

新内外綿株式会社

新中期計画 (平成24～26年度)

平成24年4月27日

新中期計画(H24~26年度)

1

確実なる成長

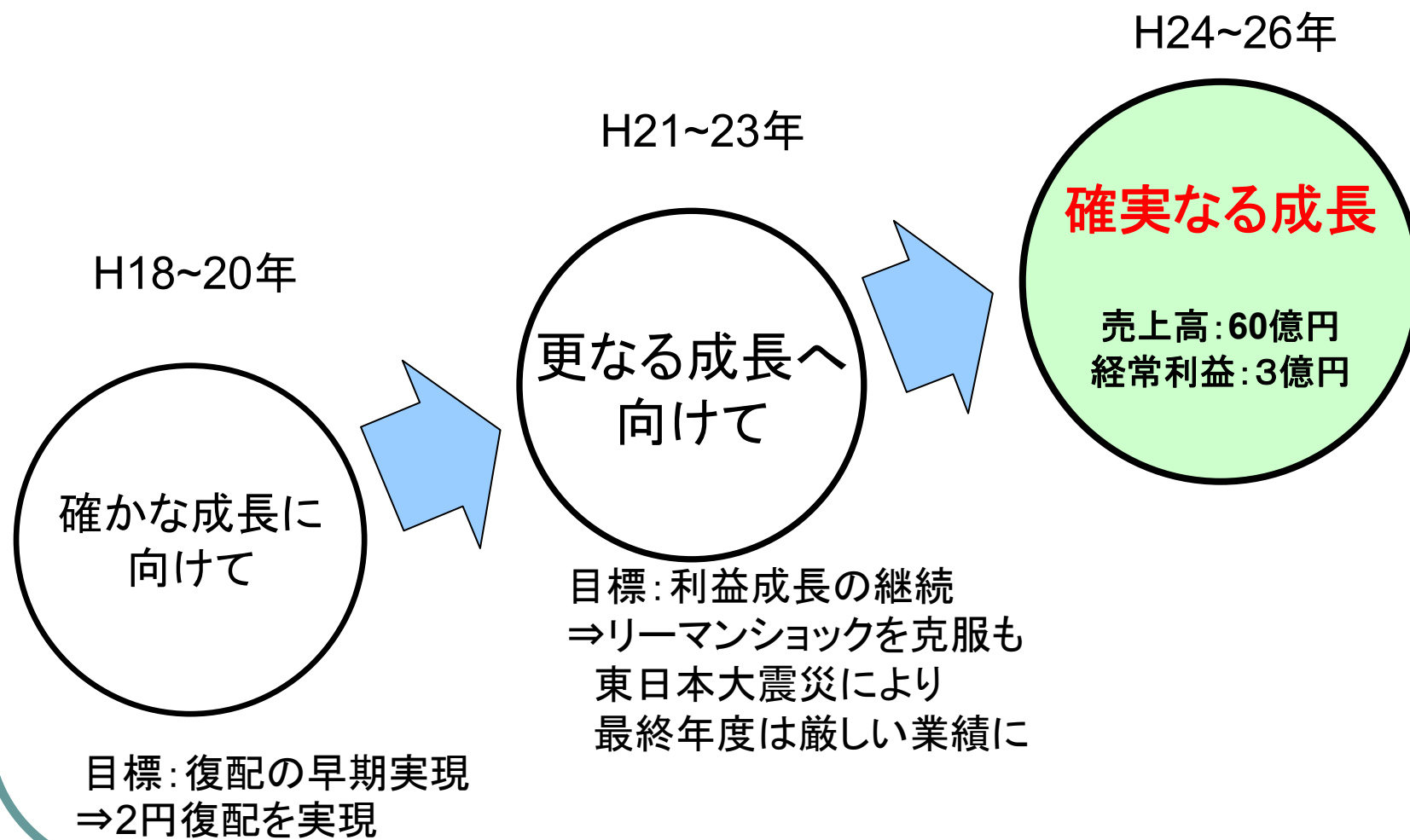
飛躍に向かって

全員が主役

全員が成長

経営計画の変遷(参考)

2



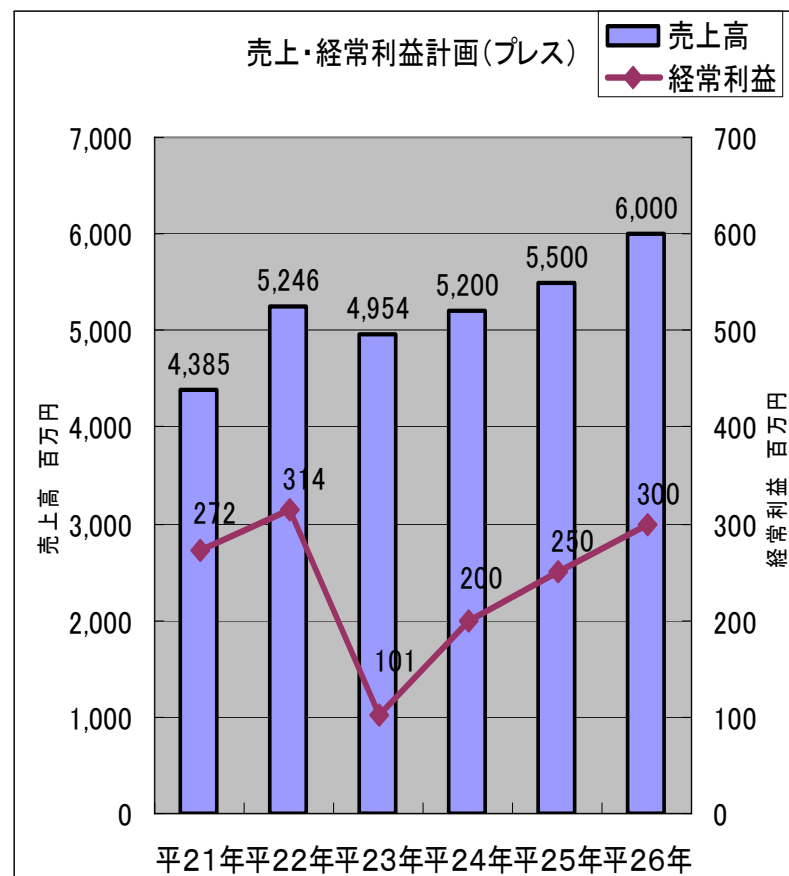
全体戦略

3

- 当社の強みである生産・販売（多品種・小ロット・短納期）については国内ナンバーワンを目指す。
- 海外比率を高める。
 - 生産・販売両面で海外比率を高める。
 - 対象国、商材、商流、パートナーの検討
- 各分野において製品化を高める。
- 新規商品開発の増強
 - 商品開発・企画開発・非衣料

新中期計画経営指標

	H20年度	H23年度	H26年度
売上高	5,262	4,954	6,000
経常利益	327	101	300
当期純利益	216	47	180
有利子負債 (D/Eレシオ)	361	170	100
	0.17	0.07	0.04
自己資本比率	50%	58%	63%
ROA(経常利益/総資産)	7.7%	2.4%	6.6%
純資産	2,120	2,467	2,866
総資産	4,243	4,228	4,534



紡績部事業戦略

5

当社の強みである、多品種・小ロット・短納期
および顧客優先の体制に更に磨きをかける。

- 取組販売の強化（製品に近い顧客対応）
- 産地対応の効率化（生販一体での提案）
- 海外への販売（商社等とのチーム作り）
- 商品開発（トレンドに沿った商品開発）

テキスタイル製品部1部事業戦略

6

カジュアル製品を、ニット、織物の区別なく
海外生産品を主に総合的に販売する。

- ・GMS,アパレル対応については、東京を拠点とし、販売活動に傾注
- ・中核染色工場での生産体制確立
- ・カジュアルゾーン(メンズ・レディース)の販売強化と海外生産による価格競争力強化

テキスタイル製品部2部事業戦略

7

オリジナル系・生地を武器に製品ビジネスの拡大を目指す。

- ・基幹アパレル・ブランドからの受注確保復活（既存）と新規取引の拡充
- ・商社との取組の更なる強化に加え、新規アパレルへの生地販売
- ・海外調達による価格競争力強化

中国BP事業戦略

8

将来の中国内販活動へ向けて、北京ショールームを基点に生地販売活動を推進

- ・北京ローカルスタッフの拡充
- ・北京での足固めと周辺都市への展開

海外における新市場開拓のために

- ・情報を集約・一元化し、戦略的、組織的に各部へ提供
- ・販売・生産・調達の海外展開を積極的にサポート

投資計画(連結)

10

中期計画期間中の設備投資額：2億円

紡績設備を中心に、

- ・多品種化対応の推進
- ・商品開発力の強化
- ・省エネ、省力化を加速

ご注意

本資料における業績等の予想および計画の将来予想に関する記述は、当社が現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績等の結果は、今後のさまざまな要因により、業績等の予想および計画と異なる可能性があります。