

2018年度決算説明資料

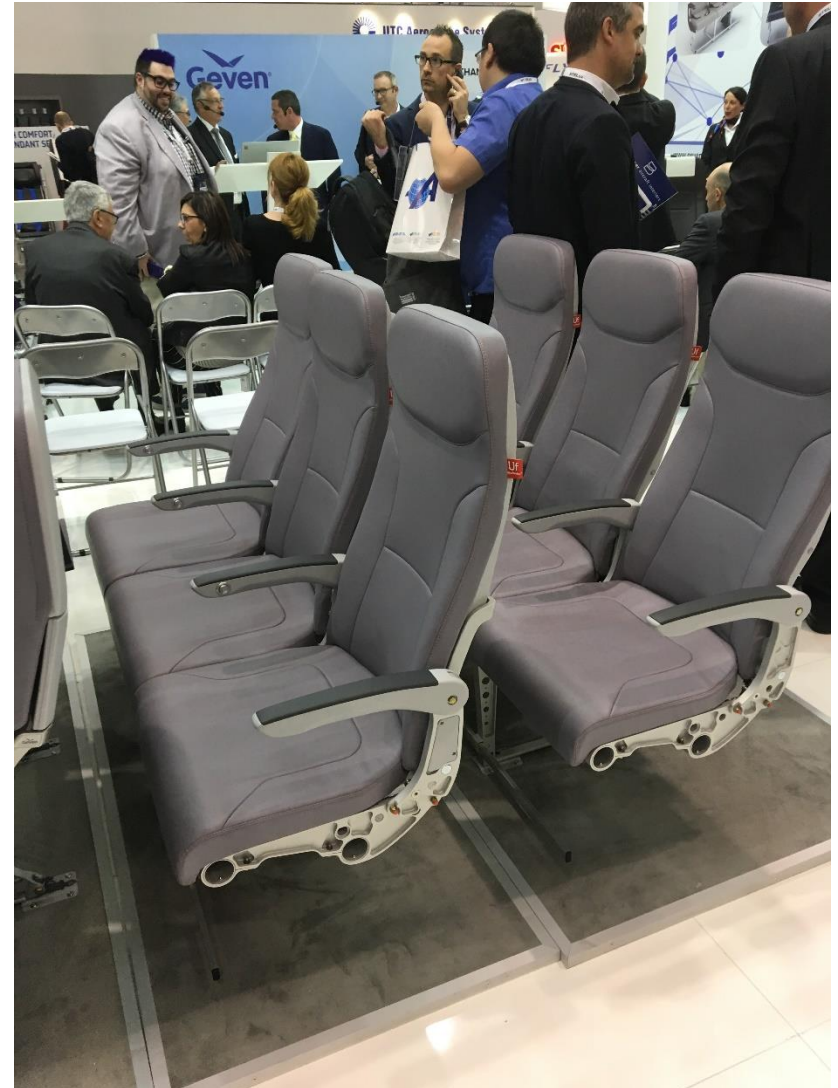


2019年2月19日

2018年度の出来事

- 第一化成とウルトラファブリックスの事業統合後、はじめてのフルイヤー
- ウルトラファブリックスがドイツハンブルグの航空機内装ショーにおいて、パートナーのTapis Corporationとはじめて共同でブースを出展(4月)
- 八王子オフィスを拡張(5月)
- ロンドンのデザインウィークにおいて、ウルトラファブリックスがショールームをオープン(5月)
- 渋谷サテライトオフィスを開設(6月)
- 第一化成のフル2ライン化工事が完了(8月)

航空機内装ショー(4月、ドイツハンブルグ)



デザインウィーク(5月、イギリスロンドン)



フル2ライン化工事完了(8月)



2018年度について

	統合前中期計画 (2017/1/23)	今期見込み (2018/2/14)	本決算 (2019/2/14)
売上	10,400,000,000	11,200,000,000	11,901,000,000
営業利益	2,700,000,000	1,000,000,000	1,168,000,000
純利益	1,700,000,000	200,000,000	377,000,000
EBITDA	3,300,000,000	2,700,000,000	2,666,000,000
完全希薄化ベース株式数	9,643,799	---	---
1株当たり利益	176円	---	46円57銭
前提為替レート	\$1 = 100円	\$1 = 110円	\$1 = 109.7円
		家具用	28.3%
		自動車用	30.1%
		航空機用	9.1%
(単位:円)		その他	32.5%

2018年度の決算について

- ドルベースの売上は当初中期経営計画を上回った
- 自動車用シート向けの伸長が牽引して売上・利益共に期初見通しを超過
 - 旺盛な需要に対応するウルトラファブリックス、およびグループ体制を強化する間接部門の人件費が増加
 - 製造ラインの2ライン化が稼働して生産遅延は解消するも、稼働遅れで人件費および輸送コストが増加して製造原価(COGS)が上昇
 - 2019年度導入予定の連結納税制度の見直しで法人税費用が増加
 - 品質向上を目指した販促費用が増加(ウルトラファブリックス)
 - 行使期間の到来により株式報酬費用が減少(第6回・7回ストックオプション分)
 - 内部統制整備や組織再編の関連した外部委託費用が減少

2019年度について

	統合前中期計画 (2017/1/23)	前期見込み (2018/2/14)	2019年度見込み
売上	11,400,000,000	12,000,000,000	12,900,000,000
営業利益	3,200,000,000	1,700,000,000	1,800,000,000
純利益	2,000,000,000	900,000,000	950,000,000
EBITDA	3,800,000,000	3,100,000,000	3,300,000,000
完全希薄化ベース株式数	9,643,799	---	---
1株当たり利益	207円	---	---
前提為替レート	\$1 = 100円	\$1 = 110円	\$1 = 110円

2019年度の見通しについて

- 生産の2ライン体制を活用し、自動車内装材を中心とする大口需要の増減に柔軟に対応
- 新規航空機向けビジネス拡大の為の製品開発強化(高難燃性)、マーケティング拡充
- 自動車内装材プログラムの獲得、分散化
- 従業員向け譲渡制限付株式(リストラクテッド・ストック)報酬制度の開始(事業の拡大に必要な優秀な人材の獲得)
- サステナビリティストーリーの更なる構築
 - バイオ製品の発売(USDA BioPreferred® Programの認証を取得)
 - 水処理・再利用施設の検討
 - ISO14001の取得
 - エコパッケージの採用
 - Treedomとの提携(ヨーロッパ、アジア、アフリカにおける植林活動)

2020年度以降の方針について

- 自動車内装向けプログラムの割合が増加しており、来年以降の精度の高い予測を立てるのが困難（新規プログラムからの貢献 vs 既存プログラムの減少）
- 新規航空機向けビジネス獲得への注力を継続すると共に、自動車向けプログラムについても分散化（メーカー、車種、用途等）を図る
- 生産量の増加に関わらず品質水準の維持が出来る生産体制の構築
- 他社製品の品質問題や他社のサービスの悪さを理由に当社製品を検討するケースが増えており、今後も品質やサービスの質の維持・向上の為に人への投資を積極的に推進する
- 国内パートナー（サプライヤー、メーカー等）とのアライアンス強化による他社技術の導入、技術の分散化
- グローバルブランド確立への投資継続
- サステナビリティストーリー構築への注力