



2024年6月27日


各 位

会社名 サイボー株式会社
代表者名 代表取締役社長 飯塚 榮一
(コード番号:3123 東証スタンダード市場)
問合せ先 取締役管理本部財務部長 白田 浩二
(TEL. 048-267-5151)

中期経営計画の更新に関するお知らせ

当社は、昨年公表いたしました2023年度から2025年度までの3カ年中期経営計画を「サイボー中期ビジョン2025 アップデート版（第2年度）」として更新しましたので、お知らせいたします。
詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上



サイボー中期ビジョン2025 (2023年度～2025年度)

アップデート版（第2年度）

サイボー株式会社
2024年6月

目次

1. 会社概要

- (1) 会社概要・沿革
- (2) グループ企業
- (3) 経営理念

2. 中期ビジョン2025

「3カ年計画に取り組むサイボーグループの姿」

- (1) 「3カ年計画に取り組むサイボーグループの姿」
- (2) 「人的資本」への取組み概要

3. 主要事業を取り巻く事業環境

- (1) 社会的ニーズと当社グループの方針・ビジネス機会
- (2) 経済的外部環境に対する当社グループの対応

4. 中期ビジョン2025 業績計画

- (1) 連結業績計画
- (2) 取組みテーマ
- (3) セグメント別 主要な取組み

5. 計画初年度の振り返り

(2024年3月期業績の状況)

- (1) 連結売上高
- (2) 連結営業利益
- (3) 連結業績概況・トピックス

6. 中期ビジョン2025

資本効率と株主還元の方針

- (1) 資本効率
- (2) 株主還元
- (3) 市場の評価



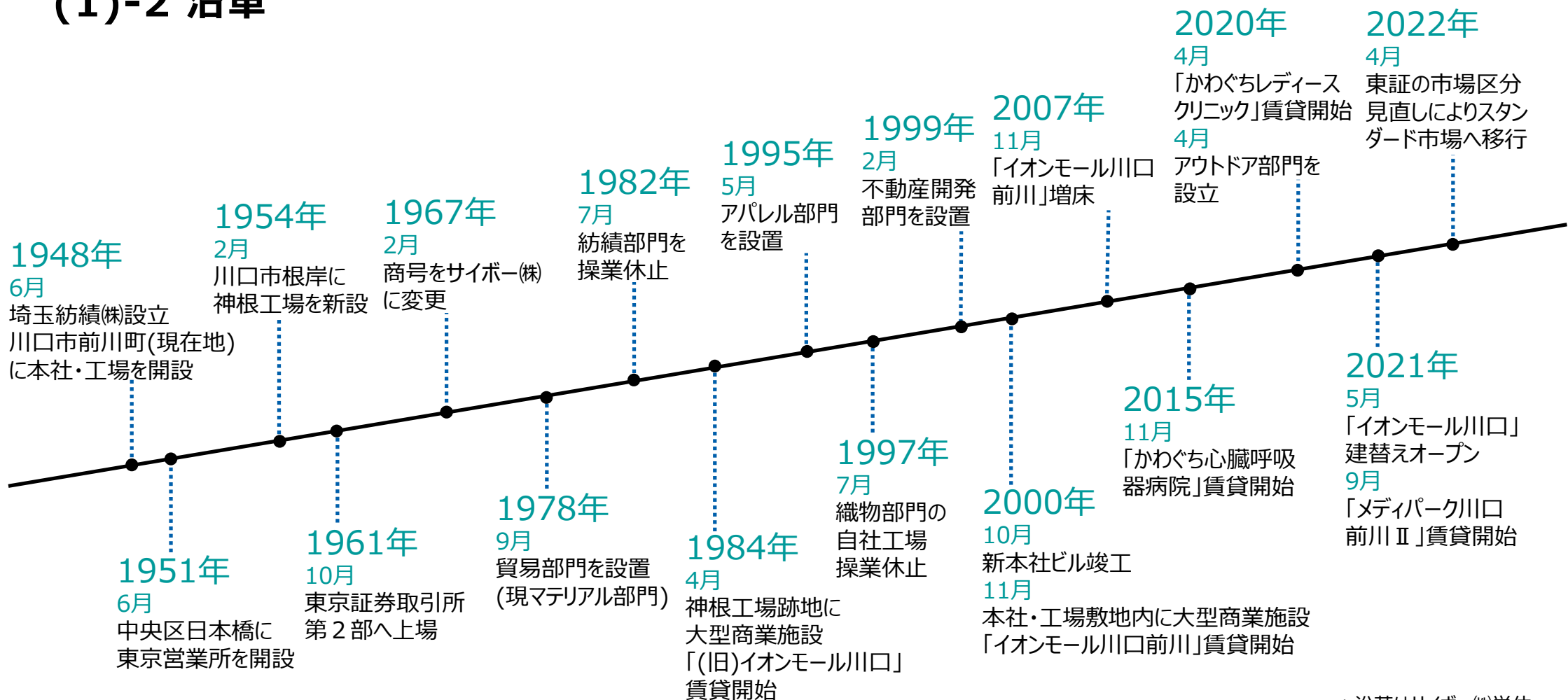
1. 会社概要

(1)-1 会社概要

商号	サイボ-株式会社（東証スタンダード市場 証券コード3123）
所在地	埼玉県川口市前川1丁目1番70号
設立	1948年6月15日（昭和23年）
事業内容	繊維製品 製造・販売、不動産賃貸 ほか
決算	3月末日
資本金	14億200万円
従業員数	115名（2024年3月現在） *連結従業員数（臨時除く）
代表者	代表取締役社長 飯塚榮一
拠点	埼玉県川口市（本社） 東京都中央区日本橋人形町（東京支店）

1. 会社概要

(1)-2 沿革



* 沿革はサイボー(株)単体

1. 会社概要

(2) グループ企業



1. 会社概要

(3) 経営理念

サイボー 経営理念

- お客様に喜ばれる商品の提供
- 株主の皆様に報いる企業価値の向上
- 働きがいのある職場づくり



ステークホルダーの皆様に満足を提供できる
企業づくりを目指します

サイボー の設立以来の精神（こころ）

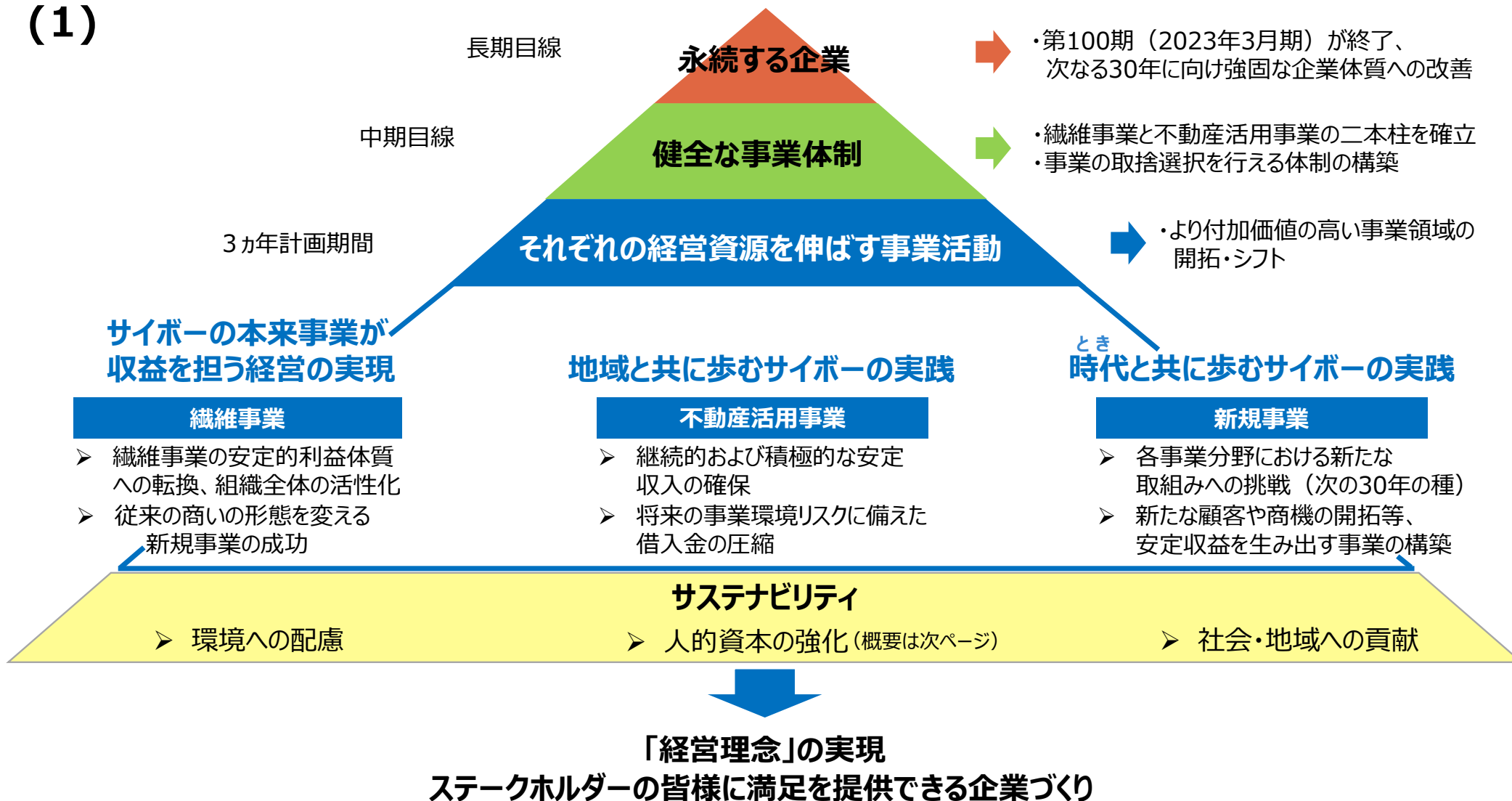
- 「時代（とき）と共に歩むサイボー」
- 「地域と共に歩むサイボー」



時代(とき)の流れに沿い、常に地域の方々に
貢献し、社会から支持される企業でありたい

2. 中期ビジョン2025 「3 年計画に取り組むサイボーグループの姿」

(1)



2. 中期ビジョン2025 「3カ年計画に取り組むサイボーグループの姿」

(2) 「人的資本」への取組み概要

● 人的資本の基本方針

(サイボーグループサステナビリティ方針より抜粋)

- 企業価値向上の源泉となる社員・役員人材の多様性を尊重し、一人ひとりの能力が最大限発揮できる職場環境の整備や人材育成に取り組めます。
- すべての人びとの尊厳が守られる社会の実現に向け、企業活動や職場における人権に対する意識を高く持ち、人権侵害の未然防止に努めます。

● 取組み項目（概要）

① 人材育成

永続的な事業の成長と社会・地域への貢献等経営戦略を実現するため、社員一人ひとりの成長により活力ある組織づくりに取り組めます。

(ア) 能力開発

(イ) 人材の活用

② 社内環境の整備

経営戦略を担う社員一人ひとりのウェルビーイングを追求し、主体性と想像力を最大限に引き出すため、健全で公平な職場環境の確保に取り組めます。

(ア) ワークライフバランスの充実

(イ) 多様性の尊重

(ウ) 健康経営の推進

(エ) コンプライアンスの遵守

「人的資本」への取組み強化



従業員エンゲージメントの向上



人材の安定的確保・活性化

+

取引先の満足度UP

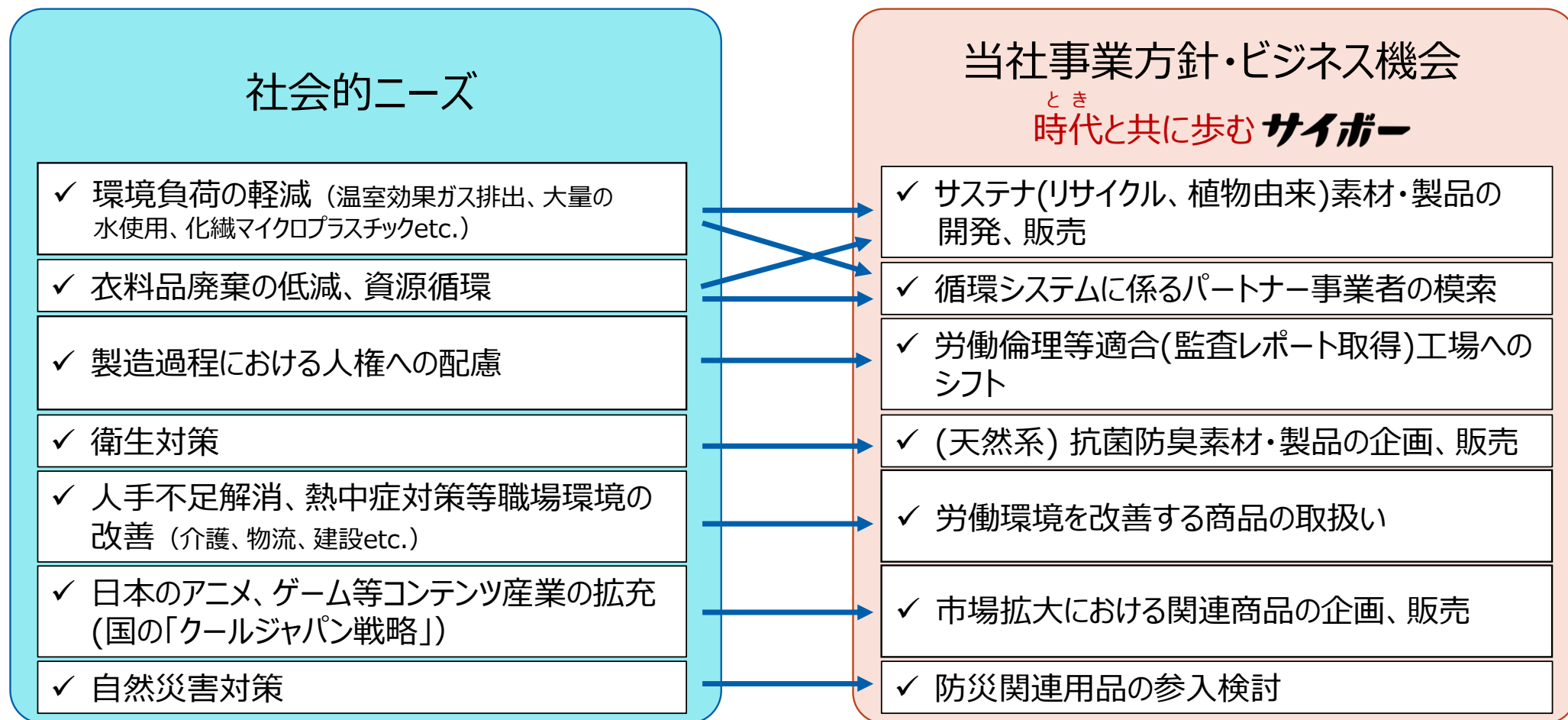
+

業績への貢献

※左記の各項目について、具体的取組内容および数値目標(一部取組み)を設定

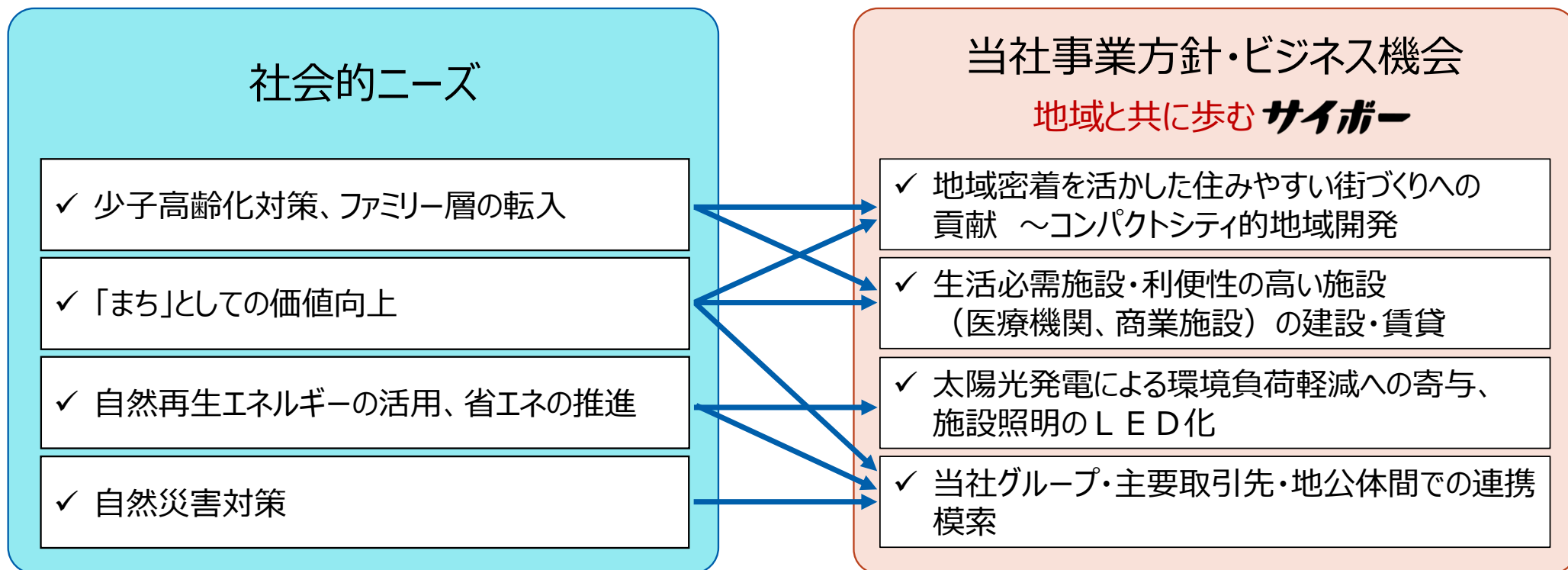
3. 主要事業を取り巻く事業環境

(1)-1 社会的ニーズと当社グループの方針・ビジネス機会(繊維事業)



3. 主要事業を取り巻く事業環境

(1)-2 社会的ニーズと当社グループの方針・ビジネス機会(不動産活用事業)



昨今の各種住まい関連アンケート調査において、川口市は首都圏エリアにて「住みやすい(住みたい)街」でランキング上位の常連。その理由をみると、主に住環境(買い物の利便性)や交通利便性を好評価。

3.主要事業を取り巻く事業環境

(2) 経済的外部環境に対する当社グループの対応

昨今の経済的
外部環境

円安・海外仕入れ
コストの上昇

建設資材の高騰
建設従事者の不足

国内金利上昇

当社への影響

繊維部門における原材料仕入れや
海外工場の生産に頼る当社にとって、
円安はマイナス要因、原材料・生産
コストも高止まり

建設コストの押上げ、投資利回りの
低下

不動産・建設投資において、金利
上昇は借入金利負担の増加

当社の対応

- ✓ 販売価格への適正な価格転嫁や為替ヘッジ
- ✓ 主要輸入国（中国・台湾等）から低コスト
国へのシフト
（カントリーリスクの軽減効果もあり）
- ✓ 価格競争に陥らない取扱品の差別化

- ✓ 大型開発案件は一段落
- ✓ 新たなプロジェクトの慎重なスケジューリング、
建設関連業者との連携強化

- ✓ 既存大型投資の長期借入は全て（一定
期間の）固定金利
- ✓ 修繕等設備更新や少額投資は、手元資金
対応が基本

4. 中期ビジョン2025 業績計画

(1) 連結業績計画

(単位：百万円)

	2023年3月期実績 (前中計最終年度)
売上高	10,182
営業利益	1,092
経常利益	1,186



2026年3月期計画 (本中計最終年度)	2023年3月期比	前回公表 数値比
10,570	104%	△940
1,200	110%	変更無し
1,210	102%	変更無し

- * 当社グループの業績計画は、事業環境や事業投資等を勘案・反映させるため、毎年度見直しをするローリング方式としています。
- * 前回公表(2023年5月) 数値からの修正理由：主に、想定以上のキャンプ関連需要の減少によりアウトドア部門の売上高計画を下方修正。(利益率向上等を図り、利益は変更なし)

(2) 取組みテーマ

～より付加価値の高い事業領域の開拓・シフト～

「繊維事業のさらなる
収益力強化」

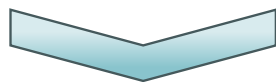
「不動産活用事業の
継続的・積極的な
安定収入の確保」

「各事業における
新たな取組みへの挑戦」

4. 中期ビジョン2025 業績計画

(3)-1 セグメント別 主要な取組み(繊維事業)

- ✓ 製造・仕入れコスト上昇分の適正な価格転嫁継続による利益率低下の抑制
- ✓ 環境配慮型素材や抗菌防臭機能の製品化および販路・販売量の拡大
- ✓ 顧客の課題・ニーズに対するソリューション型製商品（アシストスーツ、水冷式ベストなど）の提案営業
- ✓ 繊維品プリント加工事業における営業力強化、自社工場の安定的稼働
- ✓ 不採算部門の新たな取組みや営業力強化による業績改善 必要に応じ事業縮小、撤退の検討
- ✓ 環境負荷軽減など社会の課題解決に寄与する新たな素材・機能・仕組み等の研究開発や他社との連携の模索



- 連結売上高・営業利益における繊維事業の貢献度（構成比率）の向上
- 付加価値の高い製商品へのシフト
- 次期計画期間の業績寄与に繋がる新たな収益源泉の開拓

4. 中期ビジョン2025 業績計画

(3)-2 セグメント別 主要な取組み(不動産活用事業)

- ✓ 大型施設の適切な改修・改善による施設陳腐化の防止、競合施設比での優位性の維持
- ✓ 不動産賃貸に付随する周辺事業の取込み（ビルメンテナンスとの事業連携）
- ✓ 今後の新たな賃貸（増床）案件の検討、プランニング



- 保有物件のブラッシュアップによる安定的な収益基盤の維持・継続
- 既存安定収益に新たなる収益の積上げ
- 中長期的に寄与する収益源泉の検討

4. 中期ビジョン2025 業績計画

(3)-3 セグメント別 主要な取組み(ゴルフ練習場事業・その他の事業)

ゴルフ練習場事業

- ✓ イベント開催やレッスンの多様化による集客力強化と1人当たり利用額の向上
- ✓ 暑さ対策、強風対策等の適切な対応による顧客の健康管理、安全管理の徹底
- ✓ 従業員のホスピタリティ強化、設備の導入・更新などによる来場者のリピーター化

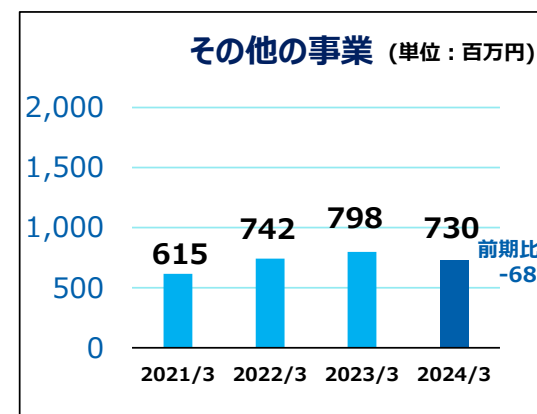
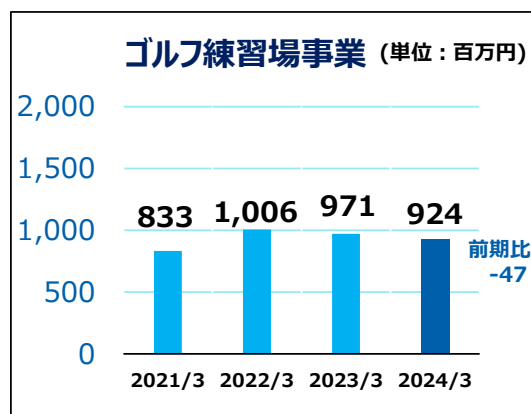
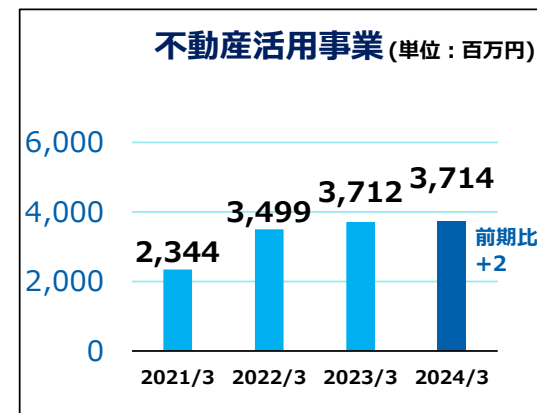
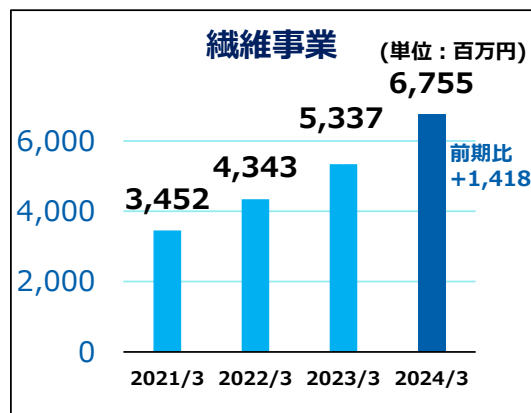
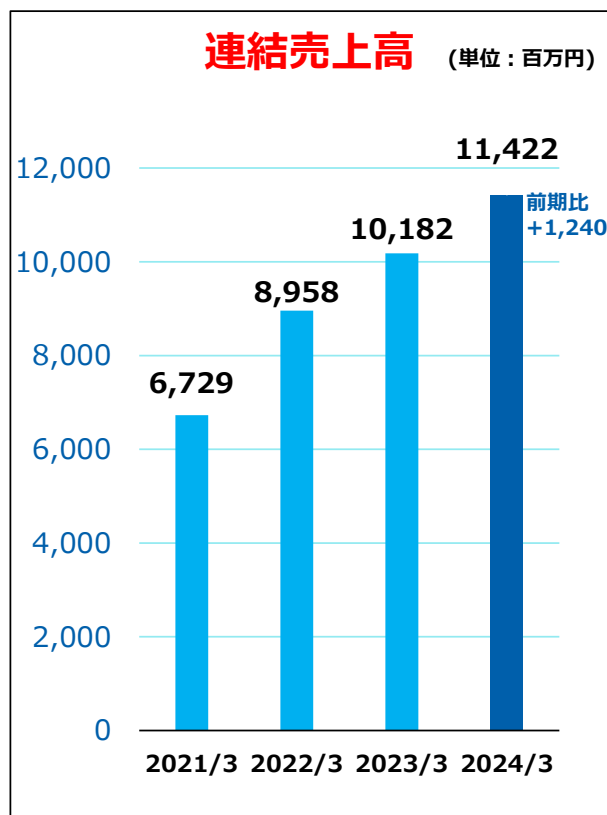
インテリア施工事業

- ✓ 一般施工売上の強化
- ✓ 働き方の見直しによる2024問題への対応

5. 計画初年度の振り返り（2024年3月期業績の状況）

(1) 連結売上高

● 全体およびセグメント別

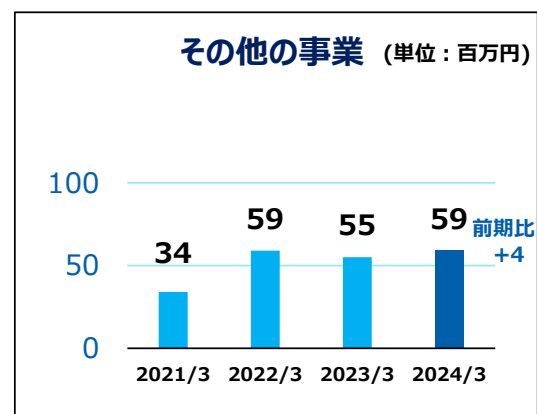
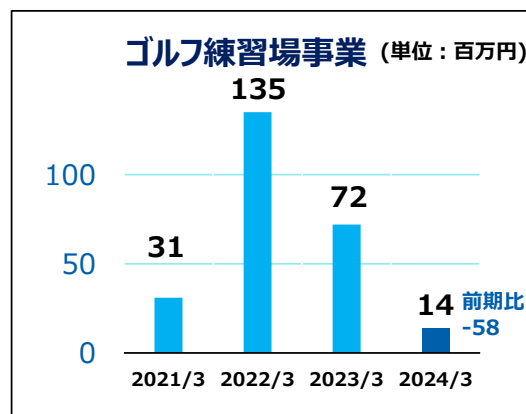
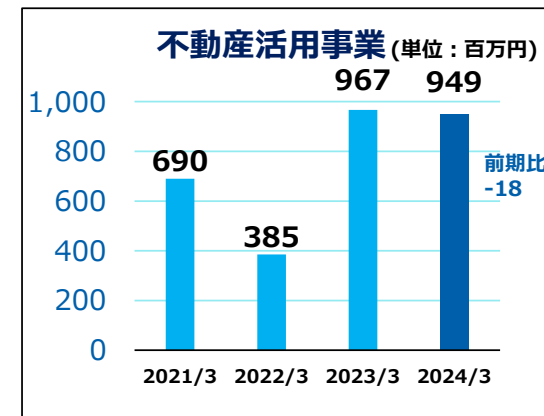
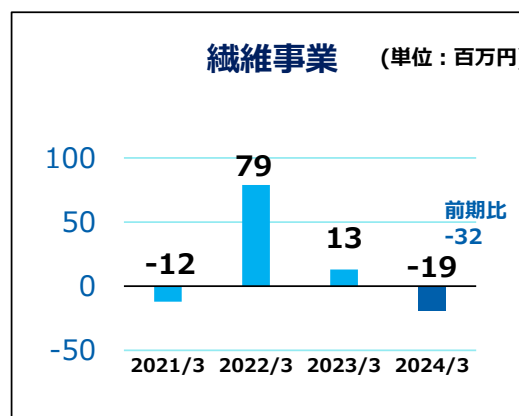
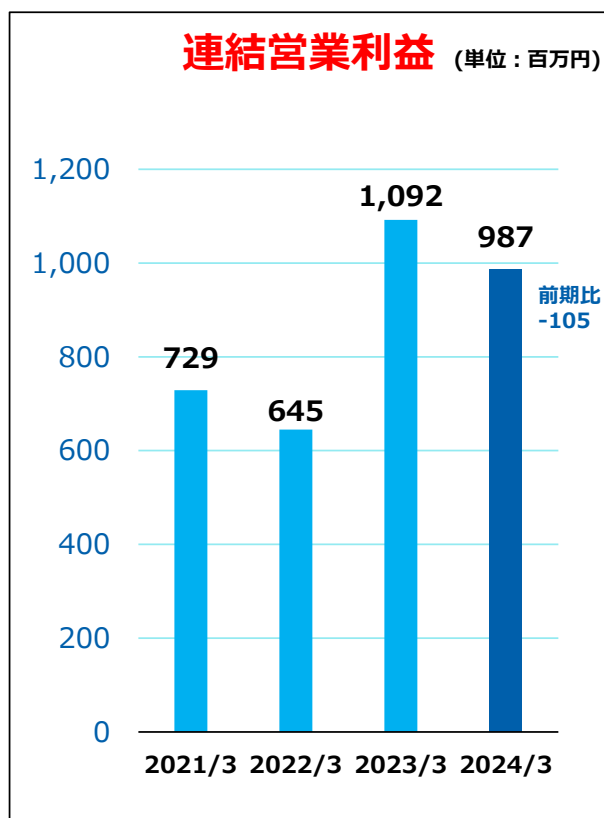


*セグメント別売上高は、セグメント間取引消去前の数値で表示しています。

5. 計画初年度の振り返り（2024年3月期業績の状況）

(2) 連結営業利益

● 全体およびセグメント別



*セグメント別売上高は、セグメント間取引消去前の数値で表示しています。

5. 計画初年度の振り返り(2024年3月期業績の状況)

(3)-1 連結業績概況・トピックス

繊維事業

- ▶ マテリアル部門は、急激な円安や原材料高による仕入れコスト上昇を受け価格転嫁を図ったものの、カバーしきれず
- ▶ ユニフォーム部門は、コロナの落ち着きにより市場は堅調に再始動、ワークウエアの新規大口受注も獲得
- ▶ アウトドア部門は、コロナ禍でのキャンプブームが一服し関連需要が大きく減退、前期より大幅減収
- ▶ プリント加工のサイボークリエイト(株)は、スポーツ・アニメ・エンタメ各分野へ販路拡大
- ▶ 刺繍・レースを扱うフロリア(株)は、海外を含めた認知度向上を狙い展示会を通じた情報発信を展開
- ▶ 糸糊付加工の日宇産業(株)を非連結子会社から連結化へ

➡ 連結売上高は増収となったものの、上記のマイナス要因に加え、取引先に対する貸倒引当金や新たな事業展開に向けた先行費用（人件費含む）の計上等により減益（営業赤字）

5.計画初年度の振り返り(2024年3月期業績の状況)

(3)-2 連結業績概況・トピックス

不動産活用事業

- ▶ 新たな物件の賃貸や主要物件賃貸料の大幅な増減は無し
- ▶ 築20年前後を迎える大型商業施設は、トイレの改修等により経年劣化を感じさせない建物として維持

→ 前期ほどの大きな収入・支出は無く、売上高・利益ともに前期と同水準で推移

ゴルフ練習場事業

- ▶ コロナ禍での三密を避けられるスポーツ・レジャーとしての優位性が低下
- ▶ 強風による施設のクローズや猛暑による来場者の減少など、気象状況もマイナス要因
- ▶ 各種イベント開催、新たな設備の導入、女性レッスンプロの活用等による集客増強策を適宜実施

→ 来場者数の減少に加え、ボールの入替費用を計上したことなどから、減収減益

6.中期ビジョン2025 資本効率と株主還元の方針

(資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応)

(1) 資本効率

●中期ビジョン2025における方針

➤ ROEが株主資本コスト（CAPM）を安定的に上回る水準を目指し、まずはROEが継続的に5%超となるべく取り組む

▷ 2024年3月期実績 5.7%（連結）

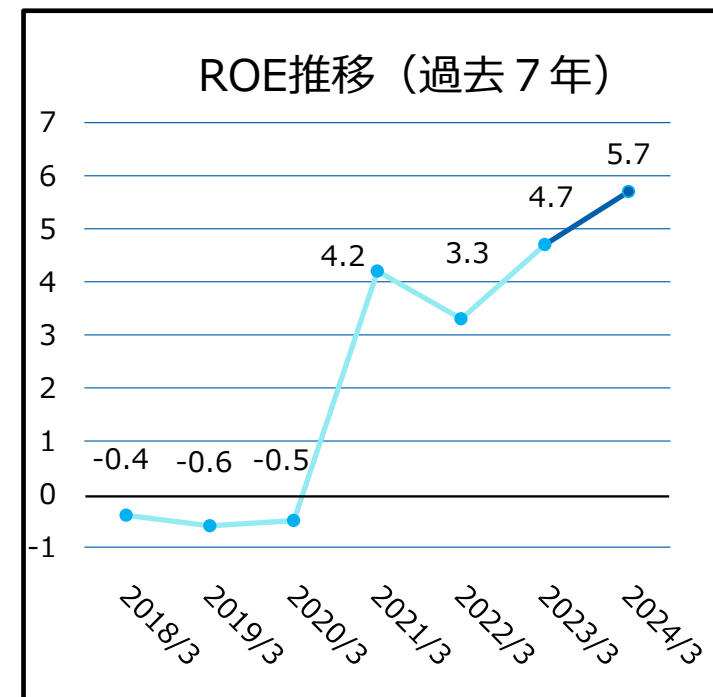
➤ ROE改善に向け、

① 事業利益額の拡大と利益率の向上

- ✓ 新規事業、既存事業の新たな取組みによる利益拡大
- ✓ 高付加価値商材、サービスの強化、不採算事業改善による利益率向上

② 株主還元の充実

次ページ「(2) 株主還元」参照



(注)2018年3月期から2020年3月期のROEマイナスの要因は、旧イオンモール川口の閉店(2018年9月)に伴い3期に渡り当期純損失を計上したことによるものです。

6.中期ビジョン2025 資本効率と株主還元の方針

(2) 株主還元

●中期ビジョン2025における方針

➤ 配当方針 : 財務体質の強化および将来の事業展開に備えるために必要な内部留保とのバランスを保ちつつ、安定した配当を継続して実施していく
安定した収益の増加が継続的に見込まれる際には、増配を検討する

▷ 2024年3月期実績 年間16円 (前期比+1円)

※普通配当では、過去40期連続減配無し(2024年3月期現在)

▷ 2025年3月期予想 年間16円

➤ 自己株式取得は、投資戦略、当社株式の市場価格、既存株主の売却意向等を踏まえ機動的に検討する


▷ 2024年3月期実績 自己株式 283,400株を取得
(連結子会社埼玉興業(株) (持株比率51%) から取得)

6.中期ビジョン2025 資本効率と株主還元の方針

(3) 市場評価

- 前述（1）資本効率および（2）株主還元の施策に加え、「セグメント別主要な取組み」（P12～P14）の実践により成長期待が持てる事業体を目指すとともに、投資家向け情報発信の増加により、当社の市場評価の向上を図っていく

▷2024年3月期 PBR実績 0.4倍 (前期比+0.04)



本資料に記載している業績計画等に関する記述は、各資料作成時において当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。したがって、実際の業績は各種要因により、これらの業績計画とは異なる結果になる可能性があることをご承知おきください。