

各位

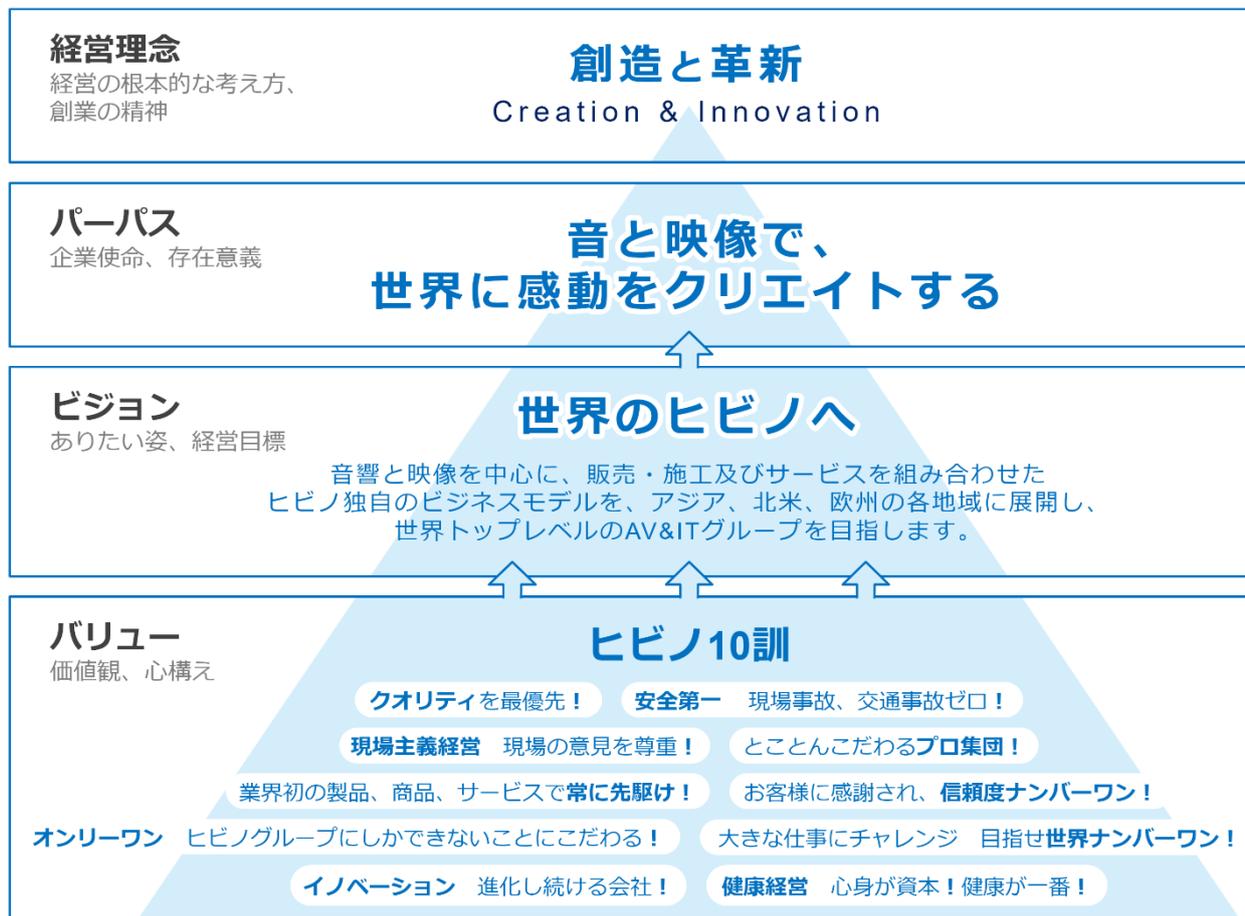
会社名 ヒビノ株式会社
代表者名 代表取締役社長 日比野 晃久
(コード番号 2469 東証スタンダード市場)
問い合わせ先 執行役員ヒビノ GMC 経営企画グループ
グループ長 大関 靖
(TEL : 03-3740-4391)

ヒビノグループ理念体系及び中期経営計画「ビジョン 2025」策定に関するお知らせ

ヒビノ株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:日比野晃久)は、ヒビノグループ理念体系及び2023年3月期から2026年3月期までの4ヵ年を対象とした新たな中期経営計画「ビジョン 2025」を策定しました。

I ヒビノグループ理念体系

ヒビノグループのすべての企業活動のよりどころとなる考え方や進むべき方向性、価値観を明示した「ヒビノグループ理念体系」を整備しました。



II 前中期経営計画「ビジョン 2020」(2019年3月期～2022年3月期)の振り返り

中期経営計画「ビジョン 2020」では、経営の基本戦略である「ハニカム型経営」と「イノベーション」を推し進めながら、5つの経営課題「東京オリンピック・パラリンピック需要の取り込み」「業界トップの維持・シェア向上」「ものづくり事業の強化」「グローバル展開の強化」「新規事業の開発」に対応してきました。M&Aによる事業拡大を進め、建築音響分野の強化とアジア展開の進展が図れたほか、東京オリンピック・パラリンピック特需を確実に取り込みました。新型コロナの影響が残る中で、最終年度の売上高計画 450 億円に対して未達となりましたが、過去最高売上高を更新、また利益計画 15 億円を達成しました。

「人が集まるところにヒビノあり」というビジネスフィールドがコロナ禍では脅威となり、収益基盤のさらなる強化と多様化が急務であると認識しています。

(単位：百万円)

	2018年5月 策定当初定量計画	2021年5月 見直し後定量計画	2022年3月期 実績	見直し後計画比
売上高	50,000	45,000	42,426	△5.7%
経常利益	2,700	1,500	1,921	+28.1%

※ 新型コロナウイルス感染症の拡大によって事業環境が激変し、当社グループの事業活動に甚大な影響が生じたことから、中期経営計画期間中に見直しを行いました。対象期間を1年間延長し、最終年度を2022年3月期に変更したうえで、定量計画を下方修正しています。

III 新中期経営計画「ビジョン 2025」(2023年3月期～2026年3月期)の概要

1. 経営環境認識

当社グループを取り巻く経営環境は、ウィズコロナ・アフターコロナにおける人々のライフスタイルや価値観の多様化、デジタル技術の加速度的な進展、サステナビリティに対する意識の高まり、またウクライナ情勢を含む地政学リスクの増大など、日々変化し、複雑さ・不確実さが増しています。一方で、大阪・関西万博の開催や都市再開発、メディア関連企業による投資の活発化、バーチャルプロダクション市場の拡大など、具体的なビジネスチャンスが生まれています。

2. 新中期経営計画「ビジョン 2025」の位置づけ

グループビジョン「世界のヒビノへ」を実現するためのマイルストーンとして、当社設立 60 周年をターゲットに計 3 回の中期経営計画を遂行することとし、「ビジョン 2025」はその最終ステップとなります。持続的成長に向けた基盤を築き、次のステージである売上高 1,000 億円の達成を目指します。

3. 中期経営方針

(1) 持続的成長を可能とする経営体質の構築

2つの成長戦略「ハニカム型経営」及び「イノベーション」への取り組みによって、持続的成長を可能とする経営体質を構築していきます。

(2) 健全経営の確立

適正な利益、財務の安定、人的資本の向上の好循環サイクルによる健全経営を確立していきます。

4. 中期成長戦略（経営の基本戦略）

- ・ 新領域への挑戦によるハニカム型経営の高度化

グループ内に収益を生み出す事業を多数有することで、外部環境の変化に強い事業構造を構築します。M&Aも活用しながら新領域に挑戦、事業領域を拡大し、ナンバーワンの技術やオンリーワンのビジネスモデルを持つ事業の集合体を形成するとともに、事業間連携によるシナジーを創出していきます。

- ・ イノベーションによる新規事業の創造と既存事業の革新

イノベーションが全従業員に浸透し日常的な活動となるべく、新アイデア提案制度を設け推進しています。外部の企業、研究機関、行政との連携（オープンイノベーション）も積極的に活用しながら、新規事業の創造と既存事業の革新に取り組みます。

5. 主要な経営課題

- ・ 高収益体質への変革

全部門共通の「一人当たり経常利益」最低目標値を設定し、部門ごとに収益力の向上を図りながら、ワンストップソリューション機能の強化と組織の最適化により、グループ総合力を発揮していきます。また、大阪・関西万博、メディア関連及び都市再開発の特需案件について、着実に受注・遂行していきます。

- ・ 未来事業の創造

「騒音対策」と「バーチャルプロダクション」を戦略事業分野と位置づけ育成を図るとともに、新たなものづくりに挑戦します。また、ECを強化しB to Cビジネスの拡大を図ります。グローバル展開においては、海外M&Aを活用した世界4極体制（日本、アジア、北米、欧州）を確立し、海外売上高比率30%を目標とします。

- ・ DXの推進

ビジネスDXでは、部門ごとにデジタルイノベーションに取り組み、既存事業の高度化及び新規事業の創造を実現していきます。業務プロセスDXでは、グランドデザインに基づくグループ全体最適を追求しながら、バックオフィス効率化及び顧客関係強化を実現していきます。

- ・ サステナビリティマネジメントの推進

4つのマテリアリティを設定し、SDGsの達成に資する取り組みを推進します。音と映像に関する価値提供を通じて、音楽文化、映像文化、エンターテインメントの発展と安全・安心な社会の実現に貢献します。会社とともに成長し、持続可能な社会に貢献する人材を育成するとともに、一人ひとりが健康で安心して働ける職場環境を構築していきます。また、廃棄物削減や省力化等に取り組み、脱炭素社会の実現に貢献します。

6. 財務目標

売上高 : 750億円、海外売上高比率30%以上
 経常利益 : 45億円（過去最高益の更新）、経常利益率6%
 自己資本比率 : 30%以上、目標40%

定量計画

(単位：百万円)

	2022年 3月期 (実績)	2023年 3月期 (予想)	2024年 3月期 (計画)	2025年 3月期 (計画)	2026年 3月期 (計画)	2022年3月期と 計画最終年度の比較
売上高	42,426	43,000	50,000	62,000	75,000	+32,573 (+76.8%)
販売施工事業	17,912	20,750	23,000	27,000	32,000	+14,087 (+78.6%)
建築音響施工事業	9,669	9,100	9,700	10,500	11,500	+1,830 (+18.9%)
コンサート・イベントサービス事業	14,844	13,150	14,800	16,500	19,500	+4,655 (+31.4%)
新規事業	—	0	2,500	8,000	12,000	+12,000 (—%)
営業利益	1,339	1,050	2,000	3,200	4,500	+3,160 (+235.8%)
経常利益	1,921	1,200	2,000	3,200	4,500	+2,578 (+134.2%)
親会社株主に 帰属する当期純利益	1,074	750	1,200	1,900	2,700	+1,625 (+151.3%)

中期経営計画「ビジョン2025」の詳細につきましては、別紙資料をご参照ください。

以 上