4.0%
R O E	6.2%	2.8%	3.5%	4.4%

※ ROAは営業利益ベース、ROEは純利益ベース

【人員計画】

	27年3月期	28年3月期	29年3月期	30年3月期
総人員数	274	276	278	280

【主な施策】

- ① ジョブローテーションの実施と『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 自己資本比率を維持し、安定的な配当を継続する。

以 上