



# 中期経営計画の進捗状況と今後の事業展開

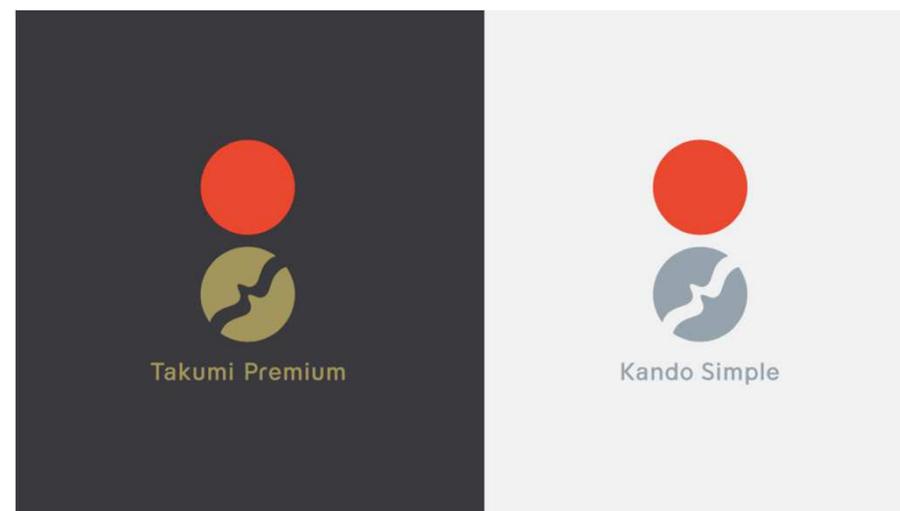
2022年10月31日

株式会社ツインバード

証券コード：6897

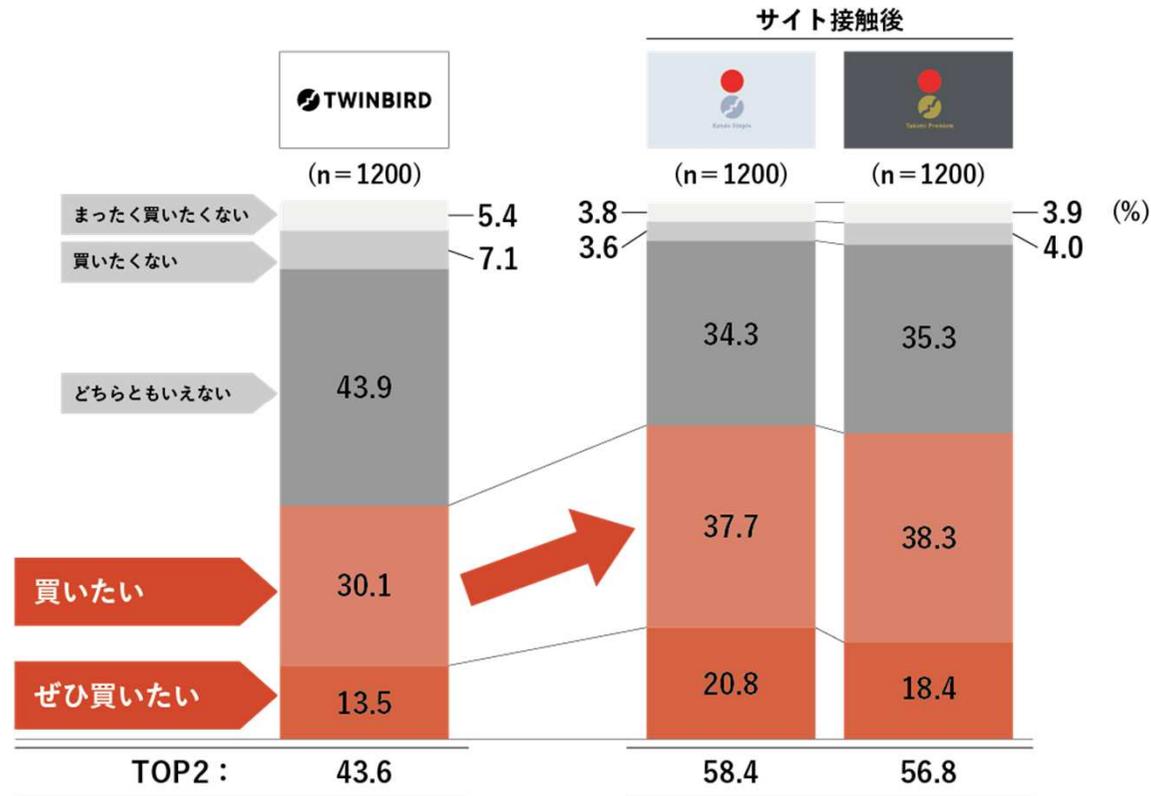
## 21年11月、リブランディング開始

---



# 少しずつ、伝わり始めている

Webサイト接触後の購入意向 ～次のブランドの商品をあなたは今後どの程度買いたいですか？



(n=1200) 出典：2022年3月当社実施 ブランド定点調査

# しかし、まだまだ発展途上



お客様を豊かにする

(新商品)

お客様とつながる

(会員機能・体験強化)

社会に役立つ

(スターリングクーラー  
の拡大活用)

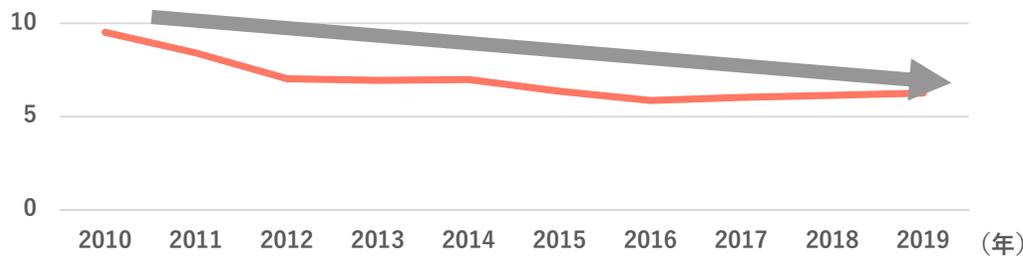
# 外部環境

今後の市場規模は7兆円程度を基調としながら微減傾向

## 要因

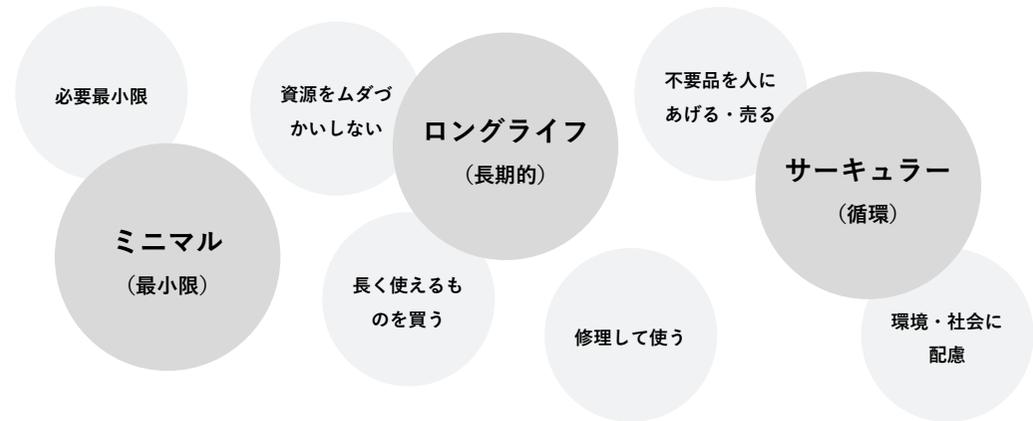


家電製品の小売販売額推移 (兆円)



出典元：経済産業省業種別商業販売額

「ミニマル」「ロングライフ」「サーキュラー」  
～博報堂 生活者のサステナブル購買行動調査結果～



出典：博報堂生活総合研究所 2019年11月 生活者のサステナブル購買行動調査より

# ツインバードの大義

燕三条地域

感動体験

持続的な幸せ

新潟県 燕三条市 空蔵村 / Shirano District, Sanjo, Niigata  
37° 29'33.0" N 134° 07' 20.0" E



新潟県 燕三条市 東郷町 平太田 / Rice field, NatsumiHaraki, Sanjo, Niigata  
37° 42'50.0" N 134° 07'24.0" E



## 私たちが目指すべき方向



家電  
メーカー

ライフスタイル  
メーカー

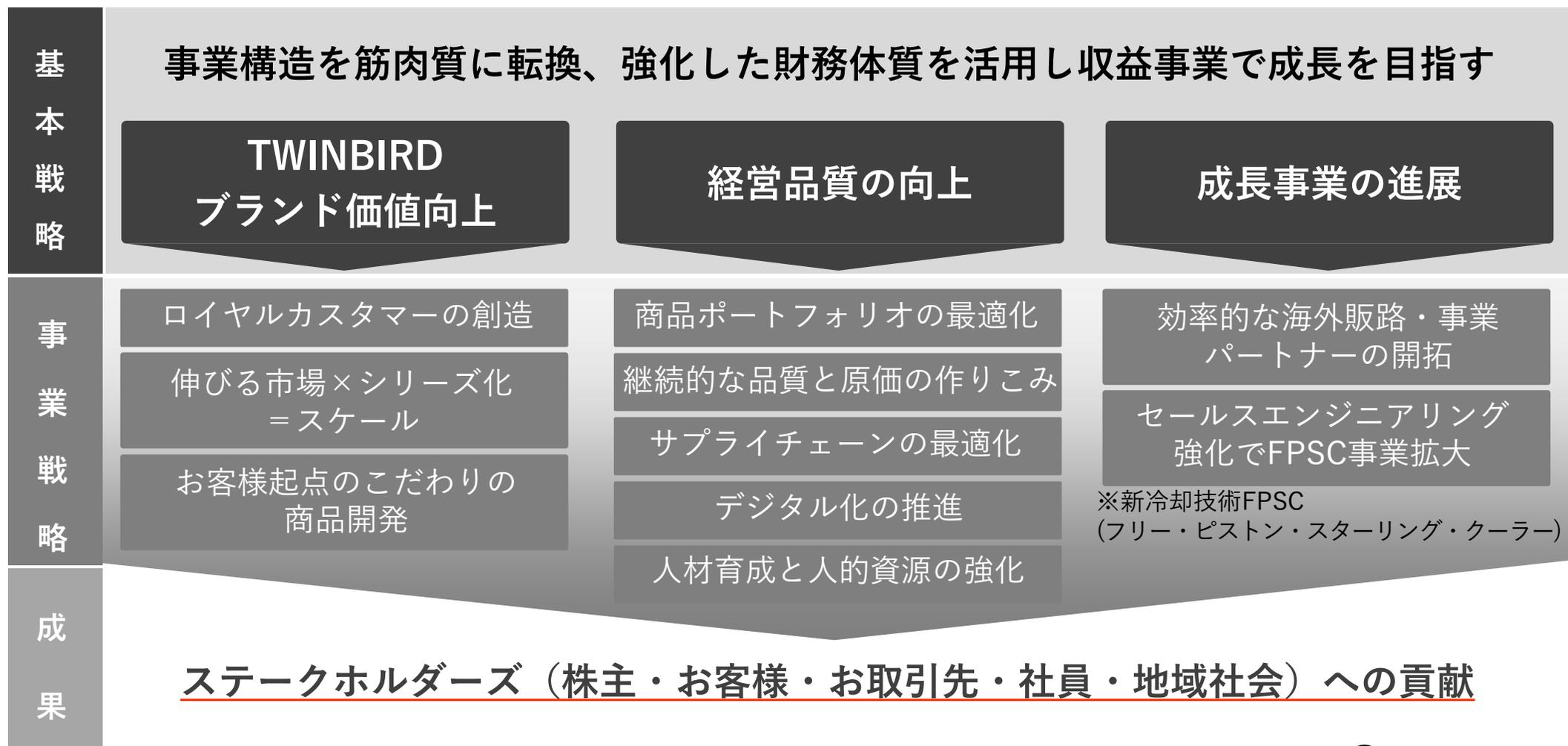
新社名

---

株式会社ツインバード



# 中期経営計画（2020-2022）の骨子：基本戦略・事業戦略



# 中期経営計画 (2020-2022)

# 財務目標の達成状況

(百万円)	2019 実績	2020 実績	2020 中計目標	2021 実績	2021 中計目標	2022* 業績予想	2022* 中計目標
純売上高	12,159	<b>12,505</b>	12,200	<b>12,869</b>	12,600	<b>13,000</b>	13,180
営業利益	178	<b>608</b>	250	<b>719</b>	350	<b>280</b>	480
営業利益率	1.5%	4.9%	2.1%	5.6%	2.8%	2.2%	3.6%
経常利益	66	<b>484</b>	130	<b>610</b>	230	<b>240</b>	450
当期純利益 (親会社株主帰属)	△133	<b>164</b>	60	<b>419</b>	150	<b>170</b>	300
ROE	△2.1%	<b>2.3%</b>	0.9%	<b>5.0%</b>	2.3% 以上	<b>1.9% 以上</b>	4.6% 以上
自己資本比率	54.6%	<b>62.2%</b>	59% 程度	<b>78.2%</b>	60% 程度	<b>79% 程度</b>	62% 程度

ロードマップ2  
(2023年度以降)

強化した  
財務体質を  
活用し、  
収益の伴う  
事業で成長を  
目指す

ロードマップ1  
(2019-2022年度)

収益性と資産効率を改善し、  
自己資本の充実・投資余力の確保を図る

\* 2022年度の中計目標及び業績予想は収益認識会計基準適用後の数値となります

# 2023年2月期 第2四半期決算のポイント（再掲）

## ■ 第2四半期実績（累計）

- FPSC事業は、新型コロナワクチン接種に伴う大型案件の需要が一巡し、大きく減収減益へコロナ禍前（2019年度）と比較して売上増加傾向にあるものの、減益影響のカバーに至らず
- 家電製品事業は、原価高騰と3月以降の急激な為替変動等による調達コストの上昇、また巣ごもり需要の後退の影響を受け、一部不採算となったエントリークラス製品の販売を抑制した結果、減収減益となる

## ■ 通期業績予想（2022年4月13日公表値から変更なし）

- **家電製品事業**は、下期は以下の施策により収益性を大幅に改善へ
  - ① 9月1日出荷分よりこれまでの出荷価格から10%以上の**価格改定**を実施
  - ② **戦略的新製品（10月20日発表）**や**大型OEM新製品**などの集中投入
  - ③ 既存の高付加価値型製品を中心に**販売店舗数を大幅に拡大**
  - ④ VA/VE活動を含む**原価低減**
  - ⑤ 戦略的投資は計画通り継続しつつも、創意工夫により**経費節減**
- **FPSC事業**は、新型コロナワクチン4回目接種向け**リフレッシュサービスを3千台受注**（10月出荷開始、累計約9千台） また、省エネ性能を活かした産業用冷却装置としての需要を開拓

# ①家電製品の出荷価格改定

当社は、家電製品について 2022 年 9 月 1 日より出荷価格を順次改定いたします。

長期化するパンデミックの影響により、原材料や物流コストが高止まりする中、当社は設計や製造工程の見直しによるコストダウンや販管費の圧縮など、ローコストオペレーションを徹底してまいりました。

しかしながら、今年に入り為替相場が急激に円安・ドル高へと振れたことや、ロシアとウクライナの戦争を契機に原油・原材料価格がさらに高騰したことなどから、調達・製造コストの上昇は、自助努力のみでは到底吸収出来ない水準に達しております。

商品の安定供給およびサービスの向上を図るため、下記の通り出荷価格の改定をさせていただきます。

## 記

### 1. 対象カテゴリー

キッチン家電製品（電子レンジ、調理家電、冷蔵庫など）

リビング家電製品（掃除機、照明、空気清浄機、扇風機、浴室 TV など）

### 2. 価格改定率

現行出荷価格の 10%以上

### 3. 価格改定日

2022 年 9 月 1 日出荷分より順次

## ②戦略的新製品の投入 背伸びせず使える冷蔵庫／中身が見える冷蔵庫



## ②大型新製品の集中投入／③販売店舗数の拡大



TC-E264B  
コードレススティック型  
クリーナー  
2022年10月発売



HR-GJ12B  
2ドア冷凍冷蔵庫  
2022年10月発売



DR-F282B  
センサー付フラット  
電子レンジ  
2022年10月発売



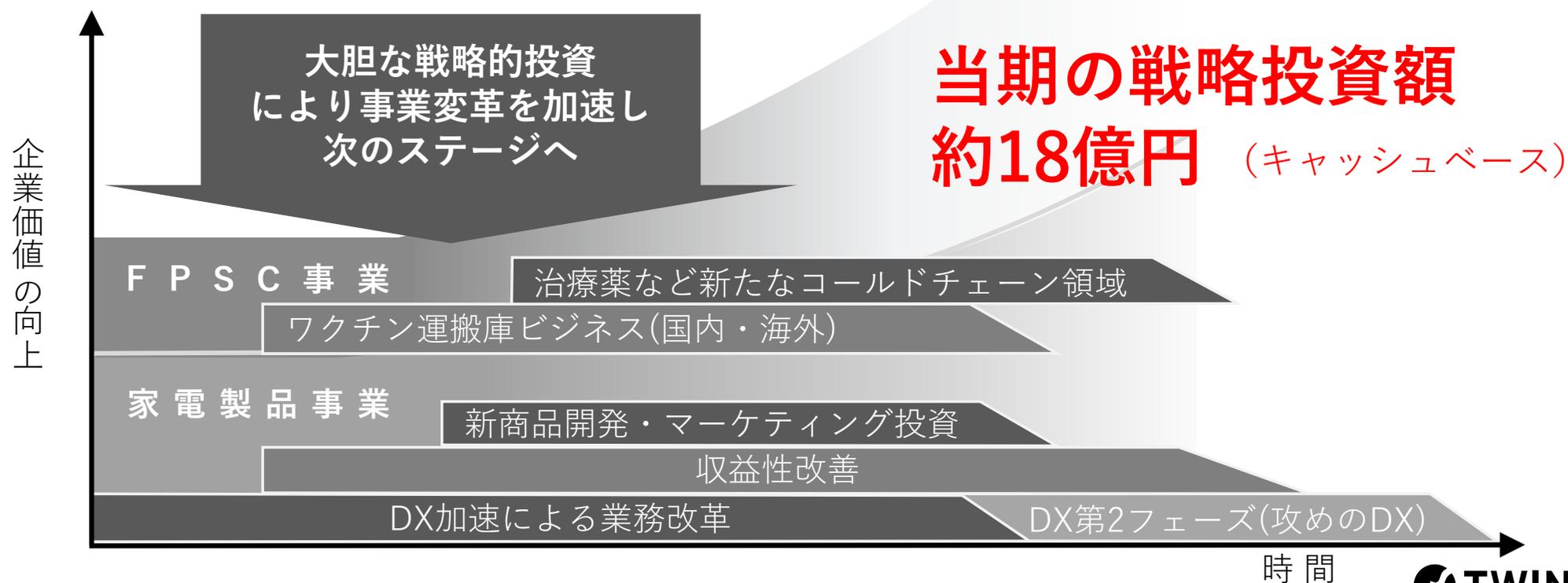
DR-FH71B  
スチームオーブンレンジ  
ブラック  
販売店舗数を拡大



CM-D457/D465  
全自動コーヒーマーカー  
販売店舗数を拡大

## ④原価低減／⑤経費節減

- ・ VA/VE活動を含む原価低減を継続的に実施
  - ・ 創意工夫により経費節減を推進
- 戦略的投資は計画通り継続し、将来の事業拡大を目指す



# 家電製品事業の収益性向上と成長のシナリオ

TWINBIRD  
ブランド価値向上

① 価値訴求への変革

PRICE & PRODUCT

② お客様との  
コミュニケーションの変革

PROMOTION

③ 販売チャネルの変革

PLACE



「匠プレミアム」と「感動シンプル」のブランドラインに革新的な戦略的新商品を投入し、事業拡大を図る

既存商品は商品点数を削減しながらも一点当たりの売上高を最大化し、収益性を改善

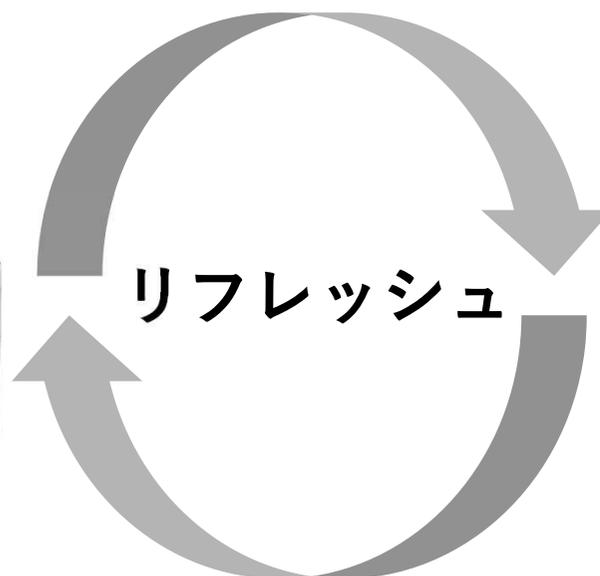
・ 図はイメージを表現しています。

【免責事項】・ 上記記述内容には、将来の見通しや取組み内容に関する記述が含まれています。これらの記述は、当該資料を作成した時点における情報や予測に基づいて作成されたものであり、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は様々な要因により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

# FPSC事業拡大：ワクチン運搬庫のリフレッシュサービス

高い信頼性が求められるため定期的なメンテナンス（リフレッシュサービス）が必要  
新型コロナワクチン4回目接種向けリフレッシュサービス3千台受注（10月出荷開始、累計約9千台）

## 接種会場



※最終性能検査

# FPSC事業拡大：省エネ性能を活かした産業用冷却装置として需要開拓

## 産業分野におけるCO<sub>2</sub>削減等「カーボンニュートラル政策」に向けた新たな活用提案

### 冷却工程を必要とする製造ライン

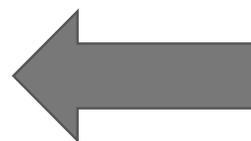
排熱による温度上昇を抑えるため、大規模なエアコンが必要



### FPSC技術の特徴

- ・省電力
- ・低排熱
- ・フロン不使用

ご提案



### 使用電力量の大幅な削減

### 「CO<sub>2</sub>削減/脱炭素」に貢献可能

当社は日本政府が進める2050年カーボンニュートラルに寄与すべく、今後もFPSC技術の普及に取り組んでまいります







IRに関するお問い合わせ先

株式会社ツインバード 執行役員 経営企画本部 本部長 井上 淳也 (TEL : 0256-92-6111)

決算に関するお問い合わせ先

株式会社ツインバード 最高財務責任者 執行役員 管理本部 本部長 渡邊 桂三 (TEL : 0256-92-6111)

---

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する意見や予測等は、資料作成時点で一般に認識されている経済・社会等の情勢及び、当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されており、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更される可能性があります。万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社及び情報提供者は一切責任を負いませんのでご承知おきください。