

中期経営計画

[2017年4月期～2019年4月期]

2016年 6月23日
神島化学工業株式会社
代表取締役社長 池田和夫
(証券コード:4026)

I 中期経営計画

- | | |
|----------------|---------|
| 1. 経営の基本方針 | P. 2 |
| 2. 中長期的な経営環境認識 | P. 2 |
| 3. 中長期の経営戦略 | P. 2 |
| 4. 業績計画 | P. 3 |
| 5. 化成品事業の中期計画 | P. 4-8 |
| 6. 建材事業の中期計画 | P. 9-10 |

I 中期経営計画

1. 経営の基本方針

無機化学の可能性を追求し

「顧客満足を第一に考え、より広く深く社会に貢献していく」

2. 中長期的な経営環境認識

国内住宅建材業界は、中長期的には、少子高齢化と人口減少により縮小傾向

3. 中長期の経営戦略

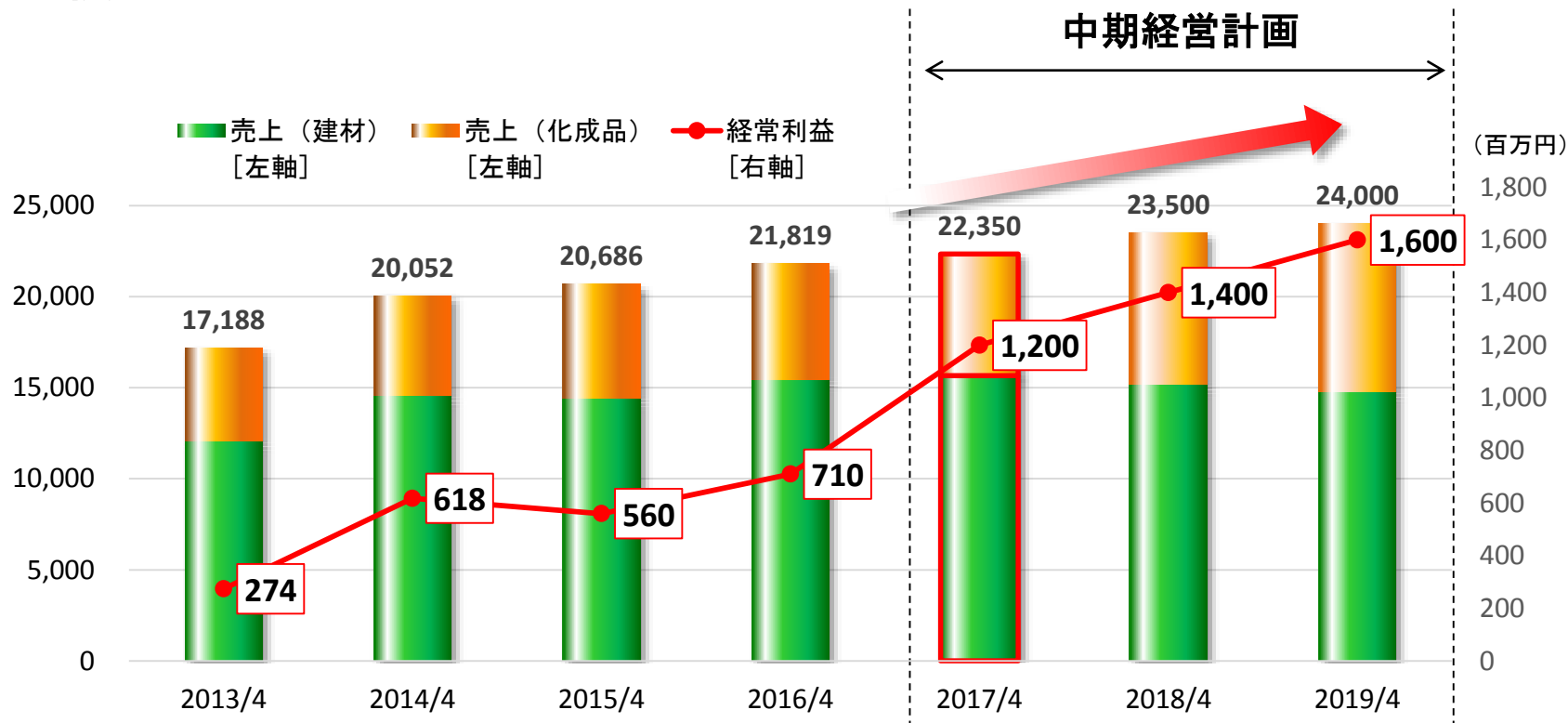
(1) 基本方針

成熟産業である「住宅分野」から、現有事業の成長産業である「化成品（マグネシウム）分野」への事業転換、及びアーリーステージの「セラミックス分野」の育成

(2) 基本戦略

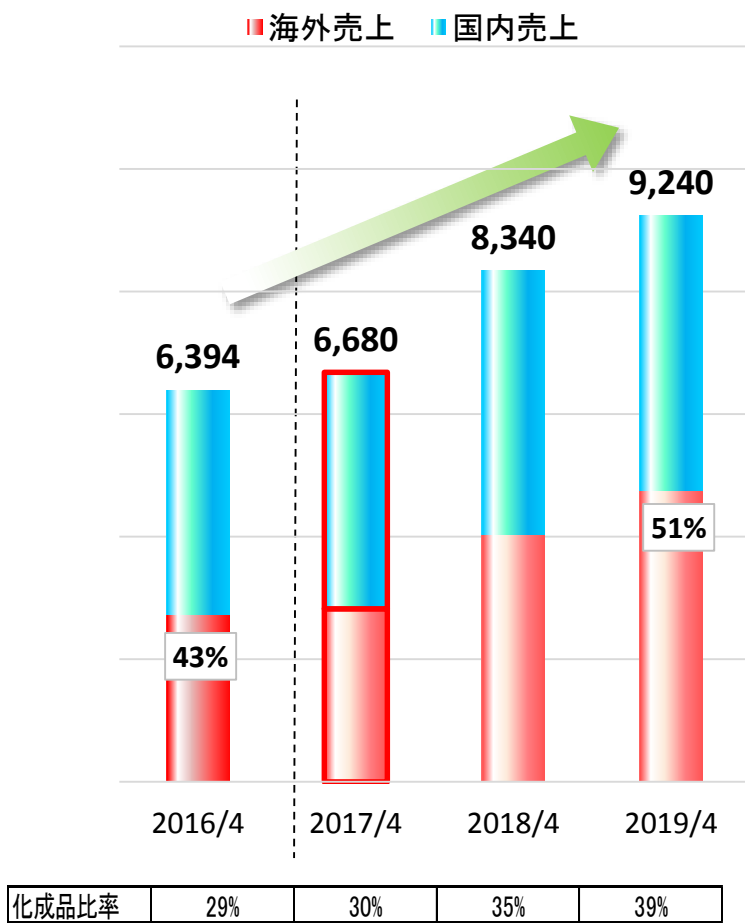
- ① 建材事業から化成品事業への業態変換
- ② セラミックス事業の本格的事業化
- ③ 住宅から非住宅へのエネルギーシフト
- ④ 住宅分野は、高級化路線

4. 業績計画



経常利益率	1.6%	3.1%	2.7%	3.3%	5.4%	6.0%	6.7%
自己資本比率	25.7%	26.6%	28.3%	29.1%	31.4%	34.7%	38.2%
総資産	17,467	17,974	18,253	18,936	19,760	20,280	20,920
純資産	4,495	4,786	5,159	5,515	6,200	7,030	8,000
設備投資額	1,647	553	1,097	1,423	2,066	1,120	750
研究開発費	510	515	549	623	639	672	686

5. 化粧品事業の中期計画



①化粧品事業（マグネシウム）は当社の成長エンジン

- ・ 当社売り上げ全体に占める化粧品事業部門比率を10%アップ
 (29% <'16年4月> → 39% <'19年4月>)
- ・ 海外市場開拓し海外売上比率は50%超へ
 (43% <'16年4月> → 51% <'19年4月>)



I 中期経営計画

5. 化成品事業の中期計画

・'16年10月の化成品(マグネシウム)増産設備の完成により、売上高は約4割拡大の計画

・化成品増産計画概要

総投資額 : 17億円

概要 : キルンを中心とした設備及びGMP倉庫

期間 : '15年4月着工⇒'16年10月完成予定

生産能力 : 約40%アップ



イメージ図



キルン(焼成炉)

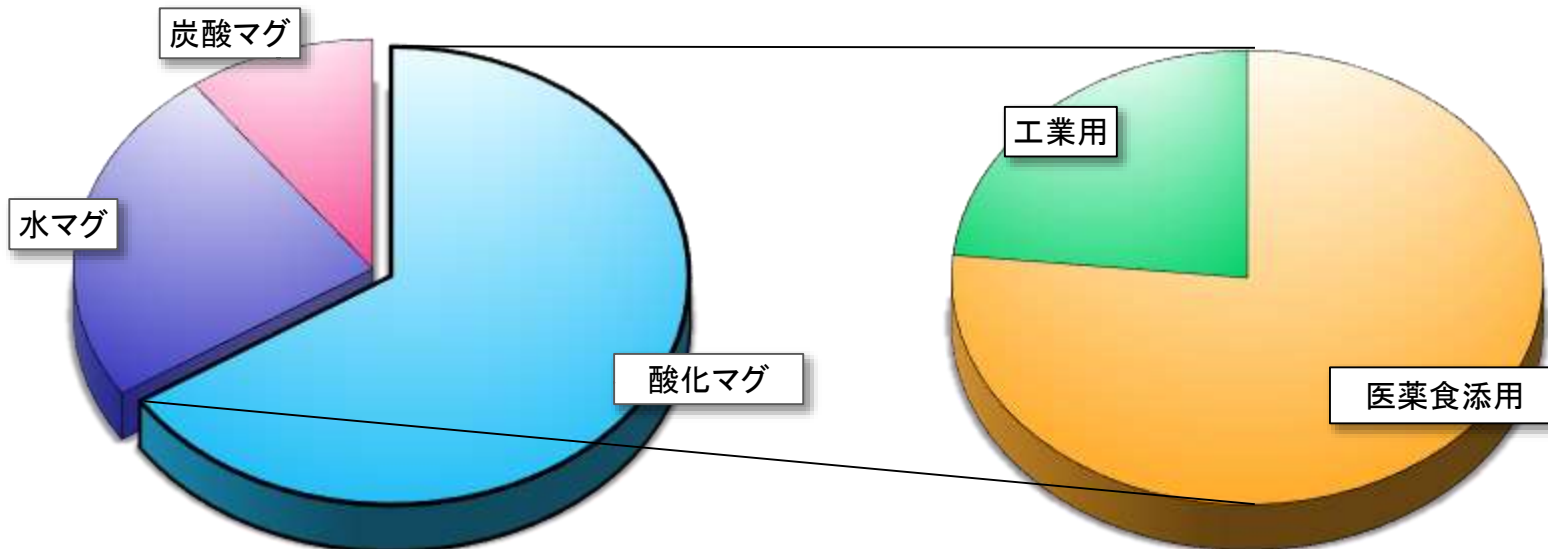
I 中期経営計画

5. 化成品事業の中期計画

・増産分は酸化マグネシウムを中心に拡販 ⇒ 酸化マグネシウムの用途は医薬食添用

製品別拡販計画(増分)

酸化マグ用途別拡販計画(増分)

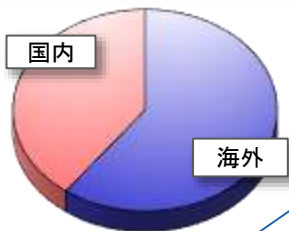


I 中期経営計画

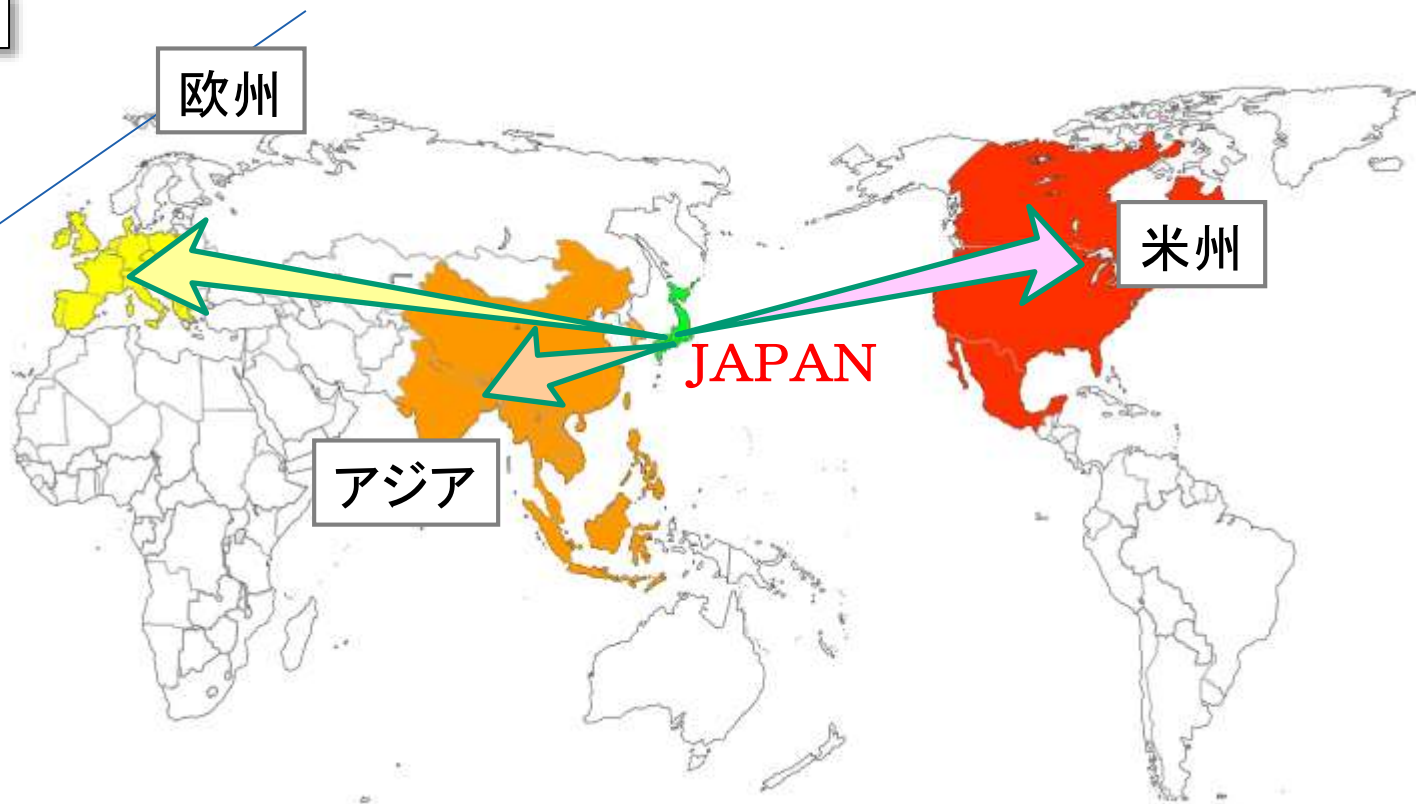
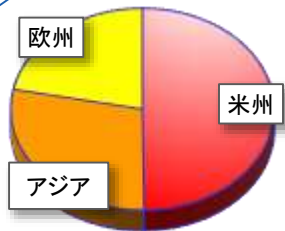
5. 化粧品事業の中期計画

- ・販売は、主に海外マーケットに注力
- ・酸化マグネシウムは、過半を米州向け拡販に注力

販売の海外／国内比率(増分)



酸化マグ拡販地域(増分)



I 中期経営計画

5. 化成品事業の中期計画

②セラミックス分野



YAGセラミックス

Yttrium Aluminium Garnet (イットリウム・アルミニウム・ガーネット)

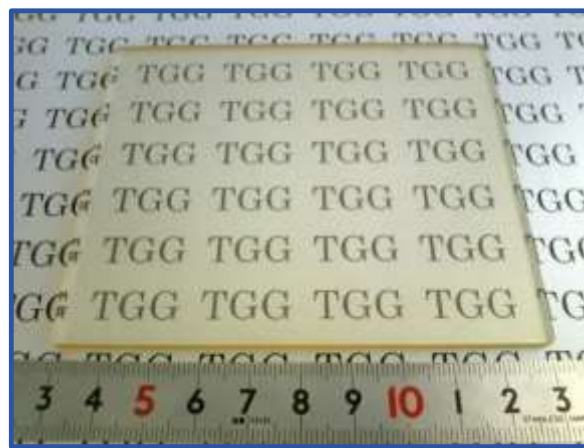
近年大型セラミックス使用の大出力レーザー開発が活発化。
開発拠点の増加、高出力化による使用量の拡大



TGGセラミックス

Terbium Gallium Garnet (テルビウム・ガリウム・ガーネット)

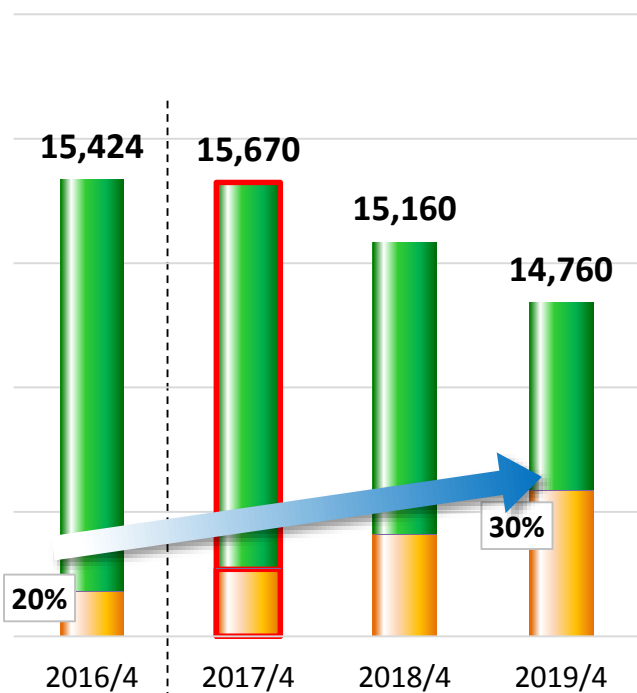
レーザー装置の安定動作には反射光防止装置が必須。
低出力ファイバーレーザー用から大口経による大出力レーザー開拓



I 中期経営計画

6. 建材事業の中期計画

(百万円) ■住宅分野売上高 ■非住宅分野売上高



非住宅比率	20%	22%	25%	30%

③戸建住宅分野から非住宅分野（公共・商業施設等）へ転換

（非住宅比率 20%（'16年4月）→30%（'19年4月））

- ・ 独占的シェアを有する耐火パネルのオリンピック需要の取り込み
- ・ 昨年譲受したラムダ事業（非住宅）の当社既存建材部門とのシナジー効果の発現
 - － 既存顧客へのラムダ製品拡販
 - － 技術交流による新商品開発（遮音板等）



6. 建材事業の中期計画

④既存戸建住宅分野では、高級化路線に集中

- ・ 防火サイディング事業は、18mm厚の高級品「ドレッセプレミアム」に集中し、高級市場内でのシェアアップ
- ・ 強みの軒天ボード・破風板も、高級品（ラフォーレティンバー・ラフォーレグレイス）に注力
- ・ 内装化粧ボード（シェルテ）は、厚さ3mm市場に新規参入し、新流通経路による拡販



注意事項

本資料には、神島化学工業の業績に関して、歴史的事実および将来の見通しが含まれています。これらの見通しは将来の業績を完全に見通したものであるとは限らず、将来の業績に影響を与うるリスクや不確実な要素が含まれており、実際の業績は様々な要素によりこれらの見通しとは異なることがあります。