

総 ・ 想 ・ 創
そう ・ そう ・ そう

第2次中期経営計画
(2019年3月期-2021年3月期)
振り返り



2021年5月14日

Nakabayashi

スローガン

総 ・ 想 ・ 創
そう ・ そう ・ そう

総合力を結集し 想像力を掻き立て 創造企業を目指す

■収益力の強化

- ①グループ会社及び商品の認知度向上を図り、ブランドイメージを確立する。
- ②顧客に信頼される付加価値の高い商品の開発を継続し粗利益率の向上を図る。
- ③グループ会社間のシナジー効果を生産面、販売面の両面において最大限発揮する。

■成長力の推進

- ①新規事業の創造に取り組み、事業領域の拡大、多角化を図る。
- ②海外販路の開拓を推進する。

中期基本方針

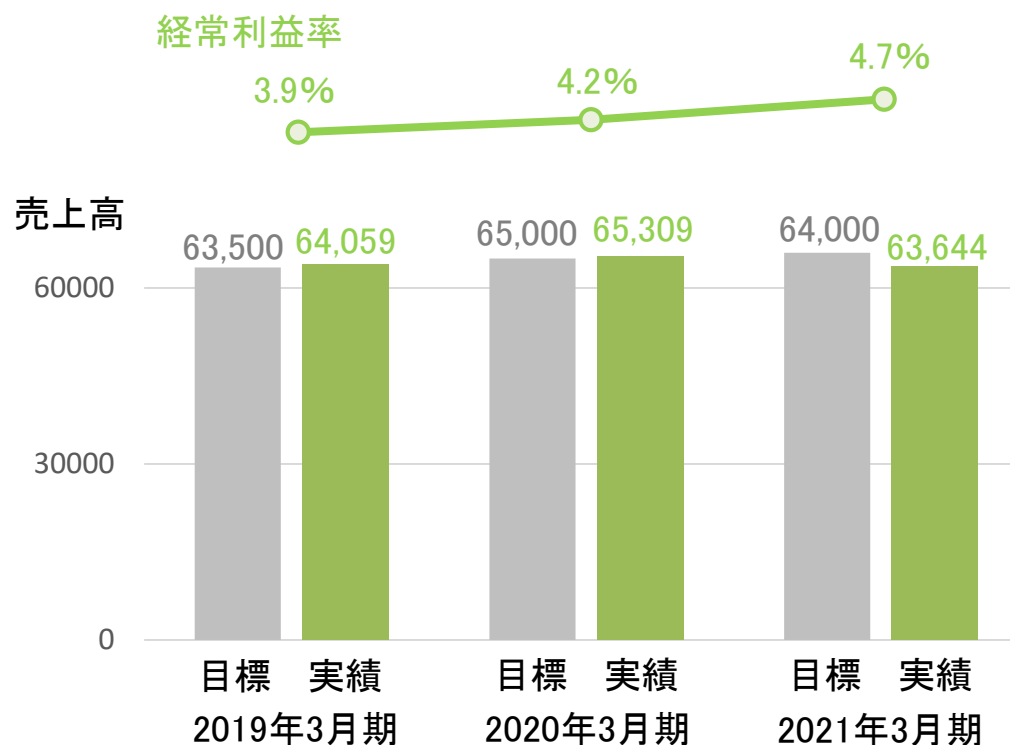
■株主価値の向上

財務基盤の強化、機動的な資本政策により株主価値の向上を図る。

-ナカバヤシからの6つの約束-

- 1 売上高660億 経常利益 6.0%
- 2 ROE 8.5%
- 3 有利子負債20%削減
- 4 配当性向30-40%堅持
- 5 グループの再編・シナジーの創出
- 6 多様な働き方の実践

	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	2021年3月期 実績
売上高	64,054	65,309	63,644
経常利益	2,466	2,736	3,023
経常利益率	3.9%	4.2%	4.7%
ROE	6.8%	6.6%	6.2%



①グループ会社及び商品の認知度向上を図り、ブランドイメージを確立する。

- ・若年層への認知度向上策として、頑張る若者を応援する施策を継続して実施しました。「思い悩み立ち止まれそれが君の前進だから」をキーメッセージにCM制作、イベント協賛、アニメーション映画協賛を実施しました。
- ・全世代向け認知度向上策として、スポーツイベントへの協賛やラジオCMを実施しました。
- ・新サービスや新商品のブランド立ち上げを基に、変革する企業イメージを消費者に訴求するよう努めました。（例）紙器関連「asue」、調光ガラス「N-Smart」など

②顧客に信頼される付加価値の高い商品の開発を継続し粗利益率の向上を図る。

- ・環境配慮関連・防災関連・働き方改革関連・GIGAスクール構想関連の開発に取り組みました。
- ・コロナ禍においては、飛沫飛散低減関連・リモートワーク関連の開発を実行しました。

③グループ会社間のシナジー効果を生産面、販売面の両面において最大限発揮する。

- ・2017年12月にグループ入りした国際チャートとナカバヤシ・日本通信紙、3社の資産を有効に使い繋ぎの平準化を図りました。
- ・リーベックス・ミヨシ・ナカバヤシ、3社の企画力を結集した「GIGAスクール構想」対応製品の開発をしました。
- ・2020年4月にグループ入りした不二工芸印刷で段ボールパーティションを製造し、ナカバヤシが販売しました。
- ・ビックスリーは、ナカバヤシ製品を活用した販売促進により売上増加に繋がりました。

収益力の強化

①新規事業の創造に取り組み、事業領域の拡大、多角化を図る。

シールラベル事業・紙器包装関連事業・調光ガラス事業「N-Smart」
ベッド等寝具事業・図書館指定管理事業など、事業多角化を図り
工場間のシナジー効果も発揮しました。

②海外販路の開拓を推進する

大きな成果は得られませんでした。が、筆記具のTACCIAブランドや紙製品のNCLブランドを軸に
中国、アジア、北米向けの展示会やWEB商談会を活用して販路開拓を実施しました。

成長力の推進

財務基盤の強化、機動的な資本政策により株主価値の向上を図る。

ROE8.5%の目標を掲げておりましたが、2021年3月末の実績は6.2%に留まりました。

自己資本 23,396百万円 → 25,821百万円

当期純利益 1,566百万円 → 1,552百万円 (2019年3月期 → 2021年3月期)

一方、将来性のある事業への積極的な投資や2件のM&Aを実施しました。

株主価値の向上

ナカバヤシからの6つの約束

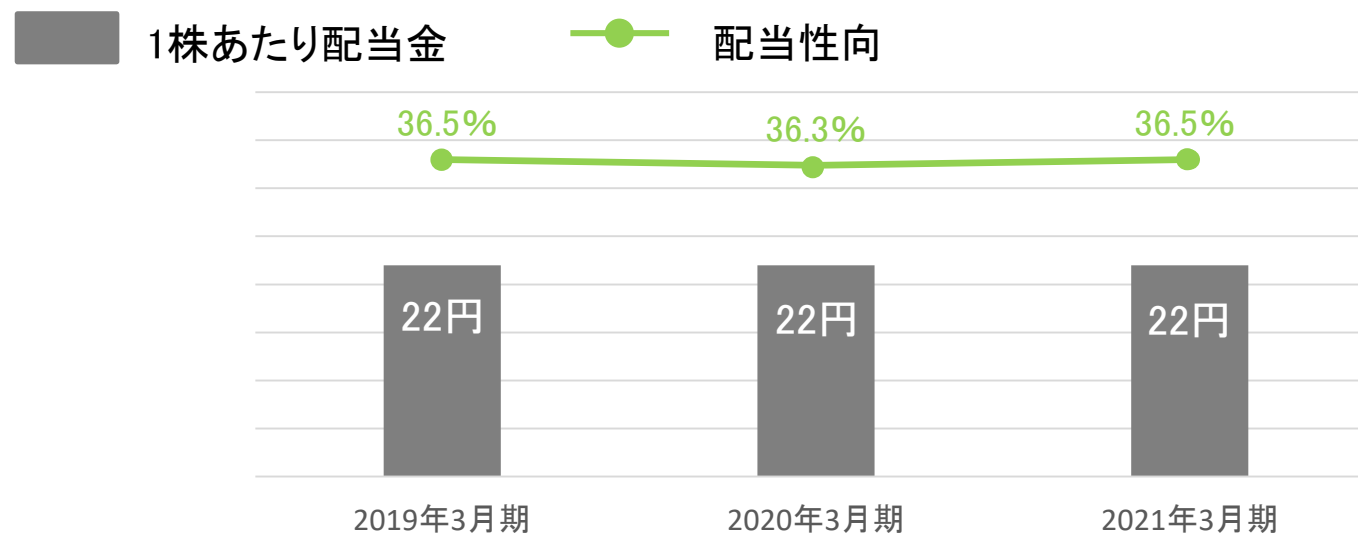


3. 有利子負債削減 -6.4%

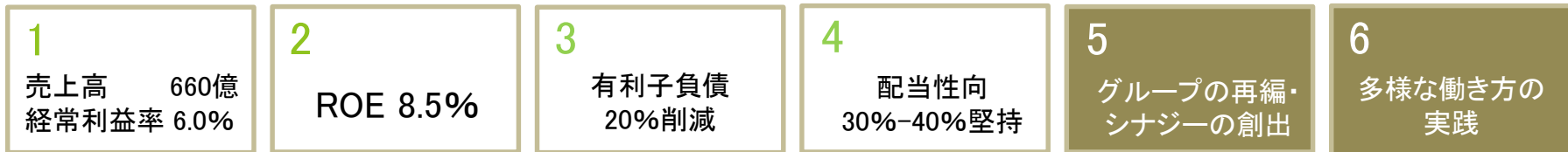
M&A等投資を積極的にしたことから有利子負債削減の達成には至りませんでした。
(2019年3月期:13,332百万円 2021年3月期:12,469百万円)

4. 配当性向

30%以上を堅持いたしました。



ナカバヤシからの6つの約束



5. グループの再編・シナジーの創出

M&Aや子会吸収合併によるグループの再編でアイテム拡充や営業・生産面の効率化強化などシナジーの創出を図りました。

商品拡充や販路拡大

カグクロ株式会社が
ベッドなどのネット通販している
株式会社ビックスリーを100%子会社化

2019年 1月

2018年 4月

カグクロ株式会社が子会社である
有限会社マルヨシ民芸家具を
吸収合併

製造部門と営業部門の統合

2019年10月

兵庫ナカバヤシ株式会社を
吸収合併

生産面での効率化や
採算性の改善

紙器包装ビジネスの強化

パッケージ事業を営む
不二工芸印刷株式会社を
100%子会社化

2020年4月

2020年10月

フランクリン・プランナー・
ジャパン株式会社を
吸収合併

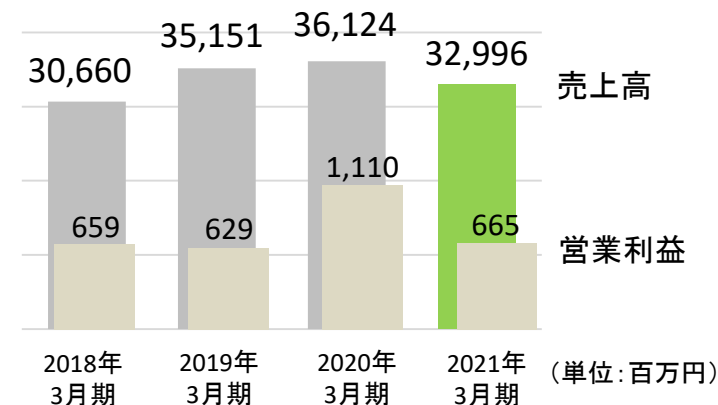
営業力の強化、合理化の推進

6. 多様な働き方の実践

ワークライフバランス促進と、育児休業を取得する方へのサポート体制が認められ2019年に「くるみん」認証を取得。
また、時間有給休暇・一斉カエルDay(定時退社日)・ジョブリターン制度・サテライトオフィス・フリーアドレス制などを導入しました。
さらに新型コロナウイルス感染拡大に伴い在宅勤務や時差出勤などを推進し、よりよい働き方で高い成果を追求していきます。

ビジネスプロセスソリューション事業

「こまったを良かったに」をスローガンに、
ビジネスプロセスにおける様々な困りごと、
課題を共に解決する「価値共創企業」を目指します。



① 図書館や公共団体などからのアウトソーシング受託業務を拡大します。

→ 図書館からの運営・カウンター業務委託や公共図書館の指定管理など
アウトソーシング受託は伸長しました。

→ 「こまったを良かったに」の実践では、特別定額給付金の支給業務や医療従事者向けの補助金業務など、
地方自治体等の各種業務委託を受託しました。

② フルフィルメント事業にチャレンジし、顧客特性に応じたサービスを強化いたします。

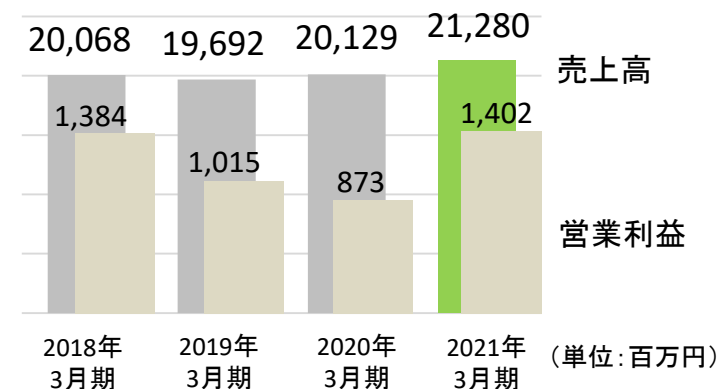
→ クライアントが実施する販売促進キャンペーンにおいて、応募データ加工・販促品の調達・発送まで、
ワンストップで提供できるサービスを開始しました。

③ グループ会社のシナジーをフルに発揮し、顧客の様々な課題解決に貢献いたします。

→ 不二工芸印刷は段ボール製パーティション製造、島根ナカバヤシはアクリル製パーティション製造など
当社グループ工場の特性を活かした製品で社会貢献に努めました。

コンシューマーコミュニケーション事業

消費者と日常にフォーカスし親和性を高めた製品を開発、提供する「ライフスタイル創造企業」を目指します。



①屋外においては便利を想像した製品、屋内においては快適を創造した製品の開発、提供を行います。

- フリーアドレスやリモートワークなど新しい働き方に対応した製品や防災関連用品などの開発・提供を進めました。
- 新型コロナウイルス感染症拡大から飛沫飛散防止対策のパーティションや足踏み消毒ポンプスタンドなど社会のニーズに合わせた製品の提供に努めました。

②筆記具などの新たなブランドの構築に取り組みます。

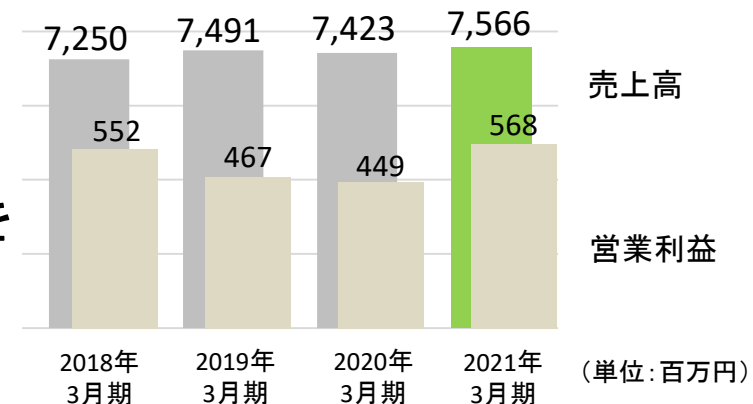
- 万年筆ブランド「TACCIA」・フリーアドレス支援製品「ori-pact」
働く女性向けブランド「w/U -watashi no sobani-」など新ブランドの構築をいたしました。

③アジア・北米の販路拡大に注力いたします。

- 大きな成果は得られませんでした。筆記具のTACCIAブランドや紙製品のNCLブランドを軸に中国、アジア、北米向けの展示会やWEB商談会を活用して販路開拓を実施しました。

オフィスアプライアンス事業

ワーカーズファーストの観点で、
オフィス環境の改善を想う「職場ゆとり創見企業」を
目指します。



- ① 独創的な事務機器の開発によりオフィスの効率化を図ります。
- ② 働く人の「時間」と「心」のゆとりを創造する快適なオフィスづくりに貢献いたします。

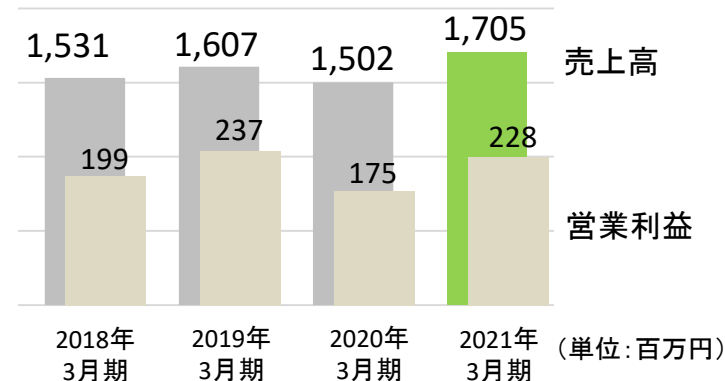
→ 働き方改革の推進によりオフィスレイアウトの変更が増加し、
間仕切り等を中心に販売が伸長しました。

→ タイの大手ガラスメーカーBGフロートガラスと事業提携し「N-Smart」の販売を開始。
調光ガラスを通じてゆとり溢れる空間づくりを提案していきます。

エネルギー事業

木質バイオマス発電及び太陽光発電の安定稼働と
新分野の創造を目指します。

木質バイオマス発電において、排熱を再利用することで出力を増強しました。
太陽光発電は安定稼働しました。



その他事業

製本と農業の二刀流の完成と
農業の6次化を目指します。

耕作面積を増やしたことから、生にんにくの販売と加工品の開発・販売を進めました。
営業組織「Project-G」を立ち上げ、農業の6次化を実践しました。

