



2021年2月15日

各 位

会 社 名	ウルトラファブリックス・ ホールディングス株式会社
代 表 者 名	代表取締役社長 吉村 昇
コード番号	4235 (JASDAQ)
問 合 せ 先	経営企画部長 高野 美香
電 話 番 号	042-644-6515

### 中期経営計画策定に関するお知らせ

このたび、2021年12月期を初年度とする新たな中期経営計画（2021年度～2023年度）を策定いたしましたのでお知らせいたします。

#### 記

当社は、2019年度を初年度とする中期経営計画（2019年度～2021年度）に基づき、この期間を「顧客ニーズを捉えた新商品開発や製品拡充に注力する先行投資をしながら安定した事業拡大と経営基盤の強化を実行する時期」と位置づけて、様々な施策に取り組んでまいりました。

しかしながら、2020年3月以降、新型コロナウイルス感染症拡大による経済活動抑制の影響を受けて世界経済は急速に悪化し、当社業績も大きな影響を受けました。経済活動の再開に伴い一部の分野では売上が回復しておりますが依然として回復の兆しが見えない分野もあり、中期経営計画を遂行していくにあたっての前提条件や事業環境が2019年当時と比べて大きく異なっていることから、新たな中期経営計画（2021年度～2023年度）を策定いたしました。

2021-2023 中期経営計画 ～経営統合の完成から次の成長ステージへ～

業績目標：売上収益145億円 / 売上総利益率47.6% / 営業利益21億円 / EBITDA35億円

- ① 合成皮革のプレミアムブランドとしての地位を確立
- ② 規模拡大・収益性改善による企業価値の増大
- ③ 製販が一体化したグループ総合力の強化

詳細につきましては、添付資料をご参照願います。

本件についてのお問い合わせは、当社経営企画部長 高野(042-644-6515)までお願いいたします。

(注) 本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

以 上

# ウルトラファブリックス・ホールディングス株式会社

## 2021-2023 中期経営計画

Feb.15 2021

## <ウルトラファブリックス・ホールディングス グループ経営理念>

- 米国販売関連会社との経営統合から3年が経過し、あらためてグループとしての方向性を示す経営理念を策定。

Comfortable  
and conscious  
in every way



### Our Mission

Achieve unique texture and high functionality through the spirit of craftsmanship

Aim to be the world's best in engineering, design, and quality

Respect the diversity of people and provide first-class service

Prioritize sustainability while contributing to society

### Our Values

Transparency & Accountability

Diversity & Inclusion

Craftsmanship & Pioneering

心地よさは、  
誇り



### 私たちは目指す

感触と機能を、匠の心で両立する

技術・デザイン・品質で世界No.1となる

多様な人材を尊重し、高度なサービスを行う

サステナビリティを重視し、社会へ貢献する

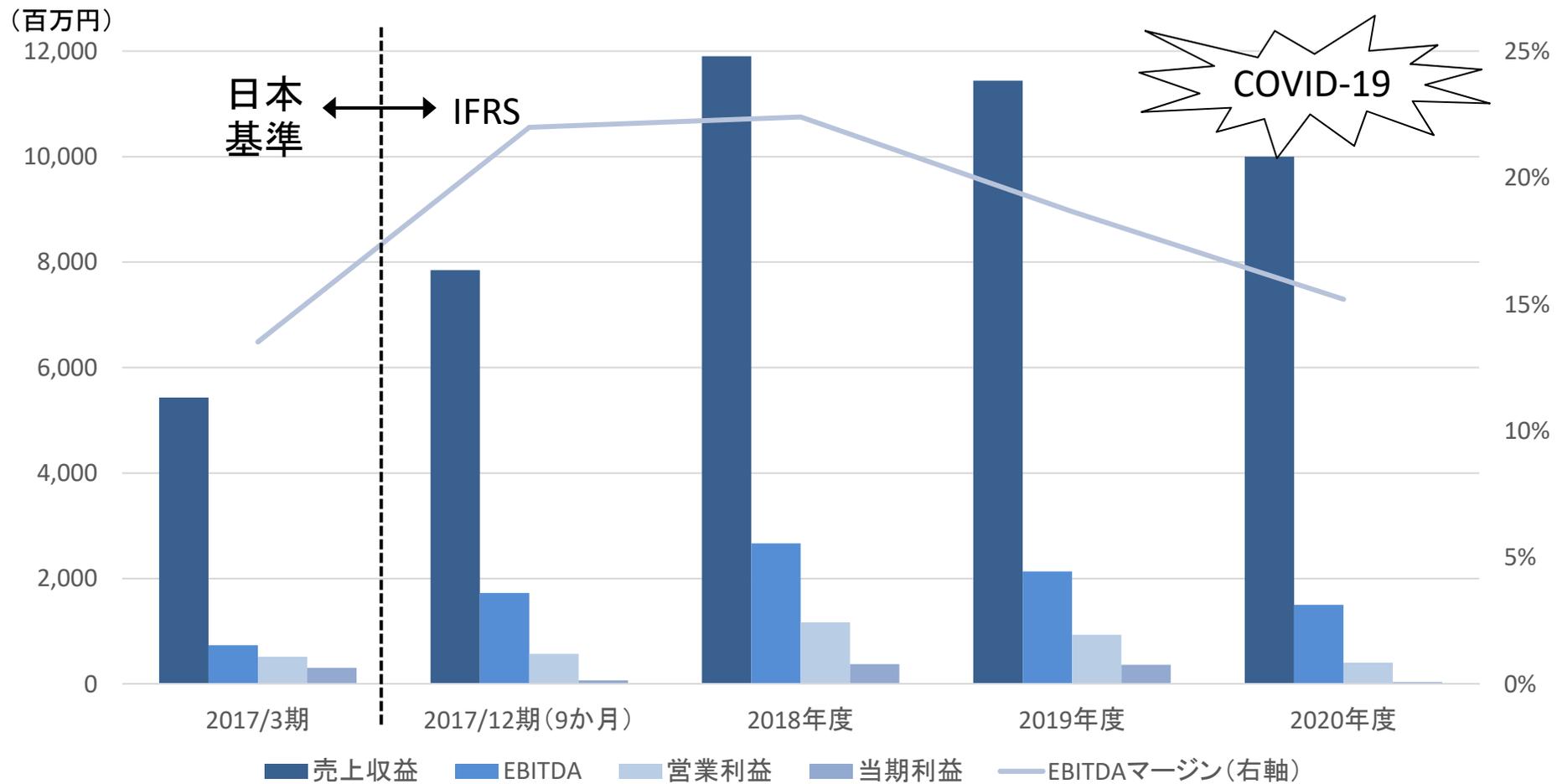
### 私たちは約束する

「透明性と説明責任」に向かい合う

「多様性を認め合う」風土を持つ

「作る」にこだわる先駆者である

# 1. 2017-2020 振り返り (1)業績推移



- 2018年度:売上は堅調に推移したものの、のれん償却・株式報酬等、想定外の費用も発生。
- 2019年度:世界経済の減速を受け後半に失速し、生産量の減少による原価率上昇で減益。
- 2020年度:新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きく、後半持ち直すも、減収減益。

# 1. 2017-2020振り返り (2)施策と課題

	施策	課題
顧客・市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車ビジネスの拡大</li> <li>・民間航空会社向け製品開発・マーケティングの強化</li> <li>・各種展示会への出展</li> <li>・デジタルマーケティングの拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定メーカーへの売上依存度引下げ</li> <li>・価格競争からの脱却</li> <li>・ウルトラファブリックスブランドの強化</li> </ul>
R&D・製品開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バイオ製品/リサイクル製品の開発に着手</li> <li>・新機能製品の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バイオ製品/リサイクル製品の開発</li> <li>・新機能製品の遡及とさらなる開発</li> </ul>
製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製造ラインの2ライン化</li> <li>・生産と販売の連動強化</li> <li>・化学物質の回収強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製造原価率の改善</li> <li>・環境負荷の極小化</li> </ul>
その他/全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営統合の推進</li> <li>・ISO14001およびIATF16949認証の取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アジア市場へのアプローチ</li> <li>・サステナビリティに対する対応強化</li> <li>・With/Afterコロナへの対応</li> </ul>

## 2. 2021-2023 中期経営計画 (1) 方針

---

### 経営統合の完成から次の成長ステージへ

#### ➤ 2023年度業績目標

- 売上収益145億円 / 売上総利益率47.6% / 営業利益21億円 / EBITDA35億円

#### ➤ 合成皮革のプレミアムブランドとしての地位を確立

- サステナブル製品の開発
- 顧客ニーズに合致した機能性とデザイン性のある新製品の開発

#### ➤ 規模拡大・収益性改善による企業価値の増大

- 特定の顧客に依存せず、各カテゴリーに分散されたバランスよい成長を実現
- 生産効率の改善

#### ➤ 製販が一体化したグループ総合力の強化

- 子会社間でのコミュニケーションの強化
- システムインフラの整備

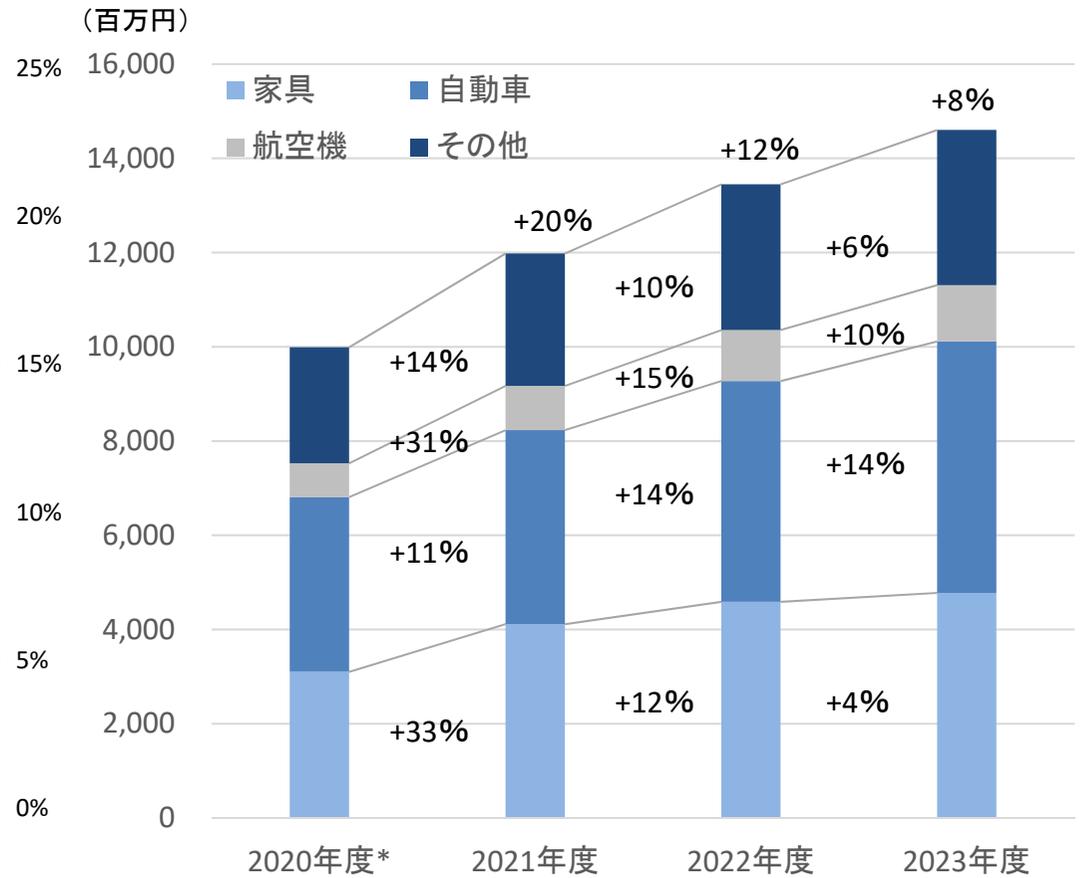
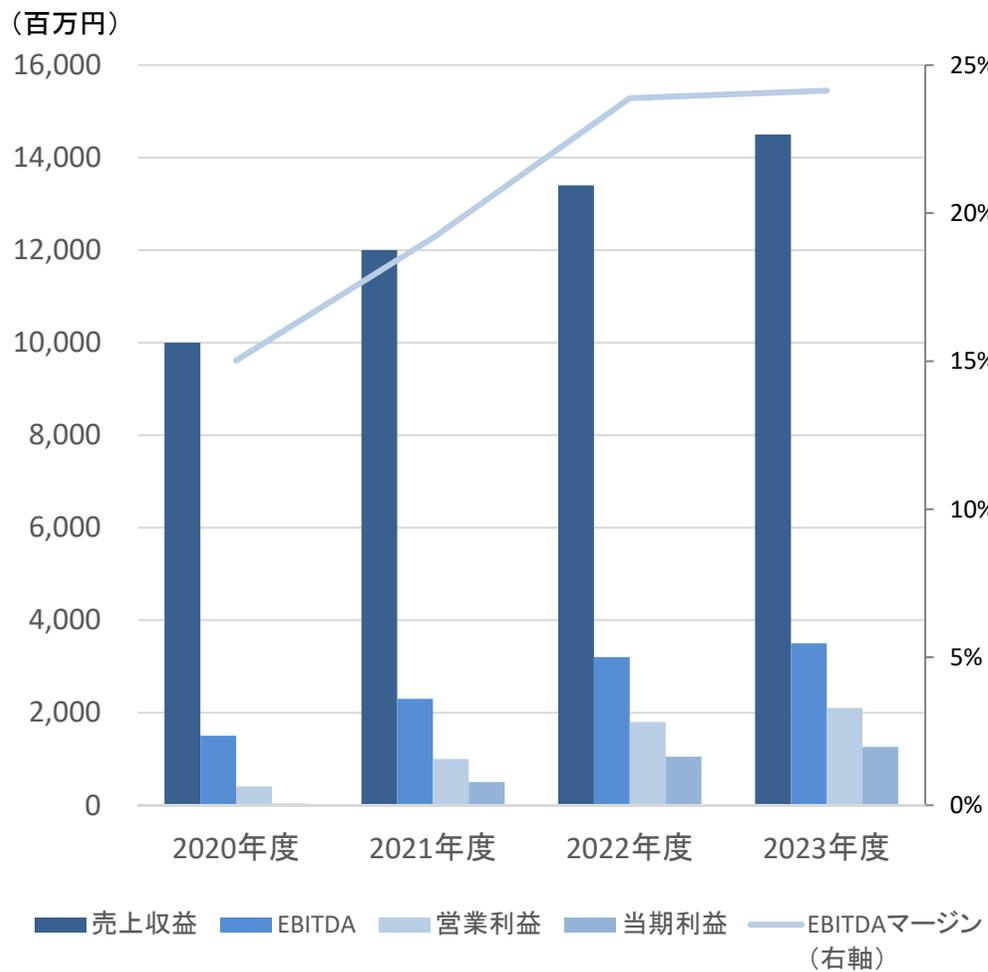
## 2. 2021-2023 中期経営計画 (2) 業績目標

(百万円)	2020年度	中期経営計画				2020年度比 差異
		2021年度	2022年度	2023年度		
売上収益	10,000	12,000	13,400	14,500	+4,500	
売上総利益	4,199	5,400	6,500	6,900	+2,701	
営業利益	406	1,000	1,800	2,100	+1,694	
税引前当期利益	-61	700	1,500	1,800	+1,861	
当期利益	35	500	1,050	1,260	+1,225	
EBITDA	1,502	2,300	3,200	3,500	+1,998	
売上総利益率	42.0%	45.0%	48.5%	47.6%	+5.6P	
営業利益率	4.1%	8.3%	13.4%	14.5%	+10.4P	
EBITDA率	15.0%	19.2%	23.9%	24.1%	+9.1P	
ROE	0.4%	5.1%	10.2%	11.2%	+10.9P	
完全希薄化ベース*株式数	10,229,400	10,186,708	10,176,543	10,167,733	-	
1株当たり利益(円)	3.4	49.1	103.2	123.9	-	
前提為替レート(¥/\$)	106.8	106.0	109.0	109.0	-	

\*優先株の普通株への転換比率調整済

- 世界経済がコロナ禍から回復した後は、二桁前後の増収を継続。
- 既存の生産・販売体制を当中計期間中は大幅に増強する必要はないため、増収・生産効率改善効果の大部分が営業増益に寄与する。営業利益率の改善により、ROEも10%超に回復。
- 設備投資額は、太陽光パネル付き倉庫建設や更新投資に965百万円、2022年以降は安全と生産効率を重視した投資に年300～400百万円を想定。

## 2. 2021-2023 中期経営計画 (2) 業績目標



## 2. 2021-2023 中期経営計画 (3)用途別見込み・施策

家具	<ul style="list-style-type: none"> <li>• コントラクト家具の回復に加え、在宅勤務に向けた住宅用家具、吸音性に優れたパーティションなどWith/Afterコロナへの対応</li> <li>• 拡大するヘルスケア市場への対応</li> <li>• 消費者が志向するサステイナブル製品の開発</li> <li>• デジタルマーケティングの推進</li> </ul>	R&D / 製品開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>• バイオ/リサイクル製品の開発 2025年には新規開発製品の50%をバイオ/リサイクル素材を原材料として使った製品とする</li> <li>• グループ内コミュニケーションの円滑化による開発スピードのアップ</li> </ul>
航空機	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 航空業界の緩やかな回復を見込み、民間航空機向け新規プログラム売上が伸長</li> <li>• 軽量化素材の販売促進</li> </ul>	製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 工程進捗管理システムの導入により、製造工程を系統的に可視化、製造業務の効率化・迅速化・品質向上を図る</li> <li>• 群馬工場敷地内に新倉庫を建設し、原材料・仕掛品の管理を効率化</li> <li>• 将来的な生産キャパシティの確保</li> </ul>
自動車	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 既存顧客への売上伸長に加え、新規顧客(特にEV)に向けたシートプログラムを獲得</li> </ul>	管理 / その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>• アジア市場へのアプローチの検討</li> <li>• 情報システム戦略の策定</li> </ul>